

ЗАМОНАВИЙ  
АХБОРОТ  
ХИЗМАТЛАРИ

АХБОРОТ ХИЗМАТИ:  
МАҚСАДИ, ФУНКЦИЯЛАРИ  
ВА ТУЗИЛМАСИ

АХБОРОТ ХИЗМАТЛАРИНИНГ  
ФУҚАРОЛАР ВА  
ЖУРНАЛИСТЛАР  
БИЛАН ҲАМКОРЛИГИ

ФУҚАРОЛАР ВА ОАВ  
БИЛАН АЛОҚАЛАРНИ  
РЕЖАЛАШТИРИШ ТУРЛАРИ

ЖАМОАТЧИЛИК ВА  
ОАВ УЧУН ТАДБИРЛАР  
ТАШКИЛ ҚИЛИШ

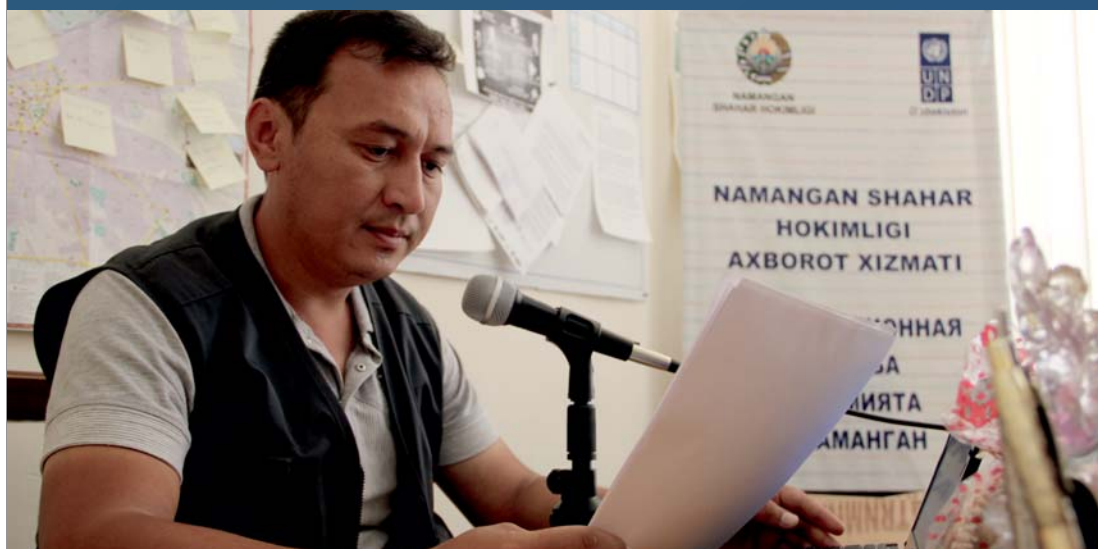
АХБОРОТ ХИЗМАТИ  
ИШИДА ИНТЕРНЕТ  
РЕСУРСЛАРДАН  
Фойдаланиш



Uzbekistan

# АХБОРОТ ХИЗМАТЛАРИ УЧУН АМАЛИЙ ҚўЛЛАНМА:

## жамоатчилик билан самарали мулоқот



АХБОРОТ ХИЗМАТЛАРИ УЧУН  
АМАЛИЙ ҚЎЛЛАНМА:

ЖАМОАТЧИЛИК БИЛАН САМАРАЛИ  
МУЛОҚОТ

Алишер Навоий номидаги  
Ўзбекистон Миллий кутубхонаси нашриёти,  
Тошкент – 2013

УЎК 76.01  
КБК 73. (5Ў)

Ахборот хизматлари учун амалий қўлланма: жамоатчилик билан самарали мулоқот / Н. Қосимова, Г. Бобожонова, Л. Исломова. – Тошкент: Алишер Навоий номидаги Ўзбекистон Миллий кутубхонаси нашриёти, 2013. 132 б.

1. Қосимова Н.

**Муаллифлар:** Н.Қосимова, Г.Бобожонова, Л.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: фуқаролик иштироки ва ҳамкорлиги” лойиҳаси ходимлари ва маслаҳатчилари Азиза Умарова, Акмал Бозоров, Дишод Исроилов, Гўзал Одилова, Азизхон Баҳодиров, Отабек Эшматовга қўлланманинг махсус бобларини тайёрлаш ва тақриз қилишда ўз ҳиссасини қўшганликлари учун чуқур миннатдорчилик билдиради.

УЎК 76.01  
КБК 73. (5Ў)

ISBN 978–9943–06–472–0

© Бирлашган Миллатлар Ташкилоти  
Тараққиёт дастури (БМТТД)  
© Алишер Навоий номидаги Ўзбекистон Миллий  
кутубхонаси нашриёти. 2013й.

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: фуқаролик иштироки ва ҳамкорлиги” лойиҳаси доирасида Наманган ва Жиззах вилоятлари ҳокимликларида вилоят, шаҳар ва туман даражаларидаги 6 та ахборот хизматларида тадқиқот 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 вилоят 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 бошқарув органлари ва маҳаллий ҳокимликларнинг фаолияти ҳақидаги ахборотлар билан танишиш имкониятларининг кенгайтишига хизмат қилади.

Қўлланмани тайёрлаш жараёнида унга кенг мутахассислар доираси жалб қилинди. Биз уни тайёрлашдаги амалий кўмаги учун Азиза Умарова, Акмал Бозоров, Дилшод Исроилов, Гўзал Одилова, Азизхон Баҳодиров, Елена Иванюженко, Дмитрий Масленников, Отабек Эшматов, Масъуджон Махсудов, Ҳақимжон Фозилов, Ўткир Жумашев, Гулнора Исломова, Фатҳиддин Муҳитдинов, Ҳасан Саъдуллаев, Гули Иброҳимова, Исфандиёр Эшонқуловга минатдорчилик билдирамиз. 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 - ойдин бўлишини таъминлашга ёрдам беришига ишонамиз.

*Муаллифлардан*

<b>1. ЗАМОНАВИЙ АХБОРОТ ХИЗМАТЛАРИ.....</b>	<b>7</b>
1.1. Умумий таъриф.....	10
1.2. Ижроия ҳокимият органлари ахборот хизматлари ишининг ўзига хос хусусиятлари.....	11
1.3. Давлат органлари фаолияти тўғрисидаги ахборотни олиш.....	12
1.4. Ҳокимликлар ахборот хизматлари фаолиятининг асосий тамойиллари.....	13
<b>2. АХБОРОТ ХИЗМАТИ: МАҚСАДИ, ФУНКЦИЯЛАРИ ВА ТУЗИЛМАСИ.....</b>	<b>17</b>
2.1. Ахборот хизматининг асосий мақсад, вазифа ва функциялари.....	20
2.2. Ахборот хизматининг тузилмаси ва кадрлар масалалари.....	23
2.2.1. Ахборот хизмати раҳбари.....	24
2.3. Ахборот хизмати ходимининг иш жойи.....	25
2.4. Ахборот хизмати ходимлари фаолиятининг аҳолий жиҳатлари.....	27
<b>3. АХБОРОТ ХИЗМАТЛАРИНИНГ ФУҚАРОЛАР ВА ЖУРНАЛИСТЛАР БИЛАН ҲАМКОРЛИГИ.....</b>	<b>29</b>
3.1. Давлат органлари тўғрисидаги маълумотларни тақдим этиш шакллари.....	32
3.2. Ахборотнинг ҳолисалиги.....	34
3.3. Аҳолига тақдим этиладиган ахборот турлари.....	39
3.4. Ҳокимликдаги ахборотларни йиғиш усуллари.....	43
3.5. ОАВ ва журналистлар- муҳим аудитория сифатида.....	46
3.5.1. Давлат хизматчилари.....	51
3.6. Коммуникация каналлари.....	52
3.7. Ахборот хизматининг журналистлар билан ишлашида аккредитациянинг роли.....	53
3.7.1. Журналистларни аккредитация қилиш.....	54
3.7.2. Аккредитация турлари.....	54
<b>4. ФУҚАРОЛАР ВА ОАВ БИЛАН АЛОҚАЛАРНИ РЕЖАЛАШТИРИШ ТУРАРИ.....</b>	<b>57</b>
4.1. Иш вақтини ташкил этиш.....	60
4.2. Ахборот хизмати ходимларининг иш куни тартиби.....	60
4.3. Медиа-режалаштириш ва унинг таркибий қисмлари.....	61
<b>5. ЖАМОАТЧИЛИК ВА ОАВ УЧУН ТАДБИРЛАР ТАШКИЛ ЭТИШ.....</b>	<b>65</b>
5.1. Тадбирларнинг турлари (матбуот анжумани, матбуот-брифинг, давра суҳбати, пресс-тур).....	68
5.1.1. Матбуот анжумани.....	68
5.1.2. Брифинг.....	68

5.1.3.	Ахборот учрашуви.....	68
5.1.4.	Давра суҳбати.....	69
5.1.5.	Тақдимот.....	69
5.1.6.	Пресс-тур.....	70
5.2.1.	Жамоатчилик олдида чиқиш технологияси.....	72
5.3.	Тадбирларда ахборот хизмати ходимлари томонидан тарқатиладиган ахборот материали.....	74
5.4.	Матбуот анжуманини ташкил этиш ва ўтказиш қоидалари.....	77
5.5.	Матбуот анжуманини ўтказишда энг кўп йўл қўйиладиган хато.....	85
5.6.	Пресс-релиз. Пресс-релизнинг турлари, мақсадлари .....	86
5.6.1.	Пресс-релизнинг тузилиши.....	88
5.6.2.	Пресс-релизни ёзиш қоидалари.....	89
5.6.3.	Пресс-релизни тузиш ва расмийлаштириш.....	92
5.7.	Фотосуратни жойлаштириш қоидалари .....	92

## **6. АХБОРОТ ХИЗМАТИ ИШИДА**

### **ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЛАРДАН ФойДАЛАНИШ..... 95**

6.1.	Ижро ҳоқимияти ҳудудий органининг расмий сайти.....	98
6.1.1.	Веб-сайтга қўйиладиган асосий талаблар.....	102
6.1.2.	Сайт учун ахборот ёзиш .....	104
6.1.3.	Сайтдаги фотосуратлар, уларнинг ўзига хослиги ва долзарблиги. .	105
6.1.4.	Сарлавҳа устида ишлаш.....	106
6.1.5.	Сайт дизайни.....	109
6.1.6.	Расмий сайтни ижтимоий тармоқларда оммалаштириш.....	110
6.2.	Ижтимоий тармоқларда ишлаш ва блог юриштиш.....	112
6.2.1.	Ижтимоий тармоқларда ишлаш.....	112
6.2.2.	Блогларда фотосурат ва видеотасвирларни жойлаштириш қоидалари.....	116
	Глоссарий.....	118
	Фойдаланилган адабиётлар.....	122
	Иловадар.....	126

## КИРИШ СЎЗИ

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 гоёларини тарқатиш ҳуқуқларини амалга ошириш каби таркибий қисмлардан иборат бўлган фуқароларнинг ахборот соҳасидаги эркинлиги ҳамда ҳуқуқларини таъминлаш Ўзбекистонда демократик жамиятни қуришнинг тамал тоши ҳисобланади”<sup>1</sup>.

Кундалик амалиётда ахборот алмашиш ҳажми мунтазам ўсиб бормоқда, бу маҳаллий ҳокимлик органларида ахборотни олиш, ишлаш ва уларга ўз вақтида жавоб бериш 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 этиши керак?”, “Фуқаролар ва ОАВ билан мулоқотда қайси коммуникациянинг қандай усул ва воситаларидан фойдаланиш зарур?”, “Иш вақти ҳамда жойини қандай ташкил этиши керак?” ва бошқа шу сингари кўплаб саволларга жавоб топишлари мумкин. Қўлланма БМТТДнинг “Маҳаллий бошқарув тизимини қўллаб-қувватлаш: фуқаролик иштироки ва ҳамкорлиги” лойиҳаси доирасида ташкил этилган ва тадқиқот ўтказилган Жиззах ва Наманган вилоятларидаги ахборот хизматлар фаолиятдан олинган мисол, диаграмма ҳамда фотосуратларни ўз ичига олади.

---

<sup>1</sup> Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислоом Каримовнинг 2010 йил 12 ноябрда Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Қонунчилик палатаси ва Сенатининг қўшма йиғилишида қилган маърузасидан.

# 1. ЗАМОНАВИЙ АХБОРОТ ХИЗМАТЛАРИ

## УМУМИЙ ТАВСИФ

“Ахборот хизмати” тушунчаси  
Ҳокимлик ижроия органлари  
ахборот хизмати ва матбуот  
хизмати ўртасидаги фарқ

## ҲОКИМЛИК ИЖРОИЯ ОРГАНЛАРИ АХБОРОТ ХИЗМАТЛАРИ ИШИ- НИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУ- СИЯТЛАРИ

Ахборот хизматлари жур-  
налистлар билан алоқалар  
ўрнатишининг умумий  
қоидалари

Давлат органлари фаолияти  
тўғрисидаги маълумотни  
олиш

Ҳокимлик ахборот хизмат-  
лари фаолиятининг асосий  
тамойиллари

Объективлик тамойили

Очиқлик тамойили

Долзарблик тамойили

Тезкорлик тамойили

Ижтимоий мўлжалланганлик  
тамойили







## ЗАМОНАВИЙ АХБОРОТ ХИЗМАТЛАРИ

**Х**ар қандай тузилмани ташкил этиши учун, аввало, бу фаолиятнинг нима учун ташкил қилинаётганлиги ва асосий мақсадини билиб олиши керак. Унинг асосий ишлаш тамойилларини билиши, ишда юқори даражали самарадорлик ва натижавийликка эришиши учун уни яхлит кўра олиши 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 бўлиши учун имкон яратилади. Ахборот хизмати асосий фаолият тамойилларини билиши ходимлар фаолиятини тўғри ташкил қилиши учун ёрдам беради. Ахборот хизмати ҳокимликнинг ахборот сиёсатини шакллантириши ва амалга оширишида қай тарзда иштирок этиши тушунтирилади. Фуқаролар, жамоат ташкилотлари, ОАВнинг ҳокимлик фаолияти тўғрисидаги ахборотни тенг олиши қоидалари тушунтирилади. Аҳоли ва ОАВ вакиллари билан ишбилармонлик муносабатларини ўрнатиши бўйича тавсиялар ишлаб чиқилган.

## 1.1. УМУМИЙ ТАЪРИФ

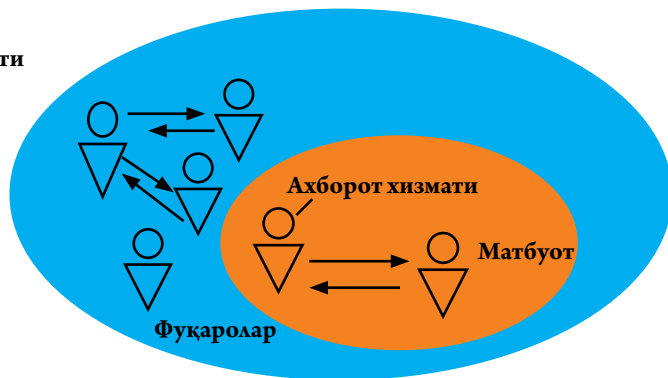
Ҳокимлик ахборот хизмати – бу маҳаллий ижроия ҳокимияти органи аппаратининг бевосита раҳбарига бўйсунадиган тузилмавий бўлинмадир. Ахборот хизмати ишини ташкил қилиш у қайси секторда ишлашига тўғридан-тўғри боғлиқ.

Ахборот хизмати ишини давлат ташкилотларида 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 фаолиятдан ажратиб олинган 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, очиқлиги<sup>2</sup> ҳокимликнинг ахборот хизмати томонидан туман ва шаҳарларда рўй бераётган воқеалар тўғрисидаги фикрларнинг хилма-хиллигини 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 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”

#### Ахборот хизмати



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

<sup>2</sup> Ўзбекистон Республикаси “Давлат ҳокимлик ва бошқарув органлари фаолияти очиқлиги тўғрисида”ги Қонунининг лойиҳаси. [http://www.norma.uz/publish/doc/text81222\\_zakon\\_respubliki\\_uzbekistan](http://www.norma.uz/publish/doc/text81222_zakon_respubliki_uzbekistan)

## 1.2. ИЖРОИЯ ҲОКИМИЯТ ОРГАНЛАРИ АХБОРОТ ХИЗМАТЛАРИ ИШИНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ

**Ахборот хизматининг** фаолияти аҳолини хабардор қилиш ҳамда ҳокимлик (ҳокимлик бошқармалари) ва фуқаролар, шунингдек, маҳалла қўмиталари ҳамда турли хилдаги ННТ сиймосида фуқаролик жамияти институтларининг вакиллари ўртасида ишонч ва ҳамкорлик муҳитини яратишдан иборат. Ахборот хизмати турли коммуникация каналларидан фойдаланган ҳолда, ўз фаолиятини жамоатчиликка ёки маълум вазифаларни бажаришга қаратилган ҳар хил йўналишларда (масалан, давлат бошқаруви органининг обрў эътиборини шакл-лантириш) олиб бориши мумкин. **Ахборот хизмати ўзининг вазифаларини амалга ошириш учун юқори давлат бошқаруви органининг ахборот хизмати, турли даражадаги республика вазирилик ҳамда идораларининг ҳудудий ва таркибий бўлинмалари билан ҳамкорлик қилиши зарур.**

Ҳокимликнинг ахборот хизмати ҳоким билан келишилган ҳолда ишлаб чиқилган ва тасдиқланган тартибларга ҳамда ахборот хизмати фаолиятини беғиллаб 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 ташкил қилиш имконини беради.

Ҳокимликнинг матбуот билан муносабатларини унинг ахборот хизмати йўлга қўяди. Ахборот хизмати ходимларининг нотўғри танланганлиги ҳокимликнинг эзгу ниятларига путур етказиши ва унинг фаолиятини профессионал бўлмаган тарзда тақдим этиши мумкин. Ва, аксинча, малакали, ғайратли, фаол ахборот хизмати жамоаси ижроия ҳокимият органи фаолиятининг муваффақиятига кўмаклашиши мумкин. 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 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 психолог 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 ўтказишга қодир бўлиши зарур.

Ўзбекистонда ОАВ умумий сони (01.07.2012 й. ҳолатига)	
Газеталар	715
Журналлар	263
Веб-сайтлар	196
ТВ	63
Радио	35
Ахборот бюллетенлари	16
Ахборот агентликлари	4
Жами	1292
булардан 774 таси (60 фоизи) нодавлат ҳисобланади	

## Ахборот хизмати журналистлар билан ҳолис муносабат ўрнатиши учун бир нечта умумий қоидага риоя қилиши керак бўлади<sup>3</sup> :

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

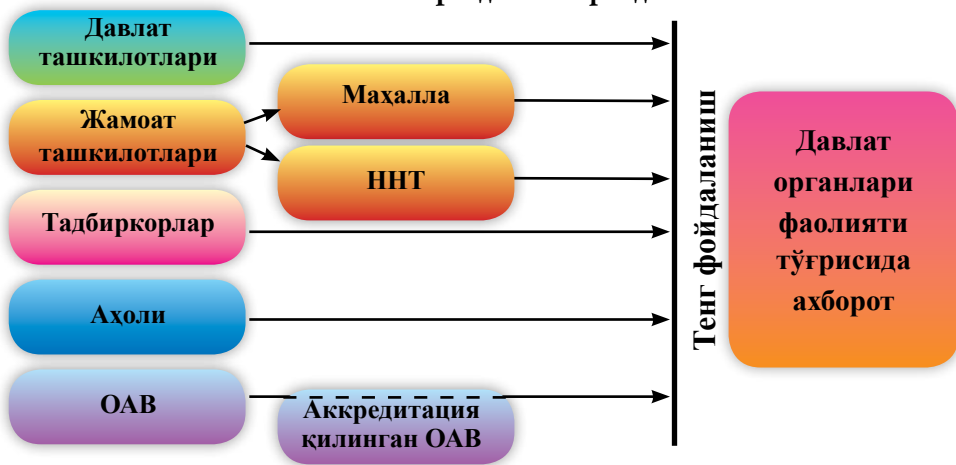
2) матбуотга профессионал даражада хизмат кўрсатиш – журналистларга уларнинг вазифалари ва иш суръатига мос тарзда янгиликларни тайёрлашда ёрдам бериш. Энг асосийси ҳокимлик, фаолияти тўғрисидаги ахборот ўз вақтида журналистлар қўлига тушмаса, аҳолига етиб бормаслиги мумкин.

3) “Кўнгилсиз воқеани яшириш”ни илтимос қилмаслик – бунга ўхшаш илтимослар сўровчининг профессионал эмаслигидан далолат беради ва бу унга нисбатан ҳушёр муносабатда бўлишга ундайди. Бундан ташқари, баъзида айнан шунга ўхшаш илтимослар нашр раҳбариятига у ёки бу воқеанинг бутун “ноҳушлиги”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 янгиликларнинг оқимини умумий 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.

### 1.3. ДАВЛАТ ОРГАНЛАРИ ФАОЛИЯТИ ТЎҒРИСИДАГИ АХБОРОТНИ ОЛИШ

2-чизма. Ахборотдан тенг фойдаланиш



<sup>3</sup> Катлин С.М. Сентер А.Х., Брум Г.М. Паблик рилейншз. Теория и практика. М.: Вильямс, 2001.124-бет.

**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 фойдаланади? Ҳокимият томонидан ахборот хизматига қўйиладиган ўзига хос талаблар қандай?

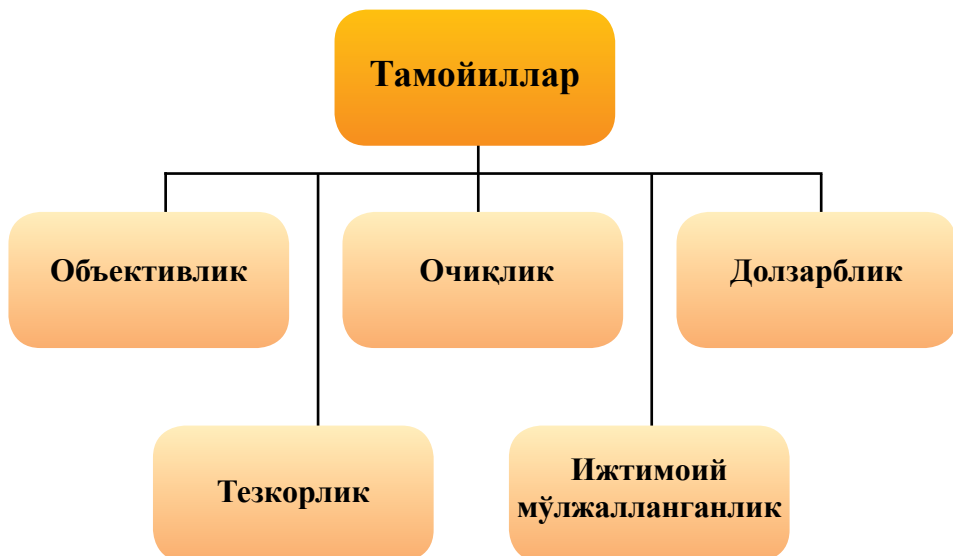
? Туман (шаҳар) аҳолиси учун қайси ахборот энг кўп қизиқиш уйғотади? Фуқароларнинг ахборот сўровларини қандай олиш ва ишлаш керак?

? 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?

#### **1.4. ҲОКИМЛИКЛАР АХБОРОТ ХИЗМАТЛАРИ ФАОЛИЯТИНИНГ АСОСИЙ ТАМОЙИЛЛАРИ**

**3-чизма. Ахборот хизматлари фаолиятининг бешта тамойили**



### **Объективлик тамойли.**

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

### **Очиқлик тамойли.**

Ахборот хизмати ҳокимликка келиб тушаётган ва ахборотга тааллуқли барча шахсий сўровларни қаноатлантиради, ахборот очиқлиги тамойилининг чекловчи рўйхатга киритилганлигини асослай оладиган ҳолатлар бундан мустасно.



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

### **Долзарблилик тамойли.**

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

### **Тезкорлик тамойли.**

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. Қўпи билан 3 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 тамойли.**

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

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

*Аризалар ва шикоятлар давлат органига, жамоат бирлашмасига, корхона, муассаса ва ташкилотга тушган кундан эътиборан бир ойгача муддатда ҳал этилади, улар масалани моҳиятан 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*







## 2. АХБОРОТ ХИЗМАТИ: МАҚСАДИ, ФУНКЦИЯЛАРИ ВА ТУЗИЛМАСИ

### АХБОРОТ ХИЗМАТИНИНГ АСОСИЙ МАҚСАД, ВАЗИФА ВА ФУНКЦИЯЛАРИ

Ахборот хизмати фаолиятининг ички йўналиши

Фаолиятнинг ташқи йўналиши

Ахборот хизмати бош мақсади

Ахборот хизмати вазифа ва функциялари

### АХБОРОТ ХИЗМАТИ ТУЗИЛМАСИ ВА КАДРЛАР МАСАЛАСИ

Туман, шаҳар ва вилоят ахборот хизматининг ташкилий тузилмаси

Бўлғуси ахборот хизмати ходимларига талаблар

Ахборот хизмати раҳбари

Ахборот хизмати раҳбарининг асосий вазифалари

### АХБОРОТ ХИЗМАТИ ХОДИМИНИНГ ИШ ЖОЙИ

Ахборот хизмати биносининг келувчилар учун очиқлиги

Техник жиҳозлаш

Ахборот хизматида иш юри-тиш

### АХБОРОТ ХИЗМАТИ ХОДИМЛАРИ ФАОЛИЯТИНИНГ АХЛОҚИЙ ЖИҲАТЛАРИ

Ахлоқнинг кадриятлар тизими сифатидаги таърифи

Ахборот хизмати ходимининг ахлоқий қоидалари



NAMANGAN  
VILOYAT HOKIMLIGI



Uzbekiston

**NAMANGAN VILOYAT  
HOKIMLIGI  
PROT XIZMATI**



## АХБОРОТ ХИЗМАТИ: МАҚСАДИ, ТУЗИЛМАСИ ВА ТАМОЙИЛЛАРИ


**А**хборот хизмати асосий мақсад ва вазифаларини аниқ билиши, ўз фаолиятига тааллуқли меъёрий-ҳуқуқий базага эга бўлиши – ахборот хизмати муваффақиятли фаолият юритишининг гаровидир. Мазкур бобда ахборот хизматининг мақсад ва вазифаларига батафсил таъриф берилади. Кадрларни танлаш ва уларни лавозим мажбуриятларининг рўйхати бўйича тавсиялар келтириб ўтилади. Ушбу бобда келтирилган ахборот хизмати фаолиятининг ахлоқий жиҳатларига 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 этиши бўйича тавсиялар тақдим этилади.



## 2.1. АХБОРОТ ХИЗМАТИНИНГ АСОСИЙ МАҚСАД, ВАЗИФА ВА ФУНКЦИЯЛАРИ

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

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



БМТТДнинг “Маҳаллий ҳокимлик органларини қўллаб-қувватлаш: фуқаролик иштироки ва ҳамкорлик” лойиҳаси доирасида 2010 йилда ахборот хизматларининг асосий истеъмолчилари (аҳоли, тадбиркорлар ва жамоат бирлашмалари)нинг фикрини ўрганиш мақсадида ўрганилган ҳудудларда жойлардаги давлат ҳокимияти органлари салоҳиятини аниқлаш учун ижтимоий тадқиқот ўтказилган эди. Мазкур тадқиқот натижаларининг кўрсатишича, сўралганларнинг Жиззах вилоятида 20 фоизи ва Наманган вилоятида 38 фоизи ҳокимликлардан олинган ахборот материалларининг сифати ва уларни олиш тартибидан тўлиқ қаноатланмаганлигини кўрсатди. Сўралганларнинг катта қисми (Жиззахда – 32 фоиз, Наманганда – 42,9 фоиз) берган аризаларига жавоб олмаган. Танланган ҳудудлардаги сўралганларнинг 80 фоизидан ортиғи ахборотни битта манбадан, масалан, ҳокимликнинг ахборот хизматидан олишни хоҳлашини баён қилган.

Ижтимоий сўров маълумотларига кўра, респондентлар ўзлари ахборот олишни истаган қуйидаги саволларни 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 кўмаклашиш ҳисобланади.

## Ахборот хизматининг вазифа ва функциялари

Вазифалар	Функциялар
<p>1. Ҳоким томонидан белгиланадиган ахборот сиёсатини шакллантириш ва амалга оширишда иштирок этиш:</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ҳокимлик маъмуриятининг баёнот, хабар, пресс-релизлари ва бошқа расмий ахборот материалларини тайёрлаш ҳамда тарқатиш;</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● PR-кампанияларни тайёрлаш ва ўтказиш (хабардорликни ошириш мақсадида жамоатчиликни хабардор қилувчи оммавий тадбирлар);</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ахборот хизмати фаолиятининг мақсадларига мувофиқ ҳокимликнинг барча хизматлари ва бўлинмалари ҳамда вазирилик ва идораларнинг ҳудудий бўлинмаларидан ахборот йиғиш, ишлаш, сақлаш ҳамда тарқатиш;</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ҳокимлик фаолиятига тааллуқли материалларини эълон қилиш учун (эфирга чиқиш учун) уларни тайёрлашда иштирок этиш, ҳокимлик бошқарув аппаратининг баёнот, хабар, пресс-релизлар ва бошқа расмий ахборот материалларини тайёрлаш ҳамда тарқатиш;</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ҳокимлик фаолияти доирасидаги меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларнинг ОАВда эълон қилинишини таъминлаш, уларни тушунтириш, Интернетда ҳокимликнинг веб-ресурсларини ташкил қилиш, уларнинг самарали ишлашини таъминлаш;</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ҳокимият фаолиятига оид ахборотни йиғиш, унга ишлов бериш ва тарқатиш;</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ҳокимлик фаолияти тўғрисида фуқароларнинг фикрини аниқлаш мақсадида сўровномалар ўтказиш ҳамда ҳокимга тақдим этиш ва кейин эълон қилиш учун уларни таҳлил қилиш;</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Миллий ва хорижий ОАВ ва журналистлар билан ҳамкорлик қилиш, журналистларни ҳокимлик ҳузурида аккредитациядан ўтказиш ҳамда уларнинг фаолият юритиши учун шароитни таъминлаш, ОАВ мониторингини ўтказиш;</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Фуқароларнинг фикрлари, шикоят ва таклифларини ўрганиш, уларни таҳлил қилиш ва раҳбариятга тақдим этиш;</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ҳоким ва бошқа ҳокимлик ходимларининг фуқаролар билан учрашувларини ташкил этиш.</li> </ul>

Вазифалар	Функциялар
<p>2. Ҳокимлик ва унинг раҳбарияти фаолияти тўғрисида жамоатчиликнинг объектив фикрини шакллантириш.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ахборот хизматининг фаолият доирасига кирадиган масалалар бўйича фуқаро ва ташкилотларнинг муносабатларини ўз вақтида ва сифати кўриб чиқиш;</li> <li>• Жамоатчилик фикри ҳамда маҳаллий, республика ва хорижий ОАВнинг ҳокимлик фаолиятига муносабати ўзгариши тенденцияларининг таҳлилини ўтказиш, шунингдек, уларнинг таъсирини баҳолаш;</li> <li>• Бир хилда талқин қилинмайдиган, ишониб бўлмайдиган, шунингдек, ҳокимликнинг қонуний ҳуқуқ ва манфаатларига дахлдор бошқа маълумотларни ўз ичига олган ОАВ ахбороти эълон қилинган тақдирда, ОАВ таҳририятлари ва журналистларнинг ҳокимлик фаолиятини ёритиш масалалари борасидаги нуқтаи назарини аниқлаштириш;</li> <li>• Ҳокимлик вакиллари билан матбуот анжуманлари, брифинглар, учрашувлар ташкил қилиш ҳамда ОАВга турли хил масалалар бўйича ҳокимлик нуқтаи назарининг расмий изоҳларини тақдим этиш;</li> <li>• Ҳоким ва ҳокимликнинг мансабдор шахслари оммавий чиқишларининг лойиҳалари, шунингдек, ОАВ орқали тарқатиш учун тайёрланадиган материалларнинг мониторингини ўтказиш ҳамда таҳлил қилиш.</li> </ul>

**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 кўмаклашиш ҳисобланади



**1-вазифа.**

Ҳоким томонидан белгиладиган ахборот сиёсатини шакллантириш ва амалга оширишда иштирок этиш

**2-вазифа.**

Ҳокимлик ва унинг раҳбарияти фаолияти тўғрисида жамоатчиликнинг объектив фикрини шакллантириш

## 2.2. АХБОРОТ ХИЗМАТИНИНГ ТУЗИЛМАСИ ВА КАДРЛАР МАСАЛАЛАРИ

АХнинг мақсад ва вазифаларига мувофиқ унинг ташкилий тузилмаси ва штатлар жадвали аниқлаб олинади. Вазифалар 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 мумкин<sup>4</sup> :

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 имкон даражасида жавоб беради)	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 ходимларнинг 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, номзодларнинг **олий маълумотли, компьютер техникаси билан ишлаш кўникмалари, мутахассислик бўйича иш тажрибаси, маълум бир ҳаёт тажрибасига** эга бўлиши зарурлигини ҳисобга олиш керак. Ахборот хизматининг бўлғуси ходимлари ОАВ ва давлат органлари қандай ишлашини яхши билиши ҳамда улар билан яқиндан ҳамкорлик қила олиш муҳим ўрин тутаяди.



**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.**

Агар ахборот хизмати ходимлари муайян ҳокимлик ходимларидан танлаб олинган бўлса, у ҳолда улар учун ахборот технологиялари, журналистика, ижтимоий психология ва бошқарув каби йўналишлар бўйича касбий хабардорлик даражасини оширишни ташкил қилиш зарур.

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

<sup>4</sup> Тавсиялар Жиззах ва Наманган вилоятларининг 6 та танланган ахборот хизматининг иши таҳлилига асосланган.



### 2.2.1. Ахборот хизмати раҳбари

**Ахборот хизмати**ни ҳоқим томонидан тайинланадиган ва лавозимидан озод қилинадиган раҳбар бошқаради. Ахборот хизмати раҳбари бир вақтнинг ўзида ҳоқимнинг 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. Ҳоқимлик ахборот хизмати раҳбари бевосита ҳоқимга бўйсунди. Ахборот хизмати ходимлари эса бевосита ҳоқимлик ахборот хизмати раҳбарининг қўл остида фаолият юритадилар.



#### **Ахборот хизмати раҳбари:**

- ахборот хизмати фаолиятини ташкил этади, режалаштиради ва назорат қилади;
- ҳоқимликнинг 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 лавозимидан озод қилинади. Ахборот хизмати фаолиятининг ахборот, ҳуқуқий, моддий-техник ва транспорт таъминоти, шунингдек, хизмат ходимларининг ижтимоий-маиший таъминоти ҳоқимликнинг 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 ҳоқимликнинг бутун фаолиятдан хабардор бўлиши шарт.

#### **Ҳоқимлик ахборот хизмати раҳбарининг асосий хизмат вазифалари:**

- ҳоқимликнинг ахборот сиёсатини амалга ошириш учун ҳоқим билан биргаликда медиа-режани ишлаб чиқиш;
- ҳудудий ОАВ позицияси ҳамда ҳудуддаги жамоатчиликнинг ҳоқимлик фаолиятига нисбатан фикри тўғрисида ҳоқимни тезкор хабардор қилиш;
- ҳоқимга ҳудудий муаммолар тўғрисида қисқа ахборот хабарларини мунтазам (масалан, ҳафтасига 1 марта) тақдим этиш;
- ҳоқимлик фаолияти тўғрисида янгиликлар, лавҳалар ва бошқа материалларнинг чиқиши учун ахборот режасини ишлаб чиқиш (1-3 ой учун бўлгани маъқул);
- ҳоқимлик 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 хабарларини мониторинг ва таҳлил қилиш;
- ҳокимлик фаолияти тўғрисида эълон қилинган маълумотларнинг ишончлилигини таҳлил қилиш;
- тушунтириш хатлари, 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 ОАВнинг 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 ярағиб беришга ҳаракат қилиш керак. Хизмат биносига келувчилар учун шинам ва қулай, ўзининг самарали ишлаши учун барча керакли асбоб-ускуналар билан жиҳозланган бўлиши лозим. Ҳар бир ходим замонавий шахсий компьютерга эга бўлиши, ҳокимликнинг маҳаллий тизимига, Интернетга кира олиши шарт. Ахборот хизмати офиси сканер ва принтер ёки кўп функцияли мослама (принтер, сканер, факсимил мосламаси сингари, қўшимча функциялари бўлган нусха кўчириш аппарати) билан жиҳозланган бўлиши керак. Ахборот хизмати ходимининг иш столида кундалик дафтар, органайзер, иш телефони бўлиши лозим. Ахборот хизмати раҳбари телефон аппаратидан ташқари, факс билан ҳам таъминланган бўлиши шарт. Шунингдек, ахборот хизмати видеокамера, рақамли фотоаппарат, рақамли диктофонга ҳам эга бўлиши керак.



## АХБОРОТ ХИЗМАТИДА ҚЎЙИДАГИ ТЕМАТИК ЖИЛДЛАР БЎЛИШИ КЕРАК:

“Ўзбекистон Республикасининг меъерий-ҳуқуқий ҳужжатлари: Ўзбекистон Республикаси қонунлари, Олий Мажлис палаталарининг қарорлари, Ўзбекистон Республикаси Президентининг фармонлари, қарорлари, фармойишлари, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг қарорлари, фармойишлари ва ҳоказолар”

“ОАВ мониторинги”

“Ҳисоботлар” (жумладан, ҳокимлик раҳбариятининг сўрови бўйича)

“Ҳокимнинг буйруқлари ва қарорлари”

ва йўналишлар устуворлиги бўйича бошқалар



“Медиа-режа” (ҳокимлик ахборот фаолиятининг режа ва тактикалари)

“Бошқа чиқувчи ҳужжат ва хатлар”

“Фуқаролар ва ОАВнинг сўровлари” (фуқаролар ва ОАВнинг барча мурожаатлари мазкур жилд ахборот хизматининг тегишли жавоблари билан сақданиши керак)

“Бошқа кирувчи ҳужжат ва хатлар”

Мазкур жилдларнинг барчаси қоғоз ва/ёки электрон кўринишда доимий тартибда юритилиши зарур. Ҳужжатлар келиб тушиши, тадбирларни ўтказишга кўра уларни ўз вақтида жойлаштириш, шунингдек, 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 харажатини тежашга имкон беради, қоғоз шаклида архивлаштиришни талаб қилмайди.**

## 2.4. АХБОРОТ ХИЗМАТИ ХОДИМЛАРИ ФАОЛИЯТИНИНГ АҲЛОҚИЙ ЖИҲАТЛАРИ

**Этика** – бу шундай қадрият мезоники, унинг ёрдамида инсон нималар тўғри ва нима нотўғри, холис ёки нохолис, адолатли ёки адолатсиз эканлигини аниқлаб олади. Ахборот хизмати ходимлари учун ҳуқуқий ва ахлоқий меъёрларга риоя қилиш муҳим 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 этика меъёрлари 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 керак;
- 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 тутиши, маънавий-ахлоқий меъёрларини ўз ичига олган ички қоидаларни қабул қилиши тавсия этилади. Ходимни ишга қабул қилиш вақтида лавозим бўйича йўриқнома билан бирга, уни мазкур ахлоқий қоидалар билан ҳам таништириш лозим. Ахлоқий қоидалар ахборот хизматининг муваффақиятларига кўмаклашади, хизматнинг ходимлари ва фуқаролар билан муносабатларни тартибга солади.



# 3. АХБОРОТ ХИЗМАТЛАРИНИНГ ФУҚАРОЛАР ВА ЖУРНАЛИСТЛАР БИЛАН ҲАМКОРЛИГИ

## ДАВЛАТ ОРГАНЛАРИ ТЎҒРИСИДАГИ МАЪ- ЛУМОТНИ ТАҚДИМ ЭТИШ ШАКЛЛАРИ

Ахборот турлари ва шакллари таснифи

Очиқ ахборот турлари рўйхати  
Ҳокимлик ичида ахборот олиш усуллари

Ахборот олишнинг ички ва ташқи мувофиқлаштириш мисоллари

## АУДИТОРИЯ ТУРЛАРИ

Ахборот хизмати ва журналистлар ўртасида муносабат ўрнатишнинг умумий қоидалари

Давлат идоралари фаолияти ҳақидаги маълумотларни олиш ҳуқуқи

Ҳокимият ахборот хизмати фаолиятининг асосий тамойиллари

Ҳолислик тамойили

Аниқлик тамойили

Долзарблик тамойили

Тезкорлик тамойили

Ижтимоий йўналтирилганлик тамойили

## КОММУНИКАЦИЯ КАНАЛЛАРИ

Коммуникация каналлари тушунчаси ва турлари

Ахборот хизматининг жамоатчилик билан алоқаси тузилмаси

## АХБОРОТ ХИЗМАТИ- НИНГ ЖУРНАЛИСТЛАР БИЛАН ИШЛАШИДА АККРЕДИТАЦИЯНИНГ РОЛИ

Журналистлар аккредитациясининг ҳуқуқий асослари

Аккредитация учун талабномани расмийлаштириш тартиби

Аккредитация турлари





## АХБОРОТ ХИЗМАТЛАРИНИНГ ФУҚАРОЛАР ВА ЖУРНАЛИСТЛАР БИЛАН ҲАМКОРЛИГИ

**А**хборот хизматининг журналистлар, фуқаролар, давлат хизматчилари билан ўзаро муносабатлари – ахборот хизмати ишининг муваффақияти ёки муваффақиятсизлигини белгилаб берувчи асосий жиҳатлардир. Мазкур бобда ахборот турлари ва шакллариининг батафсил таснифи, ҳоқимликларнинг фуқароларга тақдим этишии шарт бўлган очиқ ахборотнинг тўлиқ рўйхати берилган. Ахборот хизмати ходимлари учун аудитория турларининг таснифи, ахборотни тақдим этиши билан боғлиқ мисолларни билиши жуда муҳимдир. Бобда медиа-карталарни тузиши, ахборотни тўғри ва нотўғри тақдим этиши намуналари берилган. Мисоллар ахборот хизмати ходимларига ўзларининг билим ва кўникмаларини такомиллаштиришида ёрдам беради. Журналист ва ахборот хизмати ходими фаолиятидаги фарқни тушуниши ишонч билан ишлаш ва кўп учраб турадиган хатоларга йўл қўймаслик имконини беради. Аудитория билан мулоқот қилиши борасидаги тавсиялар орқали янада самарали фаолият юритиши учун оптимал коммуникация каналини танлаш кўникмаси шакллантирилади. Бобда журналистларни аккредитация қилишининг меъёрий-ҳуқуқий базаси кўрсатилган ва уни ўтказиши 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 эгаллигини ўз ичига олади, амалдаги конституциявий тузумга қарши қаратилган ахборот ва қонун билан белгиланган чеклашлар бундан мустаснодир.

Давлат ҳокимияти ва бошқарув органлари, фуқароларнинг ўзини ўзи бошқариш органлари, жамоат бирлашмалари ва бошқа нодавлат нотижорат ташкилотлари ҳамда мансабдор шахслар қонун ҳужжатларида белгиланган тартибда ҳар кимга ўзининг ҳуқуқлари, эркинликлари ва қонуний манфаатларига дахлдор бўлган ахборот билан танишиб чиқиш имкониятини таъминлаб беришга, мақбул ахборот ресурслари яратишга, фойдаланувчиларни фуқароларнинг ҳуқуқлари, эркинликлари ва мажбуриятларига, уларнинг ҳавфсизлигига доир ҳамда жамият манфаатларига тааллуқли бошқа масалалар юзасидан ахборот билан оммавий тарзда таъминлашга мажбурдирлар.

**Манба:** Ўзбекистон Республикаси “Ахборот эркинлиги принциплари ва кафолатлари тўғрисида”ги 439-II-сон Қонунининг 8-модда 2-қисми (12.12.2002).

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 таъминланади<sup>5</sup>.

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



<sup>5</sup> Ўзбекистон Республикаси “Ахборотни олиш кафолатлари ва эркинлиги тўғрисида”ги 401-I-сонли Қонунининг 7-моддаси (24.04.1997 й.).

Фуқароларнинг сўровларини олиш ва кўриб чиқиш 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 шикоятнинг мазмуни.

*Мазкур маълумотлари йўқ бўлган мурожаатлар аноним ҳисобланади ва кўриб чиқилмайди.*

**Манба:** Ўзбекистон Республикаси “Фуқароларнинг мурожаатлари тўғрисида”ги Қонунининг 2- ва 12-моддалари (янги таҳрирда).

Ахборот хизмати ходимлари ўз фаолиятида ахборот турлари, яъни, аудио, электрон ва матнли ахборотларни моҳирлик билан биргаликда қўллаш орқали ўз ишида янада юқори самарадорликка эришишлари мумкин. Бирор ҳудуднинг ахборот хизмати ходимлари ташаббуси билан тайёрланган, соддалаштирилган кўринишдаги график (жадваллар, фотосуратлар) матнли, рақамли (статистик маълумот) ахборотни ўз ичига олган мақолалар орқали шу жойда у ёки бу сектор ривожланганлиги ҳақида тўлиқ тасаввурга эга бўлиш мумкин.

Бундай чиқишлар, жонли мулоқотлар, маҳаллий телевидение ва радио орқали берилган интервьюлар аҳоли ва ҳокимлик ўртасидаги ишончни мустаҳкамлаши мумкин.

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



## 3.2. АХБОРОТНИНГ ХОЛИСЛИГИ

**Холис ахборот** – бу бирор-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 маълумот

#### ТИББИЁТ ХОДИМЛАРИ УЧУН ТУРАР ЖОЙ

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

Аҳолига малакали тиббий хизмат кўрсатиши ва профилактика тадбирлари самарадорлигини оширишда соғлиқни сақлаш қўйи бўгинларининг роли жуда катта бўлмоқда.

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

Минтақанинг 175 та туреун тиббий шохобчаларида ҳозирда 299 та шифокор меҳнат қилмоқда. Туреун тиббий шохобчаларини малакали кадрлар билан тўлдириши учун ҳукумат ҳужжатиغا мувофиқ қишлоқ жойларда намунали лойиҳалар бўйича яқка тартибдаги турар-жойлар қурилмоқда.

Хусусан, Жиззах туманида жойлашган “Ардошхон” туреун 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” туреун тиббий шохобча шифокори учун тайёр коттеж сотиб олинган. Бу ерда ҳам охириги ишлар тугалланмоқда. Шунингдек, вилоятнинг Арнасой, Бахмал, Ғаллаорол, Форши ва Янгиобод туманларида ҳам қишлоқ шифокорлари учун уй-жой қурилиши якунланмоқда.

**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 ишончлилиги.** Агар ахборот вазиятнинг асл ҳолатини акс этирса, 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 маҳсулотлар билан чакана савдони амалга ошириш хуқуқини берувчи гувоҳнома.
2. Ўзбекистон Республикаси ҳудудда ва унинг ташқарисда гастрол-концерт фаолиятини амалга ошириш, никоҳ, юбилей ва бошқа тантаналарда концерт хизмати кўрсатиш, грампластинкалар, видеокассеталарни ишлаб чиқариш, ёзиш, нусха кўчириш ва сотиш бўйича фаолиятга.
3. Нефть маҳсулотларини сотиш фаолиятига.
4. Улуржи 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 обрусига 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 жойларини 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 куни 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 вакиллариининг август ойида ҳудудларни ободонлаштириш ва тозалаш ойлиги, жорий йилнинг 13-14 августиди эса – хайрия хаширини ўтказиш тўғрисида ташаббус маъқулланди. Мазкур фармойишга мувофиқ, келаси шанба ва яшанба – 13-14 август кунлари вилоятимиз шаҳар ва қишлоқлари, меҳнат жамоаларида хайрия хашири ўтказилади. Жиззах шаҳри ва тумани ҳокимликлари зиммасига бир ҳафта давомида вилоят ҳокимлигида ўтказилган иш тўғрисида ахборотни тақдим этиш вазифаси юклатилди. Ҳашир муносабати билан бошқарма, муассаса, ташилот ва меҳнат жамоалари ходимларининг бир кунлик иш хақи ихтиёрий тарзда “Маҳалла” хайрия жамғармаси вилоят бўлинмасининг ҳисоб рақамига (х/р 000000000000000000, МОЮ: 000000, ИНН: 00000000 “Банк”да) ўтказилиши белгилаб қўйилган. Вилоят ички ишлар бошқармаси (А.А.)га ҳудудларни ободонлаштириш ва тозалаш ойли-

ги давомиди ва айниқса умумхалқ хайрия хашири кунларида жамоат тартибини сақлаши ва унга риоя қилиши ҳамда ёнги хавфсизлигини таъминлаши бўйича барча зарурий чораларни кўриши, шунингдек, бу ишларда фойдаланиладиган техник воситалар яроқмлигини алоҳида назорат қилиши топирилган. Вилоят телерадиокомпанияси (Э.Э.), “Жиззах ҳақиқати” – “Джизакская правда” газеталари таҳририяти (С.Сафаров) ҳамда барча оммавий ахборот воситаларига ҳудудларни ободонлаштириши ва тозалаши ойлиги ва хайрия хашири жараёнини кенг ёритиб бориши тавсия қилинган. Мазкур фармойиши бажарилишини назорат қилиши вилоят ҳокимининг ўринбосарлари Б.Б. ва К.Кга юклатилган”.

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

### Фаргона вилоят ҳокимлигининг расмий сайти СПОРТ ФЕСТИВАЛИ



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

Фестиваль соғлом турмуш тарзини шакллантириши, хотин-қизлар соғлигини мустаҳкамлаши, уларнинг ижтимоий фаоллигини ошириши, хотин-қизларни жисмоний тарбия ва спорт машғулотларига кенг жалб қилиши мақсадида ўтказилмоқда.

Маҳаллий болалар ва ўсмирлар спорт мажмуасида ўтказилган фестивалнинг очилиши 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 роли тўғрисида гапирдилар.

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

- Фестивал доирасида 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, умумжамоа 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 айни 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 жиҳатдан фойдасиз ҳисобланади.

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

**“Тошкент шаҳар ҳокимлигида фуқароларни қабул қилишни ташкил этиш тўғрисида:**



- Тошкент шаҳар ҳокимлигида фуқароларни қабул қилиш Ўзбекистон Республикасининг Конституцияси, Ўзбекистон Республикасининг “Фуқароларнинг муурожаатлари тўғрисида”ги 446-II-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 регламентига мувофиқ ташкил этилган.

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

- Фуқароларни ҳоким ва унинг ўринбосарлари қабулига ёзиб қўйиш ҳокимлик аппарати ишлари бошқармасининг умумий масалалар бўйича бош мутахассиси томонидан амалга оширилади.

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

- Ўзбекистон Республикаси “Фуқароларнинг муурожаатлари тўғрисида”ги Қонунининг 6-моддасига мувофиқ, фамилия, исм, манзил кўрсатилмаган, ёлгон маълумотлар, шунингдек, сохта имзоли муурожаатлар аноним ҳисобланади ва кўриб чиқилмайди”.

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

**Ахборотнинг фойдалилиги ёки муҳимлиги.** Ахборотнинг фойдалилиги унинг фуқаролар учун муҳимлиги 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 лозим. Фикри-мизга далил сифатида, Жиззах вилояти ҳокимлигининг <http://www.jizzax.uz> расмий веб-сайтидан мисол келтириш мумкин:

### ФУҚАРОЛАР МУРОЖААТЛАРИНИ КЎРИБ ЧИҚИШ

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

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

Вилоят ҳокимлигида фуқароларни қабул қилиши вилоят ҳокими, ҳоким ўринбосарлари, ҳокимлик аппаратининг котибият, бўлим ва гуруҳлар раҳбарлари томонидан фуқароларни қабул қилиши хонасида ўтказилади. Ҳар бир фуқаро қабул қилинганидан сўнг қабул қилиши карточкаси расмийлаштирилади. Унда фуқаронинг фамилияси, исми, отасининг исми, турад жойи тўғрисидаги маълумот, фуқаро мурожаатининг мазмуни кўрсатилади. Қабул қилиши 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 бошлаб бир ой муддат ичида, қўшимча ўрганиши ва текширувни талаб қилмайдиган ариза ва шикоятлар эса – 15 кундан кечикмасдан кўриб чиқилади.

Ҳар 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 йиғилишлари 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

### **3.3. 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 тузилиши ва фаолияти тўғрисида:**

- ҳокимликлар тузилиши, таркиби, функциялари, вазифалари, ваколатлари ва асосий фаолияти тўғрисида (ҳокимликнинг ҳуқуқий мақомини, жумладан, ҳокимлик, унинг таркибий бўлинмалари ҳамда бўйсунувчи ташкилотларнинг ташкилий тузилиши, 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 фаолият 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 қисқача 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 маҳсулотлар етказиб бериш (ишларни бажариш, хизмат кўрсатиш) бўйича ўтказиладиган очиқ танлов (тендерлар) ва ким ошди савдолари тўғрисида.



## Худудий ривожлантириш тўғрисида:



- ҳудудларни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш бўйича комплекс дастурлар тўғрисида;
- халқ хўжалиги соҳаларида ислохотларни чуқурлаштириш ҳамда халқ фаровонлигини ошириш бўйича ҳукумат ва худудий дастурларни амалга ошириш тўғрисида;
- фуқароларнинг ижтимоий ва ҳуқуқий ҳимояси тўғрисида;
- худудни 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;
  - алкогольли 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 дискаларни ишлаб чиқиш, ёзиш, нуска кўчириш ва сотиш бўйича фаолиятни лицензиялаш тартиби тўғрисида;
  - уағуржи савдони амалга ошириш бўйича фаолиятни лицензиялаш тартиби тўғрисида;
  - бошқа фаолият турларини лицензиялаш тартиби тўғрисида;

- мол-мулки реализация қилинадиган иқтисодий ночор 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 ислохотларнинг натижалари, туманлар бўйича қишлоқ хўжалиги маҳсулотларининг асосий турларини ишлаб чиқаришнинг ҳолати тўғрисида;
- капитал курилишда иқтисодий ислохотларнинг бериши тўғрисида;
- мавжуд маршрутлар ва транспорт хизматларини ташкил этиш бўйича фуқароларнинг таклифларини қабул қилиш тўғрисида;
- вилоят 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, вояга 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 масалалари 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 учун талаб қилинадиган ҳужжатларни рўйхатдан ўтказиш ва рўйхатга 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 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 рўйхатга 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, ундаги ислохотларнинг асосий босқичлари ва хизматлар сифатини янада яхшилаш юзасидан кўрилатган чора-тадбирлар, коммунал хизматлардан фойдаланувчиларга яратилган имкониятлар, шарт-шароитлар тўғрисида ва ҳаказо.

### 3.4. ҲОКИМЛИҚДАГИ АХБОРОТЛАРНИ ЙИГИШ УСУЛАРИ

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, устида ишлаш ва ошкор қилиш тартиби ҳокимнинг ахборот хизматининг мазкур фаолият турини белгилаб берувчи қарорида аниқ белгиланган бўлиши шарт.

#### Қуйида ахборот олишнинг ички ва ташқи мувофиқлаштириш бўйича иккита мисол келтирилган

##### **1-мисол: Бошқа давлат органларидан ахборотни қандай олиш керак?**

Ҳокимликнинг интерактив хизматлари тўғрисида ахборот бўлимини тўлдириш зарурати юзга келганда, ҳокимлик томонидан бериладиган лицензияларни бериш процедуралари тўғрисидаги ахборотни олиш лозим бўлади. Мисол учун, грампластинкалар, аудиокассеталар ва лазерли дискларни ишлаб чиқиш, 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 таркибига мавжуд бўлади. Бу, ўз навбатида, мазкур турдаги ахборотни олиш учун ташқи манбага мурожаат қилиш кераклигидан далолат беради.

Республика аҳамиятидаги меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатни эълон қилиш мажбурий бўлиб, улар Ўзбекистон Республикасининг [www.lex.uz](http://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 Республикасининг Маданият ва спорт ишлари вазирлиги, вилоятлар ва Тошкент шаҳрининг маданият ва спорт ишлари бошқармалари бажаради. Сиз қайд қилинган лицензиялаш тартиби тўғрисидаги ахборотни улардан олишингиз мумкин.

Сизнинг  
ҳаракатларингиз

Мазкур органга ёзма равишда мурожаат қилиб, сиз сўраётган маълумотни жўнатишларини илтимос қилишингиз керак. Бунда Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2003 йил 11 ноябрдаги 498-сонли қарорининг 2-иловасидаги грампластинкалар, аудиокассетаалар ва лазерли дискларни ишлаб чиқиш, ишлаб чиқариш, ёзиш, нусха кўчириш ва сотиш бўйича фаолиятни лицензиялаш тартиби тўғрисидаги низомга ишора қилинади. Хатда сўралаётган ахборот электрон форматда бўлиши кераклиги, чунки сиз уни ҳокимликнинг веб-сайтига жойлаштиришингизни кўрсатиб ўтиш лозим бўлади.

Ахборотни ҳокимлик веб-сайтига жойлаштириб, тегишли қонунчиликка ўзгартиришлар киритилса, сиз уни янгилаб туришингиз керак. Бунинг учун вақти-вақти билан [www.lex.uz](http://www.lex.uz) тизимида мурожаат қилиб, тегишли ўзгартиришларни кузатиб боришингиз ёки грампластинкалар, аудиокассетаалар ва лазерли дискларни ишлаб чиқиш, ишлаб чиқариш, ёзиш, нусха кўчириш ва сотиш бўйича, фаолиятни лицензиялаш бўйича комиссиянинг ишчи органига мурожаат қилаётган хатингизга қайд қилинган тартибга киритиладиган ўзгартиришларни юбориш кераклиги тўғрисидаги бандни киритишингиз шарт.

### **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 ҳокимлик 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, 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 сайтига жойлаштириш ёки мазкур маълумотни сўраган аризагача жўнатиш мумкин.


## **Сизнинг ҳаракатларингиз**

Ҳокимлик қарорларида кейинчалик киритиладиган ўзгариш ва қўшимчалардан хабардор бўлиш учун ҳокимликнинг умумий бўлими, девонхонаси ва юристи билан доимий алоқани ўрнатиш керак.

### **Аудитория турлари**

Ахборот хизмати ўзи ташкил қилинган вилоят/ҳудуд 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 ОАВнинг ахборот сўровлари билан ишлашнинг усул ва тартибларини белгилаб олиш зарур.**




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

### **Аҳоли ва қуйидаги ташкилотларнинг вакиллари ахборот хизматининг аудиторияси ҳисобланади:**

- давлат органлари;
- фуқаролик жамияти, сиёсий партиялар ва жамоат бирлашмалари институтлари;
- оммавий ахборот воситалари;
- бизнес тузималари.

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 муҳим ўрин тугади.



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

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

### **Аҳоли**

Ахборот хизматининг асосий мақсади 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 манзили 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 пенсияларни ҳисоблаб чиқаришнинг янги усули ҳақида гапиришнинг ҳожати йўқ.

### **Ахборот хизмати ходимлари аҳоли билан ишлаш вақтида қуйидагиларни бажариши керак:**

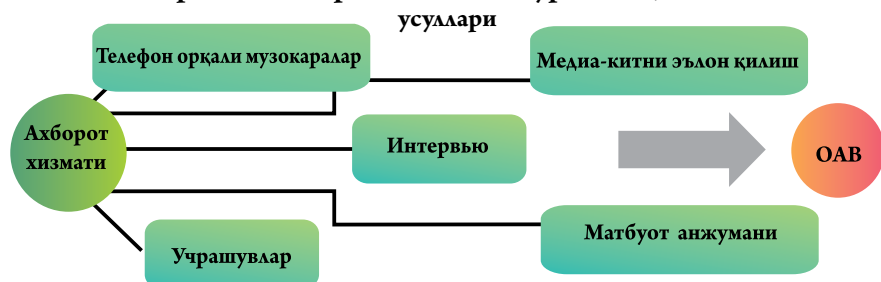
- ҳокимлик фаолиятининг йўналишлари, тадбирлар, ҳудуд аҳолисининг мулкӣ ёки бошқа, масалан, маданий ёки ижтимоий манфаатларига дахлдор бўлган қарорлар тўғрисида ўз вақтида хабардор қилиш;
- фуқароларнинг ахборот хизматларига оғзаки ва ёзма шикоят ҳамда мурожаатларига тезкор жавоб қайтариш;
- “Тезкор алоқа” воситаси орқали ҳокимликнинг расмий веб-сайти, ижтимоий тармоқлар орқали фуқаролар билан қайта алоқани йўлга қўйиш.

### 3.5. ОАВ ВА ЖУРНАЛИСТЛААР- МУҲИМ АУДИТОРИЯ СИФАТИДА

Журналистлар билан ҳамкорлик самарали бўлиши учун ахборот хизмати ходимлари аҳоли ўртасида ахборот тарқатишда ОАВнинг ролини тўғри тушуниши ва баҳолаши керак.

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 муурожаат қилишининг асосий усуллари



ОАВга муурожаат қилишнинг асосий усулларига телефон орқали музокаралар, учрашувлар, интервью, медиа-кит материалларини эълон қилиш ва матбуот анжуманини киритиш мумкин. Тахририятга кўнғироқ қилиш ва журналистга матбуот реализини жўнатишдан олдин у билан суҳбатлашиш матбуот реализларини оддийгина юборгандан кўра кўпроқ натижа беради. Ахборот хизмати ходимининг ташаббусига кўра, журналист билан шахсан учрашув бундан ҳам самарали усул ҳисобланади.

**Интервью** – бу журналистлар билан шахсан мулоқотга киришиш усуллари билан биридир. Ахборот хизмати ходими интервьюдан олдин пухта тайёргарлик кўриши керак. Бунда ҳокимлик томонидан кўтарилаётган масаланинг муҳими билан 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.

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

Матбуот учун, кейинчалик ундан ОАВ вакиллари ахборот сифатида фойдаланадиган **материалларни тақдим этиш** 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



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

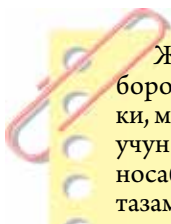
ҳоказолар бўлиши мумкин. Шунинг учун тутиш лозимки, ахборот хизматининг янгиликларга тааллуқли ахбороти газета саҳифаларига қўйилиши учун, эсда қоладиган, воқеалар умумий оқимидан ажралиб турадиган бўлиши керак. Шу ҳолда у ОАВ учун ҳам қизиқарли бўлади.

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 этирилаётган медиа-карта (қуйида берилган) ёки матбуот картаси тўлдирлади.

#### Ахборот хизмати ходими медиа-картасининг намунаси:

Т/р	ОАВ номи	Бош муҳаррир Ф.И.Ш.	Алоқа учун масъул шахс	Алоқалар		Манзил	Нашрни эъён қилиш графиги	Рейтинг
				тел.	E-mail			
1	“Жиззах ҳақиқати”	А.А.А.	Б.Б.Б.	000000	name@mail.uz	Мамлакат/ вилоят/шаҳар/ кўча	Ҳафтада 2 марта	1-ўрин
2	“Жиззах овози”	А.А.А.	Б.Б.Б.	000000	name@mail.uz	Мамлакат/ вилоят/шаҳар/ кўча	Ҳафтада 1 марта	2-ўрин

Таҳририятнинг тузилмаси, саҳифалари, рукнлари, ходимлари (бош муҳаррирдан мухбиргача) тўғрисидаги 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 узатишдир. Шунинг учун тутиш лозимки, матбуот ва журналистлар билан ишончли муносабатларни ўрнатиш учун юқори даражада касб маҳоратига эга бўлиш, ҳалоллик, ўзаро муносабатларда виждонлилик, қабул қилинган ахлоқий қоидаларга мунтазам риоя қилиш сингари фазилатлар керак бўлади.



**Матбуот анжумани ёки журналистлар билан учрашуви.** Ҳокимлик ходимларининг журналистлар билан матбуот анжуманлари ёки шахсий учрашувлардаги мулоқоти ОАВ тахририятлари орасида ахборот (янгиликлар, ҳужжатлар, фото-суратлар)ни манзилли тарқатиш мақсадида олдиндан ташкил этилади. Бундай учрашувлар материал чоп этилиши эҳтимолининг ошишига кўмаклашади, журналистлар ишини осонлаштиради.

Матбуот анжуманини ўтказиш қоидаларига кўра, журналистларга матбуот китлари (тарқатма материаллар) тарқатилади. Тарқатма материаллар барча керакли ахборот, фото-суратлар, маърузачиларнинг 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-И-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”<sup>6</sup>. Айни вақтда, *Ахборот хизмати ходими ҳокимликнинг штатидаги 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, ОАВни 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 ахборотини, у ёки бу масалалар бўйича унинг нуқтаи назарини билдиради.



<sup>6</sup>

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

## Ахборот хизмати ходими ва журналистнинг ишлаш тамойилларидаги фарқлар

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

### Ахборот хизмати ходимларининг журналистлар билан биргаликда ишлаганда йўл қўядиган одатий хатолари<sup>7</sup>

#### ЁДИНГИЗДА ТУТИНГ!

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

ОАВнинг вазифаси ҳокимлик фаолиятини таҳлил қилиш, уни асосли танқид қилиш ҳамда фуқароларни хабардор қилиш учун олинган маълумотни эълон қилиш ҳисобланади. ОАВ билан касб одоби 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.

#### Айблов – “буюртма” мақола

Журналистнинг фикри ва нуқтаи назарига қўшилмаслик материалнинг буюртма, деб айбланиши учун баҳона бўлолмайди. 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.

1-  
ХАТО

<sup>7</sup> Биз Константин Бочарскийнинг <http://www.apress.ru/pro/article/2006> сайтидаги “Семь ошибок пиарщика” (“Жамоатчилик билан ишлайдиган ходимнинг етти хатоси”) мақоласи ёрдамида ахборот хизмати ва ОАВ ўртасида юзага келадиган муносабатларни таҳлил қилиб, ОАВ билан муносабатларда ахборот хизматлар йўл қўядиган 4 та одатдаги хатони ажратиб олдик.

## 2- ХАТО

### Журналист – ҳокимиятнинг хизмат кўрсатувчи ходими

Кўпинча журналист ҳокимликка хизмат кўрсатиши керак, деган хато фикр учрайди. Журналистнинг вазифалари – давлат ҳокимияти органларининг камчиликларини аниқлаш ва асосли танқид қилиш эканлигидан келиб чиққан ҳолда, мазкур мулоҳаза хато ҳисобланади. Кўп ҳолларда ахборот хизматлари журналистнинг мақоаларини тўғрилаш ёки ўзгартиришга ҳаракат қилади, материалларни келишиб олишни талаб қилади. Буларнинг барчаси ОАВ вакиллари билан алоқа ўрнатишга салбий таъсир кўрсатади. Кўп ҳолларда журналистларнинг ўзлари ноаниқликлардан холи бўлиш мақсадида матни ахборот хизмати раҳбари билан келишиб олади, бироқ ахборот хизмати ходими томонидан журналист матнига киритилган тузатишлар муҳим эмас ва у материалнинг мазмунини ўзгартирмайдиган бўлиши лозим. Ўзбекистон Республикаси “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги 541-И-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.”<sup>8</sup>

### Ўз сўздан қайтиш

Агар журналистлар билан интервьюдан кейин бирор-бир сабабларга кўра ўз сўзингиздан қайтсангиз, шу ёдингизда бўлсинки, биринчидан, журналист интервьюни ёзиб олган бўлиши мумкин, иккинчидан, ўз сўзингиздан қайтиш сизга профессионал бўлмаган ёки ваколати йўқ шахс сифатида маълум бир тамғани кўяди. Бундан ташқари, ўз сўзингиздан қайтишингиз сизнинг журналист ва у тақдим этган таҳририят билан муносабатларингизга путур етказиши 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.

## 3- 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 тақдим қилинади. Шунинг ёнда 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, манзили ёндашиш ва шунга мос жавобларни тайёрлаши керак.

## 4- ХАТО

<sup>8</sup>

Ўзбекистон Республикасининг “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги 541-И-сонли Қонуни (1997 йил 26 декабрь) [www.lex.uz](http://www.lex.uz)

### 3.5.1. Давлат хизматчилари

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

#### Бу ишни қандай 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-Нижат” электрон ҳужжатлар айланиш тизими ўрнатилган ҳокимликларга мурожаатни электрон кўринишда жўнатиш лозим. Ахборот хизмати ходими мурожаатни юборган пайтда ўзининг шахсий электрон-рақамли имзосини қўлагани боис, жўнатувчи шахсининг ҳақиқийлиги масаласи шубҳа 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 ходими мушкул аҳволга соладиган ҳар хил саволлардан ҳоли бўлиш осон эмас. Бундай ҳолларда вазиятдан қандай чиқиш мумкин? Албатта, бу хусусда қатъий қоида мавжуд эмас. Бироқ бир нечта қоидага амал қилиш керак:

1. *Имкони борича тўғри бўлиши ва фақат ўзингиз мутлақ аниқ билган нарсани гапирини. Агар сиз бирор-бир нарсага қатъий ишонмасангиз, яхшиси, бунга иқрор бўлиб, масалани чуқурроқ ўрганиб, кейинроқ жавоб қайтаришни ваъда қилганингиз маъқул. Агар савол муаллифи уни чуқурроқ билса, сизни хабардор қилишини илтимос қилиш керак.*

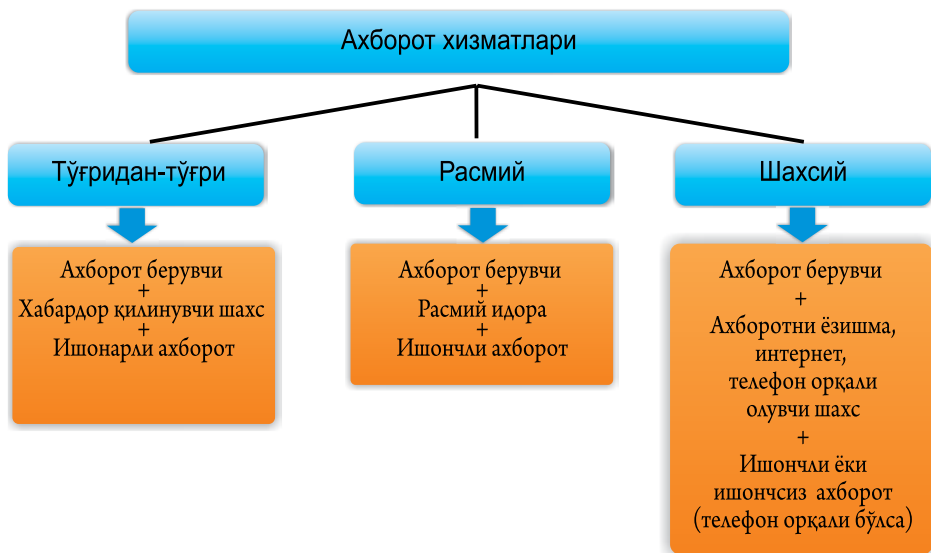
2. *Ҳеч қачон шахсий тусдаги ҳиссиёт ва мулоҳазаларга ўтмаслик лозим.*

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.*

## 3.6. КОММУНИКАЦИЯ КАНАЛЛАРИ

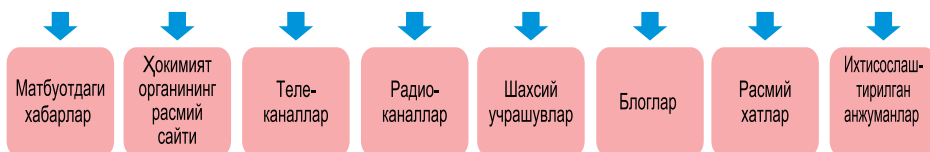
**Коммуникация каналлари** – бу ахборот янгиликлари тарқатиладиган механизмдир. Канал расмий (оммавий ахборот воситалари, онлайн тармоқлари ва бошқалар) ва норасмий (оғзаки мулоқотлар, миш-мишлар ва ҳоказо) бўлиши мумкин. Коммуникация канали орқали ахборотни жўнатувчи ва олувчи ўртасида алоқа ўрнатилади.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

### 6-чизма. Ахборот хизматларининг жамоатчилик билан алоқа ўрнатиш тузилмаси



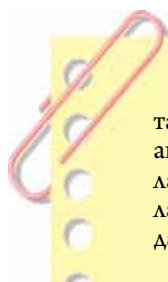
Ахборот хизматлари фаолиятида турли аудиториялар билан алоқа ўрнатиш учун фойдаланиладиган каналлар ва турли алоқа шаклларини ўрганиб чиқишга ўтамиз. Дастлаб коммуникация каналлари тузилмасига мурожаат қиламиз. Бугун биз ахборот узатишнинг анъанавий усулидаги оммавий ахборот воситаларидан аста-секин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

## Кўзда тутилган гуруҳлар билан коммуникация каналлари



### **3.7. 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 қарорига<sup>9</sup> 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 мухбири сифатида аккредитациядан ўтади.



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

<sup>9</sup> 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.).

### 3.7.1. Журналистларни аккредитация қилиш

Аккредитация қилиш учун ОАВ таҳририятининг ҳоқим номига расмий бланкадаги ёзма талабномаси тақдим этилади. Талабнома ОАВ раҳбари 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 ОАВ учун), паспорт маълумотлари;
- диплом нусхаси;
- аккредитацияга тавсия этилаётган ОАВ вакилининг 3x4 ҳажмдаги рангли фотосурати.

### 3.7.2. 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 учун
Махсус	Тадбир алоҳида тартибда ўтказилган тақдирда







# 4. ФУҚАРОЛАР ВА ОАВ БИЛАН АЛОҚАЛАРНИ РЕЖАЛАШТИРИШ ТУРЛАРИ

## ИШ ВАҚТИНИ ТАШ- КИЛ ҚИЛИШ

“Иш вақти” тушунчаси

Иш куни режасини тузиш  
қоидалари

Ахборот хизмати ходимлари кун  
тартиби



## МЕДИА-РЕЖАЛАШТИ- РИШ ВА УНИНГ ТАРКИ- БИЙ ҚИСМАЛARI

Медиа-режани тузиш қоидалари

Медиа-режалаштириш жараёни  
такибий қисмлари

Медиа-режалаштиришга намуна

Ахборот хизмати йиллик режаси

Жамоатчилик билан ишлаш  
режаси

Тадбирларни ёритишга тайёргар-  
лик

Кадрлар ресурсларини ташкил  
қилиш режаси





## ФУҚАРОЛАР ВА ОАВ БИЛАН АЛОҚАЛАРНИ РЕЖАЛАШТИРИШ ТУРЛАРИ

**Д**оимо вақт етишимаслиги, ўта мураккаб (цейтнот) вазиятларга тушиб қолиш сингари синовдан ўтказадиган ҳолатлардан қандай қилиб қутулиш 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 борада келтирилган намуналар сизга амалий ёрдам бўлади. “Медиа-режалаштириш” тушунчаси нафақат тушунтирилган, балки мисолларда аниқ кўрсатиб ҳам берилган. Улар ахборот хизматида ўзларининг шунга ўхшаш режаларини тузишида ёрдам беради. Бобдан ахборот хизмати ходимларининг тахминий иш кун 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 вақти<sup>10</sup>.

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 керак. Бу қисмлар узоқ муддатли, ўрта муддатли ва қисқа муддатли вазифалардан иборат бўлиши мумкин. Ахборот хизмати ходимининг стратегик режаси вақтдан фойдаланиш режаси асосини ташкил этиши керак. Стратегик режадан келиб чиққан ҳолда, йиллик режа тузилади, йиллик режа, ўз навбатида, чорак, ой ва ҳафтага бўлинади. Иш вақтини режалаштиришда иш куни режаси муҳим аҳамиятга эга. У, одатда, юзага келган шароитдан келиб чиқиб, мунтазам янгиланиб бориши керак. Ахборот хизмати раҳбари ходимларга эртанги кунга топшириқ берган ҳолда, ҳар куни уларнинг ишини бевосита режалаштириб бориши зарур

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

## ***4.2. АХБОРОТ ХИЗМАТИ ХОДИМЛАРИНИНГ ИШ КУН ТАРТИБИ***

---

**Ахборот хизмати ходимининг тахминий иш кун 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 ҳоказолар юзасидан ўз фикр-мулоҳазаларини билдиради. Ахборот хизмати раҳбари шу кун учун топшириқлар беради.
- Иш куни мобайнида ахборот хизмати ходимлари ҳокимликнинг турли тузималарига, зарурат бўлса, бошқа ташкилотларга, тегишли расмий талаб юборган ҳолда, ҳоким учун керакли 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 иштирак этиши лозим. Ахборот хизмати ходимлари раҳбарият ва ҳокимлик ходимларини содир бўлаётган ва ташкилот

---

<sup>10</sup> Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. – М.: Инфра-М, 2006

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 режалаштирилган бўлса, 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:** Ахборот хизмати хонаси эшигида ва сайтида иш кун тартибини, фуқаролар мурожаат қилиши учун раҳбарнинг телефон рақами ва электрон почтаси манзилни ёзиб қўйинг.

### **4.3. МЕДИА-РЕЖАЛАШТИРИШ ВА УНИНГ ТАРКИБИЙ ҚИСМЛАРИ**

**Медиа-режалаштириш** (инглизча “media planning”) – ахборот кампанияси режасини тузиш, материални жойлаштириш учун ОАВ ва бошқа медиа-майдонларни танлашдир. Тўғри медиа-режалаштириш хабарнинг керакли аудиторияга етиб бориши учун имконият яратади. Медиа-майдонни ва намойиш вақтини оқилона танлаш хабар қандай аудиторияга мўлжалланган бўлса, айнан шу аудитория уни кўриши ва эшитиши учун гаров бўлади. Медиа-режалаштириш ОАВ-ни танлаш, ахборот кампанияси босқичларини вақт нуқтан назаридан режалаштиришни ўз ичига олади. Одатда, медиа-режа жадвал кўринишида тузилади. Жадвалда медиа-майдон, хабарнинг тури (мақола, аудио-видео ролик, баннер ва ҳоказо), чиқарилиш куни, неча марта чиқарилиши, хронометраж (телерадио хабарлари учун), бетлар сони (газета, журналлар учун) кўрсатилади. Бундай жадвал шакли эҳтиёждан келиб чиққан ҳолда ишлаб чиқиши мумкин. Шундай қилиб, медиа-режалаштиришда унинг учта асосий негизини кўрсатиш мумкин: мақсадларни шакллантириш, фаолият стратегияси ва тактикасини танлаш.

Ахборот хизмати олдинга қўйилган мақсадларнинг турига қараб, стратегик, тактик ва тезкор медиа-режани ишлаб чиқади.

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

**!** *Ҳокимлик ахборот хизматининг медиа-режаси 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.*

### Медиа-режалаштириш қўйидагиларни ўз ичига олади:

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

### Медиа-режалаштириш бўйича мисол (ягона мақсад учун) Нодавлат, нотижорат ташкилотлар билан ҳамкорликни мустаҳкамлашга бағишланган давра суҳбатини ташкил этиш

№	Мавзу	Кўзланган аудитория	Ўтказиш вақти ва жойи	Масъул шахс
1	Оила институтини мустаҳкамлаш масалаларини илгари суриш борасида Жиззах вилоятидаги ОАВ салоҳиятини ошириш	Минтақавий ОАВ журналистлари, ННТ, маҳаллалар, республика “Оиша” илмий-амалий марказининг вилоят бўлими, жамоат ташкилотлари, ҳуқуқни муҳофаза қилиш органлари вакиллари	15.08. 2012 й. Вилоят ҳокимлигининг кичик зали	Д.А. Н.А

Ахборот хизмати фаолияти нафақат ОАВ, балки аҳоли ўртасида ишлаш билан ҳам боғлиқ, шунинг учун ҳар бир ахборот хизмати медиа-режадан ташқари, йиллик иш режасига эга бўлиши ва қуйида келтирилган таркибий қисмлардан иборат бўлиши керак:

### Ҳокимлик ахборот хизматининг йиллик режаси қўйидагиларни ўз ичига олиши керак:

Жамоатчилик билан ишлаш (давлат ва жамоатчилик ташкилотлар тўғрисида маълумотлар банкни яратиш, ҳокимликнинг веб-сайтини янгилаб бориш, ҳокимлик ахборот хизматининг фаолияти тўғрисида аҳолининг фикрини ўрганиш (сўров ўтказиш))

Ҳокимлик ташкил этаётган тадбирларни ўз вақтида ёритишга тайёргарлик кўриш режаси (пресс-релиз ёзиш, фото- ва видеосуратга тушириш, уларни ҳокимиятнинг расмий сайтига жойлаштириш)

Жойлардаги олий ўқув юрталари ва жамоатчилик ташкилотлари билан ҳамкорлик дастурини ишлаб чиққан ҳолда кадрлар ресурси, волонтер (кўнгилли)ларни жалб этиш тизимини яратиш. Ўз навбатида, ҳамкорлик дастури кадрлар билан таъминлаш тизимини мақсадли ўрганишни ва маҳаллий ОАВни қўллаб-қувватлаш ишларини ўз ичига олиши керак. Ахборот хизмати республика олий ўқув юрталаридаги Журналистика факультетларининг “Журналистика” ва “Халқаро журналистика” йўналиши бўйича бакалавриатларининг сўнгги курслари талабалари учун ишлаб чиқариш ва дипломолди амалиёт дастурларини татбиқ қилиши мумкин







# 5. ЖАМОАТЧИЛИК ВА ОАВ УЧУН ТАДБИРЛАР ТАШКИЛ ЭТИШ

## ТАДБИРЛАР ТУРЛАРИ (МАТБУОТ АНЖУМАНИ, МАТБУОТ БРИФИНГИ, ДАВ- РА СУЎБАТИ, ПРЕСС-ТУР

Жамоатчилик ва ОАВ учун тад-  
бирларнинг қисқа тавсифи  
Ахборот учрашувини режалашти-  
риш ва ўтказиш чизмалари  
Пресс-турни (ОАВ вакиллари  
учун саёҳат) тайёрлаш босқичлари  
Пресс-тур дастури намунаси

## ЖАМОАТЧИЛИК ОЛДИ- ДАГИ ЧИҚИШЛАР ТЕХ- НОЛОГИЯСИ

Чиқишнинг асосий мақсадини  
аниқлаш  
Аудитория тўғрисида маълумот  
йиғиш ва унинг таҳлили  
Чиқиш нутқини тайёрлаш  
Чиқиш натижасини мустаҳкамлаш

## ТАДБИРЛАРДА АХБО- РОТ ХИЗМАТИ ХОДИМ- ЛАРИ ТОМОНИДАН ТАРҚАТИЛАДИГАН АХБО- РОТ МАТЕРИАЛИ

Ахборот материаллари турлари-  
нинг қисқача тавсифи  
Пресс-релиз намунаси

## МАТБУОТ АНЖУМАНИ- НИ ТАШКИЛ ҚИЛИШ ВА ЎТКАЗИШ ҚОИДАЛАРИ

Матбуот анжуманига қадам-  
бақадам тайёргарлик.  
Матбуот анжуманида нима қилиш  
керак ва нима қилиш керак эмас?  
Матбуот анжуманини ўтказишда  
кенг тарқалган хатолар

## ПРЕСС-РЕЛИЗ. ПРЕСС- РЕЛИЗ ТУРЛАРИ, МАҚСАДЛАРИ

Пресс-релиз-хабар  
Пресс-релиз-анонс  
Таҳлилий пресс-релиз  
News-релиз  
Пресс-релизларни тузилиш шак-  
ли бўйича таснифи  
Пресс-релиз тузилмаси  
Пресс-релизни ёзиш қоидалари  
Нотўғри пресс-релизга намуна  
Тўғри пресс-релизга намуна  
Пресс-релизни тузиш ва безаш  
Фотосуратларни жойлаштириш  
қоидалари



# ЖАМОАТЧИЛИК ВА ОАВ УЧУН ТАДБИРЛАР ТАШКИЛ ҚИЛИШ

**Ж**амоатчилик ва ОАВ учун тадбирлар ўтказиши – ахборот хизматининг ўта муҳим вазифаларидан биридир, шу туфайли бундай тадбирларни сифатли ўтказиши хизмат обрў-эътиборининг шаклланишида ҳал қилувчи аҳамиятга эга. Ўйлаймизки, ахборот хизмати томонидан ўтказиладиган турли тадбирларнинг батафсил рўйхати ва тавсифи уларни ташкил этиши савиясини оширишига ёрдам беради ва ахборот хизмати обрўсини юксалтиради. Матбуот анжуманларини тайёрлаш ва олиб бориши бўйича батафсил, қадам-бақадам йўриқнома, ахборот хизмати тарқатадиган материаллар турини тавсифлаш ва ифодалаб бериши ҳамда уларни тайёрлаш бўйича аниқ тавсиялар муваффақиятли фаолиятингиз гарови бўлади, деган умиддамиз. Матбуот анжумани ва матбуот-бирифингларига тайёргарлик кўриши ва ўтказиши бўйича тадбирларнинг тахминий намуналари қуйида келтирилган. Пресс-релиз ёзиши бўйича батафсил тушунтиришлар, уларнинг қиёслама намуналари сизга ОАВ билан яхши муносабат ўрнатишига ёрдам беради. Бу каби тадбирларни ўтказишида йўл қўйиладиган оддий хатолар таҳлил қилинади. Бир қараишда, ОАВ учун ташкил этиладиган барча тадбирлар бир-бирига ўхшайди. Ягона мақсадли аудитория ўз қонун ва тартибларини ўтказишига ҳаракат қилади. Ахборот бериши билан боғлиқ ҳар бир тадбир ўзининг бошқалардан мутлақо фарқ қиладиган ёндашувлари, эътибор қаратиладиган жиҳатлари, таъсир қилиши воситаларига эга. Баъзида фарқ унчалик кўзга ташланмайди, аммо, нима бўлганда ҳам, тадбирни нотўғри ташкил этиши шининг умумий самарадорлигига таъсир қилади. Журналистлар учун ташкил этиладиган тадбирлардан кўзланган асосий мақсад ахборотни ОАВ орқали узатиб, жамоатчиликни бохабар қилиши. Гарчи соҳадан йироқ бўлган кишига журналистлар учун ташкил этиладиган барча тадбирлар бир хилдек туюлса-да, улар ягона ахборот тадбирига бирлашган ҳолда, кўзланган мақсад ва ўтказиши хусусиятлари билан бир-биридан фарқ қилади.



## **5.1. ТАДБИРЛАРНИНГ ТУРЛАРИ (МАТБУОТ АНЖУМАНИ, МАТБУОТ-БРИФИНГ, ДАВРА СУҲБАТИ, ПРЕСС-ТУР)**

### **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 бирор ахборот бўлса, юз берган вазиятни тушунтирмоқчи бўлсангиз ва бу жамоатчилик учун муҳим бўлса, матбуот анжумани матбуотга хабар етказишнинг энг мақбул шаклидир. Матбуот эса, ўз навбатида, турли коммуникация каналлари орқали бу янгилик ёки хабарни жамоатчиликка маълум қилади.



### **5.1.2. Брифинг**

Матбуот анжуманидан фарқли ўларок, брифинг долзарб янгиликни тезлик билан тарқатиш ва уни қисқача 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 шахснинг фикридан иборат янгиликни етказиш учун брифинг энг қулай тадбирдир. Одатда, брифингга журналистларнинг 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 мавзуй 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 учрашувида, дастлаб, ташкилотчилар журналистларга минтақадаги вазият тўғрисида тўлиқ маълумот беради, сўнгра шу масала учун мутасадди ташкилотлар ОАВ вакиллари билан саволларига жавоб беради.

**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.

### **5.1.4. Давра суҳбати**

*Давра суҳбати журналистлар учун ташкил этиладиган бошқа тадбирлардан нимаси билан фарқ қилади? Албатта, стол атрофида стуллар қандай терилгани билан эмас, балки муҳокама қилиниши талаб этиладиган муаммонинг борлиги билан ажралиб туради ва унда 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 билан тақриф этиш керак.

Давра суҳбати модератори кўтарилган масала билан атрофлича таниш бўлишдан ташқари, “аудиторияни бошқариш” техникасини ўзлаштирган бўлиши, китмир ва илмоқли саволлардан моҳирона узоқлашиши, 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 ёритиб беришдир. 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 журналистларни қизиқтирган масалалар борасида экспертлар билан учрашувини ҳам ташкил этиш мумкин.

### 5.1.6. Пресс-тур (ОАВ вакиллари учун сайҳат)

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

#### ПРЕСС-ТУРНИ ТАШКИЛ ЭТИШ БОСҚИЧЛАРИ:

1

пресс-турни ўтказишдан кўзланган мақсадни белгилаб олиш

2

пресс-турни ўтказиш куни ва вақтини белгилаш

3

журналистлар учун пресс-тур объектini белгилаш ва мазкур объект бўйича барча зарур маълумотни берадиган мутахассисларни танлаш

4

пресс-тур маршрутини, яъни объектларини кўздан кечириш, навбатини белгилаш

5

тўхташ режалаштирилган ҳар бир объектда тадбирларни ўтказиш учун маъсул шахсларни белгилаш

6

таклиф этиладиган журналистлар рўйхатини тузиш

7

пресс-тур дастурини тузиш

8

ОАВга дастлабки пресс-релиз (анонс) жўнатиш, сўнг батафсил пресс-релиз (янгиликдан иборат) жўнатиш

9

пресс-тур логистикасини ташкил этиш

10

пресс-тур иштирокчилари хавфсиз лигини таъминлаш

Пресс-турнинг асосий афзаллик томони – унинг норасмий тусда ўтишидир. Тадбир давомида журналистлар бирор 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 банд 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 ДАСТУРИ НАМУНАСИ

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

#### ДАСТУР

Йил, сана, ой.

8:00 – 8:45 – ...майдоида журналистларни автобуска 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 вакиллари-нинг медиа-режасини (ҳокимлик биносидан) ишлаб чиқиш;

15.10 – Жўнаб кетиш.

Вилоят ҳокимлигининг Ахборот хизмати

Манзил: \_\_\_\_\_

Мурожаат учун телефонлар: \_\_\_\_\_

Электрон манзил: \_\_\_\_\_



## 5.2. ЖАМОАТЧИЛИК ОЛДИДА ЧИҚИШ

Жамоатчилик олдида чиқиш ахборот хизмати ходимига қўйиладиган муҳим функционал талаблардан биридир. Мазкур бобда чиқишга тайёргарлик кўришнинг, вазиятдан келиб чиққан ҳолда, чиқишдан мақсадни тўғри белгилашнинг батафсил технологияси келтирилган ва ўйлаймизки, бу ҳар қандай аудитория олдида ўзингизни дадил тутишингизга ёрдам беради.

### 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 нотижалик техникасини эгаллаш муҳим аҳамият касб этади. Бу 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 шу ҳақда ўйланг:

**1-ҚАДАМ. Чиқишдан кўзланган мақсадни белгилаб оламиз**

- маълум ахборотни етказиш, фаолиятнинг янги йўналишлари тўғрисида сўзлаб бериш, бирор муаммо, масала юзасидан ўз (яъни расмий) нуқтаи назарингизни билдириш;



- муайян хатти-ҳаракатларга ундаш, аудиториянинг бирор нарсага бўлган 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 эшитаётганларга тушунарли бўлиши керак. Албатта, бу ўз нутқингизда содда сўзлашувга хос сўزلардан фойдаланиш керак, дегани эмас. Нутқда техник, илмий ва бошқа тор аудиторияга тушунарли терминлардан фойдаланишдан ўзингизни тийинг. Ёдда тутинг, “менежмент” ҳамда “креатив” сингари сўزلардан талабалар орасида фойдаланиш – ўринли. Катта ёшда-

гилардан 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-ҚАДАМ.**  
**Жамоатчилик**  
**тўғрисидаги маълумот-**  
**ларни тўплаймиз**

## **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? Нотикдан каттами ёки кичикми? Улар нима мақсадда ташриф буюрганлар? Жамоатчилик қандай манфаатни кўзлайди? Уларнинг маънавий қадриятлари нималардан иборат? Жамоатчиликнинг мақсадлари сизникига қанчалик мос келади? Сиз ва улар кутаётган натижа ўртасида зиддиятлар йўқми?

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

## **3. Образни шакллантириш**

Минбардан сўзга чиққан одам чиқиш олдидан ўзини эксперт, деб таништиради ва одатда, ишонч туғдиради. Бу таассуротни кучайтириш, ишончни оқлаш учун чиқишдан олдин аудиториани 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 эришиши 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 катта бўлади.

## **4. Нутқ тайёрлаш**

Эсингизда бўлсин, чиқишдан кўзланган мақсад иккитадан кўп бўлмаслиги керак. Жамоатчиликка бундан кўпини эслаб қолиш қийин бўлади. Нутқингиз мантиққа тўғри келсин, яъни сиз аудито-



рияга 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 бироз бошқача ифодалаб, унинг эшитувчилар онгига чуқур жойлашишига эришиш ҳам мумкин.

### **5. Танқидни тўғри қабул қилиш**

Агар сизни танқид қилаётган бўлсалар, уларни диққат билан охиригача эшитинг ва фаолиятингизни танқидий нуқтаи назардан таҳлил қилганлари учун сазимий миннатдорчилик билдиринг. Танқид, бу - сизнинг тажрибангиз. Танқид маҳоратни чархлайди. Агар сизга қитмир 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. Якуний натижани мустаҳкамлаш**

Чиқиш давомида аудиторияни кузатиб бориш керак: мақсадга эришганингизни сезишингиз билан, нутқни тугатиш мумкин. Ёдингиздан чиқарманг, нутқинг охири худди сўзбоши каби, кўпроқ ёдда қолади, шунинг учун уни таассурот қолдирадиган иқтибос ёки муайян ҳаракатга қақариқ 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, долзарб мавзудаги, муҳим янгилик ёки фойдали маълумотдан иборат ёки аҳоли кенг қатлами учун мўлжалланган фойдали хабардир.

## ПРЕСС-РЕЛИЗ

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

2012 йил Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А. Каримовнинг таклифи билан “Мустақкам 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 куриш 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 қонуналар борасидаги ҳуқуқий библиографияларини ошириш, уларни ҳуқуқни муҳофаза қилиш идоралари, Омбудсман институти, маҳаллий ўзини ўзи бошқариш идораларининг фуқаролар ҳуқуқини ҳимоя қилиш, ижтимоий ҳамкорликни мустақкамлаш 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 мустақкамлаш.

Давра суҳбати доирасида “Мустақкам оила йили” бўйича қабул қилинган Давлат дастурининг асосий мақсади, оила институтининг қонуний асослари, давлат ва жамоат ташкилотлари ҳамда ОАВнинг оилани мустақкамлаш, ёш авлодни тарбиялаш масалаларини самарали ҳал этишда, шунингдек, ижтимоий ҳамкорликни мустақкамлашдаги роли атрофича ўрганиб чиқилади.

**Ташкилотчиларнинг алоқа манзиллари:**

**Мурожаат учун телефон/Факс:** \_\_\_\_\_

**Электрон манзил:** \_\_\_\_\_

- **Медиа-кит** Медиа-кит (тарқатма материаллар) (media-kit – медиа-тўплам/комплект/пакет). Медиа ёки тарқатма материаллар – пресс-релиздан кейинги ахборот тарқатишнинг муҳим воситаларидан бири. Тарқатма материалларнида муҳокама этилаётган масала бўйича турли материаллар бўлиши керак, улар журналистга мавзунини кенгроқ ёритишга ёрдам беради. Тарқатма материалларни 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.

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

- **“Савол-жавоб” шакли.** Далиллар рўйхатининг 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.** Мавзунини 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 қисқача 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 ҚОЙДАЛАРИ

Матбуот анжумани – ҳокимликнинг бирор масала юзасидан фаолиятини оммавий ахборот воситаларида ёритишнинг энг самарали усули. Матбуот анжумани бу нафақат ҳокимлик фаолияти тўғрисида ахборот бериш, 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. Шунинг учун, ОАВ учун ўтказиладиган тадбирга босқичма-босқич тайёргарлик кўрамиз:



### Матбуот анжумани ўтказишга сабаб бўладиган ахборот топиш

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

### БИРИНЧИ ҚАДАМ:

**Маслаҳат:** Қўнғироқларга зудлик билан жавоб беришга одатланинг. Агар ахборот хизматига учинчи қўнғироқдан кейин ҳеч ким жавоб бермаса – бу масъулиятсизлик белгиси ҳисобланади.

## 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 мавзуси (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 тахририятга телефон қилинг, бўлажак тадбир тўғрисида эслатинг, матбуот анжуманида иштирок этадиган журналистнинг исм-шарифини аниқлаб олинг.



### 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.

## УЧИНЧИ ҚАДАМ:

## 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 олдида стол қўйиб, “Иштирокчиларни рўйхатга олиш”, деган ёзувни 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 тарқатма материалларни 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 ёзувли кўрсаткич; кираверишда иштирокчиларни рўйхатга олиш учун стол ва унда “рўйхатга олиш”, деган ёзувли кўрсаткич.

Барча ташилотчиларда ҳокимлик номи, ходимнинг фамилияси, исми, отасининг исми кўрсатилган бейжик (кўчракка тақиладиган нишон) бўлгани маъқул, сабаби журналистлар турли масала юзасидан кимга мурожаат қилиши кераклигини билишлари керак. Столда сўзга чиқувчилар олдида иштирокчиларнинг фамилияси, исми, отасининг исми кўрсатилган ёзувларни қўйиб қўйинг.



Ҳокимлик баннерини шундай қўйингки, у кўпроқ кадрга тушсин ва биринчи планда бўлсин. Одатда, баннер 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 бошқа иштирокчиларни олдиндан регламент билан таништириш зарур.

### 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 иштирокчиларни таништиради, сўзга чиқиш регламентини эълон қилади, савол беришга навбат тузади, матбуот анжумани тугаганини билдиради.

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

## ОЛТИНЧИ ҚАДАМ:

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

## ЕТТИНЧИ ҚАДАМ:

**Матбуот анжумани бошланди. Матбуот анжуманини қанча 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 истадилар. 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 ўтказинг, чунки уларнинг ишдан чиқиши тадбирни тўхташиб қўйиши ва умумий кайфиятга салбий таъсир кўрсатиши мумкин.

## САККИЗИНЧИ ҚАДАМ:

### Саволларга жавоб бериш

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 қитмир 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”, дегинг, 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 тортиди, деб кўрсатиши мумкин. Бу эса ҳокимлик обрўсига путур етказди. Саволни ёзиб олинг ва уни берган иштирокчига бу саволга маълум вақтдан кейин жавоб беришингизни айтинг (масалан, 24 соат ичида – бундай жавоб доим яхши қабул қилинади).

### Яқун яшаш

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

## ТЎҚҚИЗИНЧИ ҚАДАМ:

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 кун чиқади.



**Мониторинг яқунларини 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 нима қилмаслик керак?
<p>Матбуот конференциясидан 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.</p>	<p>Сизга бирор сабабдан ёқмайдиган ёки номаъқул журналистни эътибордан четга қолдириш тўғри бўлмайди. Унга масалани муҳокама қилишда иштирок этиш ва ўз фикрини билдириш имконини бериш керак. Журналистлар билан яхши алоқада бўлиш доимо ҳокимликнинг ишчанлик обрўсига ижобий таъсир кўрсатади.</p>
<p>Таклифномада матбуот анжумани ўтказиладиган жой, сана ва вақт, муҳокама қилинадиган масалалар рўйхати, шунингдек, асосий иштирокчиларнинг фамилияси ва лавозими кўрсатилиши керак. Таклифномада мурожаат қилиш учун ташкилотчилар билан боғланиш мумкин бўлган ахборотни кўрсатинг.</p>	<p>Таклифномада ОАВнинг тадбирга қизиқишини сусайтирмаслик мақсадида матбуот анжуманида кўтариладиган асосий масалаларни батафсил санаб ўтиш, айниқса, шарҳлаш тавсия этилмайди.</p>
<p>Матбуот анжуманини ўтказиш кунини белгилаётганда журналистларни йиғишга ҳалақит берадиган асосий омилларни инобатга олган маъқул. Тадбирни ҳафта охирига тайинлаган маъқул, бу вақтда газеталар нашрга тайёрланган бўлади ва журналистларда бўш вақт топилади.</p>	<p>Матбуот анжуманини бошқа ташкилотлар томонидан матбуот учун бирор-бир тадбир белгиланган кунга ўтказмаган маъқул.</p>
<p>Тарқатилган таклифномалар сони доим ҳам тадбирга келган иштирокчилар сони билан мос келмаслигини эътиборга олиш керак. Матбуот анжумани иштирокчиларини рўйхатдан ўтказишни ташкил қилинг. Буни муҳокама қилинган масалалар юзасидан нашр қилинган ва эфирга узатилган материаллар орқали матбуот анжумани самарадорлигига берилган баҳо сифатида кўриш мумкин.</p>	<p>Матбуот анжуманида иштирок этмаганликлари учун ОАВ раҳбарлари ва журналистларга эътироз билдириш ўринли эмас. Мазкур ОАВнинг диққатини тортиш учун нима қилиш кераклигини кейинги гал ўйлаб кўринг.</p>
<p>Муҳокама қилинадиган масалани яхши биладиган кишини модератор этиб тайинланг. Матбуот хизматининг раҳбари кўпчилик журналистларни яхши билиши ва ҳокимликда ваколатли шахс ҳисобланиши инобатга олинандиган бўлса, айнан у модераторликка мосдир.</p>	<p>Муҳокама қилинадиган мавзу билан нотаниш бўлган кишини, гарчи у моҳир нотик бўлган тақдирда ҳам, модератор этиб тайинлаш тўғри бўлмайди.</p>
<p>Матбуот конференцияси савол-жавобга асосланади. Масалани муҳокама қилишга кетадиган вақтни чўзиб юборманг. Матбуот анжумани “давра суҳбати”дан шуниси билан ажралиб туради.</p>	<p>Матбуот анжуманини давра суҳбатига айлантирмаслик керак. Матбуот анжумани мунозара олиб бориладиган жой эмас.</p>
<p>Журналист қутилмаган саволни берса, унга кейинроқ жавоб беришни ваъда қилиш ва, албатта, ваъданинг устидан чиқиш керак.</p>	<p>Сизга ноқулай савол учун журналистга нисбатан эътиборсизлик қилманг ва танқид қилманг. Қитмир саволлар бериш унинг журналистлик ҳуқуқи. Уни танқид қилиб, ахборот хизмати ва ҳокимликнинг обрўсини тушириб юборишингиз мумкин.</p>
<p>Журналистларни ахборот хизмати томонидан ушбу тадбир учун тайёрланган махсус ахборот пакети билан таъминлаш оозим.</p>	<p>Фурсатдан фойдаланиб, ахборот пакетини ҳокимлик фаолиятининг бошқа йўналишлари тўғрисидаги маълумотлар билан тўлдирмаслик керак.</p>
<p>Тадбир тугагач, матбуот конференцияси натижалари бўйича ОАВда чоп этилган барча материалларни таҳлил этиш керак.</p>	<p>Агар матбуот анжуманидан сўнг, журналист материални чоп этмаган бўлса, уни душманлар қаторига қўшиб қўйиш ва муносабатларни узиш тўғри бўлмайди. Баъки, хизмат қилаётган нашрнинг йўналиши бу мавзунинг ёритишни тақозо этмайди.</p>

## 5.5. МАТБУОТ АНЖУМАНИНИ ЎТКАЗИШДА ЭНГ КЎП ЙЎЛ ҚЎЙИЛАДИГАН ХАТО

### 1-ХАТО

Матбуот конференцияси ташкилотчилари учун аҳамиятга эга мавзунини журналистлар учун ҳам аҳамиятли деб ўйлаш.

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

### 2-ХАТО

### 3-ХАТО

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

### 4-ХАТО

Мажлис минбарига кимнинг ким эканлигига ишора қиладиган ёзувларни, иштирокчи ва ташкилотларнинг бей-жикларини, шунингдек, келган меҳмонлар рўйхатини қуруқ расмиятчилик, деб ҳисоблаш. Минбарда ёзувларнинг йўқлиги журналистлар томонидан матбуот анжумани чоғида ҳам, ОАВда материални чоп этишга тайёрлаётганларида ҳам иштирокчи 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 вакилларида ишини енгиллаштиради, уларга материални сифатлироқ тайёрлашга ёрдам беради.

### 6-ХАТО

Матбуот анжуманини 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 наشريда ёритадиган мавзуларини инobatга 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 бўлмайди<sup>11</sup>.

11

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

## **5.6. ПРЕСС-РЕЛИЗ. ПРЕСС-РЕЛИЗНИНГ ТУРЛАРИ, МАҚСАДЛАРИ**

**Пресс-релиз**<sup>12</sup> – бу ахборот хизмати томонидан деярли ҳар қандай йирик тадбирларга тайёрланадиган асосий тезкор ишчи ҳужжатдир.

**Пресс-релиз** – матбуот учун ахборот бўлиб, унда янгилик, ҳокимиятнинг бирор 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 эттирилади<sup>13</sup>.

**Пресс-релиз материали керакли ОАВда чоп этилиши учун у қуйидаги қоидаларга<sup>14</sup> мос тарзда тузилгани маъқул:**

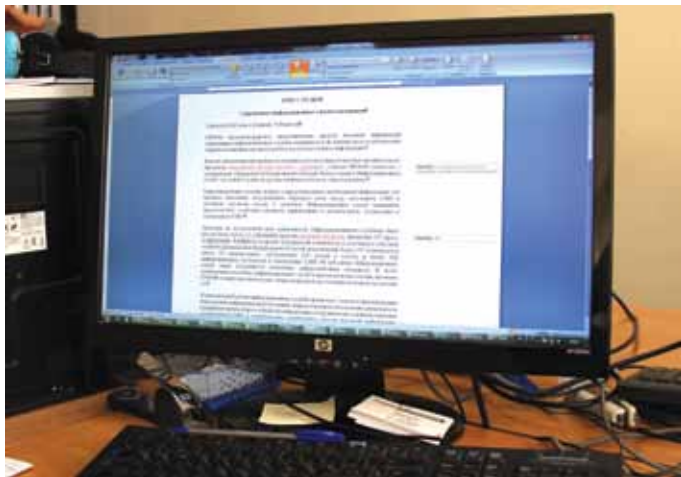
**1)** пресс-релиздаги ахборот у юборилаётган нашр мухлислари учун қизиқарли ва керакли бўлиши керак;

**2)** ахборот ҳозирги кун учун долзарб бўлиши лозим;

**3)** ахборот ижтимоий аҳамиятга эга бўлиши ва ўқувчилар учун қизиқарли бўлиши зарур;

**4)** пресс-релизда таниқли раҳбар ёки мутахассисларнинг ушбу масала юзасидан фикр-мулоҳазалари акс эттирилган бўлса, нур устига аъло нур бўлади.

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



<sup>12</sup> Роман Масленников. 101 совет по PR. – М.: “Альпина Паблишер”, 2012. – 74-бет.

<sup>13</sup> Ўша манба.

<sup>14</sup> Игнатъев Д., Бекетов А. Настольная энциклопедия Public Relations. – М.: “Альпина Паблишер”, 2004 г. – 496-бет.

**1. Пресс-релиз – анонс.**<sup>15</sup> У янги ҳодиса тўғрисида ахборот беради, унда иштирок этишга таклиф этади ва у жуда қисқа бўлади.

**2. Таҳлилий пресс-релиз**<sup>16</sup>. Нашр учун деярли тайёр материал бўлиб, унда фақат ахборот берилибгина қолмай, балки асослаб ҳам берилади, бу факт ва ҳодисалар таҳлиlidir.

**3. Янгиклар-релизи**<sup>17</sup>. Журналистларга янгиллик таклиф этувчи ахборот материаллари.

**Пресс-релиз – тузилиш шаклига кўра:**<sup>18</sup>

**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.** Бирор ҳисобот, чиқиш, тақдимотнинг асосий жиҳатлари, яқунлари, хулосалари қисқача баён этилади.

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

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

<sup>15</sup> Гундарин М. Книга руководителя отдела PR. Практические рекомендации. – СПб.: Питер, 2006 г.

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

<sup>17</sup> Ўша манба.

<sup>18</sup> Игнатъев Д., Бекетов А. Настольная энциклопедия Public Relations. – М.: “Альпина Паблишер”, 2004 г.



### 5.6.1. Пресс-релизинг 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:**

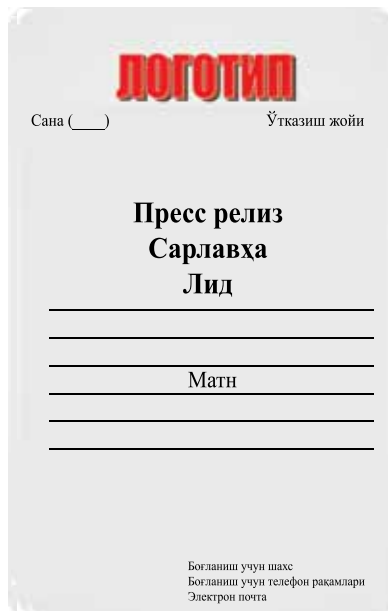
- 1) ҳодиса, тадбир иштирокчилари ва ҳоказо;
- 2) қандай ҳодиса, янгилик юз берди ёки беради;
- 3) ҳодиса қачон ва қаерда содир бўлган ёки бўлади;
- 4) ҳодиса жараёни.

- **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, электрон манзил, расмий сайт, телефон.

Пресс-релиз реклама варақасига айланиб қолмаслиги, бир нашр варағидан 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 барчанинг гашига тегади. Матнни жўнатишдан олдин текширинг.
- Ахборотни ўз вақтида узатинг, ammo 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.



### 5.6.2. Пресс-релизни ёзиш қоидалари

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

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

- Ортиқча сўзларни ишлатманг. Агар маъносига путур етказмасдан туриб, матндан бирор сўз ёки иборани олиб ташлашнинг имкони бўлса, олиб ташланг. Қисқа, 7–9 сўздан иборат гапларни 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 далиллар, сатистик ва бошқа маълумотлар тўлиқ акс эттирилиши керак.
- Пресс-релиз ёзишдан мақсад – жамоатчиликни хабардор қилиш, ҳокимликнинг ижобий имижини шакллантириш.
- Пресс-релиз газета саҳифасида эълон қилиниши учун шуни ёддан чиқармангки, одамлар ўзларнинг ҳаётига таъсир қилиши мумкин бўлган нарсалар тўғрисида ёки ўзларига жуда қизиқ бўлган мавзулар тўғрисида ўқишни хоҳлашади. Доимо ёдда тутинг: ОАВни бугун 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

Лидда биринчи навбатда матбуот конференцияси мавзуси ва ўтказиши санасини кўрсатиши керак. Шундан кейин тадбир қатнашчилари кўрсатилади

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

Мазкур ахборот лидда бўлиши шарт

Тадбирнинг бошланишида вилоят ҳокими ўринбосари, Хотин-қизлар қўмитаси раиси А.А. жорий йилнинг 6 ойи мобайнида Жиззах вилоятида юқоридаги йўналишларда амалга оширилган тадбирлар тўғрисида маъруза қилди.

Агар сўзлардан матн мавноси учун зиёнсиз халос бўлиши мумкин бўлса – улардан халос бўлинг

Қайд этилганидек, бугунги кунда Жиззах вилояти аҳолиси 1190300 кишини ташкил этади, шулардан 298895 (25,1%) нафарини фертил ёшидаги хотин-қизлардир. Жорий йилнинг 6 ойи мобайнида фертил 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 аёлни амбулатор ва 6920 (4,8%) тасини стационар шароитда даволаш бўйича ишлар олиб бориламоқда. Жорий йилнинг ўтган даврида 14 ёшгача бўлган 362255 нафар бола тиббий кўриқдан ўтказилди, ҳозирда уларни соғломлаштириш бўйича тадбирлар амалга ошириламоқда.

Атамаларни тушуни-тиринг. Агар атама такрорланса, уни бир марта тушуни-тириши керак

Ўтган 6 ой давомида Ўзбекистон Республикаси Соғлиқни сақлаш вазирлиги томонидан тиббиёт институтлари, шунингдек, республика илмий-амалий тиббий марказлари ишгирокида 5 мартаба “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 бола тиббий кўриқдан ўтказилиб, соғломлаштирилди. Олиб борилган тадбирлар самараси натижасида Жиззах вилоятида 2012 йил 6 ой мобайнида болалар ўлими 3 нафарга, муддатидан олдин туғилиш 181 нафарга камайди.

Гап умуман мантиқсиз. Статистик маълумотни берган маъқул.

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

Агар 2011 йилда 15-16 ёшли қизлар ўртасида 2 та фарзанд кўриши ҳолати (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.

Нотўғри со-лиштириши. Бу ҳолда қуруқ статистик маълумотни берган маъқул

Фертил 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 таъминланган, бу ерда 5 нафар врач, 9 нафар тиббиёт ҳамшираси, шунингдек, 9 нафар кичик тиббий ходими меҳнат қилмоқда.

Жиззах вилояти ҳокимлиги ахборот хизмати  
Жиззах шаҳри, Ш.Рашидов шоҳ кўчаси, 64-ўй

Мурожаат учун телефон: (8-372) 000-00-00  
Электрон манзили: press@jizzhax.uz  
www.jizzhax.uz, www.jizzhax.znuz

Ортиқча жумла. Фертил ёшида бўлмаган аёл контрацепцияга муҳтож эмас.

Мазкур ибора ўз ичига баҳони олади.

Богʻлашни учун шахс мавжуд эмас



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.**

Сўнги 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 кўриқдан ўтказилди. Уларнинг 57,0 фоизида 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 кўриқдан ўтди. Аниқланган касалликлар натижасига кўра, болалар зарур муолажаларни олдидлар.

Аҳолининг тиббий кўриқдан ўтказилиши “Туғиш ёшидаги аёллар, ўсмир ёшидаги 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 камайганигини таъкидлаб ўтди.

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

Хотин-қизлар томонидан вилоят аёллари ўртасида мунтазам тушунтириш 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  
ахборот хизмати  
Жиззах шаҳри, Ш.Рашидов шоҳ кўчаси, 64-уй

Мурожаат учун телефон: (8-372) 000-00-00  
Электрон манзил: [press@jizzax.uz](mailto:press@jizzax.uz)  
[www.jizzax.uz](http://www.jizzax.uz), [www.jizzax.zn.uz](http://www.jizzax.zn.uz)

### **5.6.3. Пресс-релизни тузиш ва расмийлаштириш**

- Умумий қабул қилинган қоидаларга<sup>19</sup> 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.
- Пресс-релизда журналистларнинг диққатини бирор-бир жумлага қаратмаслик учун алоҳида гапнинг тагига чизиш ёки ажратиш мумкин эмас.
- Матн қисқа бўлиши керак. Энг мақбули – бир варақдан иборат бўлсин.
- 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 ёзишингиз мумкин.
- Кўштирноқ фақат кўчирма гапда ишлатилади.
- Матнни илмий атамаларга 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 жўнатиладиганда сифатли чиқади.

### **5.7. ФОТОСУРАТНИ ЖОЙЛАШТИРИШ ҚОИДАЛАРИ**

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

---

<sup>19</sup> С. Антропов. Как правильно написать пресс-релиз? Пресс релизги мисоллар ва намуналар. <http://brave-agency.ru/articles/86/>





# 6. АХБОРОТ ХИЗМАТИ ИШИДА ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЛАРДАН ФЙДАЛАНИШ

## МИНТАҚАВИЙ ИЖРО-ИЯ ҲОКИМЛИК ОРГАНИ РАСМИЙ САЙТИ

Давлат ҳокимлиги органларининг аҳоли билан портал орқали ҳамкорлиги афзалликлари

Давлат органи томонидан расмий сайт орқали кўрсатиладиган таянч ахборот хизматлари рўйхати

Ҳар куни янгилашиб борадиган веб-сайтнинг афзалликлари

Веб-сайтга асосий талаблар

Сайт учун маълумот тайёрлаш

Мақола ёзишдан бош мақсад

Сайтдаги фотосуратлар, уларнинг ўзига хослиги ва долзарблиги

Сарлавҳалар устида ишлаш

Фарғона вилоят ҳокимлиги сайтидаги материалларнинг сарлавҳасидан мисоллар

Нотўғри ва тўғри сарлавҳалар

Сайт дизайни

Техник талаблар

Ахборот хизмати ходимларига сайтдан фойдаланиш бўйича маслаҳатлар

Расмий сайтнинг ижтимоий тармоқларда ривожлантириш  
SEO-оптималлаштириш  
SMO-ёрдам

## ИЖТИМОЙ ТАРМОҚЛАРДА ИШ-ЛАШ. БЛОГ ЮРИТИШ

Интернет ижтимоий тармоқларида ишни нимадан бошлаш керак?

Оммалашган ижтимоий тармоқларга мисоллар

Ҳокимлик блогини очиш учун ижтимоий тармоқни қандай аниқлаш керак?

Ижтимоий тармоқларда ишлашнинг асосий қоидалари

Блогларда фотосурат ва видео тасвирни жойлаштириш қоидалари





# АХБОРОТ ХИЗМАТИНИНГ ИШИДА ИНТЕРНЕТ РЕСУРСЛАРИДАН ФОЙДАЛАНИШ



**Х**оқимликнинг расмий сайтини очиш – ахборот хизмати учун жуда масъулиятли қадам. Кун сайин жадал ривожланиб бораётган ахборот технологиялари кўплаб қутилмаган янгиликлар туҳфа этиши мумкин ва уларнинг ҳаммасини ҳам ижобий, деб бўлмайди. Мазкур бобда меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар келтирилган бўлиб, ҳоқимлик сайти ана шу ҳужжатлар талабига жавоб бериши лозим. Шу билан бирга, бу ҳужжатлар Интернет майдонига чиққанингизда сизнинг ҳуқуқий ёрдамчингизга айланади. Бунинг учун ушбу бобда мисол тариқасида келтирилган қатор вилоят ҳоқимликларининг сайтларидан намуна сифатида фойдаланиш мумкин. Бобда сайтни қандай қилиб тўғри тузиш, бежирим дизайн танлаш, фотоматериалларни тўғри жойлаштириши сингари ишлар тушуштириб ўтилади. Умид қиламизки, сайт учун ахборот ёзишининг батафсил технологияси, сарлавҳалар билан ишлаш ва сайт ишини такомиллаштиришига хизмат қиладиган турли техник жиҳатлар сиз учун фойдали бўлади. Бугунги кунда ижтимоий тармоқ ва блоглардан фойдаланиш Интернет-сайтни оммалаштириши борасида кенг тарқалган ва энг самарали чора-тадбирлардан 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 ҲОКИМИЯТИ ХУДУДИЙ ОРГАНИНИНГ РАСМИЙ 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 ҳолис 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 ҳолга тааллуқли, алоқа ўрнатиш учун керакли маълумотлар. Фуқароларни қабул қилиш кунлари);

**б)** давлат органининг фуқароларининг мурожаатлари билан ишлаш бўйича қуйи ташкилотларнинг телефон рақамлари ва манзиллари (почта ва электрон адреси 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 эга шарҳлар;

**е)** давлат органи раҳбарларининг расмий чиқишлари ва баёнотлари матни;

**ж)** давлат органининг расмий статистик маълумотлари;

**з)** бошқа тегишли сайтларға ўтиш учун ҳаволаалар;

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

**Ҳар куни янгилаб бориладиган веб-сайт умумий эъгироф этилган афзалликларға эға бўлади:**

**Жамоатчилик билан кенг, доимий алоқада бўлиш имконияти.** Интернет одамлар билан кунига 24 соат, ҳафтасига 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 режимда ҳеч қандай географик тўсиқ йўқ.

**Аудиторияни билиш.** Интернет интерактив бўлгани туфайли, ҳокимлик ва жамоатчилик ўртасида доимий равишда ўзаро алоқа ўрнатилади. Бунда қандайдир тахминларға ҳожат қолмайди, чунки у аудиторияға нима кераклигини тушунишға ёрдам беради.

**Иккиёқлама алоқа.** Анъанавий оммавий ахборот воситалари пассив кузатувчилик ролини таклиф этиб, жамоатчилик иштирокини ўқувчи ва мухлисларға 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 чиқаришға 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/>



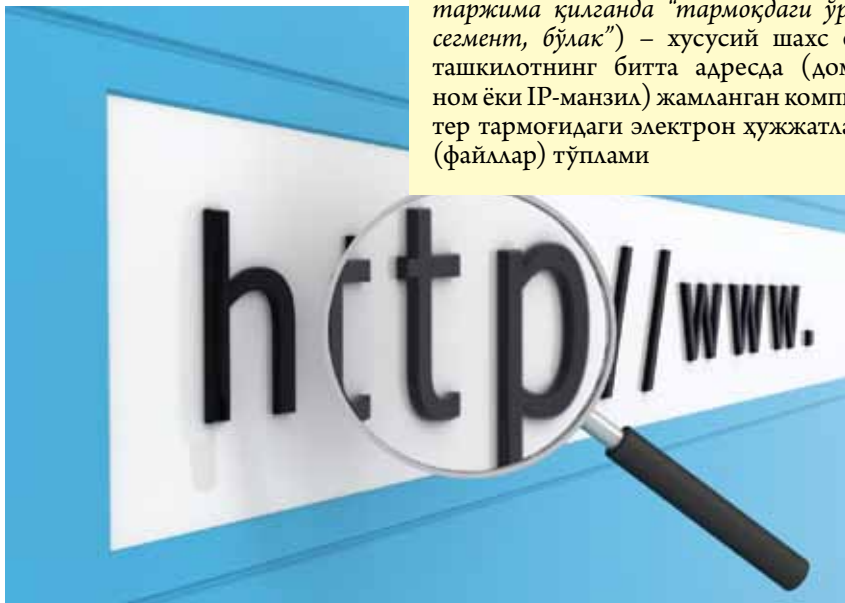
Фарғона вилояти ҳокимлигининг расмий веб-сайти:  
<http://www.ferghana.uz>



### 6.1.1. Веб-сайтга қўйиладиган асосий талаблар

2005 йил 22 ноябрда Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Ахборотлаштириш соҳасида меъерий-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 чора-тадбирлари тўғрисида”ги 215-сонли қарори ижросини таъминлаш мақсадида қабул қилинди.

**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 ҳужжатлари (файллар) тўплами



Ушбу қарор билан давлат ахборот ресурсларини шакллантириш тартиби тўғрисидаги Низом тасдиқланган бўлиб, Низомда куйидагилар **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 мажбурий бўлган ахборотлар рўйхати;
- расмий сайтга қўйиладиган талаблар;
- расмий сайт ахборотлари таркибига қўйиладиган талаблар<sup>20</sup>.

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

- Ўзбекистон Республикаси фуқаролари;
- иқтисодий алоқалар субъектлари;
- Ўзбекистон Республикасининг давлат ҳокимияти ва бошқаруви органилари;
- 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.

Сайдан олинадиган биринчи таассурот жуда муҳим. У эътиборни тортса, ўз истеъмолчисига эга бўлади, акс ҳолда эга бўла олмайди. Албатта, бу осон вазифа эмас. Аммо бошқа йўл йўқ, чунки Интернетда сайтлар ва материаллар жуда кўп. Шунинг учун сайт дизайннинг 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. Бирор 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 қиради.

<sup>20</sup> <http://pc.uz>



### 6.1.2. Сайт учун ахборот ёзиш

**Мақола 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, токи, ўқиганда гап нимадалиги дарров аён бўлсин. Мисол тариқасида Жиззах вилояти ҳокимлиги расмий сайтининг “Янгиликлар” рукнида келтирилган хабарни ҳавола этамиз

#### **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 Д. А. кириш сўзи билан очди.

Тадбир бошида матбуот анжумани иштирокчилари вилоят ҳокими ўринбосари, вилоят Хотин-қизлар қўмитаси раиси Ш. А.нинг вилоятда Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2009 йил 1 июлдаги “2009–2013 йилларда аҳолининг репродуктив саломатлигини мустаҳкамлаш, соғлом бола туғилиши, 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 бошлиғи П. Б. ҳам сўзга чиқди.

Тадбир давомида журналистлар ўзларини қизиқтирган барча саволларга 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.



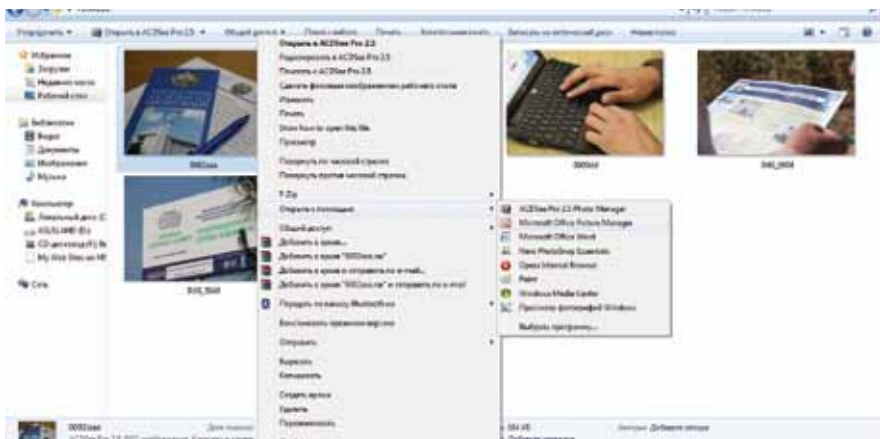
### 6.1.3. Сайтдаги фотосуратлар, уларнинг ўзига хослиги ва долзарблиги

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

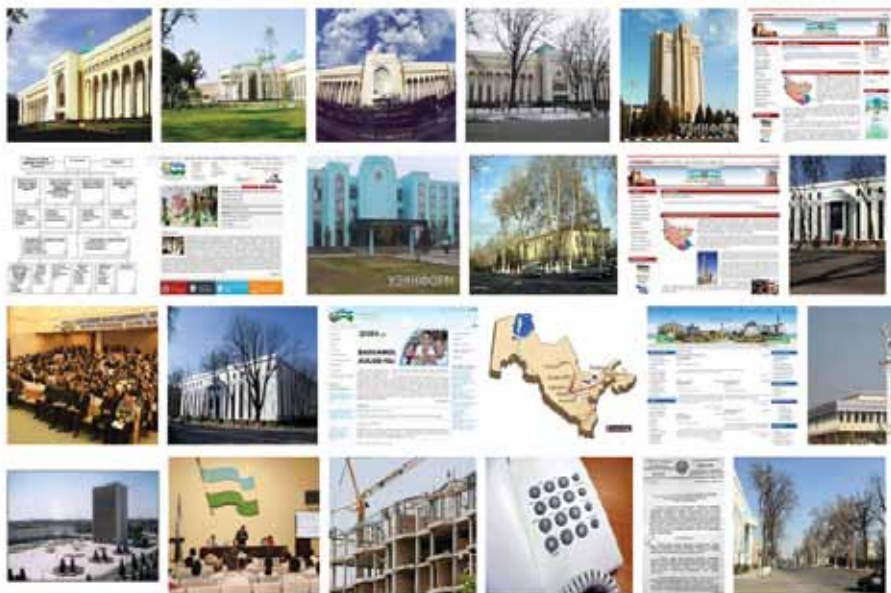
**Сайтдаги фотосуратнинг максимал ҳажми 640-480 пиксель бўлиши керак.**

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

Фотосуратни сайтга жойлаштиришдан олдин график файлни сиқиш режими танлаш керак. Буни фотешоп менюси – “Save for Web...” ёрдамида амалга ошириш тавсия қилинади.



Сайтда катта ҳажмдаги фотосуратлар ўрнига уларнинг кичкина анонси, яъни олдиндан кўриш режимини кўрсатган маъқул. 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 кўриши 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 қисмидаги маълумот билан қиёсланади. Саҳифа сарлавҳаси унинг мазмунига қанчалик мос бўлса, қидирув тизими учун ҳам 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 қийинчилик юзага келмасин.

Сайт учун мақола тайёрлаётганда зарур мавзуни аниқ акс этирайдиган калит сўзлар ва ибораларни топиш, маттни 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 қондани ёдингиздан чиқарманг – одамни кийимига қараб кутиб олганларидек, мақолани ҳам сарлавҳасига қараб кутиб оладилар!**

## НОВОСТИ

30.07.2012 "МЫ ДЕТИ БЪЛГИЙ СТРАНЫ"



Под тавен девоним ло всей области прошли молодежные фестивали, организованые ОМД "Камолот". Один из них состоялся на центральном стадионе Ташкентского района.

30.07.2012 ФЕСТИВАЛЬ СПОРТА

В кувакайсом кышаке Аркыф состоялся областной этап спортивного фестиваля молодежи, посвященный очередной годовщине независимости Узбекистана. В нем участвовали сборные команды городов и районов, состоявшие из увлеченных спортсменок предприятий, организаций и учреждений.

30.07.2012 В ПОРТУ ДРУЗЕЙ

Недавно состоялась отчетно-выборная конференция областного Еврейского национального культурного центра. В повесте дня - выборы нового состава правления центра, утверждение плана дальнейшей работы. Председателем вновь избран Симен Петрович Абдураманов.

26.07.2012 ГОРИ КОСТЕР ЛЕТА

Быстро пролетело больше половины жаркого лета. На днях состоялось закрытие третьей смены в загородном оздоровительном детском лагере "Юно".

27.07.2012 В ГОСТЯХ У МОЛОДЕЖИ

В холон зале областного Совета ОМД "Камолот" состоялась встреча с известными деятелями культуры и почетными жителями области, также как народная артистка Узбекистана Ериной Хатанова и известный писатель, автор книг о правлах поведения и культуре в обществе Али Мухаммадхон Пилодий (Мухаммадхон Пулатов) и другие.

**Фаргона вилояти ҳокимлиги сайтида материалларга берилган сарлавҳалардан мисол келтирамиз:**

Нотўғри сарлавҳалар (қолипланган)

Тўғри сарлавҳа (диққатни тортади)

**СПОРТ ФЕСТИВАЛИ**

**Қишлоқ аёллари енгил атлетикада мусобақалашмоқдалар**

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

Фестивал 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 фестивалнинг очилиш 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...

- фестивал 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 меъёрий 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 тузилмаси ягона схемага эга бўлиши лозим, бу сайтга кирувчиларда ундан маълумот олиш осон ва ресурсда ёритилган хабарлар яққол кўзга ташланиши 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 тўддирган ҳолда, ҳокимликка бемалол муурожаат 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 меъёрий-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 ҳисоблашгичини ўрнатиш;
- Сайтнинг Интернет тармоғида узлуксиз ишлаши.

Сайт Ўзбекистон Республикаси давлат органларининг<sup>21</sup> Интернет тармоғидаги сайтларига қўйиладиган талабларни инобатга олган ҳолда яратиши керак.

<sup>21</sup> Қаранг: 3-илова. Давлат органининг расмий сайтга қўйиладиган асосий талаблар// Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2005 йил 22 ноябрдаги “Ахборотлаштириш соҳасида меъёрий-ҳуқуқий базани такомиллаштириш тўғрисида”ги 256-сонли қарори. [http://www.uzinfocom.uz/files/docs/prilojenie\\_1\\_po\\_saytam.doc](http://www.uzinfocom.uz/files/docs/prilojenie_1_po_saytam.doc)

### **6.1.6. Расмий сайтни ижтимоий тармоқларда оммалаштириш**

Ҳокимлик сайтининг самарадорлиги кўп жиҳатдан унга қанча одам қираётганига боғлиқ. Кирувчиларни сайтга жалб қилишнинг кўплаб усуллари мавжуд. Улардан энг унумлилари фаолиятнинг икки йўналишига тааллуқли бўлиб, улар SEO-оптималлаштириш<sup>22</sup> (ингл. search engine optimization).

**SEO – фойдаланувчиларнинг** маълум сўровлари бўйича қидирув тизими-ни тақдим этиш натижасида сайт позициясини кўтариш бўйича қатор чоралар мажмуидир.

### **SМО-ёрдам 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 SМО-қўмак).

**SМО** – бу ижтимоий медиа, яъни блог, ижтимоий тармоқ ва шу кабилардан фойдаланувчиларни сайтга жалб этишга йўналтирилган чора-тадбирлар мажмуидир<sup>23</sup>. Унга веб-ресурсни ижтимоий медиага мослаб оптималлаштириш, тармоқ бирлашмаларида сайт маълумотларини максимал фойдаланиш учун ўзгартириш, шунингдек, веб-ресурсни ижтимоий тармоқларда реклама қилиш қиради.



<sup>22</sup> 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.

<sup>23</sup> Яковлев Алексей Александрович. Раскрутка и продвижение сайтов: основы, секреты, трюки. – СПб.: БХВ-Петербург, 2007 г.

## Ахборот хизмати ходимларига ҳоқимлик сайтидан фойдаланиш юзасидан маслаҳатлар

**1** Сизнинг бўлажак блог ёки сайтингиз ҳоқимликнинг ташқи коммуникация сиёсатида қандай вазифани бажаришини аниқлаб олинг.

**3** Ҳоқимликнинг корпоратив сайтини яратинг, у доимий ишлаб туриши, ахборот мунтазам равишда янгиланиши, фойдаланувчилар билан мулоқот ўрнатилиши, сайтга кириш статистикаси юритилишини таъминланг.

**5** Мавзули хабар тарқатишини ташкил этинг, имкон қадар кўп ахборот манбалари билан алоқа ўрнатинг, улар хоҳ ҳудудий бўлсин, хоҳ республика миқёсида бўлсин.

**7** Ўзингиз учун учта ёки ундан ҳам кўп манзиллар мажмуни яратинг, уларни “Сараланганлар” папкасига жойлаштиринг. Масалан, биринчи пакет – ҳудудий, ахборот ва тармоқ ресурслари, иккинчиси - мамлакат ва дунёдаги тармоқ ресурслари, учинчиси - умумий янгиланган сайтлари

**2** Қўйилган вазифаларини бажариши учун айнан қандай Интернет-функцияларини (ахборот олиш, фойдаланувчиларнинг шарҳи, ташкилотни оммавийлаштириши) бажаришингизни ва қандай аудиторияга мўлжалланишингизни ўйлаб кўринг.

**4** Сайтингиз оммаланиши устида ишланг, унга кирувчилар сони ошиб боришига эришинг. Масалан, сайт манзиллини барча расмий бланклар, хатлар, таширф қозғазлари, баннерлар ва шу кабиларга киритинг.

**6** Турли ижтимоий реклама роликлари ва бошқа баннерлар яратиши ва жойлаштириши масаласини ҳал этинг.

**8** Доимо ахборот хавфсизлиги нуқтаи назаридан иш юритинг. Вирусга қариши дастур базаларини янгиланиши ҳам унутманг, акс ҳолда бутун тизим ишдан чиқиши, маълумотлар буткул йўқотилиши мумкин.



## 6.2. ИЖТИМОЙ ТАРМОҚЛАРДА ИШЛАШ ВА БЛОГ ЮРИТИШ

### 6.2.1. ИЖТИМОЙ ТАРМОҚЛАРДА ИШЛАШ

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 инobatга оладиган бўлсак, ахборот хизматининг бу улкан коммуникация майдонини эътиборсиз қолдириши мумкин эмас.

#### **Интернетдаги ижтимоий тармоқларда ишни нимадан бошлаш керак?**

Аввало, сиз кўзлаган аудитория қаерда жойлашганлигини тушуниб олиш билан бирга, ҳозирда Интернетдан аҳолининг 14 дан 70 ёшгача бўлган қатлами фойдаланаётганлигини инobatга олиш керак.

#### **Оммалашиб бораётган ижтимоий тармоқлардан мисоллар:**

##### **хорижда (инглиззабон аудитория)**

- [www.facebook.com](http://www.facebook.com)
- [www.twitter.com](http://www.twitter.com)
- [www.youtube.com](http://www.youtube.com)

##### **МДҲда (русийзабон аудитория)**

- [www.vk.com](http://www.vk.com)
- [www.odnoklassniki.ru](http://www.odnoklassniki.ru)
- [www.my.mail.ru](http://www.my.mail.ru)

##### **Ўзбекистонда**

- [www.uforum.uz](http://www.uforum.uz)
- [www.muloqot.uz](http://www.muloqot.uz)
- [www.mytube.uz](http://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 жойлаштириши 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 автоматик 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 олиши жуда муҳимдир. Масалан, ҳоқимлик 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, муваффақият сиз тарафдадир.

Қандай тузатишлар киритиш зарурлигини аниқ тасаввур қилиш учун мутахассис ҳар куни сайтга қанча киши, қайси қидирув сўровлар бўйича ва қайси қидирув тизимлари, 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, ҳисоблагич статистик маълумотларни санайди, қайта ишлайди ва натижани 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 қонунчиликни, 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 ҳисобланган. 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 (масалан, иш соати, жавоб учун керакли ўртача вақт, хабарга жавоб бериш усули) ижтимоий тармоқнинг тури ва Ахборот хизматларининг унда иштирок этиш сиёсатига боғлиқ бўлиши мумкин.

### **6.2.2. Блогларда фотосурат ва видеотасвирларни жойлаштириш қоидалари<sup>24</sup>**

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 (видеокодек h264, аудиокодек faac).

Конвертация қилиш бироз 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, видео 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 flashроликларни намоиш этиш учун браузерингизда 9-версиядан паст бўлмаган Flash Player ўрнатилган бўлиши керак.

---

<sup>24</sup> Фотосуратга олиш қоидалари тўғрисида батафсил маълумотни 1-Илоадан топиш мумкин.



## ГЛОССАРИЙ

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

**Аккредитация қилувчи орган** – аккредитация тартибини ташкил этадиган, аккредитацияни ўтказадиган вакиллик ва ижро этувчи ҳокимият органлари<sup>25</sup>.

**Ахборот** – манбалари ва тақдим этилиш шаклидан қатъи назар, шахслар, предметлар, фактлар, воқеалар, ҳодисалар ва жараёнлар тўғрисидаги маълумотлар<sup>26</sup>.

**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 соҳаси<sup>27</sup>.

**Ахборот борасидаги хавфсизлик** – ахборот соҳасида шахс, жамият ва давлат манфаатларининг ҳимояланганлик ҳолати<sup>28</sup>.

**Ахборот хизмати** – маҳаллий ижроия ҳокимияти органининг таркибий тузилмаси бўлиб, бевосита унинг раҳбарига бўйсунди.

**Блог** (инг. blog, web log – ҳодисалар интернет-журнали, интернет-кундалик, он-лайн-кундалик) – бу шундай веб-сайтки, унинг асосини матн, тасвир ёки мультимедиадан<sup>29</sup> иборат мунтазам тўлдириб бориладиган қайдлар (постлар) ташкил этади.

---

<sup>25</sup> Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2006 йил 23 ноябрдаги “Ўзбекистон Республикаси оммавий ахборот воситалари вакилларини давлат ҳокимияти органлари ҳузурида аккредитация қилиш тартибини такомиллаштириш тўғрисида”ги 243-сонли қарори.

<sup>26</sup> Журналистское расследование. История метода и современная практика. Под общей редакцией А.Д.Константинова. СПб.: Издательский Дом “Нева”. 2003

<sup>27</sup> Ўзбекистон Республикасининг 2002 йил 12 декабрдаги “Ахборот эркинлиги тамойиллари ва қафолатлари тўғрисида”ги 439-II-сонли Қонуни.

<sup>28</sup> Ўша манба.

<sup>29</sup> 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.

**Брифинг**<sup>30</sup> (ингл. briefing ингл. brief – қисқа, узун эмас сўзларидан) – битта масалага бағишланган қисқа матбуот анжумани<sup>31</sup>.

**Бэкграундер** (ингл. Backgrounder сўздан) – бу ОАВ учун ахборот PR-материали. Унда ташкилот, унинг ихтисослиги, маҳсулоти 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 кўзланган мақсад ушбу тимсолнинг идеал ва ҳаётий зарур тимсол эканига барчани ишонтиришдан иборат<sup>32</sup>.

**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 шахсдир<sup>33</sup>.

**Ижтимоий тармоқ** (ингл. social network) – ўзаро ижтимоий муносабатларни шакллантириш, акс эттириш ва ташкил этишга мўлжалланган платформа, онлайн-сервис ёки веб-сайт<sup>34</sup>.

**Интервью** (ингл. interview) – икки ва ундан ортиқ кишилар ўртасидаги суҳбатнинг тури бўлиб, интервью олувчи суҳбатдошларига савол беради ва улардан жавоб олади<sup>35</sup>.

**Коммуникация** – умумий белгилар тизими орқали индивидлар ўртасида ахборот алмашиш<sup>36</sup>.

---

<sup>30</sup> Экономический словарь, 2007 г.

<sup>31</sup> Д. Игнатъев, А. Бекетов. Настольная энциклопедия Public Relations. – М.: “Альпина Паблишер”, 2004 г.

<sup>32</sup> Сэм Блэк Паблик Рилейшнз. Что это такое?. – М.: Новости, 1990 г.

<sup>33</sup> Ўзбекистон Республикасининг 1997 йил 24 апрелдаги “Журналистлик фаолиятини ҳимоя қилиш тўғрисида”ги 402-И-сонли Қонунининг 3-моддаси.

<sup>34</sup> 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: Изда-во ФГОУ ВПО ВАГС, 2011 г.

<sup>35</sup> Квале С. Исследовательское интервью /Пер. с англ. М.Р. Мироновой. – М.: Смысл, 2003 г.

<sup>36</sup> Л.Е. Басовский. Менеджмент: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2003 г.



**Конфиденциал ахборот** – қонунчиликка мувофиқ фойдаланиш ва танишиш чекланган ҳужжатлаштирилган ахборот<sup>37</sup>.

**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 тадбир<sup>38</sup>.

**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 адади (эшиттириш ҳудуди, аудитория), даврийлиги (бир суткалик эшиттириш ҳажми), мавзу сингари йўналиши, режалаштириш куни, рукналари, 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 шахс<sup>39</sup>.

**Пресс-кит, медиа-кит** (ингл. press kit – бу матбуот учун тўплам, ингл. media kit) – лойиҳа, ташкилот ёки ҳодиса тўғрисида батафсил маълумот жамланган бир неча матнли, аудио ва визуал ҳужжатлар тўплами<sup>40</sup>.

**Пресс-релиз** – матбуот учун тайёрланган ахборот. Пресс-релиз чиқарган ташкилот (балки, хусусий шахс) тўғрисидаги янгиликдан иборат ахборот. Ташкилот (ёки хусусий шахс)нинг бирор масала юзасидан нуқтаи назари баён этилган ва ОАВда чоп этиш учун бериладиган ҳужжат<sup>41</sup>.

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

---

<sup>37</sup> Большой юридический словарь. 3-е изд., доп. и перераб. / Под ред. проф. А. Я. Сухарева. – М.: ИНФРА-М, 2007 г.

<sup>38</sup> Азбука рекламы. Том 2. М.: 2002 г.

<sup>39</sup> Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2006 йил 23 ноябрдаги “Ўзбекистон Республикаси оммавий ахборот воситалари вакилларини давлат ҳокимияти органлари ҳузурида аккредитация қилиш тартибини такомиллаштириш тўғрисида”ги 243-сонли қарори.

<sup>40</sup> А.Чумиков, М.Бочаров. “Связи с общественностью”. Теория и практика. М.: Дело. 2003 г.

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

**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) тўплами<sup>42</sup>.

**Сайтни ижтимоий тармоқларга мослаб, оптималлаштириш** (ингл. Social media optimization, SMO) – сайтга ижтимоий медиа: блоглар, ижтимоий тармоқлар ва бошқалардан кирувчиларни жалб этишга йўналтирилган чоралар мажмуи<sup>43</sup>.

**Сайтнинг мақсадли аудиторияси** – мақсад билан кириш, сайтга маълум мақсадда кирувчилар – сайт мазмуни мўлжалланган Интернетдан фойдаланувчилар гуруҳи<sup>44</sup>.

**Тайм-менеджмент** (вақт орқали бошқариш) – иш вақтини оптималлаштириш орқали лавозим вазифаларини имкон қадар унумли бажариш учун зарур бўладиган вазифа ва хатти-ҳаракатларни режалаштириш<sup>45</sup>.

**Факт-лист ёки қисқа маълумот** (инглизча fact sheet) – матбуот учун тайёрланган, ташкилот, унинг фаолияти ва хизматлари тўғрисида маълумотлардан ташкил топган қисқа ахборот материали<sup>46</sup>.

**Қидирувни оптималлаштириш** (ингл. search engine optimization, SEO) – Интернетдан фойдаланувчиларнинг маълум сўровлари бўйича қидирув тизимлари топиб берган берган натижалар сайт позициясини кўтаришга қаратилган чоралар комплекси .

---

<sup>42</sup> Хаген Граф Создание веб-сайтов с помощью Joomla! 1.5. – Издательский дом «Вильямс», 2009 г.

<sup>43</sup> 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.

<sup>44</sup> Словарь основных маркетинговых терминов. <http://www.glossostav.ru>

<sup>45</sup> Глеб Архангельский, Марианна Лукашенко, Татьяна Телегина, Сергей Бехтеров. Тайм-менеджмент. Полный курс. – М.: “Альпина Паблишер”, 2012 г.

<sup>46</sup> Д.Игнатьев, А.Бекетов. Настольная энциклопедия Public Relations. – М.: “Альпина Паблишер”, 2004 г.

## ҲОЙДАЛЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР

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](http://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 қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарори (08.07.2005 й. № ПҚ-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 меъорий-ҳуқуқий базани такомиллаштириш тўғрисида”ги қарори (22.11.2005 й. № 256);
10. Ўзбекистон Республикаси Оммавий ахборот воситалари вакиллари дават 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. – “Вильямс” нашриёт уйи, 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 /Инглизчадан М. Р. Миронова таржимаси. – М.: Смысл, 2003 г.
24. Журналистское расследование. История метода и современная практика. А.Д.Константинов умумий тахрири остида. 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. / проф. А.Я. Сухарев тахрири остида. – 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 сфере. – Волгоград: “ФГОУ ВПО ВАГС”, 2011 г.
33. Г. Архангельский, М. Лукашенко, Т. Телегина, С. Бехтеров. Тайм-менеджмент. Тўйқ курс. – М.: “Альпина Паблишер”, 2012 г.
34. В помощь фоторепортёру // [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. О. Дейнега. Простые ошибки серьезного мероприятия. // <http://www.triz-ri.ru/themes/method>
39. И. М. Синяева. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности: Учебник для студентов вузов, обучающихся по экон. специальностям. М.: ЮНИТИ, 2000 г.
40. Г.А. 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. Татарина. Введение в специальность “Связи с общественностью”. Ўқув-услубий қўлланма. Омск: ОмГТУ нашриёти, 2000 г.
45. А.Н. Чумиков. Связи с общественностью. Ўқув дарслик. – 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.: Рефа-бук: Ваклер, 2000 г.
50. Е.Г. Пашенцев. Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики – М.: Фин-пресс, 2000 г.

51. PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика / Инглизчадан О.В. Дубицкая ва бошқалар таржимаси. ИНФРА-М, 2002 г.
52. Е.Н.Голубкова. Маркетинговые коммуникации. Ўқув дарслик. – 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: принципы 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 компаний. ўқув дарслик. – М. : Трикта: Акад. проект, 2005 г.
59. К.В. Антипов. Паблик рилейшнз. Ўқув дарслик. М.: Дашков и К, 2002 г.
60. <http://www.jizzax.uz>
61. <http://www.ferghana.uz>
62. [www.navoi.gov.uz](http://www.navoi.gov.uz)

## ИЛОВАЛАР

### 1-ИЛОВА. ФОТОСУРАТГА ОЛИШНИНГ АСОСИЙ ҚОЙДАЛАРИ

#### Фотосуратга қаерда олиш мумкин, қаерда мумкин эмас?

##### 1. Фотосуратга олиш қачон шак-шубҳасиз ман этилган:

- махфий 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. Қуйдагиларга 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 тарзда фотосуратга олиш мумкин.

#### **5. Жамоат жойларида одамларни суратга олиш тақиқланмайди:**

- матбуот конференцияларида;
- ўз хизмат вазифасини бажарётган ички ишлар, ёнгин хавфсизлиги, шифокор ва қутқарув хизмати ходимларини;
- намойиш, норозилик чиқишлари иштирокчилари ва бу тадбирларда сўзга чиққанларни;
- ҳалокат ва тўқнашув иштирокчиларини;
- юқорида санаб 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. МЕДИА-РЕЖА НАМУНАСИ

### ВИЛОЯТ ҲОКИМЛИГИ АХБОРОТ

№	Тадбир
<b>1. Вилоят ҳокимлиги ва жамоатчилик ўртасида</b>	
1.	Ҳокимликнинг _____ йилда аҳоли ҳаётини яхшилаш, ҳудудлар бўйича иқтисодий ва ижтимоий ислохотларни, 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 анжуманлари, брифинг, пресс-турлар ташкил этиш Уларда вилоят ҳокимлиги раҳбарлари, шунингдек, оммавий ахборот воситалари вакилларининг иштирокини таъминлаш
2.	Вилоят газетасида “Ҳокимлик жавоб беради” рукнини ташкил этиш. Рукнда фуқароларнинг ҳокимликнинг масъул ходимларига берган долзарб мавзулардаги саволари ва уларга берилган жавобларни ёритиш
3.	Вилоят телевидениесида “Вилоят ҳокими билан бир соат” кўрсатувини ташкил этиш орқали вилоят ҳокимининг аҳоли билан тўғридан-тўғри мулоқотини уюштириш
4.	Вилоят ҳокимлиги томонидан аҳолининг кам таъминланган қатламини ижтимоий қўллаб-қувватлаш мақсадида амалга оширилаётган тадбирларнинг республика ва вилоят ОАВ томонидан ёритилишини ташкил этиш
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 тренинглارни кенг қўламда ёритиш
6.	Вилоят ҳокимлиги фаолиятига тааллуқли меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар ёритилишини таъминлаш
7.	Турли мавзуларда ҳокимлик ва ташкилотларнинг масъул раҳбарлари билан интервьюлар ташкил этиш
8.	Газета, телевидение ва радио таҳририятлари учун вилоят ҳокимлиги фаолияти билан боғлиқ ахборот, мақола, долзарб мавзуларда суҳбатлар тайёрлаш
9.	Мазмун ва сифатини яхшилаб бориш мақсадида вилоят ҳокимлиги фаолиятини ёритувчи мақолаалар, телекўрсатувлар ва радиоэшиттиришларнинг доимий мониторингини олиб бориш

## ХИЗМАТИНИНГ \_\_\_\_\_ ЙИЛ УЧУН МЕДИА-РЕЖАСИ

Ижро вақти	Масъул ходим
Алоҳида медиа-режа асосида, ойда бир-икки марта	Ахборот хизмати; Ташкилий назорат ва ахборот таҳлил гуруҳлари
Доимий	Ахборот хизмати; Ташкилий назорат ва ахборот таҳлил гуруҳлари; “ _____ ” вилоят газетаси
Чоракда бир марта	Ахборот хизмати; Вилоят телерадиокомпанияси
Йил давомида	Ахборот хизмати; Республика ва вилоят ОАВ
Йил давомида	Ахборот хизмати; Компьютерлаштириш маркази; Вилоят телерадиокомпанияси; “ _____ ” вилоят газетаси; ОАВ
Доимий	Ахборот хизмати; Барча ОАВ
Йил давомида Ҳафтада 1 марта	Ахборот хизмати; “ _____ ” вилоят газетаси
Йил давомида Ҳафтада 1 марта Ойда 1 марта	Ахборот хизмати
Йил давомида Ҳафтада 1 марта	Ахборот хизмати

## 2. Ахборот хизмати фаолиятини

1.	Ахборот хизмати маълумотлар базасини яратиш ва унинг доимо янгилашиб боришини таъминлаш
2.	Ахборот хизмати ходимларининг республиканинг илғор ОАВда мунтазам равишда касб маҳорати ва малакасини ошириб боришларини таъминлаш
3.	Ахборот хизмати ҳужжатлари номенклатурасини ташкил этиш ва юритиш
4.	Республика ва маҳаллий ОАВнинг ижодий ҳамкорлигини таъминлаш, шунингдек, уларнинг вакиллари билан иш юзасидан шахсий мулоқотларни йўлга қўйиш
5.	Вилоят ҳокимлиги, давлат органларида фуқароларнинг мурожаатлари юзасидан ахборот алмашишларини ташкил этиш. Фуқароларнинг ахборот хизматиغا мурожаати бўйича ҳокимлик бўлимлари билан ҳамкорлик ўрнатиш

## 3. Маҳаллий ҳокимликлар таъсис этган ОАВни шунингдек, вилоят ҳокимлиги билан ҳамкорлик

1.	Маҳаллий ҳокимликлар муассислигидаги ОАВни таҳлил қилиб бориш ва уларнинг фаолиятини яхшилаш бўйича таклифлар тайёрлаш
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
3.	Ҳокимлар томонидан ОАВ касб байрами “27-июнь – Матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимлари куни”ни юқори даражада ташкил этишни таъминлаш
4.	ОАВ вакиллари томонидан ҳокимлик фаолияти ёритилишини яхшилаш мақсадида журналистлар ўртасида турли ижодий танловлар ўтказиш

### такомиллаштириш бўйича бажариладиган ишлар

Йил давомида	Ахборот хизмати
Алоҳида медиа-режа асосида Доимий	Ахборот хизмати
Доимий	Ахборот хизмати
Доимий	Ахборот хизмати
Доимий	Ахборот хизмати

### ривожлантиришга қаратилган ташкилий тадбирлар, қилиб келаётган журналистларни рағбатлантириш

Чорақда бир марта Доимий	Ахборот хизмати; Вилоят матбуот ва ахборот бошқармаси; Журналистлар ижодий уюшмасининг вилоят бўлими; ОАВ
Алоҳида медиа-режа асосида Доимий	Ахборот хизмати; Вилоят матбуот ва ахборот бошқармаси; “_____” вилоят газетаси; ОАВ
Белгиланган кунда	Ахборот хизмати; Вилоят матбуот ва ахборот бошқармаси; Журналистлар ижодий уюшмасининг вилоят бўлими
Алоҳида медиа-режа асосида Доимий	Ахборот хизмати; Вилоят матбуот ва ахборот бошқармаси; Журналистлар ижодий уюшмасининг вилоят бўлими

Вилоят ҳокимлиги Ахборот хизмати раҳбари: Ф.И.Ш.











# АХБОРОТ ХИЗМАТЛАРИ УЧУН АМАЛИЙ ҚЎЛЛАНМА: *жамоатчилик билан самарали мулоқот*

**Мухаррир:** Шукур Қурбон  
**Бадий муҳаррир:** Исламова Г.  
**Техник муҳаррир:** Жўраев А.  
**Саҳифаловчи:** Масленников Д., Каневец Е.

**Суратлар муаллифлари:**  
Джурабеков С., Эшматов О., Ҳамидов У., Эшонқулов И., Джумашев У,  
Исмоилов Ш., Ходжиниязов А.

**Нашриёт лицензияси:** АИ №159, 14.08.2009.  
**Теришга 2013 йил 6 апрелда берилди.**  
**Босишга 2013 йил 1 майда рухсат этилди.**  
“Арно Про” гарнитураси. Бичими 60x84 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>  
Ҳажми 8,25 ш. б. т. Нашриёт ҳ. т. 9,78  
Адади 500 нусха. Буюртма № 114П от 06.02.2013

Алишер Навоий номидаги Ўзбекистон Миллий кутубхонаси нашриёти

«ИШОНЧ» МЧЖ босмахонасида чоп этилди.  
Тошкент шаҳри, Шаҳрисабз кўчаси, 7 уй

Бепул тарқатилади