USAID
АМЕРИКА ЭЛИНИН АТЫНАН

Европалык Комиссия

INSTITUTE FOR
WAR & PEACE REPORTING
IWPR
Согушту жана тынчтыкты
чагылдыруу институту

Уруш ва тинчликни ёритиш институти

Самарали коммуникациялар

Ҳуқуқ ҳимояси билан шуғулланувчи нодавлат ташкилотлари учун амалий қўлланма



Уруш ва тинчликни ёритиш институти

Самарали коммуникациялар

Ҳуқуқ ҳимояси билан шуғулланувчи нодавлат ташкилотлари учун амалий қўлланма

Иккинчи нашр

USAID
АМЕРИКА ЭЛИНИН АТЫНАН

Европалык комиссия

INSTITUTE FOR WAR & PEACE REPORTING
IWPR
Согушту жана тынчтыкты чагылдыруу институту

Муаллифлар:
Нодира Абдуллаева (Тожикистон)
Ахмат Алагушев (Қирғизистон)
Игорь Братцев (Қозоғистон)
Андрей Гришин (Қозоғистон)
Бектур Искандер (Қирғизистон)
Женифер Крофт (АҚШ)
Александр Кулинский (Қирғизистон)
Марат Мамадшоев (Тожикистон)
Абдумўмин Мамараимов (Қирғизистон)
Инга Сикорская (Туркманистон, Ўзбекистон)
Нуриддин Қаршибоев (Тожикистон)

Муҳаррир: Элмурод Жусупалиев

Муқовадаги ва нашр ичидаги суратлар: Уруш ва тинчликни ёритиш институти (IWPR)

Э-94 Самарали коммуникациялар: Ҳуқуқ ҳимояси билан шуғулланувчи нодавлат ташкилотлари учун амалий қўлланма./ Уруш ва тинчликни ёритиш институти (IWPR).-Б.: 2010-148 с.

ISBN 978-996-26-018-4

Мазкур қўлланма ўз фаолиятини жамоатчилик билан самарали мулоқот ўрнатишни ва коммуникацияви ташаббуслар воситасида ривожлантиришни истаган Марказий Осиёдаги ҳуқуқ ҳимояси ташкилотлари ҳамда мустақил ҳуқуқ ҳимоячилари учун фойдали манбадир. Нашр Уруш ва тинчликни ёритиш институти томонидан амалга оширилган ҳамда Европа Комиссияси томонидан молиялаштирилган “Марказий Осиёда ОАВ воситасида инсон ҳуқуқларни ҳимоя қилиш ва ҳуқуқий таълим “лойиҳаси доирасида тайёрланди.

Уруш ва тинчликни ёритиш институти (IWPR) Европа Комиссиясининг “Марказий Осиёда ОАВ воситасида инсон ҳуқуқларни ҳимоя қилиш ва ҳуқуқий таълим “лойиҳаси доирасида Марказий Осиё мамлакатларидаги ҳуқуқ ҳимоячиларини самарали медиастратегияни ишлаб чиқишида қўллаб-қувватлайди, уларнинг хабардорлигини оширади ва бутун жамиятга ҳуқуқ ҳимоясига оид маълумотларни тақдим этади. Лойиҳа медиа ташкилотлар, журналистлар ва ҳуқуқ ҳимоячилари ўртасидаги ҳамкорлик мустаҳкамланишига ёрдам беради. Лойиҳанинг якуний мақсади ҳар бир мамлакатда ва умуман минтақада инсон ҳуқуқлари меъёрлари ҳурмат қилинишини ривожлантириш ва бу борадаги хабардорликни оширишдир.

Уруш ва тинчликни ёритиш институти «Марказий Осиёда ОАВ воситасида инсон ҳуқуқини ҳимоя қилиш ва ҳуқуқий таълими» лойиҳасини амалга оширишда ва Марказий Осиёда инсон ҳуқуқларини ҳимоя қилиш йўналишидаги мақсадларга эришиш учун муносиб ҳисса бўлган мазкур қўлланманинг таёрланишида кўрсатган ёрдами учун Европа Комиссиясига ўз миннатдорчилигини билдиради.

IWPR мазкур қўлланманинг мазмуни Европа Иттифоқи давлатлари нуқтаи назарини мутлоқ акс эттирмаслигини эътироф этган ҳолда қўлланма мазмун - моҳияти учун масъулиятни тўлиқ ўз зиммасига олади. Барча ҳуқуқлар ҳимояланган. Бу китобнинг муайян қисми Уруш ва тинчликни ёритиш институтининг (IWPR) ёзма рухсатисиз қандай шаклда бўлишидан қатъий назар акс эттирилиши мумкин эмас.

Э 2303010000-1
ББК 32.88

УДК 004
ISBN 978-996-26-018-4

© Уруш ва тинчликни ёритиш институти (IWPR), 2012

МУНДАРИЖА

4_____Муқаддима

6_____Кириш

10____1-боб: Нега ОАВ билан ишлаш керак?

40____2-боб:ОАВ билан ишлашга тайёргарлик

59____3-боб: ОАВ билан самарали алоқа

85____4-боб: ОАВ билан ишлаш учун воситалар

104___5-боб: Интервью кўникмасини мукаммаллаштириш

110___6-боб: Ўз маълумотингизни жамоатчиликка етказишнинг бошқа усуллари

124___7-боб:Янги технологиялар ва ҳуқуқ ҳимояси НДТлари

134___1-илова: ОАВ билан ишлаш стратегияси намунаси

135___2-илова: Маълумот ёзишга тайёргарлик варақчаси

136___3-илова: Жамоатчилик билан алоқа тадбирлари календари намунаси

138___4-илова: Фойдали манбалар

139___5-илова: Фойдаланилган адабиётлар

141___Муаллифлар ҳақида

МУҚАДДИМА

Мазкур қўлланма ўз масалаларини ОАВга тўғри тақдим қилишни истаган Марказий Осиёдаги ҳуқуқ ҳимояси ташкилотлари ва алоҳида ҳуқуқ ҳимоячилари учун мўлжалланган.

Ҳуқуқ ҳимоячиларининг жамоатчиликни ҳуқуқбузарлик ҳолатларидан хабардор қилиш, ҳуқуқбузарликлардан жабрланганларни қўллаб-қувватлаш ва қонун устиворлиги муҳимлигини ёритиш учун қилаётган меҳнатлари беқиёсдир.

Ҳар бир мамлакатда босма ва электрон ОАВлар ҳуқуқ ҳимоячилари томонидан тайёрланган далилли ахборотлар ва ташвиқот материаларини ёритувчи воситага айланмоғи керак. Бироқ маълумотларни тақдим этиш жараёнида муайян қийинчиликлар юзага келади.

Жамоатчилик вакиллари фақат муайян ҳуқуқбузарликлар ҳақида маълумотга эга бўлган ва бу каби ҳолатлар содир этилишига миллий қонунчиликда ҳамда халқаро конвенцияларда йўл қўйилмаслиги ҳақида тасаввурга эга бўлган тақдирдагина инсон ҳуқуқлари бузилишининг олдини олиш мақсадида чора-тадбирлар кўра бошлайди. ОАВ бундай мураккаб мавзуларда ёзишдан бош тортган ҳолатда жамоатчилик ўз ҳуқуқларидан самарали фойдалана билмайди ва ўз лидерларидан жамият олдидаги мажбуриятларини бажаришни талаб қила олмайди.

Марказий Осиёнинг айрим мамлакатларида давлат ёки ҳукумат тузилмалари босма ва электрон ОАВларнинг асосий қисмини назорат қилади, мустақил ОАВлар эса оғир шароитда фаолият кўрсатади. Бундай вазиятда ҳукуматлар инсон ҳуқуқларига риоя қилиниши юзасидан муаммолар мавжудлигини тан олишни истамайди. Минтақанинг баъзи давлатларида ҳукумат мамлакат ичидаги ОАВларни тўлиқ назорат қилади ва бунинг ортидан ҳуқуқбузарликлар тўғрисидаги маълумотлар чоп этилишининг олдини олиш имкониятига эга бўлади, негаки эҳтимолий оппонентлардан қутилиш учун ҳукуматнинг ўзи ноқонуний қўлга олишларга, қийноқларга, адолатсиз суд жараёнларига йўл очиб беради.

Бундай вазиятда ҳуқуқ ҳимоячилари цензура қилинаётгани ёки ҳуқуқ ҳимояси масаласи аҳамиятини тушунмагани ёхуд кўрққани важидан бу мавзуни ёритишни истамаётган ОАВларда кенг жамоатчиликка маълумот етказиш имкониятидан маҳрум бўлиши мумкин.

Минтақадаги ҳуқуқ ҳимояси ташкилотлари баъзан ўз асосий ғояларини кенг аудиторияга етказишда муаммоларга учрайди. Уларда маълумот бор, лекин уни телерадио ва газета муҳаррирлари ишлата олишлари учун содда, осон тушиниладиган шаклда тақдим эта олиш кўникмаси йўқ.

Мана шу масалага эътибор қаратиш мақсадида IWPR Европа Комиссияси томонидан молиялаштирилган "Марказий Осиёда ОАВ воситасида инсон ҳуқуқларни ҳимоя қилиш ва ҳуқуқий таълим" лойиҳаси доирасида "Самарали коммуникациялар: Ҳуқуқ ҳимояси билан шуғулланувчи нодавлат ташкилотлари учун амалий қўлланма"ни нашр этди. Мазкур лойиҳадан мақсад ўзаро муносабатлар ва ҳамкорликни ривожлантириш орқали Марказий Осиё ОАВлари ҳамда ҳуқуқ ҳимоячилари ҳамжамияти ўртасидаги мулоқотни шакллантиришдир.

Қўлланмада ОАВ билан қандай тил топишиш ва журналистлар эътиборини ўз фаолиятининг бир қисми сифатида ҳуқуқ ҳимояси мавзусига қаратиш юзасидан амалий маслаҳатлар берилган. Қўлланма расмий тренингларда фойдаланиш ёки мустақил ўрганиш учун мўлжалланган. IWPR мазкур қўлланма билан бир қаторда "Инсон ҳуқуқини ёритиш. Журналистлар учун амалий қўлланма" китобини ҳам нашр этди. Бундан мақсад ОАВ вакилларига фуқаролик ва инсон ҳуқуқлари, бу ҳуқуқларни ҳимоя қилиш учун фаолият юритаётганлар ҳақида аниқ тушунча беришдир.

IWPR бош қароргоҳи Лондон ва Вашингтонда жойлашган, дунёнинг 20 мамлакатида ОАВни ривожлантириш йўналишида ишлаётган ташкилот ҳисобланади. IWPR мақолалар чоп этади, тренинглар ўтказади ва ОАВ имкониятларини ривожлантиришга қаратилган бошқа тадбирларни ўтказади.

Биз мазкур қўлланма ундан фойдаланувчиларни ҳар бир инсон учун муҳим бўлган соҳада фаолроқ ҳаракат қилишга ундайди, деб умид қиламиз.

Абахон Султонназаров,
IWPRнинг Марказий Осиё бўйича ҳудудий директори

КИРИШ:

Марказий Осиёда бир неча минг ҳуқуқни ҳимоя қилиш ташкилоти фаолият юритади. Улар мураккаб шароитда ишламоқдалар.

Марказий Осиёда бир неча минг ҳуқуқни ҳимоя қилиш ташкилоти фаолият юритади. Улар мураккаб шароитда: айрим мамлакатларда ҳар куни таҳдидлар ва ҳибс қилиниш хавфи остида ўз ҳаётларини гаровга қўйиб, бошқа давлатларда эса кутилган натижага эришиш учун жуда катта куч-ғайрат сарфлаб ишламоқдалар.

Бундай шароитда кўпинча ҳуқуқ ҳимоячиларининг иши самаралими, уларнинг кундалик фаолияти қандайдир маънога эгами, ташкилотлар амалга ошираётган лойиҳаларга донорлар сарфлаётган маблағ ўзини оқляптими деган саволлар пайдо бўлади.

Айни пайтда минтақанинг ҳар бир мамлакатида оз бўлса-да муҳим ўзгаришлар кузатилмоқда. Бу ўзгаришлар сиёсий эрк туфайлигина эмас, ҳукуматни ислоҳотлар ўтказишга ундаган далилларни топа олган ҳуқуқ ҳимояси ташкилотларининг фаолияти туфайли ҳам содир бўлмоқда.

Аммо ҳуқуқ ҳимоячиларининг катта ва кичик ютуқлари, уларнинг кундалик меҳнати ҳақида минтақа жамиятлари жуда оз маълумотларга эга. Шунинг учун ҳам ҳуқуқ ҳимояси ташкилотлари нима ишлар билан шуғулланиши, уларнинг фаолияти нега кераклиги ҳақидаги саволлар пайдо бўлмоқда.

Бундай вазият кўплаб таҳририятларнинг инсон ҳуқуқлари масаласини ва фуқаролик жамияти фаоллари фаолиятини ёритишдан бош тортаётганидан эмас, балки ҳуқуқ ҳимоячиларининг журналистлар билан ишлашга иштиёқи йўқлиги ва ишлашни билмаганидан ҳам келиб чиқмоқда.

Оммавий ахборот воситалари ҳуқуқ ҳимояси ташкилотлари учун ўз фаолиятларини жамоатчиликка етказишга ёрдам берувчи деярли ягона имкониятдир.Юзлаб одамлар таклиф қилинган ўнлаб ахборот учрашувлари ёки семинарларни ташкил қилиш мумкин, бироқ ОАВда пайдо бўлган битта хабар минглаб одамларнинг эътиборини тортиши мумкин.

Оммавий ахборот воситалари ҳуқуқ ҳимояси ташкилотлари учун ўз фаолиятларини жамоатчиликка етказишга ёрдам берувчи деярли ягона имкониятдир.

Марказий Осиёда матбуот билан ишлашнинг аҳамиятини тушунган ва бунга алоҳида эътибор қаратаётган ташкилотлар жуда оз. Айни пайтда ОАВ билан ҳамкорлик қилмаётганлар, одатда журналистлар билан учрашиш қийинлигини, уларнинг фаолияти эътиборга олинмаётганини ёки репортёрлар у ёки бу воқеада сиёсий таъкид мавжудлигини баҳона қилиб, ҳамкорлик қилишдан бош тортаётганликларини айтадилар.

Бундай вазиятдан чиқиш йўллари борлигини тушуниб етиш муҳимдир. Миллий бўлмаса ҳам ҳудудий, электрон бўлмаса ҳам босма матбуот ёки Интернет нашрлар эътиборига тушиш мумкин.

Ҳамма нарса ОАВ эътиборини жалб қилиш учун барча имкониятлар ишга солинишига боғлиқ - хабар учун асосли баҳона борми ёки бу ташкилот наздидагина шундайми, мавзу нақадар кенг ёки тор тақдим этилган ва бошқалар.

Минтақадаги кам сонли ташкилотларгина журналистлар ва PR мутахасисларни ишга таклиф қила олиш имкониятига эга эканидан келиб чиқилса, ҳуқуқ ҳимоячиларининг ўзлари матбуот билан ишлаш технологияларини ўзлаштиришга мажбурдирлар. Айтиб ўтиш лозимки, матбуот билан ишлаш воситалари унча кўп эмас ва уларни ўзлаштириш ҳамда иш давомида қўллаш учун кўп вақт ҳам талаб қилинмайди.

Яна бир муаммо - ҳуқуқ ҳимоячиларининг мазкур соҳада билимга эга эмас деб, журналистлар билан ишлашни хоҳламаслигида. Таъкидлаб ўтамизки, журналистларнинг инсон ҳуқуқлари борасидаги билимларга ва маълумотларга эга бўлиши фақат фуқаролик жамияти фаолларига боғлиқ масаладир. Ҳамкорликда қилинган ҳаракатлар, тренинг ва семинарлар минтақада инсон ҳуқуқлари соҳасига ихтисослашган профессионал журналистлар гуруҳининг шаклланишига кўмаклашиши мумкин, репортёрларни айблашда давом этиш эса ўзаро тушунмовчилик ва зиддиятларни кучайтиради, холос.

Яна бир муаммо - ҳуқуқ ҳимоячилари мазкур соҳада билимга эга эмас деб, журналистлар билан ишлашни хоҳламаслигида.

Оммавий ахборот воситалари ҳуқуқ ҳимояси ташкилотлари учун ўз фаолиятларини жамоатчиликка етказишга ёрдам берувчи деярли ягона имкониятдир. Минтақа мамлакатларида ҳуқуқ ҳимоячилари матбуот билан ишлашнинг қизиқарли усулларини топмоқдалар ва уларнинг ҳар бири ўз услубидан фойдаланади. Журналистлар эксперт деб ҳисобловчи ўнлаб фаоллар бор ва улар билан интервьюлар мунтазам тарзда чоп этилади. Лекин муҳим ишларни амалга ошираётган кўпчилик ҳуқуқ фаоллари сояда қолиб кетмоқда. Бу вазиятни журналистлар билан ишлашни кундалик амалий фаолиятнинг бир қисмига айлантириш орқалигина ўзгартириш мумкин.

Мазкур қўлланма ўз фаолиятини жамоатчилик билан самарали мулоқот ўрнатиш ва коммуникациявий ташаббуслар воситасида ривожлантиришни истаган Марказий Осиёдаги ҳуқуқ ҳимояси ташкилотлари ҳамда мустақил ҳуқуқ ҳимоячилари учун ахборот манбасидир. Қўлланма фойдали ахборотни берувчи, ҳуқуқ фаоллари ва журналистларнинг профессионал тавсияларини ўз ичига олган амалий восита бўлиб қолмоғи керак.

Қўлланманинг мақсади ОАВ билан ҳамкорлик қилишда профессионал ёндашув ва стратегик режалаштиришни ишлаб чиқишда НДТларга кўмаклашиш; НДТларга ОАВ ва жамоатчилик билан ҳамкорлик қилишга ёрдам берувчи янги ғояларни таклиф қилишдир.

Жумладан, қўлланмада қуйидаги тавсиялар берилган:

- Коммуникацияларга ёндашув ва ОАВлар билан ҳамкорлик стратегиясини ишлаб чиқиш;
- Эффектив маълумотни тайёрлаш;
- Маълумотнинг мақсадли аудиториясини аниқлаш;
- Журналистлар эътиборини тортиши мумкин бўлган пресс-релизларни тайёрлаш;
- Журналистлар билан мустаҳкам профессионал алоқаларни ўрнатиш;
- ОАВ эътиборини жалб қилиш учун муваффақиятли матбуот анжуманлари ва жамоатчилик тадбирларини ўтказиш;
- Маълумотни жамоатчиликка етказишнинг бошқа усулларини қўллаш;
- Жамоатчиликнинг эътиборини ҳуқуқ ҳимояси масаласига қаратиш мақсадида янги медиатехнологиялардан фойдаланиш.

Уруш ва тинчликни ёритиш институти томонидан амалга оширилган ва Европа Комиссияси томонидан молиялаштирилган "Марказий Осиёда ОАВ воситасида инсон ҳуқуқларини ҳимоя қилиш ва ҳуқуқий таълим "лойиҳаси уч компонент воситасида ҳуқуқ ҳимоячилари ва журналистлар ўртасидаги ўзаро муносабатлар ва ҳамкорликнинг мустаҳкамланишига кўмаклашишини мақсад қилган:

- Ҳуқуқ ҳимояси масалаларини кенг ёритиш;
- Икки гуруҳ ўртасидаги ҳамкорликнинг кучайишига ёрдам берадиган кўникмаларни ривожлантириш мақсадида алоҳида мамлакатлар ва умумминтақа доирасида журналистлар учун ҳам, ҳуқуқ ҳимоячилари учун ҳам тренинглар ўтказиш;
- Диалог учун имконият яратиш мақсадида маҳаллий ва минтақа даражасида инсон ҳуқуқи ва ОАВ эркинлиги мавзусида давра суҳбатлари уюштириш.

Лойиҳа аввалида ўтказилган эҳтиёжларни баҳолаш жараёнида ҳуқуқ ҳимоячилари ўз ғояларини ОАВ ва жамоатчиликка етказишда айрим муаммоларга дуч келаётганлари аниқланди.

- Қозоғистонда ҳуқуқлари бузилган айрим одамлар ёрдам сўраб ҳуқуқ ҳимояси ташкилотларига мурожаат қилади. Жамоат ташкилотлари ва фуқаролик жамияти ҳаракатида ҳуқуқ ҳимояси масаласи билан шуғулланиш анъанаси ривожланаётганига қарамай, мазкур гуруҳлар таниқли ҳуқуқ ҳимоячилари билан мулоқотга киришишга мойиллик билдирмайди.

- Қирғизистонда журналистларнинг ҳам, ҳуқуқ ҳимоячиларининг ҳам таъқиб қилиниши ва қўрқитилиши ортидан ҳуқуқ ҳимояси масалаларини ёритиш соҳасида ишлаш қийинлашиб кетди (2010 йил 7 апрелигача бўлган давр таҳлил қилинган)
- Тожикистонда кўпчилик ОАВларда ҳуқуқ ҳимояси ташкилотлари билан ҳамкорлик қилишдан қўрқиш ва ҳамкорликдан қочиш анъанаси мавжуд. Бу журналистларнинг ҳуқуқий билими йўқлигидан ва тухмат учун жиноий жавобгарликка тортилиш хавфи мавжудлигидан келиб чиққан ҳолат.
- Туркманистон ва Ўзбекистондаги ўта қатъий чекловлар муҳити ОАВ ва ҳуқуқ ҳимоячилари ҳамкорлигининг ривожланишига қаттиқ тўсқинлик қилмоқда.Бу мамлакатлар ичидаги ва ташқарисидаги кам сонли журналистлар ва ҳуқуқ ҳимоячиларигина ўз фаолиятларини давом эттиришга ҳаракат қилишмоқда.

Вячеслав Абрамов,
MediaNet журналистика халқаро
маркази директори,
“Марказий Осиё озодлик овози”
ҳуқуқ ҳимояси портали шеф-муҳаррири,

Женнифер Крофт,
халқаро эксперт

I – БОБ НЕГА ОАВ БИЛАН ИШЛАШ КЕРАК?



Одамларни ўзи ишлаб чиқарган маҳсулотларни кўпроқ сотиб олишга мажбур қилишга интиладиган ҳар қандай ширкат сингари ҳуқуқ ҳимояси ташкилотлари ҳам одамларнинг муносабатини ва муомаласини ўзгартиришга ҳаракат қилади. Ҳуқуқ ҳимояси ташкилотлари иложи борича кўпроқ одамлар ўз ҳуқуқларини билишига ва уларни ҳимоя қилишга интилишини истайди. Улар, шунингдек, инсон ҳуқуқларини ҳимоя қилинишига ва унга риоя этилишига ҳукумат кўмак бериши учун бу масалага ҳокимиятнинг муносабатини ўзгартиришга интиладилар. Бу мақсадга эришиш йўлида ҳуқуқ ҳимоячилари турли аудитория билан самарали мулоқот қила билиши шарт. ОАВ билан ҳамкорлик кенгроқ аудиторияни қамраб олишнинг ва ҳуқуқ ҳимоясига оид масалаларни сиёсий кун тартибга киритишнинг энг самарали усули ҳисобланади.

Бу мақсадга эришиш йўлида ҳуқуқ ҳимоячилари турли аудитория билан самарали мулоқот қила билиши шарт. ОАВ билан ҳамкорлик кенгроқ аудиторияни қамраб олишнинг энг самарали усули ҳисобланади.

Айрим ҳуқуқ ҳимоячилари коммуникацияларни ўз вақтини ажратиш имконига эга бўлмаган дабдаба деб ҳисоблайдилар. “Биз ўз фаолиятимиз билан шуғулланишимиз керак, гапириш билангина чекланмаслигимиз лозим”,-деб таъкидлайди улар. Лекин сиз жамоатчиликни ўз фаолиятингиз билан кўнгилдагидай таништирмас экансиз, у ҳолда шундай муваффақият билан фаолиятингизни тўхтатишингиз ҳам мумкин.

Самарали коммуникациялар ҳуқуқ ҳимояси фаолиятига кўмаклашиши учун кўплаб усуллар бор. Ўз фаолиятингиз ҳақида жамоатчиликни хабардор қилиш қуйидаги натижаларни бериши мумкин:

- Одамлар ўз ҳуқуқларини билиб оладилар;
- Одамлар сизнинг ташкилотингиздан ёрдам олади;
- Сизнинг фаолиятингизнинг янги тарафдорлари пайдо бўлади;
- Қарор қабул қилувчи одамлар сизнинг масалангизни янгича тушуна бошлайди;
- Бу ташкилотингиз фаолиятини жамоатчилик, давлат, ҳамкорлар ва донорлар учун шафоф бўлишини таъминлайди;
- Сизнинг муаммоингизга халқаро ташкилотлар томонидан қизиқиш ортади;
- Маблағ йиғишнинг самаралироқ усули;
- Ташкилотингиз сафига янги аъзолар ва кўнгиллиларни жалб қилиш.

Кўпчилик НДТлар, хатто унчалик катта бўлмасалар-да, қандайдир даражада коммуникациялардан фойдаланишга ҳаракат қилади. Улар веб-сайтга эга бўлишлари, брошюралар, бюллетенлар ва пресс-релизлар чиқариши мумкин. Лекин кўпинча бу ташаббуслар кенг маънодаги стратегик ёндашувга асосланган эмас. НДТлар ўз маълумоти аудиторияга нақадар яхши етказилганини ва белгиланган мақсадга нақадар яхши эришилганини

Кўпчилик НДТлар, хатто унчалик катта бўлмасалар-да, қандайдир даражада коммуникациялардан фойдаланишга ҳаракат қилади.

баҳолашга вақт ажратмасликлари ҳам мумкин. Оқибатда бу вақтни ва заҳираларни бекорга сарфлаш бўлиб қолиши, ташкилот лойиҳасининг асосий мақсадига эришилмай қолиниши мумкин.

НДТлар ўз коммуникация потенциалини максимал даражада кучайтира олмаслигининг айрим сабаблари қуйидагича:

- Маблағ, вақт ва ходимларнинг етишмаслиги;
- Ташкилот раҳбарияти томонидан қўллаб-қувватлашнинг йўқлиги;
- ОАВ мазкур ташкилот фаолияти билан қизиқмайди деган фикрнинг мавжудлиги;
- Бошқа НДТлар билан мувофиқлаштирувнинг йўқлиги;
- Асосий эътибор жамоатчиликка эмас, ҳукуматга, ҳокимиятга таъсир кўрсатишга қаратилгани;
- Ташкилот фаолияти ҳақида журналистлар (ва жамоатчилик) тушуна оладиган тарзда эффектив маълумот бериш салоҳиятининг йўқлиги.

ОАВларни ҳуқуқ ҳимоясига оид масалаларни керакли даражада ёритмаётганликда айблаш осон. Ҳолбуки ОАВлар инсон ҳуқуқлари борасида кам хабардорлигини намойиш қилаётгани ва бу масалага қизиқмаётгани ҳақиқат ҳам бўлиши мумкин. НДТлар ОАВнинг бу борадаги хабардорлигини ошириш ва журналистларни мазкур мавзуга жалб қилиш учун кўмаклашишлари мумкин. Журналистлардан бу соҳада эксперт бўлишни кутмаслик керак. Кўпинча уларга асосий масалаларни ва атамаларни тушуниб етишлари учун сизнинг ёрдамингиз керак бўлади.

Марказий Осиёда НДТлар кўпинча ОАВлар сони чеклангани билан боғлиқ муаммоларга дуч келадилар. Ўткир муаммоларни ёритгани учун журналистлар ҳам реал таҳдид остида қолишлари мумкин. Журналистларнинг асосий қисми айрим мавзуларни ёритишдан қочиши ҳам эҳтимолдан узоқ эмас. Ҳуқуқ ҳимоячилари эса кўпинча мухолифат қаторида кўрилиши ёки жамиятга ҳеч қандай фойда келтирмайдиган, донорлардан грант олиб ишловчилар сифатида талқин қилиниши мумкин. Бундай қийинчиликлар ўз фаолияти ҳақида жамоатчиликка маълумот етказишда НДТлар журналистлар дуч келиши мумкин бўлган муаммоларни ҳисобга олган ҳолда стратегик ёндашувга эга бўлиш лозимлигини кўрсатади.

ОАВ билан ишлаш муайян даражада таваккалчиликлар билан боғлиқ.

ОАВ билан ишлашдаги ноқулайликлар

ОАВ билан ишлаш муайян даражадаги ноқулайликлар билан боғлиқ. Матбуотда сизнинг сўзларингиздан нотўғри иқтибос берилиши мумкин. ОАВ сиз тақдим этган маълумотни бузиб кўрсатиши мумкин. ОАВ вакиллари сиз уюштирган матбуот анжуманига келиши, лекин унда

гапирилган гаплар ҳақида ёзмаслиги мумкин. Агар ОАВ вакиллари олдида қилган чиқишингизда хатоликка йўл қўйсангиз бу ҳақда жуда кўп одамлар хабар топади. Лекин одатда ОАВ билан ишлашнинг ижобий томонлари ноқулайликлардан устун келади. Сиз ОАВ билан ишлашдаги кўп "ютқизишларни" сабр, қатъийлик ва жиддий тайёргарлик кўриш билан енгиб ўта оласиз.

Албатта, жиддий тайёргарлик кўриш барча хатоликларнинг олдини ололмайди. 2009 йилнинг мартида АҚШ Давлат котиби Ҳиллари Клинтон Россия ташқи ишлар вазири Сергей Лавровга АҚШнинг Россия билан муносабатлардаги оҳангни ўзгартириш истаги рамзи сифатида "reset" (перезагрузка) сўзи ёзилган мурватни совға қилди. Лавров совғани очиб кўрганида "reset" сўзи "перегрузка" деб нотўғри таржима қилинганини сезиб қолди. У Клинтонга мурватга "перезагрузка" эмас, "перегрузка" сўзи ёзилганини тушунтирди.

Барча ОАВлар олдида Клинтон ва Лавров хато устидан кулишди ва биргаликда камералар олдида мурватни босишди.

Мазкур ҳолат ҳар бир одам ОАВ билан ишлаганида таваккалчиликларга дуч келишини намойиш этади. Бу мисол, айни пайтда, юмор туйғусини сақлаб қолиш ва вазиятга мослашишнинг муҳим эканини ҳам англатиб турибди. Кейинроқ Клинтон матбуот анжуманида мурватга ёзилган сўз тўғри бўлганини, негаки АҚШ ва Россия ўртасидаги муносабатларни тиклаш учун ўзи ва Лавров жуда катта иш қўламини амалга ошириш билан қаттиқ банд бўлганларини билдирди. ОАВлар эса одатдагидек эртаси куни бошқа мавзуларни ёрита бошладилар.

Ҳуқуқ ҳимояси йўналишидаги НДТ ва ОАВ иттифоқчими?



ОАВнинг демократик жамиятдаги роли фуқароларга ишончли ахборотни етказиб беришдан иборат. Шундан келиб чиқилса, ОАВ ҳукумат томонидан турли ҳуқуқбузарликлар содир этилишини жиловлаб турувчи ўзига хос омил ҳисобланади ҳамда инсон ҳуқуқлари бузилиши ҳолатларини етарли даражада ёритиб боради. Ҳуқуқ ҳимоячилари журналистларга инсоннинг фундаментал ҳуқуқларидан бири бўлган сўз эркинлиги ҳуқуқидан фойдаланишига кўмак бериши мумкин. Журналистлар ўз ҳуқуқлари ҳақида билмасликлари ёки улар ўз ҳуқуқлари ҳимояланишга муҳтож бўлган вазиятга тушиб қолишлари мумкин.

Ҳуқуқ ҳимояси ташкилотлари ОАВ учун фойдали ҳисобланади. ОАВ фаолияти журналистлар кўпроқ муштарий ёки томошабинни жалб қила оладиган сюжетларни қидирадиган ўзига хос бизнесдир. Ҳуқуқ ҳимоясига оид мавзулар бошқа одамлар муаммоларига тегишли бўлгани учун ҳам муштарийлар, томошабинлар ва тингловчилар учун қизиқдир.

Бундан ташқари журналистларда ўзларига маълумот етказиб бераётган унча кўп бўлмаган одамларга ишониш каби характерли хусусият шаклланади. Экспертлар ва ҳамжамиятлар билан тиғиз алоқада бўлган НДТлар журналистларга ўз алоқаларини кенгайтиришга ёрдам беради, бу эса ўз ўрнида журналистлар учун сифатлироқ ва объектив мақолалар ёзиш имкониятини яратади.

Бир сўз билан айтганда, сизда журналистларга керак нарса бўлиши мумкин, бироқ уларни бунга ишонтириш учун сиз кўп вақт ва куч сарфлашингизга тўғри келади.

Ўзингизни реклама қилиш билан шуғулланманг-фаолиятингиз натижаларини кўрсатинг

Тожикистон мустақил оммавий ахборот воситалари Миллий ассоциацияси (ТМОАВМА) раиси Нуриддин Қаршибоев ҳикоя қилади:

“2007 йилда Оға Хон жамғармасининг бир дастури доирасида Тожикистонда фуқаролик жамияти ташкилотлари аҳамиятини яхшироқ тушуниш йўлидаги тўсиқларни ўрганиш юзасидан тадқиқот олиб бордик.

Натижада респондентларнинг 86 фоизи жамоат ташкилотлари фаолияти билан таниш эканини айтган, 14 фоиз респондент эса жамоат ташкилотлари ҳақида билмас ёки уларни халқаро ташкилотлардан ажрата олмас экан. Респондентлар, шунингдек, жамоат ташкилотлари бошқа соҳалар билан бир қаторда инсон ҳуқуқларини – аёллар, болалар, ёшлар ва бошқаларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш йўналишида ишлашини ҳам таъкидлаганлар. Бундан ташқари фуқаролик жамияти ташкилотлари фаолияти шафоф эмаслиги, ОАВлар улар ҳақида оз маълумот бериши, газетада улар ҳақида бирон нарса ёзилганда ҳам бу мақолаларда ҳақиқат оз экани қайд этилди.



Олинган маълумотлар таҳлили шуни кўрсатдики, респондентларнинг асосий кўпчилиги-76 % жамоат ташкилотлари фаолияти ҳақида ОАВлардан ёки мазкур ташкилотлар ўтказаётган тадбирларда иштирок этиш орқали хабардор бўлар экан.

Респондентларнинг 12% бу борадаги ахборотни қўшнилардан/ходимлардан олади, 10% респондент бошқа ахборот манбаларини - баъзан жамиятда бу ҳақда гапирилишини айтган. Жамоат ташкилотлари фаолияти ҳақида максимал даражада маълумот олишга тўсқинлик қилаётган омиллар ҳақида гапирилар

экан, респондентларнинг асосий кўпчилиги - 55% уларнинг фаолияти оммавий ахборот воситаларида етарли даражада ёритилмаслигини ёки жамоат ташкилоти ОАВ билан кўнгилдагидек ҳамкорлик қилмаслигини белгилаган.

Респондентларнинг 25% ахборот олишга ҳалақит берадиган омиллар йўқ, жамоат ташкилотлари шафоф ишламайди ва ўз фаолияти ҳақида маълумот алмашишдан манфаатдор эмас, деб ҳисоблайди. Жумладан, Хўжанд шаҳридаги респондентлар жамоат ташкилотлари ОАВ билан ҳамкорлик қилиш ташаббусини кўтармасликларини билдирганлар. Уларнинг ўз ОАВи йўқ ва уларнинг фаолияти кам ёритилади. Респондентлар, шунингдек, уларнинг фаолияти ҳақида маълумот бера оладиган ягона марказнинг йўқлигини ҳам таъкидлашган.

Респондентларнинг 20% ОАВ вакиллари жамоат ташкилотлари фаолиятини ёритишдан манфаатдор эмас, деб ҳисоблайди.

Тадқиқот давомида аниқланган хулоса барча НДТларга, хусусан, ҳуқуқ ҳимояси ташкилотларига бирдай тегишли. Хулоса битта: НДТ ва ОАВ бир-бирига керак, улар иттифоқчи бўла олади. Улар бир-бирларига қараб қадам ташлашлари шарт. Жамиятда ОАВ ва НДТлар роли ҳақида қолипланган фикрлар кўп: бу фикрларни ўзгартириш зарур!

ОАВ сиз ҳақингизда ёзиши учун ўз-ўзингизни реклама қилманг, фаолиятингиз натижаларини кўрсатинг: шахсан менга лойиҳанинг натижалари ва самарадорлиги ҳақида сизнинг нима дейишингиз муҳим эмас, менга кўпроқ бенефициарларнинг сизнинг ҳаракатларингиз фойдаси ҳақидаги фикрлари қизиқ!"

Сизнинг масалангизни ОАВда ёритиш учун пул тўлаш зарурати ҳақида икки оғиз гап

Айрим ҳолатларда ОАВ сизнинг янгилигингизни ёритиш учун пул талаб қилиши мумкин. Мазкур амалиёт журналистика этикаси ва халқаро стандартларга зид кўринишдир. Журналистлар ўз мақолалари учун иш ҳақидан бошқа мукофот олмасликлари керак, чунки бу вазиятда гонорар олиш уларнинг мақолалари объективлигига таъсир кўрсатиши мумкин. Журналистга ташкилотингиз фаолиятини ёритгани учун қалам ҳақи тўлаш амалиёти ҳам нотўғридир, негаки шундан кейин қўшимча ҳақ тўламасдан туриб ОАВда ташкилотингиз ҳақида хабар бера олмай қоласиз.

"ОАВни ёллаш" ёки ОАВда реклама қилиш баъзан медиакампаниянинг бир қисми ҳисобланади, лекин реклама ҳар доим ОАВда фаолиятингиз ёритилишидан фарқланиши лозим.

Марказий Осиёда ОАВ фаолиятининг ўзига хос жиҳатлари

Исталган ғоя, худди маҳсулот каби, ўзининг якуний истеъмолчисига етиб бориши лозим. Шунинг учун бу мақсадда исталган маҳсулот турига, жумладан, ғояларга ҳам қўлланиладиган классик маркетинг усулларидан фойдаланишнинг ажабланарли томони йўқ. Реклама ва промо-кампаниялар, PR каби бозорни забт этишнинг мутлақо тижорий воситалари нотижорий маҳсулотларни тарғиб қилишда ҳам жуда қўл келади. Оммавий ахборот воситалари барча маркетинг усулларининг таркибий қисми бўлгани туфайли, улардан жамоат секторида фақат ўта оғир ҳолатлардагина фойдаланмаслик мумкин. Бунда фақат битта фарқ бор – бу ерда маҳсулотни сотиш эмас, эълон қилинган мавзуга жамоатчилик эътиборини тортиш вазифаси қўйилган.

Медиа, глобал бозорнинг таркибий қисми сифатида ўз сиёсати, ўз талаб ва истакларига эга. Аудиторияси қанча катта бўлса, у шунча узоқ вақт бозорни ушлаб туради, демак унинг талаблари ҳам каттароқ, чунки тижорат ширкати каби ОАВ, айниқса бозори чаққон ОАВ, ўз шаънини ўта қаттиқ ҳимоя қилади.

Медиа, глобал бозорнинг таркибий қисми сифатида ўз сиёсатига эга.

Тўғри, нотижорат ташкилотлари ҳам худди шу каби “жамоатчилик бозори”нинг сегментидир, шунинг учун барча маркетинг қонуниятлари уларга ҳам тенг даражада таалуқли.

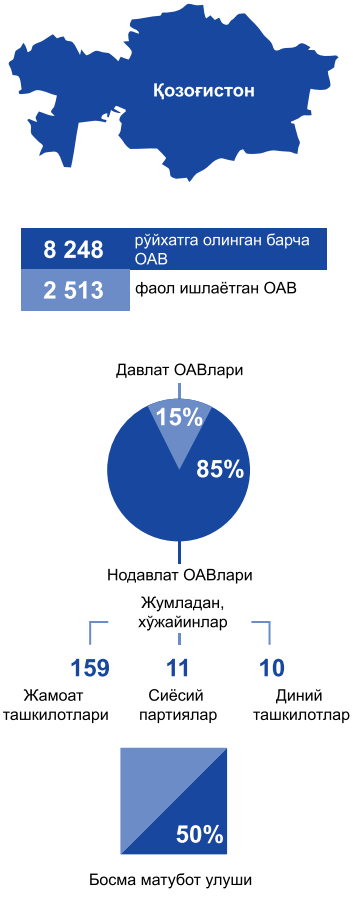
Улардан талаб қилинган асосий нарса- бошиданоқ ўзлари ҳақида маълум қилиш, бу босқич босиб ўтилганидан сўнг эса кўтарилаётган муаммоларга эътиборни жалб қилиш орқали мунтазам равишда ўзининг мавжудлигини эслатиб туриш. Бугунги кунда ҳамма аниқ биладики, оммавий ахборот воситалари ёрдамисиз белгиланган вазифаларни бажариш мутлақо мумкин эмас.

Медиа вакиллари билан мулоқотга киришиш шаклланган ташкилотлар учун осонроқ- журналистлар (улар орқали жамият)ни НДТ номининг ўзиёқ жалб қилиши мумкин. Иккинчи томондан, “янгилар” омма эътиборини ўзига тортиш учун янги усулларни ўйлаб топишга мажбур бўлади, “фахрийлар” эса эски усуллардан доимгидек фойдаланаверади. Аммо ҳар икки ҳолатда ҳам қаттиқ ҳаракат қилишга тўғри келади: “фахрийлар” ОАВ эътиборидан четга чиқиб қолмасликка, “янгилар” эса биринчи мулоқотни муваффақиятли бошлашга интилади.

Улардан талаб қилинган асосий нарса- бошиданоқ ўзлари ҳақида маълум қилиш

ҚОЗОҒИСТОН

Медиамуҳит обзори



Айни пайтда, сўз эркинлигини ҳимоя қилувчи “Одил сўз” халқаро жамғармаси маълумотларида айтилишича, Қозоғистонда 8 248 та оммавий ахборот воситаси рўйхатга олинган, уларнинг 2 513 таси мунтазам фаолият кўрсатади. Электрон ОАВлар сони 212 та. 159 та оммавий ахборот воситасига жамоат ассоциациялари эгалик қилади, 11 та нашр сиёсий партиялар ва ҳаракатларга тегишли, 10 та нашр эса диний ташкилотларга қарашли. Бу рақамлар расмий маълумотларга яқинроқ. Президентнинг 2006 йилдаги “Қозоғистон Республикасида ахборот ҳудуди рақобатбардошлигини ривожлантиришнинг 2006-2009 йилларга мўлжалланган концецияси тўғрисида”ги Фармонида 7281та оммавий ахборот воситаси ҳақида гап боради ва уларнинг 2 479 таси фаол ишлаётгани тан олинади. Бундан ташқари KZ доменида 9000 ортиқ ном рўйхатга олингани маълум қилинади.

Президент фармонида барча ОАВларнинг 78% мустақил нашрлар экани айтилса, 2009 йилда “Одил сўз”га кўра, уларнинг ҳисаси 85 %га етган. Айни пайтда оммавий медиа улушининг 50 % босма нашрларга тўғри келади.

Бу маълумотлар билан биргаликда “Одил сўз” жамғармаси томонидан тақдим этилган маълумотларни ҳам келтириш мумкин.

2009 йилда Қозоғистонда касбий фаолияти учун 2 журналист ҳибс қилинган. Шунингдек, 2 журналист узоқ муддатга озодликдан маҳрум қилинган. “Алма -Ата Инфо” газетасининг бош муҳаррири Рамазан Есергепов 2009 йил августида давлат сирларини ошкор этиш ва ноқонуний маълумот тўплашда айбланиб 3 йилга қамалди, “Закон и правосудие” газетасининг бош муҳаррири Токберген Абиев 2008 йилда маълумотни сотиб олишга ҳаракат қилгани учун 3 йилга кесилди.

Улардан ташқари 40 журналист жиноий жавобгарлик асосида таъқиб қилинган, 21 журналист тухмат қилганликда айбланди, ОАВларнинг 139 ходимига ғурур ва ор-номусни камситиш юзасидан эътирозлар билдирилган. Эътирозлар муаллифлари 62 амалдор, 42 юридик шахс, 31 жисмоний шахсдир. Маънавий зарарни қоплаш учун эълон қилинган маънавий зарарнинг умумий миқдори 2 млрд 508 млн 096 минг 667 танга (ёки 16 832 863 доллар)ни ташкил қилган. Айни пайтда жамият учун муҳим бўлган ахборотни олишни чеклаш ёки бермаслик борасида 260 ҳолат юз берган. Ниҳоят, 2009 йил мобайнида ОАВ таҳририятлари ва ходимларига 15 маротаба ҳужум қилинди. Тўртта босма ва интернет нашр фаолияти вақтинча ёки умуман тўхтатилди (таниқли бўлган “Живой журнал” тармоқ ресурсини Қозоғистон ҳудудида тўсиб қўйиш тўғрисидаги суд қарорини қўшиб ҳисоблаганда).

Қонунчилик

ҚР Конституциясининг 20- моддасида сўз ва ижод эркинлиги, қонунда тақиқланмаган исталган усул билан эркин ахборот олиш ва тарқатиш ҳуқуқи кафолатланган ва цензура ман қилинган. Бироқ Қозоғистон Республикаси қонунчилиги, жумладан, Жиноий ва Маъмурий кодекслар Конституция моддасини сезиларли ўзгартириб юборган.

ҚР Конституциясининг 20- моддасида сўз ва ижод эркинлиги, қонунда тақиқланмаган исталган усул билан эркин ахборот олиш ва тарқатиш ҳуқуқи кафолатланган ва цензура ман қилинган.

Ҳозирги пайтда Қозоғистон ОАВлари фаолиятини йигирмадан ортиқ қонун мувофиқлаштириб туради, уларнинг кўпчилиги оммавий медианинг ривожланишига ва журналистлар ҳуқуқларининг ҳимоя қилинишига эмас, аксинча журналистларнинг касбий фаолиятини бир қолипга солишга хизмат қилмоқда.

ОАВлар, журналистлар, медиаресурслар эгаларининг ҳуқуқ ва мажбуриятларига оид моддалар Қозоғистон Республикасининг “Оммавий

ахборот воситалари тўғрисида”ги қонунида жамланган. Бир қатор бошқа қонунлар медианинг муайян соҳалардаги фаолиятини мувофиқлаштиради.

Ҳар ҳолда 2009 йилда иккита янги қонун медиа жамоатчилик томонидан кесин танқид қилинди ва халқаро демократик институтларнинг эътирозига сабаб бўлди.

Биринчиси - бу “Қозоғистон Республикасининг фуқаролар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш ва шахсий ҳаёт даҳлсизлиги масалалари бўйича айрим қонунчилик актларига ўзгартишлар ва қўшимчалар киритиш тўғрисда”ги қонуни. Қозоғистон қонунчилигида “шахсий ҳаёт”, “оммавий шахс”, “ лавозимли оммавий шахс” каби ҳуқуқий тушунчалар мавжуд эмас, бундай шароитда амалдорлар ва кучишлатар тузилмалари ходимларининг ноқонуний ҳаракатлари ёритилиши шахсий ҳаётга даҳл қилиш сифатида талқин этилиши мумкин. Бундан ташқари Қонунда ноқонуний йўл билан олинган маълумотларни ОАВда нашр этгани учун мол-мулкини мусодара қилиш билан биргаликда 5 йилгача озодликдан маҳрум этиш тўғрисдаги модда ўрин олган.

ЕХҲТ томонидан катта баҳс-мунозараларга ва танқидларга сабаб бўлаётган иккинчи қонун “Ахборот –коммуникация тармоқлари борасидаги Қозоғистон Республикасининг айрим қонунчилик актларига қўшимча ва ўзгартишлар киритиш тўғрисида” деб аталади. Бу қонунда шахсий саҳифалар, форумлар, блоглар, ижтимоий тармоқлар каби деярли барча интернет ресурслар ОАВга тенглаштирилган ва уларнинг эгалари ҳамда муаллифлари оммавий медиа каби масъулиятга эга бўлади.

Қонунларга риоя қилмаганлик учун масъулият Жиноий, Маъмурий ва Фуқаролик кодексларида назарда тутилган.

Жиноий-процессуал кодекс журналистларнинг суд жараёнларидаги ҳуқуқ ва ўзини тутишини мувофиқлаштиради. Жиноий-ижроий кодекс пенитенциар маҳкамаларга журналистларнинг кириш тартибини белгилаб беради.

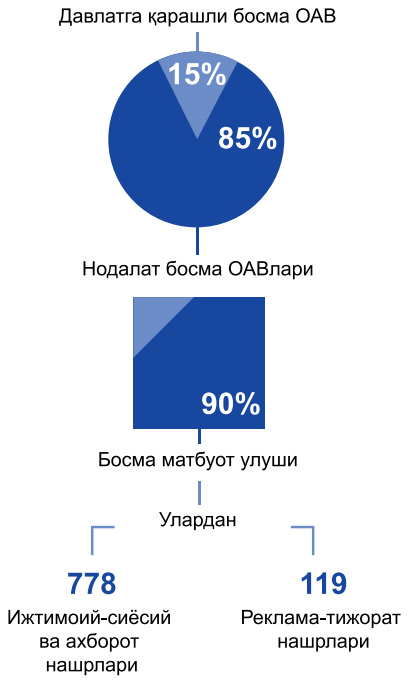
Амалиётда Жиноий кодекснинг журналистларга қарши “ишлаётган” моддалари “Тухмат” ва “Ҳақорат қилиш” бўлиб қолмоқда.

Бундан ташқари вақти-вақти билан бошқа моддалар ҳам ишлатилиб турилади, судга ҳурматсизлик, давлат сирларини ошкор этиш (айни пайтда давлат сирларига нималар таалуқли экани тўғрисидаги рўйхат анча мавҳум), Қозоғистон Республикаси президенти ғурури ва ор-номусига таҳдид қилиш каби моддалар бўйича ҳам журналистлар жавобгарликка тортилган.

ҚИРҒИЗИСТОН



1 331	жами рўйхатга олинган ОАВ
437	фаол ишлаётган ОАВ



Қирғизистон Республикасида 2009 йилнинг 1 майидаги маълумотга қараганда ҚР Адлия вазирлиги томонидан 1331 ОАВ рўйхатга олинган. Мамлакатда амалда фаолият кўрсатаётган газета, журнал ва телерадиокомпаниялар сони 437 та, бу рўйхатга олинган ОАВларнинг 32,9% ташкил қилади.

Жами рўйхатга олинган ОАВларнинг 1197 таси (90%) вақтли матбуот нашрларидир. Уларнинг асосий қисми – 65% (778) ижтимоий-сиёсий ва ахборот нашрлари. Жами босма ОАВларнинг 10% (119) бозорга ихтисослашган ва реклама-тижорий мақсадларни кўзлайди.

Рўйхатга олинган газета ва журналларнинг 85% (1017) нодавлат ОАВларидир. Жумладан, 100 та газета ва журнал Ўш шаҳрида рўйхатга олинган, уларнинг 70% хусусий нашрлар ҳисобланади.

Тил жиҳатидан олинганида, газета ва журналларнинг умумий сонидан 70% қирғиз тилида чоп этилади. Республика, вилоят ва туман газеталарининг 25 % рус ва ўзбек тилларида чиқади. Турк, инглиз ва дунган тилида чоп этиладиган нашрлар ҳам бор.

Давлатга қарашли ОАВлар ҳақида гапирадиган бўлсак, умумреспублика миқёсида қирғиз тилида "Эркин Тоо" ва "Қирғиз Туусу" газеталари кетма-кетлигига қараб 4 ва 5 минг нусхада ҳафтасига икки марта нашр этилади. Рус тилидаги "Слово Киргизстана" газетаси 4 минг нусхада ҳафтасига икки марта чиқарилади, газетанинг жума куни нашр этиладиган "В конце недели" иловаси анча машхур бўлиб, унинг тиражи 10-15 мингга етади. Бундан ташқари болалар ва ўсмирлар учун Қирғизистон ҳукумати муассислигида "Байчечекей", "Қирчин" журналлари ҳамда "Жеткинчек" газетаси нашр этилади.

Қонунчилик

Қирғизистонда цензура Конституциявий тарзда тақиқланмаган. "ОАВ тўғрисида"ги қонуннинг 13- моддасига биноан ОАВни цензура қилинишига йўл қўйилмайди.

Ҳар бир инсон қуйидаги ҳуқуқларга эга:

- Ахборотни эркин йиғиш, сақлаш, ишлатиш ва уни оғзаки, ёзма ёки бошқа усуллар билан тарқатиш;
- Фикр, сўз ва матбуот эркинлиги, шунингдек, бу фикр ва эътиқодларини тўсиқларсиз ирод этиш. Ҳеч ким ўз фикр ёки эътиқодини ирод этишга мажбур қилиниши мумкин эмас (14-модда).

Шундай қилиб, Конституция ахборотни олиш, бериш ва тарқатиш эркинлигини кафолатлайди. Бу умумий принцип исталган шахс ёки ташкилотга газета ва бошқа ОАВларни

Шундай қилиб, Конституция ахборотни олиш, бериш ва тарқатиш эркинлигини кафолатлайди.

ташкил этиш ҳамда улар орқали давлат сирига таалуқли бўлмаган ҳар қандай маълумотни тарқатишга йўл очади.

Мустақил телевидение ва матбуот ўз материалларини қандайдир бир давлат тузилмаси билан келишиб олишга мажбур эмас. Улар давлат тузилмалари томонидан берилаётган ахборотни танлаш, халқаро ахборот агентликлари билан мустақил тарзда ҳамкорлик ўрнатиш, хорижга махсус мухбирларини жўнатиш ҳуқуқига эга.

“ОАВ тўғрисида”ги Қонун

Мустақил телевидение ва матбуот ўз материалларини қандайдир бир давлат тузилмаси билан келишиб олишга мажбур эмас.

Мазкур Қонун оммавий ахборот воситалари орқали ахборот узатишни ташкил этишнинг ҳуқуқий, иқтисодий ва ижтимоий асосларини аниқлаб беради. Қонун оммавий ахборот воситаларининг эркин фаолият юритишига йўналтирилган, уларнинг давлат тузилмалари, жамоат ташкилотлари, ташкилотлар, корхоналар ва фуқаролар билан муносабатини мувофиқлаштиради. ОАВ тўғрисидаги қонун қабул қилинганидан бери деярли ўзгартирилган эмас.

1997 йилда мамлакат парламенти томонидан ҚРнинг “Журналистлар фаолиятини ҳимоя қилиш тўғрисида”ги ва “Ахборот олиш эркинлиги ва кафолати тўғрисида”ги иккита қонуни қабул қилинди. Ҳар икки қонун бир кунда қабул қилинган ва ОАВ тўғрисидаги қонунни тўлдиришга мўлжалланган.

“Журналистлар фаолиятини ҳимоя қилиш тўғрисида”ги Қонун

Қонун журналистнинг касбий фаолиятидан келиб чиқадиган муносабатларни мувофиқлаштиришга, унинг ҳуқуқлари ва мажбуриятларини аниқлашга, шунингдек, мажбуриятлар меъёрларини белгилаб берган ҳолда ҳуқуқий ва ижтимоий кафолатларни тақдим этишга қаратилган.

“Ахборот олиш эркинлиги ва кафолати тўғрисида”ги Қонун

Мазкур қонун ҳар бир инсоннинг тўсиқларсиз ахборот излаш, олиш, тадқиқ этиш, ишлаб чиқариш, бериш ва тарқатиш ҳуқуқидан фойдаланиш жараёнида юзага келадиган муносабатларни мувофиқлаштиришга қаратилган. Мазкур қонунда биронта “рақам”, “муддат” берилмаган. Қонун деярли кўпчилик моддаларда ОАВ тўғрисидаги Қонуннинг қайтариқларидан иборат.

“Қирғиз Республикасининг давлат органлари ва маҳаллий ўзини-ўзи бошқарув органлари тасарруфидаги ахборотни олиш тўғрисида”ги Қонун. Мазкур қонуннинг 2006 йилнинг 28 декабрида Қирғизистон парламенти томонидан қабул қилиниши жуда катта қадам ва юқоридаги “касбий” қонунчиликка нисбатан ютуқ бўлди.

Қонун чиқарувчи қонунни саккиз бобга бўлган ва оғзаки ёки ёзма сўровга биноан ахборот бериш тартибини аниқлаган. Давлат органлари ва ўз-ўзини бошқарув органлари фаолияти ҳақидаги ахборотни ёритиш, давлат ва маҳаллий ўзини-ўзи бошқариш органлари материалларини олиш тартибига ҳам анча ўрин берилган. Қонуннинг бешинчи бобида давлат органлари мажлисларида қатнашиш мумкинлиги кўрсатилган.

Биринчи навбатда қонунда ахборотни олишни чеклаш фақат қонун билан белгиланиши аниқ айтилган. Қонунда уни қўллаш соҳалари, кафолатлар ва принциплар аниқ қайд этилган. Мазкур қонуннинг аввалгилардан устунлиги шундаки, унда сўров жўнатаётган одам ўз сўровни асослашга мажбур эмас. Сўров жўнатаётган шахсдан у ёки бу маълумотнинг ўзига таалуқли эканини исботлаб бериши талаб қилинмайди. Маълумотни олиш муддатлари, шунингдек, у ёки бу сўровномаларни кўриб чиқиш ва қаноатлантириш тартиби белгилаб берилган.

"Телевидение ва радиоэшиттиришлар тўғрисида"ги мунозарали Қонун

2008 йилнинг 24 апрелида мамлакат парламенти томонидан "Телевидение ва радиоэшиттиришлар тўғрисида"ги Қонун қабул қилинди, 2008 йилнинг 2 июнида эса қонун ҚР президенти томонидан имзоланди. Мазкур қонун электрон ОАВлар ва медиаҳамжамият томонидан бир томонлама негатив қабул қилинди. Миллий телерадиокомпания фаолиятини фуқаролар томонидан назорат қилиш механизмининг мавжуд эмаслиги, лицензияларни чақириб олиш ва бекор қилишни чекловчи механизмлар, шунингдек, кўрсатувларнинг ярмини давлат тилида олиб бориш имконияти ва кўрсатувларнинг ярми телекомпания томонидан ишлаб чиқарилиши шартлиги тўғрисидаги моддалар кучли баҳс-мунозараларга сабаб бўлди.

Медиажамият ва ОАВларнинг бир неча бор қилган мурожаати ортидан президент ўз фармони билан Адлия вазирлиги ҳамда Маданият ва ахборот вазирлигига қонунни мукаммаллаштириш юзасидан билдирилаётган барча таклифларни ўрганиб чиқиш ва бу борада ишчи гуруҳи ташкил этишни топширди.

ОАВ вакиллари, медиаҳамжамият, депутатлар, тегишли вазирлик ва агентликлар ходимларидан иборат ишчи гуруҳ уч ой мобайнида қонунга кўплаб ўзгартиришлар ва тузатишлар киритди. Қарорлар асосан коллегиал тарзда қабул қилинди. Таклиф қилинган қонун лойиҳаси ва "Қирғизистон Республикасининг "Телевидение ва радиоэшиттиришлар тўғрисида"ги Қонунига ўзгартиш ва тузатишлар киритиш тўғрисида"ги Қонун лойиҳаси юзасидан солиштирма жадвал ишчи гуруҳ йиғинларининг ҳосиласи бўлди.

Лекин қонуннинг якуний версияси айрим меъёрларни ҳисобга олмаганда, деярли ўзгаришсиз қолдирилди.

Телерадиокомпаниялар ишини енгиллатувчи сезиларли ва стратегик муҳим тузатишлар қонуннинг 8-моддасига киритилди. Қонуннинг бирламчи таҳририда айни шу модда телерадиокомпаниялар ва жамоат ташкилотларининг асосий эътирозларига сабаб бўлган эди.

Мазкур моддада телерадиокомпаниялар қандай қилиб босқичма – босқич кўрсатувларнинг 50%ни давлат тилида олиб борилишига, 50% ини ўзи ишлаб чиқаришга ва 60 %ини миллий аудиовизуал маҳсулотдан таркиб топтиришига эришиши механизми белиглаб берилган. Айнан мана шу механизм мавжуд телерадиокомпанияларнинг сақланиб қолинишига сабаб бўлди ва айни пайтда давлатнинг миллий манфаатлари ҳамда Қирғизистон ахборот хавфсизлиги таъминланиши ҳам кафолатланди.

Туҳмат жиноят сифатида

2005 йилдан бошлаб Қирғизистонда томонлардан бири ОАВ ёки журналист бўлган суд жараёнлари анъанага айлангани кузатилди.

2005 йилдан бошлаб Қирғизистонда томонлардан бири ОАВ ёки журналист бўлган суд жараёнлари анъанага айлангани кузатилди. Ишларнинг кўпчилиги Қирғиз Республикаси Фуқаролик кодексининг 18 - моддаси “Ор-номус, иззат-нафс ва корчалонлик обрўсини ҳимоя қилиш” бўйича қўзғатилган. Бу 2005 йилнинг 24 мартидан кейин ҳукуматга мойил ёки ҳукумат атрофидаги гуруҳларнинг лавозимларни, мулкни ва таъсир доирасини бўлиштириш ҳосиласи десак тўғрироқ бўларди. Бу фикрни кўпинча журналистлар ўз фаолиятида интилишлари жамият билан уйқаш бўлмаган ОАВ раҳбарлари-сиёсий лидерлар, бизнес тузилмалари вакиллари, турли жамоат арболари манфаатлари доирасида чекланганига боғлаш мумкин. ОАВ раҳбариятининг бундай ахборот сиёсатига журналистлар иш жойидан ажралиб қолиш қўрқинчи остида итоат қилаяпти. Айни пайтда журналистларга юқори иш ҳақи тўланадиган иш топишнинг мушкуллиги ҳам вазиятни мураккаблаштирмоқда ҳамда журналистларнинг кўпчилиги ўз принциплари ва фуқаролик позицияларидан чекинишга мажбур бўлмоқдалар.

Шу ўринда ор-номус, обрў-эътибор ва корчалонлик обрўсига путр етказилгани ҳақидаги даъво аризаларнинг кўпчилиги асосли бўлганини ва бу даъволар суд томонидан қаноатлантирилганини тан олиш лозим. Ҳақиқатан ҳам оммавий ахборот воситаларида чоп этилаётган маълумотлар ҳар доим ишончли ва ҳолис текширилган бўлмайди, айрим ҳолатларда вазият бузиб кўрсатилади ёки субъектив характерга эга бўлади. Бунинг ортидан нафақат оддий одамлар, балки амалдорларнинг ҳам обрў-эътибори ва иззат –нафси камситилади.

Шу билан бир қаторда бу каби масалаларни кўриб чиқишда ягона суд амалиёти мавжуд эмаслигини, судлар томонидан адолатсиз қарорлар чиқарилишини ҳам таъкидлаб ўтиш зарур. Балки бу мазкур масаланинг мураккаблиги ва судларнинг барчаси ҳам бу каби ўзига хос ишларни кўриб чиқиш малакасига эга эмаслиги билан боғлиқ бўлиши мумкин.

Шу билан бир қаторда бу каби масалаларни кўриб чиқишда ягона суд амалиёти мавжуд эмаслигини, судлар томонидан адолатсиз қарорлар чиқарилишини ҳам таъкидлаб ўтиш зарур.

ТОЖИКИСТОН

Медиамуҳит обзори

Тожикистон Республикаси Маданият вазирлиги берган маълумотга асосланса, 2010 йилнинг 10 мартигача мамлакатда 228 та газета рўйхатга олинган;

- 49 давлат газетаси
- 115 та хусусий газета
- 27 та ижтимоий нашр
- 37 та тармоқ газеталари

Шунингдек, 118 та журнал рўйхатга олинган.Улардан;

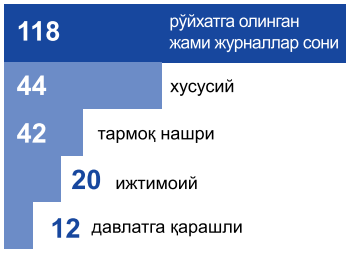
- 12 таси давлатники
- 44 таси хусусий
- 20 таси ижтимоий
- 42 таси тармоқ нашри

Тожикистонда 8 та ахборот агентлиги фаолият кўрсатади; улардан биттаси - “Ховар” ТМАА давлатга қарашли, 7 таси эса хусусий. Мамлакатда давлатга қараши 5 та телеканал ва 3 та радиокомпания ишлайди. Улар мамлакат ҳудудини ўз кўрсатувлари ва эшиттиришлари билан 100% қоплайди. Бундан ташқари 16 та маҳаллий телевизион станция, 7 мустақил ва 2 маҳаллий FM радиостанцияси фаолият юритади.

Тожикистонда нашрларнинг аниқ сони, тури, типи, даврийлиги, нусхаси (қамраб олган ҳудуди), кўрсатув ва эшиттиришлар ҳажми, ОАВ мазмуни юзасидан статистик маълумотлар мавжуд эмас. Бу Тожикситонда ОАВларни рўйхатга олишнинг ягона реестри (кадастри) йўқлиги билан боғлиқ.







Тожикистонда нашрларнинг аниқ сони, тури, типи, даврийлиги, нусхаси (қамраб олган ҳудуди), кўрсатув ва эшиттиришлар ҳажми, ОАВ мазмуни юзасидан статистик маълумотлар мавжуд эмас. Бу Тожикситонда ОАВларни рўйхатга олишнинг ягона реестри (кадастри) йўқлиги билан боғлиқ.

Мустақил экспертлар фикрича, мамлакат иқтисодиётида мулкни қайта бўлиштириш ва таъсир доирасига олишнинг янги босқичи бошланган. Шу муносабат билан, жумладан, ОАВларни ҳукумат бўғинлари, моливий-ишлаб чиқариш ва бошқа қудратли гуруҳлар томонидан ўз назоратига олиш ҳаракати ҳам кучайган.

Сўнгги йиллардаги айрим ўзгаришларга қарамай, тожик медиабозори давлат ҳокимиятининг кучли босими остида қолмоқда. Республикадаги газеталарнинг кўпчилиги чоп этиладиган “Шарқи Озод” нашриёт – матбаа комплекси давлатга қарашли. Шунингдек, бошқа бир қатор босмаханалар ҳам давлат қўлидадир.

Ҳолислик учун айтиб ўтиш лозимки, сўнгги йилларда давлат босмахоналари фаолиятини анча сиқиб қўйган мустақил босмахоналар ҳам пайдо бўлди. Бироқ сўнгги йиллардаги амалиёт бу босмахоналар давлат амалдорлари босимига учраши мумкинлигини кўрсатди.

Ахборотни тарқатиш борасида ҳам муаммолар сақланиб қолинмоқда. Тожикистонда шу кунгача ОАВларни тарқатиш билан шуғулланадиган муқобил, нодавлат ташкилоти бўлмаган ва ҳозир ҳам мавжуд эмас. Ҳатто пойтахтда ҳам газета киосклари жуда оз.

Ахборотни тарқатиш борасида ҳам муаммолар сақланиб қолинмоқда. Тожикистонда шу кунгача ОАВларни тарқатиш билан шуғулланадиган муқобил, нодавлат ташкилоти бўлмаган ва ҳозир ҳам мавжуд эмас.

Кўпчилик ҳудудларда «Жумҳурият», «Садои мардум» давлат газеталари ва ҳукумрон партия нашри бўлган «Минбари халқ» газетасига мажбурий обуна институти сақланиб қолинмоқда. Бунинг натижасида мазкур газеталар 16 мингдан 24 минггача бўлган энг катта тиражларни сақлаб қолмоқда.

Бундан ташқари ҳукумат ОАВларга электрон ОАВларни лицензиялаш амалиёти орқали таъсир этиш салоҳиятини ҳам сақлаб қолаётир. Сўнгги йилларда фақат бармоқ билан санарли электрон ОАВларгагина лицензия берилди. Масалан, Душанбеда фақат «СМТ» деб номланган биттагина мустақил канал мавжуд. Пойтахтнинг радио сегментида эса аҳвол бир мунча ижобий десак бўлади. Бу соҳада бир нечта таъсир доираси кенг бўлган радиостанциялар иш олиб боради. Аммо «Имруз» радиостанциясини ҳисобга олмаганда, қолган станцияларнинг эшиттиришлари асосан кўнгилочар мундарижага эга.

Давлат ОАВлари ҳукумат тузилмалари томонидан инсон ҳуқуқлари бузилиши ҳолатлари ҳақида жуда камдан-кам ёзади. Бу йўналишда ҳукмрон партиянинг «Минбари халқ» газетасини алоҳида таъкид билан кўрсатиш лозимки, бу нашрда ҳуқуқ мавзуси доимий тарзда ёритиб борилади.

Давлат ОАВлари ҳукумат тузилмалари томонидан инсон ҳуқуқлари бузилиши ҳолатлари ҳақида жуда камдан-кам ёзади. Бу йўналишда ҳукмрон партиянинг «Минбари халқ» газетасини алоҳида таъкид билан кўрсатиш лозимки, бу нашрда ҳуқуқ мавзуси доимий тарзда ёритиб борилади.

Тожикстон ОАВлари фаолиятига халқаро иқтисодий бўҳрон таъсир кўрсатмай қолмади: тиражлар камайди ва рекламадан тушаётган даромад озайди; бошқа негатив омиллар қаторида нашрларни суд томонидан таъқиб қилиниши, журналистларнинг ахборот олишига тўсқинлик қилиниши ва ўз-ўзини цензура қилиш ҳолати юзага келганини тилга олиш мумкин.

Оммавий ахборот воситалари, айниқса мустақил нашрлар нафақат мураккаб вазиятда фаолият юритиш, балки ўз мустақиллигини сақлаб қолиш мақсадида юқорида айтилган негатив кўринишларга қарши курашишга ҳам мажбур бўлмоқда.

Сўнгги йилларда мамлакатда янги ОАВлар пайдо бўлди, журналистлар сафи янги мутахасислар билан тўлиқланди. Шунга қарамай, кўпчилик ахборот дастурларининг ва журналистик материалларнинг сифати халқаро меъёрлар талабига жавоб бера олмайди. Сўз эркинлиги ва ОАВ ҳамда журналистларнинг жамият олдидаги масъулияти ўртасидаги мувозанатнинг бузилаётганини кузатиш мумкин. Парадокс, лекин факт: тожик ОАВлари журналистлари фаолиятидаги ўзига хос жиҳатлар қуйидагилар бўлиб қолмоқда - авторитар назария, либертарианлик назарияси, ижтимоий масъулият назарияси, совет тоталитар назарияси. Давлат ОАВлари автортиар ва совет тоталитар назарияси асосида, мустақил нашрлар эса кўпроқ либертарианлик ва ижтимоий масъулият назарияси асосида фаолият юритмоқда. Мазкур назариялар ва ОАВнинг демократик жамиятдаги аҳамияти моҳиятини тушунмаслик Тожикистонда ОАВларни ривожлантириш йўналишида соҳалараро ахборот алмашиш ҳамда ҳамкорлик қилинишига тўсқинлик яратмоқда.

2009 йилнинг 7 февралида Тожикистон президенти Эмомали Раҳмон «Амалдорларнинг ОАВдаги танқидий ва таҳлилий мақолаларига муносабат билдириши тўғрисида»ги Фармонни имзолади. Қонун билан тенглаштирилган мазкур ҳужжат газета, радио, телевидениянинг фаоллашувига ва жамиятдаги долзарб муаммоларни ижтимоий жиҳатдан кенг муҳокама қилинишига йўл очиб бериши лозим эди. Бироқ айрим амалдорлар бу қадамни ўз ваколатларига таҳдид сифатида қабул қилдилар ҳамда ОАВдаги танқидий, таҳлилий мақолаларга муносабат билдириш ўрнига ўзларини оқлаш ёки журналистларни ҳақиқатга тўғри келмайдиган ахборотларни тарқатишда, туҳмат ва ҳақорат қилишда айблаш билан машғул бўла бошладилар.

Ҳолис туриб айтиш керакки, бундай вазиятнинг юзага келишида баъзан журналистларнинг ўзлари айбдор: улар ўзларига катта масъулиятни юқлаб олишади, баъзан назоратчи, судя ёки прокурор ролида майдонга чиқади. Натижада журналистик фаолиятнинг ҳуқуқий ва аҳлоқий жиҳатлари бузилмоқда.

Қонунчилик

Тожикистон Республикаси Конституциясининг 30-моддасида: «Ҳар бир одамга сўз, матбуот эркинлиги, оммавий ахборот воситаларидан фойдаланиш ҳуқуқига эгалиги кафолатланади. Давлат цензураси ва танқид учун таъқиб қилиш тақиқланади», деган принцип мустаҳкамланган.

Тожикистонда ОАВ соҳасини бир нечта қонун мувофиқлаштиради. Улардан энг муҳими Тожикистон Республикасининг «Матбуот ва

бошқа оммавий ахборот воситалари тўғрисида»ги, «Телевидения ва радио эшиттиришлар тўғрисида»ги, «Ахборот олиш ҳуқуқи тўғрисида»ги Қонунларидир.

Умуман олганда қонунчилик жуда яхши. Масалан, матбуот тўғрисидаги қонунда «фуқаролар оммавий ахборот воситалари орқали давлат тузилмалари, жамоат ташкилотлари, лавозимли шахслар фаолияти ҳақида ишончли тезкор ахборот олиш ҳуқуқига эга» экани белгиланган.

Бироқ қонунчиликда лавозимли шахс ОАВ сўровномасига жавоб бериши учун жуда ката муҳлат (ўттиз календар куни) кўрсатилган. Қонунчиликнинг айрим моддаларида чеклов меъёрлари ҳам белгилаб ўтилган.

Масалан, Тожикистон Республикасининг «Матбуот ва бошқа оммавий ахборот воситалари тўғрисида»ги қонунида мана бундай банд бор: «Оммавий ахборот воситаси таҳририяти, журналист ўз хабарларида муайян иш бўйича олиб борилаётган суд жараёнлари натижасини олдиндан белгилаб бериш ёки судга қарор ёҳуд ҳукм қонуний кучга киргунига қадар бошқача йўллар билан таъсир ўтказиш ҳуқуқига эга эмас».

Қонуннинг бу банди икки ҳил талқин этилиши мумкин ва амалиётда суд жараёнларини ёритаётган ОАВлар имкониятларини жуда кўп ҳолатларда чеклаб қўймоқда.

Туҳмат жиноят сифатида

Тожикистон Республикаси қонунчилигида туҳмат ва ҳақорат учун жиноий жавобгарлик мавжудлигини белгилаб берган моддаларнинг борлиги мамлакат ОАВларида сўз эркинлиги демократик принципининг амалга оширилиш имкониятларини чеклаб келмоқда. Одамлар ўзларининг сўз эркинлигига бўлган конституциявий ҳуқуқларидан фойдаланишга чўчимоқдалар ва бу ҳавотир асоссиз эмас. Бундай қадам жуда ёмон оқибатларга олиб келиши мумкин.

Туҳмат учун аввалгидай жиноий жавобгарлик белгиланган.

Тожикистондаги журналистик ва ҳуқуқ ҳимояси ташкилотларининг туҳмат ва ҳақорат моддаларини жиноий қонунчиликдан чиқариш борасида кўрсатган ташаббуслари ижроия ҳамда қонун чиқарувчи ҳокимият томонидан қўллаб-қувватланмади. Улар ЕХҲТнинг илғор аъзо давлатларига тенглашишни истамай, туҳмат ва ҳақорат жиноий қонунчиликдан чиқарилмаган давлатларга мослашмоқда.

Тожикистон мустақил ОАВлари Миллий ассоциацияси раиси Нуриддин Қаршибоевнинг айтишича, сўнгги пайтларда (2009 йил октябридан 2010 йил майигача) тожик босма матбуоти вакилларига нисбатан судларга 8 та даъво аризаси берилгани рўйхатга олинган

(«Азия плюс», «Миллат», «Крим-инфо», «Озадагон», «Пайкон», «Сугд», «Фараж»). Бу ишлардан энг шов-шувга сабаб бўлгани Республика Олий суди ва Душанбе шаҳар суди уч судясининг жамиятда ката баҳс-мунозараларга сабаб бўлган «исфараликлар иши»ни ёритилиши юзасидан «Азия плюс», «Озадагон» ва «Фараж» нашрларига нисбатан берган даъво аризаларидир.

Сўз эркинлиги ва қадр-қимматни ҳимоя қилиш халқаро принципларига биноан диффамация (шахсни шарманда, бадном қиладиган маълумотларни ошкор этиш) қонунлари юзасидан даъво аризалари, лавозимли шахсларни қонуний йўл билан танқид қилинишига тўсқинлик қилиш ёки қонунбузарлик ва коррупцияни фош қилинишига ҳалақит бериш мақсадини кўзлаган бўлса, асосланмаган ҳисобланади. Бизнинг нуқтаи назаримизча, мазкур ҳолатда ОАВлар айни мана шундай – қонунларни нотўғри қўллаш амалиётига дучор бўлган.

ТУРКМАНИСТОН

Медиамуҳит обзори

Туркманистондаги медиамуҳит шахсан президент томонидан таъсис этиладиган ва давлат бюджети томонидан молиялаштириладиган фақат ҳукуматга қарашли оммавий ахборот воситалари мавжудлиги билан характерлидир. Мамлакат ҳудудида мустақил оммавий ахборот воситалари йўқ.

Туркманистондаги медиамуҳит шахсан президент томонидан таъсис этиладиган ва давлат бюджети томонидан молиялаштириладиган фақат ҳукуматга қарашли оммавий ахборот воситалари мавжудлиги билан характерлидир. Мамлакат ҳудудида мустақил оммавий ахборот воситалари йўқ.

Ҳозирги пайтда Туркманистонда 14 та босма нашр, жумладан, «Нейтральний Туркменистан» (кундалик тўрт саҳифали давлат газетаси, умумий нусхаси 23,5 мингга яқин), «Туркменистан» (кундалик газета, нусхаси 23 мингга яқин) газеталари, вилоят ва тармоқ газеталари ҳамда «Туркманистон фан ва техникаси», «Миллий армия», «Тартиб ҳимоясида» каби таълим, тиббиёт, қишлоқ хўжалиги соҳаларини ёритувчи бир қатор журналлар чоп этилади.

Туркманистон президенти қошидаги демократия ва инсон ҳуқуқлари институтига қарашли «Демократия ва ҳуқуқ» деган ягона номдаги ва ўзини ҳуқуқ ҳимояси нашри сифатида тақдим этадиган журнал ҳуқуқий муаммоларни ёритиши керакдай кўринади, аммо бу нашрда асосан президент Гурбангули Бердимуҳаммедовнинг нутқлари ҳамда «Инсон-давлат ва жамиятнинг энг юксак қадрияти» ёки «Туркманистон Конституцияси – иқтисодий ва ижтимоий ислоҳотларнинг ҳуқуқий асоси» каби академик мақолалар чоп этилади.

Рус тилидаги версиялари мавжуд бўлган «Нейтральний Туркменистан» ва «Туркменистан» газеталаридан ташқари барча нашрлар туркман тилида чоп этилади.

Маҳаллий терерадио «Мирас», «Алтин Асир», «Яшлик», TV-5 каби туркман тилида кунига 16 соатдан эфирга чиқадиган давлат телеканалларидан иборат. Телеканаллар кунига 10 дақиқадан рус тилидаги янгиликларни ҳам бериб туради. Бундан ташқари сунъий йўлдошли TV-4 ахборот-мусиқий телеканали ҳам мавжуд. Бу канал етти тилда: туркман, инглиз, араб, хитой, рус, француз ва форс тилларида эфирга узатилади.



Туркманистондаги эркин ижод уйи.

Ахборотни тарқатиш имтиёзи президент матбуот хизматига ва "Туркмендовлетхабарлари" ("ТДХ")давлат ахборот агентлигига тегишли. Уларнинг хабарларини Turkmenistan.gov.tm, Turkmeniform.com сайтларида ҳам ўқиш мумкин.

Ҳукумат оммавий медиага сиёсий мухолифат нуқтаи назарини ёритишни ёки амалдаги режимни танқид қилишни тақиқлайди. Шунингдек, ҳуқуқ ва эркинликлар ҳақидаги маълумотларни тарқатишга рухсат берилмайди. Бу мавзулар матбуотда ҳеч қачон ёритилмаган. Маҳаллий журналистларнинг гувоҳлик беришларича, "ҳуқуқ ҳимояси" деган сўзни ҳам ишлатиш хавфлидир, бу билан раҳбариятнинг ғазабига учраш мумкин.

Журналистларга, шунингдек, мустақил тарзда, раҳбарият билан келишмай туриб видео ва фото съёмкаларни олиб бориш ҳам тақиқланган.

Шафқатсиз цензура

Туркманистондаги барча матбуот махсус ваколатланган орган - Туркманистон вазирлар маҳкамаси қошидаги Матбуот ва бошқа ОАВларда давлат сирларини ҳимоя қилиш қўмитаси томонидан шафқатсиз цензура қилинади. Мазкур ташкилот ходимлари босма ва аудио-видео маҳсулотларни цензура қилиш ваколатига эга.

Маҳаллий мухбирлар экология ва маданият каби беозор мавзуларда мақола ёзиш ёки сюжет тайёрлаш учун ҳам узоқ вақт мобайнида юқори раҳбарият билан мавзу юзасидан келишишга, шундан сўнг эса ваколатланган цензорга тайёр материалларни чоп этиш ва эфирга беришдан олдин жўнатиб, рухсат олишга мажбур.

Журналистларга, шунингдек, раҳбарият билан келишмай туриб, мустақил тарзда видео ва фото съёмкаларни олиб бориш ҳам тақиқланган. Қамоқхона деворини мобил телефонига тасвирга туширишга уринган

Туркман Конституциясининг 28 - моддаси «эътиқод ва уни эркин изҳор этиш ҳамда давлат сири бўлмаган ва қонун билан ҳимояланган бошқа сирлардан ташқари ахборот олиш» ҳуқуқини кафолатлайди.

мухбирларнинг ҳибс қилингани ҳақида маълумотлар берилган.

Қонунчилик

Туркман Конституциясининг 2008 йилда қабул қилинган янги таҳририда мамлакат «демократик ва ҳуқуқий давлат» сифатида эълон қилган. Туркманистон Бирлашган Миллатлар Ташклоти ва ЕХҲТ аъзоси сифатида фуқаролик, сиёсий, иқтисодий, ижтимоий-маданий ва ахборот олиш ҳуқуқлари тўғрисидаги бир қатор халқаро ҳужжатларни имзолаган. 1995 йилда Мажлис (парламент) Туркманистоннинг инсон ҳуқуқлари соҳасидаги халқаро мажбуриятлари тўғрисидаги декларацияни ратификациялади, Туркманистоннинг нейтрал давлат сифатидаги ташқи сиёсат концепциясини қабул қилди. Мазкур ҳужжатларда мамлакатнинг асосий демократик принципларга содиқ экани қайд этилганига қарамай, принципларнинг ўзи маҳаллий қонунчиликда акс топмади. Масалан, ҳеч қаерда фуқароларнинг халқаро судга мурожаат қила олиш ҳуқуқи белгиланмаган.

Туркман Конституциясининг 28 - моддаси «эътиқод ва уни эркин изҳор этиш ҳамда давлат сири бўлмаган ва қонун билан ҳимояланган бошқа сирлардан ташқари ахборот олиш» ҳуқуқини кафолатлайди. 39-модда эса «бадиий, илмий ва техник ижод эркинлиги» ҳуқуқини тақдим этади. Бироқ амалиёт бу эркинликлар фақат декларатив тарзда эканини кўрсатмоқда.

«Матбуот ва бошқа оммавий ахборот воситалари тўғрисида»ги Қонун

Қонун жуда эскиргани ва замон талабига яраша янгиланишга муҳтожлигини ундаги моддалардан бири ҳам яққол кўрсатиб турибди.

Туркманистондаги оммавий ахборот воситалари фаолияти ҳали мамлакат мустақилликни қўлга киритмаган ва Совет Иттифоқи таркибида бўлган 1991 йилда қабул қилинган «Матбуот ва бошқа оммавий ахборот воситалари тўғрисида»ги Қонун асосида мувофиқлаштирилади. Қонунда сўз ва матбуот эркинлиги, ахборот ва ғояларни олиш ҳамда исталган усулда тарқатиш ҳуқуқи тушунчаси аниқлаб берилганига қарамай, 2008 йилда қабул қилинган Туркманистон Конституциясининг янги таҳриридаги бирорта моддада сўз эркинлиги қайд этилмаган, унда оммавий ахборот воситалари ҳақида ҳам ҳеч нарса дейилмаган.

«Матбуот ва бошқа оммавий ахборот воситалари тўғрисида»ги Қонун журналистларнинг ҳуқуқ ва мажбуриятларини аниқлаб берган, шунингдек, оммавий медиадан давлат сирларини ошкор этишда, фуқароларнинг шахсий ҳаётига аралашиш мақсадида ишлатилиши мумкин бўлган ахборотни олишда ҳамда жамият аҳлоқига зид келувчи маълумотларни тарқатишда фойдаланиш тақиқланган.

Қонун жуда эскиргани ва замон талабига яраша янгиланишга

муҳтожлигини ундаги моддалардан бири ҳам яққол кўрсатиб турибди.

Бу моддада газета ва журналларнинг назорат нусҳаларини ҳозирги кунда мавжуд бўлмаган «Бутуниттифоқ китоб палатаси ва Ленин номидаги давлат кутубхонасига юбориш» шарт экани белгиланган. Бироқ шу кунгача мазкур қонунга эҳтиёж сезилмагани учун у янгиланмасдан қолиб кетмоқда.

Туҳмат жиноят сифатида

Туркманистоннинг жиноий ва фуқаролик қонунчилигида туҳмат ва ҳақорат қилганлик учун жазо чоралари ва жабрланганларни ҳимоя қилиш тартиби белгилаб берилган. Бу моддалар бўйича журналистлар ва фаолларни жавобгарликка тортиш мумкин.

1997 йилда қабул қилинган Жиноят кодексида туҳмат жиноят сифатида тавсифланган. «Шахс эркинлиги, ор-номус ва қадр –қимматга қарши жиноятлар» деб номланган 17 бобнинг 132-моддасида белгиланишича, туҳмат – бу «бошқа бир шахснинг ор-номуси, қадр-қимматини камситадиган ёки унинг обрўсини тўкадиган олдиндан ёлғонлиги маълум бўлган маълумотни тарқатиш». Бу модда бўйича уч йилгача озодликдан маҳрум этиш жазоси қўлланилиши мумкин. Фуқаролик кодексида (16-модда) жисмоний ва юридик шахсларнинг ор-номуси, қадр-қиммати ва обрў-эътиборини ҳимоя қилиш тартиби мувофиқлаштирилган. Бу моддага биноан айбдор маъмурий жавобгарликка тортилиши мумкин. Бироқ қонунда даъво аризаси бериш учун асос бўладиган мезонлар тушунчаларига таъриф берилмаган. Лекин «даъвогарнинг ор-номуси, қадр қиммати ва обрўсига путр етказадиган» маълумотларни тарқатган жавобгар ўзининг ҳақлигини исботлаб бериш ҳуқуқига эгалиги тартиби қонунийлаштирилган.

1997 йилда қабул қилинган Жиноят кодексида туҳмат жиноят сифатида тавсифланган.

Ватанга хиёнат

Ҳозиргача қонунчиликда Ватанга хиёнат қилганлик юзасидан айблов билдириш мумкин бўлган юридик меъёр сақланиб қолинган. Бу модда бўйича туркман қамоқларида сиёсий маҳбуслар жазо ўтамоқда. 2003 йилда мамлакатнинг собиқ лидери Сапармурат Ниёзовга суиқасд қилиш ва давлат тўнтаришига уриниш ҳаракатидан сўнг бошқа мамлакатларда ҳам ватанга хиёнат сифатида тасниф қилинадиган жиноятлар билан бир қаторда бу тасниф доирасидан ташқари бўлган ҳуқуқбузарликлар спектрини ҳам қамраб олиш мақсадида мазкур модда янада қатъийлаштирилган.

Айблов «одамлар орасида Ниёзов томонидан юритилаётган сиёсатга шубҳа туғдириш, мамлакатга сиёсий ёки иқтисодий зарар

Айблов «одамлар орасида Ниёзов томонидан юритилаётган сиёсатга шубҳа туғдириш, мамлакатга сиёсий ёки иқтисодий зарар етказишга ҳаракат қилиш, амалдорларнинг халқ манфаатидан кўра ўз манфаатларини устун қўйиш хоҳиши» каби мавҳум ифодаларни ўз ичига олади.

етказишга ҳаракат қилиш, амалдорларнинг халқ манфаатидан кўра ўз манфаатларини устун қўйиш хоҳиши» каби мавҳум ифодаларни ўз ичига олади.

«Юқоридаги ҳаракатларни ташкиллаштириш ва амалга оширишга кўмаклашиш ҳамда бу ҳақда била туриб тегишли жойга хабар бермаслик» ҳам Ватанга хиёнат сифатида талқин этилади. Ватанга хиёнатда айбланганлар авф этилиш ёки амнистия қилиниш ҳуқуқидан мосуво тарзда умрбод қамоқ жазосига ҳукм қилинади.

Ҳокимиятга номақбул ва ўзгача фикрловчиларга нисбатан кўпинча мана шу модда юзасидан айблов билдирилган. Диктатор Ниёзовнинг ўлимидан уч йил ўтганидан сўнг ҳам ҳукумат бу қонунни бекор қилиш ёки сақлаб қолиш ниятида эканини очиқлагани йўқ.

ЎЗБЕКИСТОН

Медиамуҳит обзори

Ўзбекистон Матбуот ва ахборот агентлигининг расмий маълумотида айтилиишча, 2009 йилга келиб мамлакатда 1128 ОАВ, жумладан, 694 газета, 240 журнал, 20 бюллетен, тўртта ахборот агентлиги, тўртта миллий ва эллик бешта ҳудудий телеканал, ўн тўққизта радиостанция ва 99 Интернет нашр рўйхатга олинган.

Давлат ОАВлари муассислари ҳукумат тузилмаларидир. Нодавлат ОАВлари ҳукумат ёки йирик бизнесменлар томонидан махфий бошқариладиган сиёсий партиялар, жамоат ташкилотлари, турли жамғармаларга тегишли.

Ҳукумат учта миллий кундалик газетага эга ва уларни молиялаштиради: «Правда Востока»-13 минг нусхада рус тилида чиқадиган ижтимоий-сиёсий кундалик газета, ўзбекча «Халқ сўзи» ва унинг рус тилидаги «Народное слово» аналоги 10 минг нусҳада нашр этилади. Газеталар бир нечта бўлимларга эга ва ўз саҳифаларида президент фармонларини, ҳукумат ҳужжатларини, иқтисодий-ижтимоий, экологик ва маданий мавзулардаги мақолаларни чоп этади.

Ҳар куни махсус ҳуқуқий рукнларда «Конституция ва қонунлар шахс ва жамият манфаатлари ҳимоясида», «Сайловларни ўтказишда очиқлик, ошкоралик, транспорентликни таъминлашнинг ташкилий-ҳуқуқий жиҳатлари», «Аёллар ҳуқуқи-биринчи ўринда», «Ҳуқуқий ташвиқот натижалари» каби ҳукуматнинг қонун устиворлигини ҳимоя





қилиш йўлидаги ҳаракатлари, давлатнинг ҳуқуқ соҳасидаги фаолиятини кўкларга кўтариш, у ёки бу ҳуқуқлар юзасидан конституция меъёрларини тушунтиришга бағишланган мақоллар берилиб борилади.

Ўзбекистондаги давлатга қарашли ОАВлар қатори нодавлат ОАВлари ҳам мунтазам тарзда ҳукумат инсон ҳуқуқларига риоя қилинишига амал қилиниши учун ҳаракат қилаётгани, одам

Ўзбекистондаги давлатга қарашли ОАВлар қатори нодавлат ОАВлари ҳам мунтазам тарзда ҳукумат инсон ҳуқуқларига риоя қилинишига амал қилиниши учун ҳаракат қилаётгани, одам савдосига қарши курашаётгани, фуқаролик жамиятини ривожлантириб, яхши қонунлар қабул қилаётгани ҳақидаги материалларни чоп этади.

савдосига қарши курашаётгани, фуқаролик жамиятини ривожлантириб, яхши қонунлар қабул қилаётгани ҳақидаги материалларни чоп этади. Бу борадаги ўз фикрлари билан журналистлар, парламент аъзолари, давлат тузилмалари ёки расмий жамоат ташкилотлари вакиллари , Омбудсмен, хорижлик экспертлар чиқиш қиладилар. Бироқ ўзбек матбуотида ижроия ҳокимияти томонидан инсон ҳуқуқининг ҳақиқий бузилиши ҳолатлари ҳақида бир оғиз ҳам гап йўқ.

Шу таҳлит маҳаллий матбуот халқаро ОАВлар, ҳуқуқ ҳимоячилари кўп ёзадиган болаларнинг пахта далаларига мажбурий жалб қилинаётгани, мухолифат тайзиққа олинаётгани, ноқонуний ҳибслар ва тергов остидагиларнинг ҳамда қамоқдагиларнинг қийноққа солинаётгани ҳақидаги маълумотларни ёритмайди.

Ўзбек телеҳудудида тўртта давлат канали ҳукумронлик қилади. Улар ўз кўрсатувларида ҳукумат йўналишини қўллаб-қувватлайди. Маҳаллий эспертлар фикрича, телеканалларнинг томошабинлар аудиторияси 15 миллион одамни ташкил этади.

Ўзбекистон Миллий ахборот агентлиги (ЎзА) www.uza.uz матбуотнинг мафкуравий куратори ҳисобланади ва расман рухсат берилган ахборот ҳамда маълумотларни тайёрлашда президент маъмурияти билан тиғиз ҳамкорлик қилади. Ўзбекистонда press-uz.info, gazeta.uz, c-asia.org каби гўёки мустақил, аслида эса ҳукумат нуқтаи назарини ёритувчи бир нечта веб-сайтлар фаолият кўрсатади.

Цензура тақиқланган, лекин амалда мавжуд

“ОАВ тўғрисида”ги Қонунинг 7-моддасида Ўзбекистонда цензурага йўл қўйилмаслиги таъкидаланганига қарамай, барча маҳаллий матбуот астойидил цензура қилинади. Матбуот ва ахборот давлат агентлиги (ЎзМАА)даги куратор амалдорлар билан чоп этишга тайёрланган мақолаларни, радиоэшиттиришлар ва телекўрсатувлар ёзувларини эфирга беришдан аввал келишиб олиш амалиёти кенг қўлланилади.

Ўз-ўзини цензура қилиш ҳимоя механизми сифатида

Ўзбек журналистлари орасида хавфсизлик мақсадида ўз-ўзини цензура қилиш ҳолати жуда кенг тарқалган. Негаки, 2005 йилги Андижон воқеларидан сўнг мухбирларни тайзиқ қилиш давом этмоқда. Милиция ва махсус хизматлар журналистларни ҳибс қилмоқда, босим ўтказмоқда, қўрқитмоқда, шунингдек, уларнинг фаолиятини бюрократик тарзда чекламоқда.

Қонунчилик

Маҳаллий матбуот халқаро ОАВлар, ҳуқуқ ҳимоячилари кўп ёзадиган болаларнинг пахта далаларига мажбурий жалб қилинаётгани, мухолифат тайзиққа олинаётгани, ноқонуний ҳибслар ва тергов остидагиларнинг ҳамда қамоқдагиларнинг қийноққа солинаётгани ҳақидаги маълумотларни ёритмайди.

Ўзбекистонда оммавий ахборот воситалари фаолияти бир қатор қонунлар билан мувофиқлаштирилади.

Ўзбекистон Конституциясида ҳар бир фуқаро "мавжуд конституциявий тузумга қарши қаратилган ва қонунда кўзда тутилган чекловлардан ташқари исталган ахборотни излаш, олиш ва тарқатиш ҳуқуқига эга" эканлиги қайд этилган. Айни шу моддада "фикр ва уни ирод этиш эркинлиги давлат ёки бошқа сир бўлгани туфайли чекланиши мумкин" деб аниқлик киритилган.

Амалиётда эса бу каби изоҳлар ҳукумат томонидан бошқа меъёрий ҳужжатлар ёрдамида журналистларнинг ахборот олиш ва тарқатиш фаолиятини чеклашга асос сифатида қабул қилинмоқда. Ҳукумат ҳокимият учун оммавий тарзда эълон қилиниши номақбул бўлган факт ва фикрларни "давлат ва бошқа сир ҳисобланган" маълумотлар рўйхатига киритиб, уни сезиларли даражада кенгайтирмоқда.

"ОАВ тўғрисида"ги Қонун

2002 йилда қабул қилинган ва 2006 йилда ўзгартирилган Ўзбекистон Республикасининг "ОАВ тўғрисида"ги қонуни ОАВлардан конституциявий тузумни зўравонлик билан ўзгартиришга, Ўзбекистон ҳудудий яҳлитлигига раҳна солишга қаратилган чақириқларни, уруш, зўравонлик ва террорчилик, диний экстремизмни тарғиб қилишга қаратилган маълумотларни ёйинлашда фойдаланишни ман қилади. Бироқ юқорида қайд этилган адолатли чекловларни амалиётда тадбиқ этиш жуда кенг маънода тасниф этилмоқда ва ҳукмрон тузилмаларга журналистлар фаолиятини чеклаш, уларни қонунбузарликларда айблаш имкониятини яратмоқда.

"ОАВ тўғрисида"ги Қонунга 2006 йилда киритилган ўзгартиришларда Интернетнинг оммавий ахборот воситаси экани таъкидланган. Бу эса барча веб-сайтлар мазкур қонунга биноан давлат рўйхатидан ўтишга, таъсисчи, бош муҳаррир ва штатдаги мухбирлар исмлари тўғрисида маълумот беришга мажбурлигини англатади. Шунингдек, улар ўзлари нашр қилган барча ахборотларнинг нусхасини топширишлари ҳам керак.

Маҳаллий журналистларга кўра, мазкур қонунга киритилган ўзгартиришлар кучга кирганидан буён Интернет хизмати кўрсатувчи провайдерлар мамлакат ҳаётига таалуқли исталган мавзу муҳокама қилинадиган блогларни тўсиб қўя бошлади.



ОАВни рўйхатга олиш

ОАВни рўйхатга олиш жараёни рухсат бериш характерига эга.

«Рўйхатга олиш тартиби тўғрисидаги низом»да 18 ёшга тўлган исталган фуқаро «ўзи тўғрисида нотўғри бўлмаган, бўлғуси нашрнинг мақсад ва вазифалари, даврийлиги ва тарқалиш ҳудуди, молиялаштириш манбаалари борасидаги маълумотларни» кўрсатган ҳолда ҳукуматга оммавий медиа ташкилотини рўйхатга олиш юзасидан ариза бериш ҳуқуқига эга. Сўров юзасидан расмий жавоб, қонун бўйича, бир ой муддат ичида берилиши керак ва ариза рад этилган ҳолда унинг эгасига судга даъво аризаси киритиш ҳуқуқи ҳам берилган.

Амалда эса ОАВни рўйхатга олиш тўғрисидаги қарорни номаълум муддат кутиш мумкин, хатто рўйхатга олинганлик тўғрисидаги ҳужжат ҳам оммавий ахборот воситасини эркин нашр этишга кафолат бера олмайди. Ҳеч қандай тушунтиришларсиз исталган пайтда уни нашр этишни вақтинча тўхтатиб ёки тақиқлаб қўйишлари мумкин. Суднинг ОАВ фаолиятини тўхтатиш тўғрисидаги қарори эса назорат органлари томонидан берилган расмий огоҳлантирувдан сўнг дарҳол чиқарилиши эҳтимолдан узоқ эмас.

ОАВ норасмий ён беришлар, муросага келишлар орқали рўйхатга олиниши мумкин. Масалан, «Адвокат-Пресс» ҳуқуқий газетасини нашр этишга рухсат берувчи янги лицензия унинг номини «Ҳуқуқ Жараён» деб ўзгартириш ва таҳририятдаги барча тайинловларни ҳукумат тузилмалари билан келишиб амалга ошириш шарти билан берилган. Аввалроқ, 2005 йилда газета қонунбузарликларга йўл қўйган давлат амалдорларини танқид қилувчи туркум мақолаларни эълон қилгани учун ёпиб қўйилган эди.

Маҳаллий журналистларга кўра, мазкур қонунга киритилган ўзгартиришлар кучга кирганидан буён Интернет хизмати кўрсатувчи провайдерлар мамлакат ҳаётига таалуқли исталган мавзу муҳокама қилинадиган блогларни тўсиб қўя бошлади.

Ўзбекистон қонунчилиги устав жамғармасининг 30 ёки ундан ортиқ фоизи хорижий сармоялардан ташкил топган юридик шахсларга ОАВ ташкил қилишни тақиқлайди. Шунингдек, ҳукумат томонидан тақиқланган нодавлат ва нотижорат ташкилотларига ҳам ОАВларни таъсис этиш манн қилинган. Ўзбекистонда бу тоифага кўплаб ҳуқуқни ҳимоя қилувчи ташкилотлар, рўйхатга олинмаган сиёсий партиялар ва жамоат ҳаракатлари киритилган.

«Журналистнинг касбий фаолиятини ҳимоя қилиш тўғрисида»ги Қонун

Қонун 1994 йилда қабул қилинган ва Ўзбекистондаги журналистлар ҳуқуқини кенг тарзда декларатив тарзда белгилаб берган. Қонунда журналистларга тахаллус қўллашга, ахборотни расмий ташкилотлардан талаб қилиб олишга ва махфий манбалари номини ошкор қилмасликка рухсат берилган. Қонунда журналист касбий фаолиятини бажараётганида шахс даҳлсизлиги ҳуқуқига эга экани ва оммавий танқидий мақолалари учун таъқиб қилинмаслиги эълон қилинган. Бироқ бундай ҳимоя механизми ҳеч қаерда қайд этилмаган.

Тухмат ва ҳақорат учун жиноий жавобгарлик

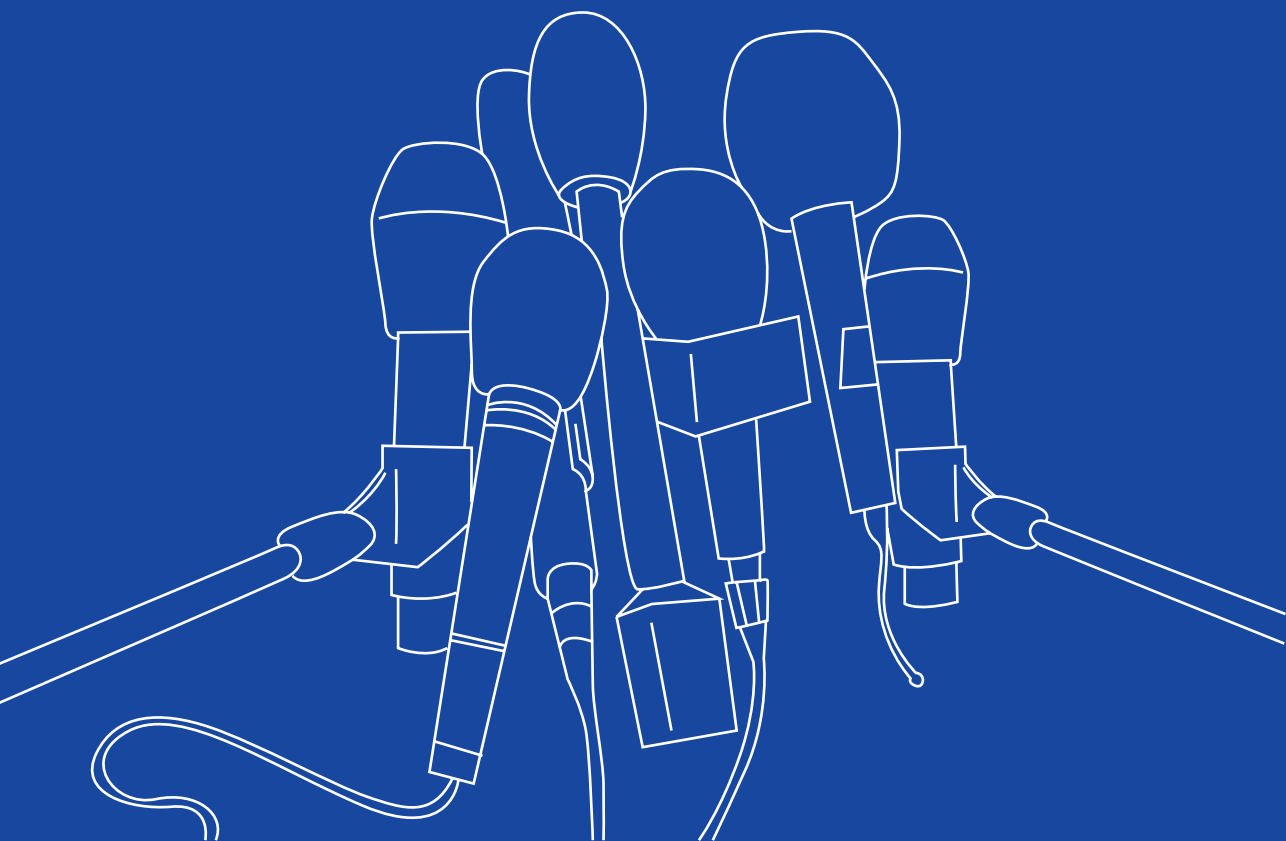
Жиноят кодаексида тухмат ва ҳақорат учун жиноий жавобгарликнинг белгиланган эркин мақолалар ёзилишига, инсон ҳуқуқлари ҳолатларининг бузилиши юзасидан журналистик суриштирувлар ўтказилишига тўсқинлик қилиб келмоқда. Масалан, ҳокимиятнинг танқид қилиниши ошкора ҳақорат сифатида баҳоланиши мумкин. Бу ҳолатда уч йилгача озодликдан маҳрум қилиш жазоси қўлланилади.

Аммо ўзбек матбуоти тарихида журналист ёки оммавий ахборот воситаси тухмат, қадр-қимматни ҳақорат қилгани учун судланмаган. Мустақил мухбирларга нисбатан асосли далиллар билан айблов билдириш кўпроқ тарқалган.

2006 йилда вазирлар маҳкамаси томонидан қабул қилинган «Ўзбекистон Республикаси ҳудудида хорижий давлатлар оммавий ахборот воситалари мухбирларининг касбий фаолиятини мувофиқлаштиришнинг асосий қоидалари» деб номланган қарорида фуқароларга хориж ОАВлари билан Ташқи ишлар вазирлиги аккредитациясисиз ҳар қандай кўринишда ҳамкорлик қилиш тақиқланган. Бу қарорни бузганлик учун жиноий жавобгарликка тортилиш мумкин.

Ўзбекистон қонунчилиги устав жамғармасининг 30 ёки ундан ортиқ фоизи хорижий сармоялардан ташкил топган юридик шахсларга ОАВ ташкил қилишни тақиқлайди.

II – БОБ ОАВ БИЛАН ИШЛАШГА ТАЙЁРГАРЛИК



Тайёргарлик кўриш ОАВ билан ҳамкорлик қилишнинг муҳим жиҳати бўлиб ҳисобланади. ОАВ билан мулоқот ўрнатиш учун сарфлаётган куч-ғайратингиз, шунингдек, ОАВ билан ҳамкорлик қилишга ёндашувингиз келажакда ижобий самараларни бериши мумкин.

Биринчи қадамнинг моҳияти шундаки, сиз ўз ташкилотингиз ОАВ билан ҳамкорлик қилишга тайёр эканига ишонч ҳосил қилишингиз лозим.

ОАВ билан ҳамкорлик қилишга масъул шахсни аниқлаш

Биринчи қадамнинг моҳияти шундаки, сиз ўз ташкилотингиз ОАВ билан ҳамкорлик қилишга тайёр эканига ишонч ҳосил қилишингиз лозим. Жуда кичик ташкилотларда ОАВ билан мулоқот қилувчи шахс раҳбар бўлиб ҳисобланади. Лекин бу одам бандлиги сабабли коммуникациялар билан боғлиқ барча масалалар билан шуғулланишга вақт топа олмаслиги мумкин. Бу иш билан алоҳида ходим шуғулланса мақсадга мувофиқ бўлар эди. Агар бу иш билан шуғулланиш учун қўл остингизда фақат валонтёр бўлса, у ҳолда бу одам ташкилотингиз фаолияти билан яхши таниш бўлиши, ҳафтасига бир ёки икки кун келиб ишлаб кетадиган одам бўлмаслиги керак.

Ўз офисингиз учун ОАВ қўнғироқларига жавоб бериш тартибини ишлаб чиқинг. ОАВ билан алоқаларга алоҳида одамнинг масъул қилиниши амалиётда самарали натижаларни беради. Лекин бундай одам бўлмаган тақдирда ОАВ қўнғироқларига тезкорликда жавоб қайтариш тартиби ишлаб чиқилган бўлиши шарт.

Коммуникациялар учун жавоб берадиган шахс ташкилотингиз фаолиятининг барча жиҳатларидан хабардор бўлиши лозим: қандай лойиҳалар амалга оширилмоқда, қандай тадбирлар ёки чиқишлар қилиниши режаланган, ким қайси ва қандай лойиҳалар учун масъул. Коммуникациялар учун масъул шахс ўз ташаббуси билан ҳамкасбларидан ахборотни сўраб олиши керак. Баъзан ташкилот ходимлари ўз ишларини бажариб, бу ҳақда ҳеч кимга маълумот бермаслиги мумкин. Ташкилотингиз ходимлари бу ишни ўз зиммаларига юклатилган қўшимча иш сифатида қабул қилишлари ҳам эҳтимол. Бундай шароитда ташкилот раҳбарияти жамоатчилик билан алоқа масаласига жиддий эътибор қаратиш учун ходимларни рағбатлантириши мумкин.

Ташкилотда “жамоатчилик билан алоқалар бўйича мутахассис” ёки “алоқалар бўйича мувофиқлаштирувчи” лавозимидаги шахс бўлишига қарамай, барча ходимлар, волонтёрлар, директорлар кенгаши аъзолари жамоатчилик билан алоқа тадбирларига кўмак беришлари мумкин ва шарт.

Жамоатчилик билан алоқалар бўйича мутахасис бажарадиган ишларнинг намунавий рўйхати:

- Коммуникациявий стратегияни ишлаб чиқариш ва амалга ошириш;
- ОАВ билан ҳамкорлик бўйича тадбирларни мувофиқлаштириш

ҳамда ОАВ билан мулоқот қилувчи асосий шахс;

- Жамоатчилик билан алоқага мўлжалланган матбуот баённомалари, ахборот варақчалари, маърузалар, веб-сайт мундарижаси ва бошқа материалларни тузиш ва таҳрир қилиш;
- Брошюралар, постерлар ва бошқа ахборот материалларининг тайёрланиши ва дизайнини назорат қилиш;
- Веб –сайт мундарижасини тўлдириб бориш ва дизайнини назорат қилиш;
- Оммавий тадбирларни режалаштириш ва бу ҳақда маълумот тарқатиш;
- Коммуникациялар бўйича тадбирларнинг самарадорлигини мониторинг қилиш ва кузатиб бориш.

Ташкилотнинг ички тайёргарлиги

Ташкилотнинг ички коммуникациялар бўйича тадбирлар ўтказишга тайёргарлик кўриши унинг ташқи коммуникацияларининг яхшиланишига сабаб бўлади. Ташкилот ходимларининг мунтазам йиғилиш ўтказиб туриши очиқ коммуникация йўлларини қўллаб-қувватлашнинг асосий усули ҳисобланади.

Ташкилот ходимларининг мунтазам йиғилиш ўтказиб туриши очиқ коммуникация йўлларини қўллаб-қувватлашнинг асосий усули ҳисобланади.

Ташкилотингизнинг барча ходимлари ташкилотнинг мақсад ва вазифаларини яхши тушуниши керак. Сизнинг барча молиявий ишларингиз тартибли бўлиши керак. Ташкилот эса ўзи ҳақида шафоф маълумот беришга тайёр бўлиши шарт. Ташкилотингизнинг барча ходимлари, бошқарма аъзоларидан тортиб ташқи маслаҳатчлар ва волонтёрларгача уларнинг роли нимадан иборат эканини яхши тушуниши лозим. Қайси ҳужжатлар фақат ички фойдаланиш учун ишлатилишини, қайси ҳужжатлар ОАВ ва жамоатчиликка тақдим этилиши мумкинлигини ҳал қилиб олинг. Барча ходимлар, директорлар кенгаши аъзолари ва волонтёрлар бу фарқни билишларига ишонч ҳосил қилинг.

Коммуникациявий стратегияни ишлаб чиқиш

Стратегиянгиз, албатта, катта матндан иборат бўлиши шарт эмаслигига қарамай, уни ишлаб чиқиш ва уни ташкилотингиз ичида муҳокама қилиш учун вақт сарфлашингизга тўғри келади.

Ташкилотингиз билан ОАВ ҳамкорлигининг яхшиланиши йўлидаги муҳим қадам коммуникациявий стратегияни ишлаб чиқишдир. Стратегиянгиз, албатта, катта матндан иборат бўлиши шарт эмаслигига қарамай, уни ишлаб чиқиш ва уни ташкилотингиз ичида муҳокама қилиш учун вақт сарфлашингизга тўғри келади. Асосий ходимлар стратегияни ишлаб чиқиш жараёнида бевосита иштирок этишлари, юқори раҳбарият

- ташкилотингиз ижрочи директори ёки президенти мазкур ҳужжатнинг якуний версиясини маъқуллаши керак.

Сиз ўз ёндашувингизни орадан бир оз вақт ўтгач, нима яхши натижа берганини ёки вазият ўзгарганини ҳисобга олган ҳолда қайта кўриб чиқишингиз мумкин. Лекин сизнинг асосий мақсадингиз, мақсадли аудиторияngиз ва шиорларингиз тез-тез ўзгармаслиги керак. Стратегиянгиз натижаларини кўриш учун муайян бир вақт ажратинг ва натижалар дарҳол пайдо бўлмаса ҳам қабул қилинган стратегиянгиздан чекинманг. Ахборот фақат кўп марта такрорланган тақдирдагина таъсир кўрсата бошлайди. Қуйида жамоатчиликка ахборот бериш юзасидан тадбирларни режалаштираётганингизда эътиборга олишингиз лозим бўлган саволлар рўйхати берилган:

- Сизнинг хабарингиз нимадан иборат?
- Қандай аудиторияни қамраб олмоқчисиз?
- Мазкур аудиторияни қай тарзда қамраб олмоқчисиз?

Қуйида, шунингдек, сизнинг коммуникациявий стратегиянгизнинг асосий элементлари ҳам келтирилган. 1-иловада ўзингизнинг шахсий коммуникациявий стратегиянгизни ишлаб чиқишда қўллашингиз мумкин бўлган андоза берилган.

Асосий вазифа: Ўз ташкилотингизнинг комуникациявий стратегиясига асосланган ҳолда жамоатчиликни қандай умумий вазифа ҳақида хабардор қилмоқчисиз? Бу жуда баландпарвоз баёнот бўлиши мумкин (масалан,"болалар меҳнати ҳақидаги хабардорликни ошириш").

Мақсадлар: Конкретроқ ва ўлчовли кўрсаткичларни тавсифланг:масалан, ОАВда ҳар ҳафтада чиқиш қилиш, яъни асосий умуммиллий газеталарда ўнта мақола чиқариш, матбуот анжуманларида иштирок этишни кўпайтириш. Эришилиши мумкин ва ўлчовли бўлган мақсадлар қўйилиши керак. Масалан, жамоатчиликнинг ОИТВга чалинган одамларга муносабатини ўзгартириш узоқ муддатли жараён ва қийин эришиладиган вазифадир. Бу ҳолатда кенг қамровли тадқиқот ўтказмай туриб мақсадга эришишдаги ютуқларни аниқлаш жуда қийин бўлади. Бунинг ўрнига сиз миллий телевидения да ОИТВга чалинган одамлар камситилаётгани ҳақида иккита ҳисоботни чиқаришингиз мумкин. Бу сиз кузатиб бориш ва мониторинг ўтказиш имкониятига эга бўлган ўлчовдир.

Вазиятни баҳолаш/ОАВ: Айни пайтда қандай ОАВлар сизнинг ташкилотингиз фаолиятини ёритаётганини ва қандай масалалар устида ишлаётганингизни ўйлаб кўринг. Журналистлар бу масалалар билан нақадар таниш? Айрим ОАВлар сиз ҳақингизда мутлақо ҳеч нарса ёзмаётган бир пайтда ташкилотингиз фаолиятини кўпроқ ёритаётган ОАВ борми?

Ташкилотингизнинг ОАВларни қамраб олишдаги кучли ва заиф томонларини (иложи борича ҳолисона) баҳоланг. Масалан, сизнинг ташкилотингиз раҳбари етарли даражада оммани ўзига қарата оладиган нотиқми? Сизларда ОАВ билан муносабатлар йўлга қўйилганми? Сизнинг асосий фаолиятингиз мавзусидаги яхши визуал маълумотларни тўплаш имконияти мавжудми? Ёки сиз ўз фаолиятингизни ОАВлар миқдори чекланган ҳудудда олиб бораяпсизми? Сиз кўтараётган масалани "содда тил" билан ифода этиш қийинми? Бу каби қийинчиликларни ҳисоб-китоб қилиш ОАВларни кенгроқ қамраб олишнинг самарали чора-тадбирларини ишлаб чиқишингизда қўл келади.

Мақсадли аудитория: Сизнинг фаолиятингиз жамиятнинг муайян қатламига мўлжалланган бўлса самаралироқ бўлади. (Ўз-ўзидан ОАВ мақсадли аудитория бўла олмайди, улар мақсадли аудиторияни қамраб олишингизга кўмак берувчи воситадир), сизнинг мақсадли аудиторияингиз мавзу ва кампаниядан келиб чиққан ҳолда бир-биридан фарқ қилиши мумкин. Ўз мақсадли аудиторияингизни аниқлаш жараёнида қуйидагиларни ёдда тутинг: кимлар сизнинг ташкилотингиз ва унинг фаолияти ҳақида билиши керак? Сиз шуғулланаётган муаммони ҳал этиш учун ким ҳаракат қилиши керак?

Мақсадли аудитория намуналари:

- олийгоҳ талабалари;
- ёш болаларнинг ота-оналари;
- сиёсий фаол аҳоли;
- озчилик гуруҳлари аъзолари;
- қарор қабул қилувчи шахслар (парламент аъзолари, вазирлик амалдорлари);
- ёшлар;
- нафақахўрлар;
- диний лидерлар;
- маҳаллий ҳокимият;
- кучишлатар тузилмалар вакиллари;
- халқаро ҳамжамият вакиллари.

Вақтни чегаралаш: Бир йил яхшигина муддат ҳисобланади; бу вақт ўтгач ўз тадбирларингиз самарали ёки самарасиз бўлганини таҳлил қилиш орқали фаолиятингизни қайта баҳолашиингиз ёки унга ўзгартиришлар киритишингиз мумкин.

Стратегия/Восита/Тактика: Мазкур бўлимда сиз мақсадли аудиторияни қамраб олишда қандай воситалардан фойдаланишингизни қайд этинг. Қуйидаги саволларни эътиборга олинг: сизнинг мақсадли аудиториянгизга етиб бориши учун қандай коммуникация йўллари самаралироқ бўлади? Масалан, ёшларни электрон ОАВ орқали жалб қилиш осонроқ, айни пайтда этник озчилик ўз тилидаги газеталарни ўқиши мумкин. Мазкур коммуникация йўлларидан фойдаланиш учун қандай тадбирлар ўтказишингизни ёзинг. Ёдда тутинг-ОАВ коммуникация бўйича тадбирларингизнинг бир қисми холос. Мақсадли аудиториянгизни қамраб олиш воситаларини белгилашга ижодий ёндошинг: бу фотокўргазма, ахборот бюллетенлари ёки оммавий томошалар бўлиши мумкин.

Биринчи галдаги масалалар: Сиз кўтармоқчи бўлган асосий масалалар қайсилар? Аудитория одатда икки-учта мавзуни осон қабул қилади, бундан кўпи ортиқча.

Асосий маълумотлар: Барча тадбирларингиз давомида фойдаланишингиз мумкин бўлган қисқа ва осон такрорланадиган маълумотларни тайёрланг. Агар ташкилотингиз ҳақида икки-учта, алоҳида лойиҳалар ёки кампаниялар учун бир нечта маълумотлар ёзилса ёмон бўлмас эди. Сизнинг асосий маълумотларингиз ташкилотингизнинг асосий ғояларини ифодалаши ва аудитория учун тушунарли бўлиши керак. Муайян лойиҳалар ва кампаниялар учун ёзилган маълумотларингиз ташкилотингизнинг асосий вазифаларини ифодалаши лозим.

Бюджет: Коммуникациялар юзасидан тадбирларни ўтказиш учун қандай заҳиралардан фойдаланишингиз мумкин эканини аниқланг. Бюджетингизда ҳаражатларнинг бу моддаси кўрсатилмаган бўлса, унда уни бюджетга киритинг. Лойиҳаларни режалаштиришда ёки донорлардан маблағ сўраётганингизда бюджетингизга коммуникация юзасидан тадбирларни ўтказишга/жамоатчиликни хабардор қилишга кетадиган сарф-ҳаражатлар киритилганига амин бўлинг.

Календарь: ОАВда қиладиган чиқишларингизни, мақолалар, баёнотлар, тадбирларни бир йил муддатга (ёки имкониятингизга қараб иложи борича узоқроқ муддатга) режалаштиринг.

Ҳамкорлик: Коммуникация бўйича вазифаларни бажариш ва кенгроқ аудиторияни қамраб олиш учун сиз ҳамкорлик қилишингиз мумкин бўлган давлат ёки нодалат ташкилотлари борми?

Масалан, агар Саломатликни сақлаш вазирлиги билан қўшма лойиҳангиз бўлса, сиз ҳамкорликда матбуот баённомалари чиқаришингиз ёки биргаликда матубот учун тадбирлар ўтказишингиз мумкин.

Мониторинг/баҳолаш: Коммуникация бўйича муайян вазифаларга жавоб берадиган мониторинг режасини тузинг. Мақсадга етиш йўлидаги муваффақиятларни кузатиб бориш чора-тадбирларини аниқланг. Мазкур режада маълумот йиғишга масъул бўлган аниқ бир одам белгиланиши керак.

Сизга ўз фаолиятингиз эътиборга лойиқдай туюлса-да, факт фактлигича қолаверади: аудитория эътиборини жалб қила оладиган кўплаб бошқа омиллар билан рақобатлашишингизга тўғри келади.

Мониторинг услублари қуйидагича бўлиши мумкин:

- Матбуотда ташкилотингиз фаолияти ва кўтараётган муаммоларнинг ёритилишини мониторинг қилиш;
- Матбуот анжумани ёки бошқа тадбир иштирокчиларидан улар тадбир ҳақида қаердан маълумот олганларини бир қоғозга белгилаб беришини илтимос қилиш;
- Медиакампанияни ўтказишдан олдин ва ўтказиб бўлгандан сўнг жамоатчилик фикрни ўрганувчи сўров ўтказиш;
- Мақсадли гуруҳларингиз орасида норасмий тадқиқотларни ўтказиш.

Хабарни ёзиш

Сизга ўз фаолиятингиз эътиборга лойиқдай туюлса-да, факт фактлигича қолаверади: аудитория эътиборини жалб қила оладиган кўплаб бошқа омиллар билан рақобатлашишингизга тўғри келади. Айнан шунинг учун ҳам сизнинг хабарларингиз аниқ ва равшан бўлиши лозим. Хабар аниқ бўлмаса, одамлар сиз қайси позицияда эканингизни англай олмайди ва маълумотни нотўғри талқин қилишлари мумкин.

Хабар ёзиш –илм эмас, балки санъатдир.

Хабар ёзиш –илм эмас, балки санъатдир. Хабар ёзиш учун қандайдир сеҳрли формула мавжуд эмас, аммо бу вазифани адо этишингизга кўмак берувчи бир қатор тавсиялар бор. Намуна сифатида 2-иловада хабар ёзиш тавсиялари берилган.

Хабар бу қисқа баёнотдир, идеалда у сизнинг асосий концепциянгиз, позициянгиз ёки муҳим фактни ифодалайдиган бир ёки икки гапдан иборат бўлиши керак.

Ўз хабарларингиз асосида сиз аудитория эътиборини ўзига жалб этиши мумкин бўлган шиорларингизни- эсда қолувчи ибораларни ўйлаб топсангиз бўлади. Улар интервью пайтида, айниқса телевидение ёки радиога интервью бераётганингизда жуда қўл келади. Чунки бу ҳолатда сизнинг ихтиёрингизда ўз нуқтаи назарингизни билдириш учун бир неча секунд вақт бўлади холос.

Сизнинг хабарингиз сизнинг мақсадларингиздан келиб чиқади- ўз ташкилотингиз нима билан шуғулланишини билдирмоқчимисиз, одамларга бирор бир масалада маълумот бермоқчимисиз,

қандайдир ҳаракатларни амалга оширишга чақирмоқчимисиз ёки вазият ҳақидаги янги маълумот билан таништирмоқчимиз?

Сизнинг хабарингиз сизнинг мақсадларингиздан келиб чиқади.

Хабар мақасдли аудиторингизга қараб фарқланиши ҳам мумкин. Хабарингиз аудиторияга турлича таъсир кўрсатиши, уларни ишонтириш ёки далиллар тўплашга ундаши мумкин.

Хабарни ёзаётганда қуйидаги саволларни ёдда тутинг:

- Сизнинг асосий масалангиз/муаммоингиз нимадан иборат?
- Сизнинг мақсадли аудиториянгиз кимлардан иборат ва улар сиз кўтараётган масала юзасидан нималарни билади?
- Нега айни мана шу масала аудиториянгиз учун муҳим бўлиши керак?
- Муаммони қандай йўл билан ҳал этишни таклиф қилаяпсиз?
- Мазкур муаммони ҳал этиш учун аудиториянгиздан қандай ҳаракатларни кутаяпсиз?

Муваффақиятли хабарларнинг айрим хусусиятлари:

- Улар аниқ –равшан бўлади ва махсус атамалар қўлланилмайди;
- Улар қисқа ва содда бўлади (бир ёки иккита гапдан кўп эмас);
- Улар мазкур масалада эксперт бўлмаган одамлар тушуна оладиган даражада равшан бўлади;
- Уларни кўп марта такрорлаш мумкин:
- Улар эътиборни жалб этади ва бўрттирмалардан ҳоли бўлади;
- Улар эмоционал таъсир кўрсата олади.

Ўз хабарингизни синаб кўринг

Сизга аниқ-равшан бўлиб туюлган хабар қамраб олмоқчи бўлган аудиториянгиз учун тушунарсиз бўлиши мумкин.

Бундай вазиятга йўл қўймаслик учун хабарларингизни ёзиш пайтида ва аудитория олдида чиқиш қилишдан аввал синаб кўринг. Самарасиз хабарлар қарор қабул қилаётган одамларни ташкилотингиз фаолиятига диққат қаратишга ундамайди; донорлардан грант олишингизга омил яратмайди, маҳаллий ҳамжамиятни ҳам эътиборсиз қолдиради.

Сизга аниқ-равшан бўлиб туюлган хабар қамраб олмоқчи бўлган аудиториянгиз учун тушунарсиз бўлиши мумкин.

Сиз ўз хабарингизни қуйидаги усуллар билан синаб кўришингиз мумкин:

- Жамоатчилик фикрини ёки фокус группангиз фикрни ўрганувчи профессионал тадқиқот ширкатини ёллаш орқали (бу жуда қимматга тушадиган усул)

• Онлайн тадқиқот воситаларини қўллаш орқали. Бу ҳолатда сиз электрон почта орқали анкеталарни жўнатишингиз ёки уни ўз блогингиз ва сайтингизда жойлаштиришингиз мумкин (бу каби айрим воситалардан Интернетда бепул фойдаланиш мумкин)

• Ўз фокус-гуруҳингиз билан йиғилиш ўтказиш орқали. Сиз қамраб олмоқчи бўлган гуруҳнинг 10 аъзосини бир пиёла чойга таклиф қилиб, улар билан хабарларингиз намунасини муҳокама қилишингиз мумкин. Гуруҳ аъзоларининг реакциясини кузатинг. Улар сизнинг хабарингизни тушунишаяптими? Хабар уларга сиз кутганингиз каби таъсир кўрсата олдими? (қиммат бўлмаган усул).

Сиз энг мақбул хабарни танлаганингиздан кейин ташкилотингиздаги хар бир ходим уни билиб олганига ишонч хосил қилинг. Уни амалиётда қўллай билишингиз ҳам ўта муҳимдир- уни сайтингизга жойлаштиринг, матбуот баённомалари ва маърузаларингизга киритинг, ташкилотингиз ҳақида бошқа одамларга гапириб бераётганингизда уни ҳар сафар эслаб ўтинг.

Ўз ҳикояларингизни баён этиш

Ҳикояларни баён этиш коммуникациянинг самарали усулларидан биридир ва у сизнинг фаолиятингизга "инсоний қиёфа" бахш этади. Ҳикоялардан (албатта, улар воқеавий бўлиши шарт) ўз коммуникацияларингизнинг турли жиҳатларида – хабарларингизда, ҳисоботларингизда, веб сайтларингизда, йиллик ҳисоботларингизда ёки газета мақолаларида фойдаланашингиз мумкин. Воқеавий ҳикоялар ОАВ учун ҳам қизиқ бўлади.

Ҳуқуқ ҳимояси ташкилоти фаолиятида бундай қизиқ ҳикоялар жуда кўп учрайди. Бу ҳикоялар кўпинча нега айнан мана шу соҳада ишлай бошлаганингизни ўйлаб кўришга даъват этади. Бу соҳа сизни нега қизиқтириб қўйганини англашингизга кўмаклашади. Сизнинг ҳаётингизда инсон ҳуқуқлари бузилиши билан боғлиқ шахсий тажриба бўлганми ёки сиз бундай тажрибаси бор одамлар билан учрашганмисиз? Ташкилотингизда ишлаётган одамлар ўз шахсий ҳикояларини айтиб бериши мумкин.

Ўз ҳаётида сиз кўтараётган муаммоларга дуч келган одамлар тарихи билан қизиқинг. Статистик маълумотларни ҳам келтириш жуда муҳим. Масалан, ҳижобли бўлгани учун муайян бир вилоятда таълим олиш имкониятидан четлатилган қизлар ҳақидаги статистик маълумотларни келтиришингиз мумкин. Буваси билан уйда ўтиришга мажбур бўлган ва мактабдан қолаётгани учун қайғураётган кичгинагина Жамиланинг

ҳикояси эса бу статистикани жонлантириши мумкин.

Ҳикоялар одамларни илҳомлантириши мумкин: иш берувчи томонидан ўзига нисбатан адолатли муомала бўлиши учун курашаётган одам ёки оилавий зўравонликлардан сўнг ўз ҳаётини тиклашга ҳаракат қилаётган аёл ҳикояси. Ижобий хабарлар одамларда умид уйғотиши ва уларни муайян ҳаракатларни амалга оширишга илҳомлантириши мумкин.

Ўз коммуникацияларингиз учун ҳикоялар танлашда қуйидаги омилларни доимо ёдда тутинг:

- *Мазкур ҳикоя қандайдир ҳис-ҳаяжонларга сабаб бўладими?*
- *Бу ҳикояни реал ва қизиқарлироқ қилиш учун сизда воқеанинг етарлича тафсилотлари мавжудми?*
- *Ҳикоянинг мазмуни мавҳум эмасми?*
- *Ҳикоянгизда бош қаҳрамон борми?*

Айрим ҳикоялардан намуналар:

Америкадаги "Physicians for Human Rights" ("Шифокорлар инсон ҳуқуқларига риоя қилиниши учун") нодавлат ташкилоти муштарийлар Дарфур, Судандаги инқироздан жабрланган аёллар ҳикояларини ўқиш ва аёллар ўз бошидан кечирганларини айтиб берган видеолавҳаларни кўриш имкониятига эга бўлган махсус веб сайт ташкил қилди. Мазкур сайт муштарийлари "умид хабарлари"ни ёзиб қолдиришлари мумкин. Бу хабарлар таржима қилиниб, аёлларга жўнатилади.

"American Civil Liberties Union" ("Фуқаролик эркинликлари Америка иттифоқи) Нью-Йоркдаги балоғатга етмаган қизлар колониясидаги шафқатсиз шароитлар тўғрисидаги ҳисоботида Lansing Residental Centerда бир ярим йил умрини ўтказган 19 ёшли Хуанита Кроуфорд ҳаётидаги айрим эпизодларни ҳикоя қилган.

"Ахборот бозори"ни тушуниш ОАВ билан ишлаш йўналишидаги фаолиятингиз мақсадларини аниқлашингизда кўмак беради.

Ахборот бозорини ўрганинг

"Ахборот бозори"ни тушуниш ОАВ билан ишлаш йўналишидаги фаолиятингиз мақсадларини аниқлашингизда кўмак беради. Бу ахборот бозорининг асосий иштирокчилари: газеталар, телерадиоканаллар, ахборот сайтлари, ахборот агентликлари ва медиаташкилотларни ўрганиш деганидир. Қайси ОАВлар умуммиллий, ҳудудий, маҳаллий даражада ишлаши, қайси тилларда чиқиши, ҳукуматга ёки хусусий шахсларга қарашли эканини билиб олинг. Сиз мен барча асосий ОАВларни биламан деб ўйламанг. Танилган ОАВлардан ташқари мухим аудиторияни қамраб олган янги ва кичкина ОАВлар ҳам фаолият юритаётган бўлиши мумкин.

Маҳаллий ОАВлар умуммиллий ОАВларга қараганда НДТлар учун очиқроқдир. Шунинг учун айнан маҳаллий ОАВларда алоҳида бир одам ёки ҳамжамият гуруҳи ҳақидаги ҳикояларни чоп этиш мумкин. Албатта, ҳикоянгизнинг умуммиллий ОАВда нашр этилиши сезиларли воқеа бўлар эди, бироқ маҳаллий ОАВдаги чиқиш ҳам аудиториянинг бир қисмини қамраб олишда самара беради.

У ёки бу ҳамжамият қайси ОАВни маъқул кўриши тўғрисида маълумот олишда бир қатор қийинчиликлар туғилиши мумкин. Аммо бундай маълумот олиш имкони пайдо бўлса муайян аудиторияни қамраб олиш учун жуда фойдали бўлади. Агар сиз тингловчилардан телефон қўнғироқлари қабул қилувчи бир радиоэшиттириш, масалан, мактаб ўқитувчилари орасида жуда оммалашганини аниқласангиз, сиз айнан мана шу ОАВда фаолиятингиз ёритилишига ҳаракат қилишингиз мумкин.

Матбуот учун материаллар танлаш

Матбуот учун материал танлаш дейилганда ташкилотингиз фаолияти, унинг асосий йўналишлари ва ишлари тўғрисидаги маълумотларни танлаш назарда тутилади. Ўтказилган тадбир тўғрисидаги матбуот баённомаси ёки янгиликлардан ташқари матбуот учун танланган материаллар қуйидагилардан иборат бўлиши лозим:

- Брошюра ёки ташкилотингиз ҳақида қисқача маълумот;
- Ташкилотингизнинг қисқача расмий маълумотлари;
- Муҳим масалалар юзасидан қисқача ёки базавий маълумот;
- Ўзингиз ишлаётган муаммо юзасидан иллюстрация учун фотосуратлар, жадваллар ёки хариталар;
- Ташкилот раҳбарлари таржимаи ҳоли;
- Йилик ҳисобот (агар бор бўлса).

Ҳар доим анжуманлар ёки бошқа тадбирлар бошлангунига қадар матбуот учун материалларингиз тайёр бўлишига эътибор беринг.

Матбуот учун тайёрлаган маълумотларингизда сонга эмас сифатга аҳамият беринг. Журналистлар барча маълумотларни ўқиб чиқиши даргумон. Лекин улар асосий маълумот, фактлар ва рақамларни аниқлаш учун материалларингизга мурожаат қилишлари турган гап. Шунинг учун тайёрлаган материалларингиздаги маълумотлар қисқа ва журналистлар ўзларига керакли ахборотни топа олишлари учун қулай бўлиши лозим.

Ҳар доим анжуманлар ёки бошқа тадбирлар бошлангунига қадар матбуот учун материалларингиз тайёр бўлишига эътибор беринг. Материалларни ташкилотингиз логотипи туширилган папкага жойланг. Босма материаллар ҳақида кўпроқ маълумот олиш учун 6-бобни ўқиб чиқинг.

ОАВ рўйхатини тузиш

ОАВ билан алоқа қилишни режалаштиришдаги зарур элементлардан бири ОАВ билан боғланиш юзасидан тўлиқ маълумотлардан иборат ва мунтазам тарзда янгиланиб турувчи рўйхатни олиб боришдир. Сиз бу рўйхатдан матбуот баённомаларини жўнатишда, журналистларга янгиликлар ҳақида хабар беришда ёки мақолалар учун ғоялар таклиф қилишда фойдалансангиз бўлади.

Мазкур рўйхат ахборот агентликлари, умуммиллий ва маҳаллий газеталарда, умуммиллий ва маҳаллий телерадиоканалларда, ихтисослашган газета ва журналларда, Интернет ОАВларда, муайян аудиторияни қамраб олган газеталарда ишловчи, сизнинг мавзуларингизда (ёки шунга яқин мавзуларда) ёзувчи журналистлар исмларидан иборат бўлиши лозим. Турли тилларда, турли этник гуруҳлар учун нашр этилувчи ОАВлар ҳилма-ҳиллигига алоҳида эътибор қаратинг. Сиз ҳамма алоқалар қамтиб олинганига ишонч ҳосил қилиш учун ўз рўйхатингизни ҳамкорларингизнинг ОАВлар рўйхати билан солиштиришингиз мумкин.

Сизнинг рўйхатингиз камида қуйидаги маълумотлардан иборат бўлиши керак:

Журналистнинг исм шарифи	ОАВ номи	Алоқа усули (телефон, факс, эл.манзил ва ҳоказо)	Маълумотни	Манзил	Телефон	Факс	Эл.манзил	Журналист ёритадиган мавзулар рўйхати	Бу журналист билан сўнгги учрашув ҳақидаги мулоҳазалар	Ташкилотингиз ёки муаммо ҳақида улар ёритган мақола ҳақида мулоҳаза

Журналистлар тез-тез ўз иш жойларини ўзгартириб тургани сабабли ОАВ рўйхатини мунтазам тарзда янгилаб бориш керак бўлади.



Журналистлар тез-тез ўз иш жойларини ўзгартириб тургани сабабли ОАВ рўйхатини мунтазам тарзда янгилаб бориш керак бўлади.

Агар сиз ўзингизга керакли журналист исмини топа олмасангиз ёки вақтингиз зиқ бўлса ахборотингизни муайян бўлим муҳарририга жўнатишингиз мумкин. Лекин маълумотни умумий манзилга жўнатгандан кўра, ҳар доим қўл остингизда у ёки бу журналист ва муҳаррирнинг номи ёзилган рўйхат бўлгани яхши.

Сиз рўйхатни тоифаларга бўлиб (босма матбуот, радио, телевидение, ОАВ), кейин ОАВлар бўйича алифбо тартибида, агар битта ОАВда ишловчи бир нечта журналистлар билан алоқа ўрнатган бўлсангиз журналистларнинг номларини келтириш тартибида ишлаб чиқишингиз мумкин. Мунтазам тарзда мулоқотда бўладиган журналистларни “асосий алоқалар рўйхати”ни тузиб, телефонингизга ёзиб олинг.

Рўйхатингизга киритилган журналист ва муҳаррирлардан улар билан қачон боғланиш мумкин эканини аниқлаб олинг. Улардан қайси кунлари “янгиликлар ўта кўп бўлмаслигини”, бу ОАВда сизнинг фаолиятингизни ёритиш имкониятлари қайси кунлари мавжудлигини, журналистларга мавзу бўлиштириладиган муҳаррирлар йиғини қайси кунлари ўтказилишини аниқлаб олинг. Сиз бу тавсилотларни ўз ОАВ рўйхатингизга киритишингиз мумкин.

АМАЛИЙ ТАЖРИБА

Матбуотда “ўзимизнинг одам” бўлиши нега керак?

Қозоғистондаги инсон ҳуқуқлари ва қонунчиликка амал қилиш халқаро бюроси муҳаррири Андрей Гришиннинг айтишича, ҳуқуқ ҳимояси ташкилотлари матбуотда “ўз одами”га эга бўлиши керак. Лекин бу иш журналистни сотиб олиш орқали уни ташкилот нуқтаи назарини ёритишга мажбурлаш мақсадида эмас, ҳуқуқий муносабатлар соҳасида ёзувчи профессионалларни тарбиялаш йўналишида амалга оширилиши зарур. Ўтказилган бир қатор тренинглар натижа бериб, мамлакатда инсон ҳуқуқларига риоя қилинишини мунтазам тарзда ёритиб борувчи юридик жиҳатдан саводли ОАВ ходимлари пайдо бўлди.

Қийноқлар мавзуси ҳукуматга қарашли ва ҳукуматга мойил ОАВлар томонидан табу сифатида қаралар эди. Марказий Осиёда қийноқларга қарши курашга йўналтирилган икки йиллик лойиҳа бу мавзунинг ёритилишида сезиларли ўзгаришларни яратиш билан бир қаторда, ОАВларни ҳам бу мавзуга тайёрлади.



Энди журналистлар, уларнинг ортидан муштарийлар ҳам қийноқлар ва хизмат лавозими ваколатлари доирасидан четга чиқиш ўртасидаги фарқни тушуниб қолди; ҳукумат бу кўринишга ўзи имзолаган халқаро мажбуриятларга амал қилган ҳолда қай тарзда барҳам бериши кераклигини билиб олишди.

Бундан ташқари чидаб бўлмас даражадаги ноҳақликлар юзасидан ҳуқуқ ҳимоячилари ва журналистлар ҳамкорликда олиб борган ишлар айбдорларнинг жазоланишига сабаб бўлди (бу эса одамларни қийноқларга қарши курашиш мумкинлигига ишонтирди), ҳокимият вакиллари эса, қийноқлар ҳақидаги чиқишлар ҳаддан ташқари кўпайиб кетганидан сўнг, истар-истамас, лекин мажбурий тарзда ҳуқуқ ҳимоячилари билан мулоқат қила бошлади.

Мазкур лойиҳанинг медиакомпоненти деярли ҳал қилувчи ролни ўйнади, чунки унинг ёрдамида оммага кўпроқ касалликнинг мавжудлигини эмас, уни даволаш йўлларини етказиш зарур эди. Ҳатто энг хайрихоҳ журналистлар ҳам билим етишмаслиги сабабли мавзуни нотўғри тушунишлари мумкинлигини назарда тутган ҳолда асосий эътибор мазкур мавзуда мақола ёзган ва бу йўналишда ишлашга тайёр бўлган босма ва тармоқ журналистларига (улар бу мавзуни телеканалларга қараганда фаолроқ ёритишади) қаратилди. Учрашувлар ва медиа ходимларнинг билимларини ошириш натижасида мамлакатда қийноқларга барҳам бериш асосий бўлмаса-да, доимий мавзусига айланган 5-6 журналист пайдо бўлди. Бундан ташқари "журналист-ҳуқуқ ҳимоячиси" тандемлари пайдо бўлди. Улар муайян ҳодиса юзасидан ҳамкорликда ишлашди. Ҳамкорликда қилинган иш уларнинг ҳар бири алоҳида-алоҳида ишлаганига нисбатан самаралироқ бўлди.

Хусусий бюллетеннинг муваффақиятли фаолияти – самарали воситалардан биридир

Қирғизистондаги "Справедливость" ҳуқуқ ҳимояси ташкилоти фаолиятини муваффақиятли мисол сифатида келтириш мумкин. Жамоат ташкилоти 12 йил аввал таъсис этилган ўзнинг тўлақонли босма нашри – "Право для всех" ижтимоий-ҳуқуқий бюллетенига эга. 2010 йилга келиб, нашр рус, қирғиз ва ўзбек тилларида етти минг нусхада чоп этилмоқда ва Қирғизистоннинг жанубий ҳудудларида бепул тарқатилмоқда. 2008-2009 йилларда нашрга Абдумўмин Мамараимов раҳбарлик қилган. У ўз тажрибаси билан ўртоқлашади.



Нашр инсон ҳуқуқлари ғояларини илгари суришда, жамият учун муҳим ҳисобланган ахборотни кенг жамоатчиликка ва қарор қабул қилувчи давлат тузилмаларига етказишда ташкилотнинг қудратли воситасига айланди. Бюллетен фикр ва тажриба алмашинувчи, адвокатлар, фаоллар, ўнлаб нодавлат такшилотлари учун турли масалаларни муҳокама қилишга имконият яратиб берувчи очиқ майдонча бўлиб қолди.

Журналистлар фаол эмаслигининг бир қатор сабаблари

Муваффақиятлар билан бир қаторда журналистларнинг ҳуқуқ ҳимоячилари ва бошқа соҳалардаги нодавлат ташкилотлари фаоллари ташаббусларига нофаол муносабатда бўлиши сабаблари ҳақида ҳам гапириб ўтсак.

Биринчи ва асосий сабаб – ОАВларнинг, айниқса ҳудудий ОАВларнинг, иқтисодий таназзулда эканидир.

Биринчи ва асосий сабаб – ОАВларнинг, айниқса ҳудудий ОАВларнинг, иқтисодий таназзулда эканидир. Журналистлар кўпинча ходимлар етишмаслиги сабаб катта иш миқдорини бажаришига тўғри келади, аммо бунинг учун таҳририятдаги молиявий етишмовчилик ортидан жуда кам иш ҳақи олади. Шунинг учун улар ўзларига қалам ҳақи ва ойликдан ташқари қўшимча фойда келтирувчи мавзулар (сенсация, яширин реклама ёки пиар материаллар)ни излайди. Редакциялар ўз таъсисчилари, спонсорлари ва реклама берувчиларига қарам. Ҳуқуқ ҳимоячилари эса ўзлари амалга ошираётган айрим лойиҳаларда назарда тутилганидан ташқари ҳолатларда журналистларга пул таклиф қила олмайди.

Яна бир сабаб, айниқса (яна бир бор) ҳудудий ОАВлар ўта дабдабали бўлади, негаки уларнинг таъсисчилари давлат тузилмалари ҳисобланади. Кўпчилик амалдорлар, кўпинча мазкур нашрлар журналистлари ҳам ҳуқуқ ҳимоячиларини “мухолифатчи” сифатида қабул қилишда давом этмоқдалар ва таъсисчилари ғазабига дучор бўлмаслик учун улардан узоқроқ юришни маъқул топмоқдалар.

Журналистлар “ҳуқуқ ҳимоячилари олдига ўзлари келишга МАЖБУР ва биз қилаётган муҳим ишни ёритиши шарт”.

Ва ниҳоят, ҳуқуқ ҳимоячилари нотижорат тузилмаларининг кўпчилик вакиллари каби ҳалигача ОАВлар билан етарли даражада ишлашни билмайди. Улар кўпинча журналистлар “ҳуқуқ ҳимоячилари олдига ўзлари келишга МАЖБУР ва биз қилаётган муҳим ишни ёритиши шарт”, деб ҳисоблайдилар. Афсуски, нотижорат сектори ва медиажамоатчиликнинг ўзаро муносабатлари вазиятини яхшилашга қаратилган кўп учрашувлар ва семинарлар уюштирилганига қарамай, ўзаро айбловлар давом этиб келмоқда.

Сўзимиз якунида ОАВ билан ҳамкорлик қилишда медалнинг орқа томони ҳақида ҳам гапириб ўтмоқчимиз. Кенг жамоатчиликка инсон ҳуқуқларининг қўпол тарзда бузилиши ҳақидаги маълумотни ошкор этар эканмиз, шак-шубҳасиз ҳар бир ишда муайян силжишлар бўлишига эришамиз. Бироқ ҳукуматнинг бунга муносабати ҳар доим ҳам ижобий бўлавермайди. Аниқроғи, бу муносабат одатда салбий бўлади: мақола

чоп этилганидан сўнг манфаатдор ташкилотлар нафақат жараён иштирокчиларига, балки журналист ва ҳуқуқ ҳимоячиларига босим кўрсата бошлайди. Журналистлар ва ҳуқуқ ҳимоячиларига нисбатан миллионлаб маблағ талаб қилинган даъво аризалари босим кўрсатишнинг ягона усули эмас.

Шунинг учун ўз мулоҳазалари ва вазиятга баҳо беришда доимо ҳолис бўла олмайдиган жабрланувчиларнинг аризалари устида ишлаш жараёнида ҳам, ОАВ орқали маълумотни тарқатишда ҳам хатоларга йўл қўймаслик энг муҳим масаладир.

Машъум хатолик

Менинг хотирамда ташкилотимиз 2009 йилнинг ёзида дучор бўлган маглублик ва йўқотиш алами бир умрга муҳрланиб қолди. Ўшанда Қирғизистон ҳуқуқ ҳимоячилик ҳаракатининг ёрқин вакили, меҳрибон ва ажойиб инсон – Светлана Дмитриевна Варавина оламдан ўтган эди.

2003 йилда у қишлоқ йўлининг бир қисмини эгаллаб, у ерда қурилишни бошлаган ноинсоф бир аёлнинг ҳаракатларига қарши чиқди. Ўша пайтда маҳаллий нодавлат ташкилотларидан бири қишлоқ аҳолисининг оғирини енгил қилиш мақсадида кўприк қураётган эди. Бу аёл эса ўша йўлнинг бир қисмини ёпиб қўйди. Светлана Дмитриевна тегишли органларга хат ёзди ва "Право для всех" бюллетени учун бу ҳақда хабар ёзди. Бироқ материални таҳрир қилиш давомида бюллетеннинг ўша вақтдаги муҳаррири мақолага мумкин бўлмаган иборалар ва номақбул сўзларни қўшиб юборди. Бу қўшимчалар келажакдаги суд ишлари учун асос бўлди.

Тегишлиташкилотлараёлҳужжатларниқалбакилаштирганини аниқлади; кўчани очиб, ноқонуний ўзлаштирилган ерни қайтаришди. Бироқ ютқазган аёл бюллетенда нашр этилган мақола юзасидан судлаша бошлади. Жараён уч йил давом этди. Оқибатда барча суд инстанцияларидан бир неча маротаба ўтганидан сўнг, нашр ўз тарихида биринчи марта унча катта бўлмаган жарима тўлашга ҳукм этилди. Суд машмашаси эса мақола муаллифи саломатлигига салбий таъсир кўрсатди. Светланани оғир касаллигига қарамай судларга чақиришда давом этишди. Судда унга босим кўрсатишди, ҳақорат қилишди, даъвогар суд залида очиқдан-очиқ бир неча маротаба уни "гўрга тиқиши" ҳақида гапирди. Ниҳоят у ўз мақсадига эришди- 2009 йилда Светлана оламдан ўтди...

Муносиб ОАВни танлаш

Тожикистондаги “Азия плюс” газетасининг бош муҳаррири Марат Мамадшоевнинг тавсия қилишича, ҳуқуқ ҳимоячиси ҳал қилиши лозим бўлган биринчи масала нашрни танлашдир. Бу танлов ўз навбатида ҳуқуқ ҳимоячиси ўз олдига қўйган мақсадга боғлиқдир.

Тожикистондаги “Азия плюс” газетасининг бош муҳаррири Марат Мамадшоевнинг тавсия қилишича, ҳуқуқ ҳимоячиси ҳал қилиши лозим бўлган биринчи масала нашрни танлашдир. Бу танлов ўз навбатида ҳуқуқ ҳимоячиси ўз олдига қўйган мақсадга боғлиқдир.

Масалан, агар у қандайдир жиддий суриштирув ўтказилишини истаса, бу ҳолда сариқ матбуот танланмайди. Ўз-ўзидан ўзларини ижтимоий – сиёсий нашр сифатида тақдим этаётган газеталарга бориш керак.

Бошқа томондан, агар иложи борича кўпроқ фуқароларни хабардор қилиш зарурати туғилса, у ҳолда айнан оммавий матбуот ва электрон ОАВлар қўл келади.

Энг бошиданоқ ОАВнинг аудиторияси қандай эканини аниқлаб олиш керак. Бу ОАВ учун таклиф қилинган мавзу қизиқ бўладими? Бу газетани депутатлар ва амалдорлар ўқийдими? Мақола чоп этилганидан сўнг натижаси қандай бўлади?

ОАВ билан мулоқот қилишда ҳуқуқ ҳимоячилари кўпинча битта типик хатога йўл қўяди. Улар ОАВнинг вазифаси ва мақсади инсон ҳуқуқларини ҳимоя қилиш деб ўйлайди. Яъни, уларнинг фикрича, ОАВ ҳуқуқ ҳимоячиларини доимо қучоқ очиб кутиб олиши керак.

Бироқ оммавий ахборот воситалари ўзига хос хусусиятларига қарамай, ҳуқуқ ҳимояси ташкилоти эмас, кўпроқ тижорий структурадир. Шунинг учун уларнинг биринчи галдаги мақсади қонунийлик ғалабасини таъминлаш эмас, балки тижорий муваффақиятга эришишдир.

Нега журналистлар ҳуқуқ ҳимоячилари билан ҳамкорлик қилишдан бош тортадилар?

Биринчи сабаб - мақолада тил теккизилиши мумкин бўлган қудратли шахслар олдидаги қўрқинч. Биз юқорида бизнинг минтақада инсон ҳуқуқларини асосан давлат тузилмалари бузиши ҳақида гапириб ўтдик. Бу ҳолатда ОАВ ҳуқуқбузарлар катта таъсир кучига эга бўлса уларни ортиқча безовта қилмасликка ҳаракат қилади.

Биринчи сабаб - мақолада тил теккизилиши мумкин бўлган қудратли шахслар олдидаги қўрқинч.

“Азия плюс” газетаси Душанбе шаҳар ҳокимиятининг шаҳарни ободонлаштириш режаси асосида уйлари бузилган одамлар муаммолари ҳақида бир неча марта ёзиб чиқди. Мажбурий кўчманчи бўлиб қолган бу одамларнинг кўпчилигига тенг қийматли товон пули тўланмаган.

Бу мақолалар Душанбе шаҳар маъмуриятининг кескин муносабатига сабаб бўлди. Пойтахт мэри Маҳмадсаид Убайдуллаев республикадаги энг нуфузли шахслардан бири.

Охир оқибат газета мэр билан зиддиятга киришмаслик мақсадида бу мавзуда мақолалар ёзишни тўхтатди.

Ҳолбуки, кўчирилганларнинг ҳуқуқларини бузиш ҳолатлари ҳалигача тўхтагани йўқ.

ОАВнинг позицияси кўпчилик ҳуқуқ ҳимоячиларига худбинлик ва қўрқоқлик бўлиб туюлиши мумкин.

ОАВнинг позицияси кўпчилик ҳуқуқ ҳимоячиларига худбинлик ва қўрқоқлик бўлиб туюлиши мумкин. Айни пайтда тожик ОАВларининг ўз-ўзини цензура қилиши объектив сабаблар билан боғлиқ.

Ҳозир ОАВлар танқидий мақолаларни беришлари мумкин, бироқ муайян бир меъёрдан ошиб кетмасликка ҳаракат қилинади; бу меъёрдан ошиб ўтилса ҳукумат томонидан жиддий босимлар ва таъқиблар бошланиши мумкин.

Шу ўринда 2004 йили бирданига бир нечта умумреспублика газеталари пойтахтдаги босмахоналар уларни чоп этишдан бош тортгани сабабли чиқмай қолганини ёдингизга солиб ўтмоқчиман. Бу тажрибани газеталар шу кунгача эсларидан чиқарганлари йўқ. Босмахона раҳбарлари ОАВларга очиқдан –очиқ, “Агар ҳукумат билан зиддиятга киришсангиз сизларни чоп этмаймиз”, деб айтмоқдалар.

Электрон ОАВларнинг бу борадаги вазияти янада ёмонроқ. Масалан, 2005 йилда ўтган парламент сайловлари пайтида Телевидение ва радиоэшиттиришлар бўйича қўмита қарори билан “Гули бодом” (Конибодом) телестанцияси фаолияти вақтинча тўхтатилди. Бунга баҳона қилиб, телестанция четдан келган одамлар ихтиёрига ўтиб қолгани кўрсатилди. Бироқ “Гули бодом” сайловлар пайтида мухолиф номзодларга кўп маротаба сўзлаш имкониятини берган эди.

Бундан ташқари ОАВлар у ёки бу маъмурий органлар томонидан “эҳтиросли” текширувлар ўтказилишидан ҳам чўчийдилар. Сўз биринчи навбатда солиқ тузилмалари ҳақида бормоқда.

Босмахона раҳбарлари ОАВларга очиқдан –очиқ, “Агар ҳукумат билан зиддиятга киришсангиз сизларни чоп этмаймиз”, деб айтмоқдалар.

Афсуски, бугунги кунда кўпчилик ОАВлар, агар ҳокимият истаса ҳар қандай ОАВни ёпиб қўя олади, деган қатъий ишончдалар.

Иккинчи сабаб – ҳаракат, таваккал ва келадиган фойданинг бир-бирига номутаносиблигидир. Яъни гап қанча меҳнат сарфлаш, материални тўплаш ва чоп этиш учун қандай таваккалчиликка боришга тўғри келиши ва якуний наф қанчалик бўлиши ҳақида бораяпти.



Ҳуқуқ ҳимоясига оид материаллар кўпроқ меҳнатни талаб қилади. Баъзан сарф-ҳаражат ҳам катта бўлади, чунки хизмат сафарига чиқишга, суруштирув ўтказишга тўғри келади. Бунинг устига жазоланиш ёки нотўғри тушинилиб қолиш хавфи ҳам, бир неча маротаба такрорлаганимиздек, катта.

Ҳуқуқ ҳимоячилари муаммонинг сарф-ҳаражат қисмини ҳам эътиборга олишлари керак. Балки улар материални тайёрлаш учун сарфланадиган ҳаражатларни тўлаб бериш ҳақида (масалан, журналистнинг хизмат сафари чиқмларини) ўйлаб кўришлари керакдир. Бизнинг таҳририятларимизда юристнинг йўқлигини ҳисобга олиб, уларнинг хизмат ҳақини ҳам тўлаш керак бўлади.

Ҳуқуқ ҳимоячилари муаммонинг сарф-ҳаражат қисмини ҳам эътиборга олишлари керак.

Бошқа томондан бу каби материалларнинг пиар мақолаларга тенглаштирилиши ҳам нотўғридир. Масалан, ҳуқуқ ҳимоячилари ОАВга чоп этилган материал учун ҳақ тўлаши ҳақида гап ҳам бўлиши мумкин эмас.

Таклифларнинг аниқлиги ва лўндалиги, ОАВ ва журналистлар манфаатларининг ҳисобга олиниши- ОАВлар ҳуқуқ ҳимоячиларидан кутаётган нарсалар мана шулардир.

Таклифларнинг аниқлиги ва лўндалиги, ОАВ ва журналистлар манфаатларининг ҳисобга олиниши- ОАВлар ҳуқуқ ҳимоячиларидан кутаётган нарсалар мана шулардир.

III – БОБ ОАВ БИЛАН САМАРАЛИ АЛОҚА



Биз кўпинча ОАВ деганда яҳлит бир тузилмани тушунамиз, аслида эса ОАВ турли ахборот агентликлари ва турлича ёндашув, турлича истеъдод ва нуқтаи назарга эга бўлган журналистлардан ташкил топган элементлар йиғиндисидир. ОАВ билан ҳамкорлик юзасидан фаолиятингизда ОАВнинг мураккаб табиатини ҳам эътиборда тутинг. Сизнинг ёндашувингиз тез мослашувчан ҳамда муайян ОАВ ва журналистлар талаблари, манфаатларига мос келиши лозим. Сизнинг мақолангиз бир журналистга қизиқарли бўлмаса, бошқасига қизиқ туюлиши мумкин. Сиз журналистлар афзал кўрадиган жиҳатларни билсангиз ва буни эътиборга олсангиз, шунчалик самарали натижаларга эриша оласиз.

Журналистларга янгиликларни тақдим этинг

Янгиликларда нималар кўрсатилаётгани ёки ёзилаётганига ва журналистлар нималарга қизиқаётганига диққат қилинг. Сизнинг фаолиятингиз журналистни қизиқтираётган мавзу билан нақадар узвий боғлиқ эканини ўйлаб кўринг. Бу узвийлик ҳар доим ҳам ошкора кўриниб турмайди ва сиздан ижодий ёндашувни талаб қилади. Масалан, янгиликларда тумовнинг янги штамми ҳақида ёзилаётган бўлиши мумкин, сизнинг ташкилотингиз эса болалар муаммолари масаласида фаолият кўрсатади. Балки сиз журналистга тумов муаммосини болалар ҳуқуқлари нуқтаи назаридан ёритишни таклиф қиларсиз. Барча болаларда эмланиш имкониятлари борми? Болалар мактабда профилактик тадбирлар таъминланмагани сабабли ёки тўйиб овқатлана олмаётгани туфайли тумовга тез чалиниши мумкинми?

Журналистга нега шу куни бўлиб ўтаётган 10 ёки 20 та бошқа воқеа ҳақида эмас, айнан сизнинг мавзуингизда ёзиши кераклигини тушуниши учун ёрдамингиз керак бўлади. Бундан ташқари журналистнинг айни мана шу мавзуда бошқа нуқтаи назарларни ҳам излашда объектив бўлиш ҳаракатини ҳам ҳурмат қилинг. Шунингдек, журналист сизнинг матбуот баённомангизни сўзма-сўз чоп этишига умид ҳам қилманг.

Журналистлар чекланган вақт доирасида ва мураккаб шароитда ишлашини ҳам эътиборда тутинг. Журналист ўз фаолиятида дуч келадиган чекловлар борлигини, масалан, айрим мавзуларнинг ёритилиши тақиқланганини унутманг. Сиз ўткир мавзуларда ёзишдан қўрқмайдиган жасур журналист ёки муҳаррирни топишингиз мумкин, бироқ журналистда сиз айтган мавзуни ёритишга иштиёқ туғилиши учун зеҳн ва топқирлик идрокини ишга солишингизга тўғри келади.

ОАВ учун ишончли ва очиқ ахборот манбаси бўлинг

Мунтазам тарзда аниқ, қисқа ва долзарб янгиликни журналистларга тақдим этиб, улар учун ишончли ахборот манбаси сифатида эътибор қозонишга ёки журналистлар сиз билан боғланганда доимо очиқ бўлишга ҳаракат қилинг. Уларга алоқада бўлган қўшимча одам ёки яна бир ахборот манбаси билан боғланишни тавсия этинг. Сиз журналистлар сизнинг мавзуингизда ёзаётганда эсларига келадиган биринчи одамга айланишингиз шарт. Журналистларда сизнинг иш ва мобил телефонингиз борлигига амин бўлинг.

Мунтазам тарзда аниқ, қисқа ва долзарб янгиликни журналистларга тақдим этиб, улар учун ишончли ахборот манбаси сифатида эътибор қозонишга ҳаракат қилинг.

Мойил журналистлар рўйхатини тузинг

ОАВ билан ишлашдаги энг асосий қадамлардан бири пресс-пул - ташкилотингиз ҳақида билган, ташкилотингиз ҳақида ёзаётганда сиздан иқтибос олиш учун қўнғироқ қиладиган, сизнинг янгиликларингизни ёритадиган ва янги мақолалар учун тавсия қилинган ғояларга очиқ бўлган журналистлар рўйхатини тузишдир. Пресс-пулни тузиш учун вақт ва тиришқоқлик талаб қилинади. Молиявий заҳиралар ахборот тадбирлари ёки ҳамкорлик алоқлари ўрнатилиши юзасидан тадбирлар уюштирилишига ёрдам бериши мумкин, бироқ бу тадбирлар мутлоқ бажарилиши шарт бўлган талаблар доирасига кирмайди.

Сизнинг мавзуларингизда ёки ўхшаш мавзуларда мақолалар ёзаётган журналистлар билан алоқа ўрнатинг. Агар мумкин бўлса, уларга ўз ташкилотингиз ва фаолиятингиз ҳақидаги маълумотларни тақдим этиш учун шахсан учрашувга таклиф қилинг. Журналистларга ўз ташриф қоғозингизни беринг ва ўзингизнинг мавзуингизда интервью ёки мақола тайёрлашда ёрдамингизни таклиф қилинг. Журналистлар сиз билан боғланганида уларнинг сўровларига тезкор жавоб беринг.

Агар журналист билан телефон орқали боғлансангиз хушмуомила бўлинг ва нега қўнғироқ қилганингиз сабабини тушунтиринг. Ундан вақти бор ёки йўқлигини сўранг ҳамда ташкилотингиз ҳақида қисқа маълумот беринг. Журналистдан келажакда сизнинг ташкилотингиз ҳақида ахборот олиш истаги бор ёки йўқлигини сўранг, агар у хоҳиш билдирса ахборотни қайси шаклда юбориш кераклигини сўранг.

Журналистни ўз ташкилотингиз фаолияти билан таништириш ва шахсий мулоқот ўрнатиш учун тадбирлар уюштиринг. Бу ташкилотингиз раҳбари билан норсамий чойхўрлик, расмий пресс-ланч, сизнинг мавзуингизда ўтказилаётган ахборот семинари, лойиҳа амалга оширилаётган жойга ташриф ёки ташкилотингиз ёрдам берган одамлар билан учрашув бўлиши мумкин. Айрим ташкилотлар журналистлар билан мунтазам тарзда, масалан, ҳар ойнинг сўнгги жума кунида ичкилик ва егулик таклиф қилинган очиқ

Ўзингизда қизиқ маълумот пайдо бўлса журналистларга қўнғироқ қилинг ва улар билан мунтазам алоқада бўлинг.

эшиклар куни каби норасмий учрашувларни муваффақиятли ўтказиб келмоқдалар. Журналистлардан ҳамкасбларининг исмларини сўраб олинг ва уларни нафақат матбуот анжуманларига, балки байрамларингиз, тадбирларингизга ҳам таклиф қилинг.

Ўзингизда қизиқ маълумот пайдо бўлса журналистларга қўнғироқ қилинг ва улар билан мунтазам алоқада бўлинг.

Журналистлар билан шахсий алоқада бўлиш матбуот билан самарали алоқанинг муҳим қисми ҳисобланса-да, профессионал алоқалар янада муҳимроқ аҳамият касб этади. Журналистга “гап орамизда қолиши керак” қабилида айтилган қандайдир махфий маълумотни ошкор этиш, уни бу маълумотдан фойдаланишга ундаши мумкин, оқибатда сиз ноқулай вазиятга тушиб қолишингиз эҳтимол.

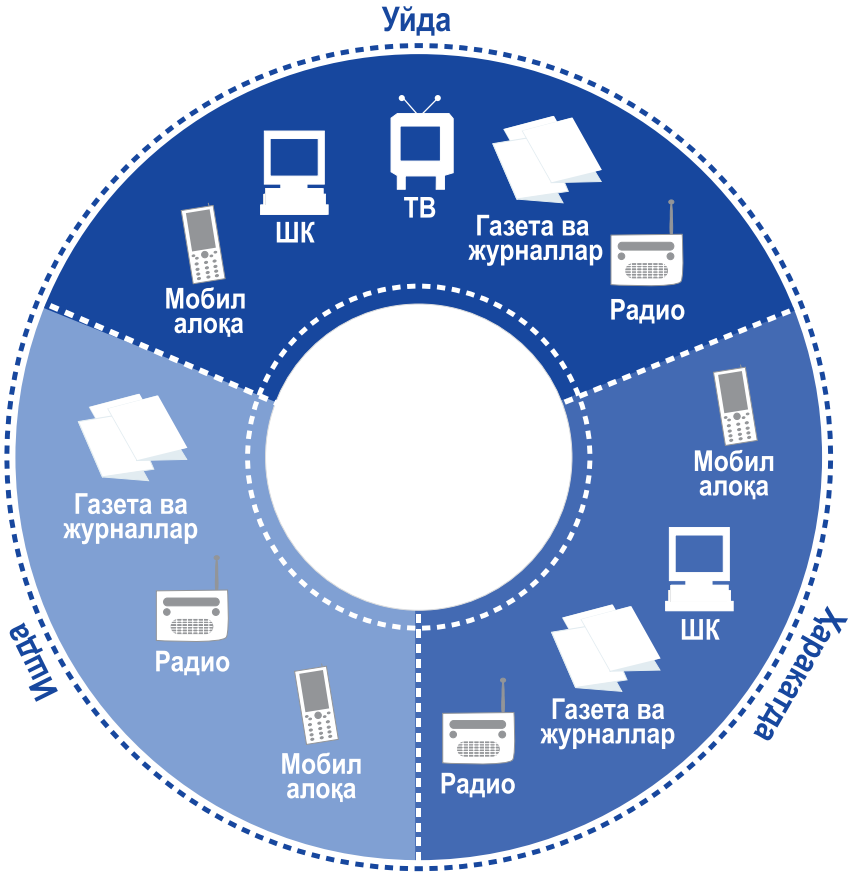
Турли шаклдаги ОАВлар билан ишлаш

ОАВларнинг турли шакли – босма нашрлар, телевидение, радио ва электрон ОАВлар – ўзига хос афзалликларга ва камчиликларга эга. Бу тафовутларни билиш фаолиятингиз йўналишини белгилашда сизга ёрдам беради. Сизнинг қайси ОАВ билан ишлашингиз мақсадли аудиториянгизни ҳам аниқлайди. Масалан, сизнинг мақсадли аудиториянгиз пойтахт ёшлари бўлса, сиз асосан Интернет ОАВларга эътибор қаратишни лозим топишингиз мумкин. Агар мақсадли аудиториянгиз парламент депутатлари бўлса, у ҳолда уларни қамраб олиш учун умуммиллий нашрлар билан ишлашингиз мумкин. Сизнинг мақсадли аудиториянгизни қамраб олмаган ОАВлар билан ишлашга вақт ва куч сарфлашни истамаслигингиз тайин.

- Трансляция қилинувчи ОАВ (телевидение, радио) аҳолининг турли ва катта қатламини, жумладан, босма матбуотни олиш имкониятига эга бўлмаган айрим одамларни, масалан, қишлоқ жойлари ёки чекка туманларни қамрайди. Трансляция қилинувчи ОАВ, шунингдек, турли шаклдаги кўрсатувларнинг кенг спектрини-янгилик дастурлари ва ток шоуларни таклиф қилади. Телевидение ва радио муайян вақт чекловларига эга ва овоздан, видеоиқтибослардан, кадрлардан иборат бўлади.

  Бу эса қандайдир компрессияга ва мавзуларнинг юзаки ёритилишига сабаб бўлади.

- Телевизион янгилик дастурлари визуал элементлардан таркиб топган сюжетлар бўлишидан манфаатдор, телерадио ток шоулари эса сиёсий ёки ижтимоий масалаларни теран таҳлил қилиш ва фикрлар алмашинуви учун имконият яратиши мумкин.



- Босма ОАВлар масалани тушунтириш ва таҳлил қилиш учун катта имкониятга эга. Бироқ босма ОАВларда яхши фотосуратларнинг бор ёки йўқлиги сизнинг мақолангизнинг визуал элементини жойлаштириш масаласини белгилаб беради.
- Интернет визуал ва матн элементларидан иборат бўлади. Ўқувчи нима ўқишни ёки кўришни ўзи ҳал қилади. Айрим он-лайн янгилик сайтлари муштарийларга мақолани шарҳлаш ва ҳатто уни журналист билан бирга муҳокама қилиш имкониятини ҳам беради. Интернетда янгиликлар жуда тез пайдо бўлади, шунинг учун у тезкор янгиликларни ёйинлашда биринчи ўринни эгаллайди. Босма ва трансляция қилинувчи ОАВ бу борада ортда қолмоқда.

Журналист каби фикрлашни ўрганинг

Одатда журналистларнинг иш куни жуда тиғиз бўлади. Бундан ташқари улар орасида скептикка (ҳар нарсадан шубҳа қилиш) айланиш анъанаси бор. Улар доимий тарзда бор ғайратларини янгилик излашга сарфлашади. Шунинг учун журналистга янгилик таклиф қилишдан олдин ўзингиз бу янгилик чоп этилиш учун қанчалик қизиқ эканини аниқлашга уриниб кўринг.

Қуйида сизнинг янгилигингиз чоп этилиш учун қанчалик қизиқ эканини аниқлашга ёрдам берувчи саволлар рўйхати берилган:

- Сизнинг янгилигингиз долзарбми? У айни пайтда содир бўлдими?
- Унда бирон бир янги нарса ҳақида гап борадими?
- Унда зидлик ёки ўзгарувчанлик элементлари борми?
- У эскирадими? (Нега бу ҳақда кейинги ойда эмас, айнан ҳозир ёзиш керак?)
- У жамиятда қизғин муҳокама қилинаётган муаммога алоқадорми?
- У маҳаллий ҳамжамиятга қандайдир таъсир кўрсатадими?

ОАВларни кўпроқ инқирозлар, зиддиятлар, жанжаллар билан боғлиқ янгиликлар қизиқтиради. Ҳуқуқ ҳимоясига оид мақолалар эса ўз табиатидан келиб чиқиб, ғолиблар ва мағлублар, салбий ва ижобий қаҳрамонлари бор инсон драмалари элементларидан иборат бўлади. Қуйида журналистлар ўз мақолаларида қўллайдиган айрим усулларни келтирамиз. Бу усуллар қўлланиб яратилган сюжет ОАВ эътиборини кўпроқ ўзига жалб этиш имкониятига эга::

- Конфликт – одамлар орасида, одамлар ва ҳокимият ўртасида ёки бошқа кўринишларда содир бўлган зиддиятлар.
- Бошқа одамларга қизиқиш – одамларга бошқа одамларнинг ҳаёти, муваффақиятлари, фожеалари ва саргузаштларини билиш қизиқ.
- Анъаналар ва статистика - аҳлоқ ва муносабатларда пайдо бўлаётган янги анъаналар ҳақидаги мақолалар ҳар доим оммани қизиқтирган. Агар бу мақола статистика билан бойитилса, янада қизиқроқ бўлади.
- График/календарь - ўз мақолангизни бўлажак воқеага бағишланг. Масалан, Инсон ҳуқуқлари (10 декабрь) куни муҳим мақоланинг чоп этилишига баҳона бўлиши мумкин.
- Юбилей/босқичлар - ўз мақолаларингизни “орадан бир йил ўтгач” ёки “орадан ўн йил ўтгач” тарзида тақдим этишингиз мумкин.

• Қисқа биографик очерк – ўз ҳуқуқларини ҳимоя қилаётган одам ҳақида қисқача ҳужжатли/биографик очерк таклиф қилинг.

• Ўзига хос воқеа - халқаро конференция, оммавий норозилик, инсон ҳуқуқлари соҳасидаги мукофотнинг топширилиши.

• Машҳур шахс – агар тарафдорларингиз орасида машҳур одамлар бўлса, мақолангизда унинг исми келтирилганига амин бўлинг.

• Ҳуқуқ ҳимоячилари билан умумий иш учун бирлашган тадбиркорлар гуруҳи каби "эҳтимолий иттифоқчилар"

Ўз мақолангизнинг янгилик потенциалига таъсир кўрсатиши мумкин бўлган бошқа воқеаларни ҳам кузатиб боринг. Айрим ҳолатларда мақолангизни ОАВ бошқа масалаларни ёритиш билан банд бўлгани учун бир неча кун ушлаб туришга тўғри келади.

Янгилик бўлишга арзийдиган воқеалар намунаси:

• Инсон ҳуқуқларига амал қилиниши вазияти юзасидан янги маълумотларни ўз ичига олган янги ҳисоботнинг эълон қилиниши;

• Сиз ишлаётган одамлар гуруҳига таъсир кўрсатиши мумкин бўлган янги қонунинг қабул қилиниши;

• Сизнинг ҳамжамиятингизга тааллуқли бўлган умуммиллий даражадаги воқеа;

• Ташкилотингиз янги лойиҳани бошламоқда, қандайдир мукофотга сазовор бўлди ёки янги ҳамкорликни бошламоқда.

Ўз мақолангизнинг янгилик потенциалига таъсир кўрсатиши мумкин бўлган бошқа воқеаларни ҳам кузатиб боринг. Айрим ҳолатларда мақолангизни ОАВ бошқа масалаларни ёритиш билан банд бўлгани учун бир неча кун ушлаб туришга тўғри келади.

Ўз ташкилотингизга алоқадор масалаларда ёзадиган бошқа журналистларнинг мақолаларини кузатиб боринг. Журналист ўзи яқинда ёзган мақоласи сиз таклиф қилган мавзуга ўхшаб кетса, унга қизиқиш билдириши мумкин. Агар сизнинг масалангиз босма матбуотда яхши ёритилган бўлса, бу материални ўз рўйхатингизда кўрсатилган трансляция қилинувчи ОАВларга жўнатинг. Баъзан трансляция қилинувчи ОАВ бу масала фақат босма ОАВда ёритилгачгина мавзуга қизиқиб қолиши мумкин.

Агар сиз ўтказган тадбир ёки тақдим қилган мақола ОАВда чоп этилмаса ҳафа бўлманг ва бунда журналистни айбламанг. Айрим ҳолларда аудиторияни шошилинч хабар қизиқтириб қолиши мумкин ва муҳаррир бу воқеа сизнинг масалангиздан муҳимроқ деб ҳисоблаши мумкин. Эскирмайдиган мақолаларни кейинроқ ҳам чоп этиш мумкин. Агар журналист билан яхши муносабатда бўлсангиз унга сим қоқиб, мақолангизнинг қачон чоп этилишини ёки уни тўлдириш учун янги маълумотлар керак ёки нокераклигини сўрашингиз мумкин. Бу ҳақда сўрашдан қўрқманг.

Материални топшириш муддатини ёдда тутинг

ОАВ рўйхатини тузиш асносида журналист билан олдиндан қачон боғланиш мумкинлигини билиш учун турли ОАВларга материал топшириш муддатларини ҳам белгилаб боринг. Босма матбуотда ишловчи журналистлар материалларини, одатда, тушдан кейин ёки кечга яқин топширишлари керак, шунинг учун улар билан куннинг биринчи ярмида боғланганингиз маъқул. Муайян вақтда эфирга чиқариладиган теле ва радиодастурларни тайёрловчи журналистлар билан эфирдан камида бир неча соат олдин боғланиш керак. Миллий телевизион канал дастурларини бир неча ой олдин тайёрлайди, маҳаллий телеканаллар эса ўз кўрсатувларини фақат бир неча ҳафта олдинга режалаштиради.

Мақола турлари

Қуйироқда халқаро меъёрлар асосида ёзиладиган янгилик мақолаларнинг типик турлари баёни берилган. Албатта, маҳаллий вазият ва ОАВ амалиёти бошқачароқ бўлиши мумкин. Агар сиз муайян ОАВда чоп этиладиган янгилик мақолалар турлари билан таниш бўлсангиз, у ҳолда мазкур ОАВга тўғри келадиган форматдаги мақолани таклиф қилинг.

Бунинг ўрнига журналист билан боғланганингизда хотиржамлик билан унга хато кетганини тушинтиринг ҳамда профессионал тарзда унга хатони тўғрилашни таклиф қилинг.

Шошилинч хабар: Мазкур хабар жамиятда, мамлакатда ёки жаҳонда содир бўлаётган воқеаларнинг қуруқ баёнидан иборат бўлади. Булар автомобил аварияларидан тортиб сиёсий шартномаларнинг имзоланишигача бўлган янгиликлар бўлиши мумкин. Сизнинг янгилигингиз, агар воқеа бугун ёки кеча содир этилган бўлса, мазкур тоифага киритилиши мумкин.

Янгилик таҳлили: Янгиликка унинг муҳимлиги нуқтаи назаридан ёндашиб, воқеалар тафсилотини, тушунтириш ва турли фикрларни баён этиш орқали таҳлил қилишга уриниш.

Очерк: Одатий янгиликлардан фарқли ўлароқ мазкур мақола тури муайян масала теран таҳлил қилинган катта кўламдаги матндан иборат бўлади. Очерк бўлиб ўтаётган воқеаларга боғлиқ бўлиши шарт эмас, бироқ сиз журналистга бу мавзу мазкур ОАВ муштарийларига ва томошабинларига нега қизиқ бўлишини тушунтириб беришингиз керак.

Журналистик суриштирув: Журналистик суриштирув одатда катта кўламга эга бўлади ва журналистдан вазият ҳақида янги маълумотлар излашни талаб қилади. Журналистик суриштирув инсон ҳуқуқи бузилиши ҳолатини аниқлаши, ёки масалан, жамиятнинг заиф гуруҳига оид вазият ҳисоботи бўлиши мумкин.

Шарҳ/муаллифлик мақоласи: Мазкур мақола тури аниқ нуқтаи назар ёки муайян мавзу юзасидан билдирилган ишончли далиллардан иборат бўлади.

Журналистлар хатога йўл қўйганда

Ҳамма хато қилади, аммо сиз журналистга аниқ маълумот бериш учун кўп куч-ғайрат сарфлаганингиз, у эса хатога йўл қўйгани учун хафа бўлишингиз мумкин.

Аввало ўзингизни босишга ҳаркат қилинг: агар журналистга телефон қилиб, у аҳмоқона хатога йўл қўйганини айтиб, бақир –чақир қилсангиз, у билан муносабатларингизни бузиб олишингиз эҳтимол. Бу билан унинг ҳамкасблари орасидаги обрўингизга ҳам путр етади.

Бунинг ўрнига журналист билан боғланганингизда хотиржамлик билан унга хато кетганини тушинтиринг ҳамда профессионал тарзда унга хатони тўғрилашни таклиф қилинг. Масалан, ундан газетанинг кейинги сонида тузатиш берилиши кераклигини айтинг. Агар тузатиш чоп этилмаса, сиз эса буни ўта муҳим деб ҳисобласангиз муҳаррирга ўз позициянгизни билдириб мактуб йўлланг. Журналистнинг ўзи билан гаплашмай туриб, унинг раҳбариятига арз қилманг.

Масала фақат салбий томондан ёритилган бўлса нима қилиш керак?

Журналистлар кўпинча зиддиятлар ёки танқид элементларидан иборат бўлган мавзуларни излайди. Ташкилотингиз матбуотнинг салбий муносабатига сазовор бўлган вазиятларни унутманг ва бундай кўринишга барҳам бериш мақсадида стратегиянгизни ишлаб чиқинг. Бунинг энг самарали йўли ОАВ эътиборини қаратаётган негатив ҳолатларнинг олдини олиш учун қўйиладиган қадамлардир.

Айнан қайси воқеа негатив ёритилганини аниқланг. Бу молиявий шафофлик билан боғлиқми? Мақолада муваффақиятсиз якунланган лойиҳага эътибор қаратилганми? Вазиятдан чиқиш учун қандай чораларни кўришингиз мумкинлиги ҳақида ўйлаб кўринг. Масалан, диққатингизни донорларга ҳисобот беришни таъминлаш ёки лойиҳани амалга оширишни яхшилаш йўналишида кўриладиган чораларга эътибор қаратинг.

Албатта, алоҳида бир журналист сизнинг ташкилотингизга нисбатан ноҳолис ёки салбий муносабатда бўлиши ҳам мумкин. Сиз бу одам билан боғланиб унга кўпроқ маълумот тақдим этишингиз мумкинлигини билдиришингиз ёки вазиятни муҳокама қилишни таклиф қилишингиз мумкин. Бу иш самара бермаслиги ҳам мумкин, аммо ҳаракат қилиб кўриш керак.

ОАВ билан ишлаш юзасидан тавсиялар

- ОАВ учун очиқ бўлинг. Қўнғироқларга ва журналистларнинг илтимосларига уларнинг чегараланган вақтини инобатга олган ҳолда тезкор жавоб беринг.
- Агар бирор нарсани билмасангиз бу ҳақда очиқ айтинг. Агар имконият бўлса керакли маълумотни топиб беришга ҳаракат қилинг ёки сўралган маълумотга эга одам билан боғланишга кўмак беринг.
- “Изоҳ берилмайди” каби жумлалардан қочинг. Одатда бу гапни айтган одам ниманидир яшираётгандай таасурот қолдиради.
- Агар бирон бир саволга жавоб беришга тайёр бўлмасангиз, журналистга бу масалани ойдинлаштиргач у билан боғланишингизни айтинг (ва ўз сўзингизда туринг).
- Журналистга ҳеч қачон ёлғон гапирманг.
- Барча журналистларга бир ҳил муносабатда бўлинг, бир журналистни бошқа журналистдан устун қўйманг.
- Журналистлар билан доимо очиқ муносабатда бўлинг ва “бу матбуот учун эмас” деган гапни ишлатишдан қочинг.
- Журналистлар билан мулоқот чоғида ҳар доим хотиржамликни сақланг.
- Ҳатто журналист билан жуда яхши муносабатда бўлсангиз ҳам унга ҳеч қачон матбуотда ёритилиши шарт бўлмаган гапни гапирманг.
- Негатив мақолани ёки мавзу тўлақонли ёритилмаган мақолани шахсий ҳақорат сифатида қабул қилманг.
- Агар журналист ажойиб мақола ёзган бўлса, у билан боғланинг ва миннатдорчилик билдиринг.

Халқаро ОАВлар ҳақида бир неча оғиз гап

CNN. BBC, Reuters. Assosiated Press ёки New York Times халқаро ОАВлар ва ахборот агентликлари одатда Марказий Осиёда жойлашган махсус мухбирларига эга эмас.

CNN. BBC, Reuters. Assosiated Press ёки New York Times каби халқаро ОАВлар ва ахборот агентликлари одатда Марказий Осиёда жойлашган махсус мухбирларига эга эмас ва улар кўпинча жамоатчи мухбирлар билан ҳамкорлик қилади. Шунинг учун бу журналистлар билан ҳамкорлик қилиш мақсадида уларни рўйхатингизга киритсангиз фойдали бўлади. Улар кўпинча маҳаллий НДТ экспертларидан шарҳ олишдан ва алоқаларини кенгайтиришдан манфаатдордирлар.

Афсуски, халқаро ОАВ асосан халқаро янгиликларга ёки сиёсий жиҳатдан ўта катта аҳамиятга эга бўлган ва кўплаб одамларга таъсир кўрсатадиган ёҳуд стратегик масалалар, масалан, энергетика каби мавзуларга эътибор қаратади. Халқаро матбуот, шунингдек, миллий сайловлар, катта саммит ёки жаҳонда катта нуфузга эга бўлган лидернинг ташрифи каби улкан сиёсий воқеани бошидан кечираётган мамлакатга ҳам диққат қаратади.

Инсон ҳуқуқи масаласида, халқаро ОАВлар инсон ҳуқуқларининг ўта қўпол тарзда бузилиши билан боғлиқ вазиятларга қизиқади. Бироқ маҳаллий даражадаги ҳуқуқ ҳимояси масаласи кенг аудиторияни қизиқтирган мавзуларда ёзадиган, муаммонинг маданий ва ижтимоий жиҳатларига эътибор берадиган жамоатчи мухбирни ўзига жалб қилиши мумкин.

Инсон ҳуқуқи масаласида, халқаро ОАВлар инсон ҳуқуқларининг ўта қўпол тарзда бузилиши билан боғлиқ вазиятларга қизиқади.

Сиз ўз фаолиятингизни халқаро ОАВларни қизиқтирадиган тарзда таърифлаб беришингиз мумкин. Масалан, энергетик заҳиралар мамлакатингиз учун муҳим масалалардан бири бўлса, у ҳолда сиз журналистни нефт ва газ ширкатлари ўз ишчиларига нақадар адолатли муносабатда бўлаётгани тўғрисидаги мақола ёки нефт ва газ қазиб чиқаришнинг атроф-муҳитга таъсири тўғрисидаги ахборот билан қизиқтириб қолишингиз мумкин.

ОАВ билан ўз муносабатлари бўлган йирик халқаро ҳуқуқ ҳимояси ташклотлари билан ҳамкорликда ишлаш ҳам маҳаллий ва умуммиллий даражадаги аҳамиятга эга масалаларга халқаро ОАВлар диққатини қаратишнинг бир усулидир.

Ўз вақтида янгиланиб туриладиган сайтга эга бўлиш ва уни қидирув тизимларида пайдо бўлишини оптималлаштириш ҳам сизнинг фаолиятингиз билан боғлиқ бўлган маълумотни излаётган журналистларга сизни топа олишига шароит яратиб беради.



Марказий Осиёдаги сиёсий ва ижтимоий масалаларни фаол ёритиб борувчи бир қатор электрон ОАВлар мавжуд. Булар Eurasianet (Eurasian-et.org), Ferghana.ru, Radio Free Europe/Radio Liberty (rferl.org), Institute formWar and Pease Reportimng (iwpr.net). Мазкур ОАВлар учун мақолалар кўпинча минтақадаги жамоатчи мухбирлар томонидан ёзилади.

Медиамониторинг

Сизнинг мақолангиз ёки фаолиятингиз ёритилишини мониторинг қилиб бориш ОАВ билан ҳамкорликнинг муҳим қисми ҳисобланади. Мониторинг сизнинг ОАВ билан ҳамкорлигингиз қанчалик самарали бўлаётганини аниқлашга ёрдам беради. Сизнинг ташкилотингиз эслаб ўтилган мақолалар чоп этилган газеталарни бир папкага йиғинг. Бу волонтёр ёки стажёр учун яхши лойиҳа бўлиши мумкин: улар газеталардан мақолаларни қирқиб олиб, алоҳида бир варақка хронологик тартибда ёпиштириб чиқадилар. Муайян вақт давомида сизни ёритиш озайгани ёки кўпайганини кузатиб боринг. Нега шундай бўлганига қизиқинг. Мазкур ёритишлар ижобий ёки салбий бўлганини, у нақадар аниқлигини ва сизнинг фаолиятингиз ҳақидаги мақолалар қаерда жойлаштирилганини (газетанинг биринчи ёки охирги саҳифасида) таҳлил қилинг.

Шунингдек, трансляция қилинувчи ва электрон ОАВлардаги чиқишлар ҳам катта аҳамятга эга. Трансляция қилинувчи ОАВлардаги чиқишлар қайд этиб борилувчи журнал тутинг. Унга қаерда ва қачон фаолиятингиз ёритилган материал эфирга берилгани, уни тайёрлаган журналистнинг исми ва материалнинг қисқача мазмунини белгилаб боринг.

Агар фаолиятингиз ижобий ёритилган бўлса, бу ҳақда ходимларингизга, жумладан, директорлар кенгаши аъзоларига ва донорларга айтиб беринг. Мақолаларни жамоат жойларига жойлаштириш орқали мижозларингизни бундан хабардор қилишингиз, жамоангиздаги маънавий руҳни кўтаришингиз ва раҳбарларнинг эътиборини ўз ишингизга қаратишингиз мумкин.



Амалий тажриба

Бир нарсани тушунинг: сизга қизиқ туюлган воқеа ҳар доим ҳам бошқаларга қизиқ бўлмаслиги мумкин ва маълумотга эътиборни жалб қилиш сизнинг вазифангиздир.

ОАВ эътиборини жалб қилиш ташаббуси НДТ томонидан бўлиши лозим

ОАВ билан ҳамкорлик ўрнатиш ўз ташкилотингизни танитиш имкониятигина эмас, балки аҳоли учун мамлакатдаги жараёнларни тушунишга ёрдам берувчи ахборот майдончасини ташкил этиш ҳам демакдир. MediaNet халқаро журнилистика маркази (Қозоғистон) директори ўринбосари Игорь Братцевнинг айтишича, бу беқиёс даражадаги ҳамкорликдир.

Фуқаролик сектори бажараётган фойдали, баъзан эса уникал даражадаги жуда катта иш миқдоридан жамият бехабар қолмоқда. Ҳатто перманент даражада ОАВда ёритилиш истаги ҳам рўёбга чиқмай қолаётир, чунки бугунги ахборот майдонида оммавий аудитория томонидан ўқилиш ва эътибога олиниш ҳуқуқи учун мессидж (мужда) ларнинг доимий жанги бормоқда. Танлаш имконияти доим кўпайиб бораяпти ва истеъмолчи ҳам чертиб-чертиб танлайдиган бўлиб қолаяпти. Эътиборга тушиш учун кўплаб мессиджлар орасида мазмунан ажралиб туришга тўғри келади.

Шунинг учун фуқаролик секторининг ягона имконияти бор- бу ОАВ эътиборини жалб қилувчи услуб ва воситаларни мустақил ташаббус тарзида кўтариб чиқишдир. Кўпинча фуқаролик сектори оммавий медиани “журналистларга фақат шов-шувлар керак”, деб айблайди. Улар муҳим иш бўлган НДТ фаолиятини ўрганишни истамайди деб, ҳисоблайди.

Журналистлар ўзларининг қизиқишларига эмас, муштарийлар ва телетомошабинлар қизиқишларига кўпроқ таянган ҳолда фаолият юритиши ўз-ўзидан тушунарли. Улар фақат воситачи. Нашрнинг рейтинги бевосита истеъмолчи манфаатларига боғлиқ бўлади.

Бир нарсани тушунинг: сизга қизиқ туюлган воқеа ҳар доим ҳам бошқаларга қизиқ бўлмаслиги мумкин ва маълумотга эътиборни жалб қилиш сизнинг вазифангиздир.

Қозоғистон журналистлари бир вақтнинг ўзида турли мавзуларда тиғиз ишлашидан келиб чиқадиган бўлсак, улар барча маълумотларни диққат билан ўрганиб чиқиш имкониятига эга эмаслигига амин бўламиз.

Бундан ташқари журналист сизга тушунарли бўлиб туюлган маълумотни ҳар доим ўқувчи тушунавермаслигини англаган ҳолда соддалаштиради. Шунинг учун журналистга фактлар ва шарҳларни тушунарли тарзда ёзиб, тақдим этинг. Сизнинг энг асосий вазифангиз иложи борича кўпроқ аудиторияни хабардор қилиш. ОАВ эса бу йўлдаги ўзига хос воситадир.

Агар НДТ ахборот кампаниясини бошлашдан олдин ахборот бозорини таҳлил қилиб кўрса, нашрларнинг услуб ва мақсадли аудиториясини тушунади, ҳуқуқ ҳимоясига оид материалар билан танишади, ўзи учун журналистлар рўйхатни аниқлайди ва энг муҳими муайян ОАВ учун нимаси билан қизиқарли бўлишини англаб етади.

Маълумотни саводли тарқатишни ташкил этиш

Маблағ етишмаслиги шароитида ахборот воситаси сифатида янгиликни ОАВ рўйхатига асосланган ҳолда тарқатиш каби классик усулдан фойдаланиш мумкин (тегишли бобга қаранг). Янгиликни тарқатиш оммавий- рўйхатдаги барча ОАВларга ёки структурали- аудиториядан келиб чиққан ҳолда ОАВ турларига (тадбиркорлар учун, универсал, глянц, таблоид, ихтисослашган) қараб амалга оширилиши мумкин.

Хар қандай холатда ҳам сизнинг муждангиз муҳаррирни хабарингизни очиб ўқиб кўришга, идеалда эса чоп этиш учун қўллашга, қўшимча маълумот ва шарҳ сўраб сизга мурожаат қилишга мажбур этадиган биринчи сигнал бўлиши шарт. Шундай қилиб, тарқатилаётган мессидж “хат мазмуни” бандида акс этиши лозим. Бу бўлимда маълумот анонсини, нима иш қилганингизни ёки қандай тадбир ўтказишни режалаштираётганингизни ёзиш кам самара беради.

Маълумотни тарқатишда икки вариантдан фойдаланиш мумкин: ўз фаолиятингиз ҳақидаги исталган янгиликни тарқатиш ёки бу ишни, сизнингча, ОАВ эътиборини жалб қиладиган муҳим воқеа юз бергандагина амалга ошириш.

Ҳар икки ҳолатда ҳам янгиликни қандайдир қизиқарли тарзда тақдим этиш ҳақида ўйлаб кўриш лозим. Биринчи вариантда буни қилиш қийинроқ, негаки НДТда ОАВни қизиқтирадиган муҳимроқ воқеа бўлмаслиги мумкин. Ёдингизда тутингки, ОАВни қизиқтирмайдиган хабарларни бир неча маротаба жўнатганингиздан сўнг сизнинг хатларингиз автоматик тарзда спам қатори ўчириб ташланиши мумкин.

Баъзан маълумотга соддагина қилиб “матбуот анжумани анонси” деб сарлавҳа қўйилиши мумкин. Муҳаррир ёки журналист хат жўнатувчини текширилган қизиқ маълумот тарқатувчи сифатида ҳурмат қилган тақдирдагина бу файл очиб ўқилади, акс ҳолда, асосан бундай хатларга эътибор берилмайди. Тарқатиш учун мўлжалланган янгиликни ёзишда яна бир муҳим детални ҳисобга олиш керак. Фақат алоҳида бир воқеани ўзинигина эмас, балки унинг мамлакат миқёсидаги аҳамиятини кўрсатиш, статистика ва фактлар билан мустаҳкамлаш муҳимдир. Бу билан сиз алоҳида бир воқеа ҳар бир инсонга таалуқли бўлган кенг миқёсли муаммонинг детали эканини таъкидлайсиз. Айнан янгиликда жамият учун ижтимоий хавфли бўлган фактнинг кўрсатилиши оммавий медианинг эътиборини жалб қиладиган омил бўлади

Қирғизстон Республикасидаги ОАВлар устидан тушган шикоятларни кўриб чиқиш комиссиясининг раиси Александр Кулинский НДТлар ОАВ билан ҳамкорлик қилишдан олдин ўзларига оммавий ахборот воситалари нега керак эканини тушинишлари зарур, деб ҳисоблайди. Кўпинча нодавлат сектори вакиллари ОАВ жамиятга уларнинг фаолияти ҳақидагина маълумот бериш учун кераклигини айтадилар. Умуман ОАВ НДТ учун фақат шунгагина керак эмас.

ОАВ НДТга иккита асосий мақсадга эришиш учун керак:

Бейөкмөттүк уюмдардын маалымат стратегиясы төмөндөгүлөрдү камтыш керек:

1) НДТ ишлаётган муаммо юзасидан ОАВ орқали жамиятни хабардор қилиш;

2) ОАВ орқали оддий ахборот истеъмолчиси (муштарий, тингловчи, томошабин) ҳамда қарор қабул қилувчи одамлар (масалан, сиёсатчилар) наздида ўзининг ижобий тимсолини яратиш. Содда қилиб айтганда, НДТ ОАВ орқали ўз брендини яратади.

Қирғизстондаги камдан-кам нодавлат ташкилотларигина ОАВ билан ҳамкорлик қилиш моҳиятини тушунишини айта олади. Кўпинча НДТлар фақат пресс-релизни ёзиш ва тарқатиш, редакцияга факс жўнатиш каби ишлар билан банд бўлади. Аслида эса бу “НДТнинг ахборот стратегияси” деб аталмиш битта улкан механизмнинг кичик мурватлари ҳисобланган одатий техник масалалардир.

НДТнинг ахборот стратегияси

НДТнинг ахборот стратегияси қуйидагилардан иборат бўлиши лозим:

1) ахборот мақсадлари. НДТлар у ёки бу маълумотни ОАВ орқали одамларга нега етказаётганини тушуниши зарур. Қирғизистондаги НДТлар кўпроқ ўз фаолияти ҳақида ҳикоя қилади. Аммо мақсад бундан иборат бўлмаслиги керак, ҳақиқий мақсад одамларни улар учун керакли маълумотдан хабардор қилишдир. Бунинг учун НДТлар керакли маълумот нима эканини билиб олишлари зарур. Одатий давра суҳбатини ўтказган НДТ давра суҳбати ҳақидаги маълумотни матбуотда чоп этилиши билангина чекланмаслиги, балки давра суҳбатига сабаб бўлган муаммо мавзуси ОАВ орқали кўтарилишига ҳаракат қилиши керак. Бундан ташқари, оддий одам мақолани ўқир экан, муайян шароитда қандай ҳаракат қилиш кераклигини билиб олсин. Масалан, қийноқлар ҳақида гапирар экан, ҳуқуқ ҳимояси ташкилоти бу мавзу жамият, депутатлар ва умуман сиёсатчилар орасида муҳокама қилинишини асосий мақсад қилиб олади. Оддий одамга Қирғизистонда қийноқлар мавжудлигини билиш камлик қилади. Бундай маълумотдан у ўзини ноқулай ҳис қилади. У автоматик тарзда бу каби ноқулайлик пайдо қиладиган мавзуни четлаб ўтмоқчи бўлади ва уни тушунишни истамайди. Лекин мақолада қийноққа солинувчи шахс вазиятига тушиб қолмаслик учун нималар қилиш лозимлиги тўғрисида амалий маслаҳатлар берилса, ахборот истеъмолчиси бунга эътибор қаратади ҳамда маслаҳатларни эслаб қолишга ҳаракат қилади;

2) ахборот мақсадларига эришиш усуллари. Бу жамиятга таъсир кўрсатиш усуллари йиғиндисидир: пресс-релизлар, матбуот анжуманлари, пресс турлар, тадбирлар ва акциялар шулар жумласига киради. Одатда Қирғизистондаги НДТлар пресс-релизлар, матбуот анжуманлари ва тадбирлар (давра суҳбатлари, семинар ва тренинглар) билан чекланади. Оқибатда НДТлар янгилик дастурлари ва газета саҳифаларидан четда қолиб кетади. Нега? Чунки улар қизиқ эмас. Ахборот билан ишлашда ОАВ ва улар орқали жамият қабул қиладиган ностандарт ёндашувларни қўллаш зарур. Ҳанузгача кўпчилик гендер НДТларининг 8 март куни ўтказган тадбирини эслайди. Хотин-қизлар куни арафасида улар Жўғўрку Кенеш (парламент) остонасида аввалги чақириқ депутатларини табриклашган эди. Бу чақириқдаги парламентда бирорта аёл киши бўлмаган эди. Шунинг учун гендер ҳаракати фаоллари бундай дейишди: бу парламентда аёллар йўқ экан, демак, эркак депутатларни табриклаймиз. Бу тадбир Бишкекдаги энг йирик ОАВлар томонидан ва бепул ёритилди. Гендер НДТлари эса ўз мақсадларига - Қирғизистонда гендер муаммосига жамият эътиборини давлат даражасида қаратишга эришди.

Ахборот майдонини аниқлаш

Бу мамлакат ахборот майдони ҳамда эҳтимолий ҳамкор ОАВлар баёнидир. Қирғизистонда НДТлар ОАВнинг сиёсий йўналиши, аудиторияни қамраб олиши, адади ва ҳаказоларни ҳисобга олмаган ҳолда энг йирик нашрлар ёки телеканаллар билан ҳамкорлик қилишга ҳаракат қилади. Бу эса унингсиз ҳам етарли бўлмаган заҳираларни бесамар сарфлаш деганидир. Қучоққа сиғмайдиган нарсани қучоқлаб бўлмайди. Ахборот стратегиясидан келиб чиққан ҳолда қандай ОАВ билан қачон ишлаш кераклигини аниқлаб олиш керак.

Қирғизистонда ОАВ тарихан мухолиф ва ҳукуматпараст бўлган икки лагерга бўлингани ҳеч кимга сир эмас. Уларнинг ўзаро нисбати мунтазам ўзгариб туради. Ҳозирги тарихий босқичда мухолиф нашрлар ҳукуматпарастларга қараганда анча оз. Ҳукуматпараст нашрлар сони кўпайиб бормоқда. Лекин қандай бўлмасин ишлаш керак. Шунинг учун НДТлар матбуот картасини тузиб чиқишлари зарур. Карта ОАВларнинг асосий жиҳатлари: тури, манзили, раҳбарлари ва ходимлари, аудиторияни қамраб олиш кўрсаткичлари, адади кабилардан иборат рўйхатдир. Бундай матбуот картаси нега зарур? Бу карта қайси ОАВ НДТга дўстона муносабатда, қайсиниси салбий қарашда эканини аниқлаш, қайси ОАВга қандай ёндашув кераклигини билиш учун керак.

Қирғизистонда ОАВ тарихан мухолиф ва ҳукуматпараст бўлган икки лагерга бўлингани ҳеч кимга сир эмас.

Матбуот картаси

ОАВ номи ва тури	Аудитория қамрови (рейтинг, адади)	ОАВ манзили	ОАВ раҳбарининг исми- шарифи ва бошқа маълумотлари	ОАВ журналистларининг исми-шарифи ва бошқа маълумотлар
“Наша правда” Газета Ҳафтасига бир марта чоршанба куни нашр қилинади, сон сейшанба кунлари 18.00гача босмахонага топширилади	Адади 10 минг, Бишкекда (тиражнинг 50%), Чуй вилоятида (30%), Ўш вилояти (10%) Талас, Иссиққўл вилояти (10%)да тарқатилади. Реклама 15% майдонни эгаллайди-реклама берувчилар орасида танилган	Бишкек ш.,Копитина кўчаси,12 Телефон Факс Электрон манзил	Муассис Чаянов Айдар Искендерович Туғилган куни 16.04.1976 Телефон Факс Электрон манзил Бош муҳаррир Масъул котиб	Журналист Юсуфов Искандер Хакимович Туғилган куни, Телефон, факс, Электрон манзил

НДТ вакиллари кўпинча бундай матбуот карталари нима учун кераклигини сўрайдилар. Бу карталар ким сизнинг ахборот ҳамкорингиз, ким эса душманингиз эканини аниқлаш учун керак. Қирғизистонда вужудга келган сўз эркинлиги танқислиги шароитида бу НДТ учун ҳаётий жиҳатдан муҳим масаладир. Ҳар бир бандни кўриб чиқамиз:

Бу карталар ким сизнинг ахборот ҳамкорингиз, ким эса душманингиз эканини аниқлаш учун керак. Қирғизистонда вужудга келган сўз эркинлиги танқислиги шароитида бу НДТ учун ҳаётий жиҳатдан муҳим масаладир.

1) ОАВ номи ва тури. Мазкур бандда нафақат ОАВ номи, балки маҳсулотнинг чиқарилиш храктеристикаси - қачон чоп этилиши, охирги маълумот қачон берилиши ва ҳакозолар ўрин олган. Бу маълумотлар ўз тадбир ва акцияларингизни ўтказишни ахборот ҳамкорингиз бўлган ОАВлар ташриф буюра оладиган вақтга белгилашингизга ёрдам беради. Бунинг ортидан журналистлар уларни саводли ва аниқ ёритиш имкониятига эга бўлади;

2) аудитория қамрови (рейтинг, адади). Қирғизистонда ягона ахборот ҳудуди ва умуммиллий ОАВлар йўқлиги сабабли доимо бир савол кўндаланг туради: аҳолининг кенгроқ қатламини қамраб олиш учун қайси ОАВни ҳамкор қилиб олиш керак? Одатда НДТлар ҚМТР, Бишкекда чиқадиган бир қатор газеталарни ҳамкорликка танлашади. Улар туманлардаги ахборот майдони пойтахтдагига нисбатан кесин фарқ қилишини унутиб қўядилар. Шунинг учун баъзан пойтахтдаги битта ОАВ билан ишлагандан кўра, жой-жойлардаги бир неча танилган ОАВлар билан ишлаш мақсадга мувофиқдир. Бундан ташқари энергетик инқироз шароитида телевидения ва радио заиф эканини унутмаслик керак - уларни кўриш ва тинглаш учун электр энергияси керак бўлади. Бу ерда ва ҳозир электр энергияси таъминоти ўчирилган бўлиши мумкин. Газеталар эса цивилизациянинг бу имтиёзига боғланган эмас. Уларни шам ёруғида ёки эрталаб ўқиш мумкин. Бу ҳам ахборот ҳамкори сифатида танланадиган ОАВни аниқлаш жараёнига таъсир кўрсатиши лозим;

3) ОАВ манзили. НДТлар муайян ОАВ қаерда жойлашганини билишлари керак;

4) ОАВ раҳбарининг исми - шарифи ва бошқа маълумотлари. Бу бандда қарор қабул қилувчи шахслар тўғрисида маълумот берилиши керак. Улар ОАВнинг таъсисчилари, раҳбарлари ёки янгиликлар бўлимининг бошлиқларидир. Бу одамларнинг барча маълумотларини (ҳатто уй телефонигача) ва туғилган кунларини билиш муҳим. Бу улар билан ҳамкорлик қилишда қўл келади. ОАВ раҳбарлари ҳам ҳамма қатори одам. Улар ҳам ўзга одамлар уларга ҳурмат кўрсатишидан мамнун бўла оладилар.

5) ОАВ журналистларининг исми-шарифи ва бошқа маълумотлар. Бу бандда ҳамкорлик ўрнатилган журналистлар билан бир қаторда ҳали мулоқот ўрната олмаган журналистларингизнинг исм-шарифлари бўлиши керак.

Турли ҳил журналистлар билан ишлаш

Журналистлар таркиби билан ишлашда таҳририятлар ичкарисида мухбирлар уч тоифага бўлинишини ёдда сақлаш лозим:

а) “ғўралар”.

- Булар иш бошлаганига эндигина 3-4 йил бўлган ёш журналистлардир.
- Улар исталган ишни бажаришга тайёр.
- Улар ҳар бир жабрдийдага ёрдам беришга тайёр ва бунинг ортидан кўпинча ўзлари жабр кўрадилар.
- Улар ўзларининг ахборот манбаларига эга эмас ва уларни тадбирингизга таклиф қилсангиз бошлари осмонга етади.
- Улар сизнинг тадбирингизга қизиқиш билдиришлари мумкин, лекин таҳририят уларни сизникидан кўра муҳимроқ деб ҳисоблаган тадбирга юбориши мумкин.

б) “ўрта ҳоллар”.

- Булар 5-6 йилдан бери ишлаётган журналистлар.
- Улар анча талабчан ва ҳар қандай тадбирга ҳам боравермайди. Уларнинг ўзлари ёқтирган мавзулари бор.
- Улар кўз ёш қилаётган момо жиддий жиноятларда айбланаётган бўлишини тушунишади. Лекин улар айрим ҳолатларда ўзга одамнинг ҳасратларига шерик бўла олади.
- Улар ўз ахборот манбаларига эга, лекин ўз ахборот тармоғини шакллантиришда давом этишмоқда.
- Улар сизнинг мавзуингиз билан қизиқишлари мумкин ва таҳририятга нега айнан сизнинг тадбирингизга бориш зарурлигини исботлаб бера олади.

в) “фахрийлар”.

- Булар 6 йилдан кўпроқ ишлаётган журналистлар.
- Улар ўзларига бириктирилган мавзуларга эга ва бу мавзу билан таҳририятдаги бошқа одам шуғулланмайди.
- Улар ҳеч кимга ишонмайди. Цинизм - уларнинг маслагидир.
- Улар ахборотни изламайди. Ахборот уларнинг олдига ўзи келади, чунки уларнинг ўз ахборот тармоғи мавжуд.
- Агар улар сизнинг мавзуингиз билан қизиқиб қолсалар, иш бажарилди деб ҳисоблайверинг. Сизнинг тадбирингиз ҳақида албатта ёритилади.

Журналистларнинг қайси тоифаси билан ишлаш керак?

• *Ғўралар” биланми? Бу келажакнинг иши. Ҳар бир “ғўра” эртами кечми “фахрий”га айланади.*

• *“Ўрта ҳоллар” биланми? Уни қизиқтириб қўйинг ва у сизники бўлади.*

• Фахрий»лар биланми? Уларни қизиқтириш қийин, лекин мумкин. Лекин ёдда тутинг, “фахрий”лар тадбиринингиздан, албатта, қандайдир камчилик топади ва бу ҳақда газетада ёзади.

Алоҳида одамларнинг муаммоларини ҳал этиш етарли эмас, бу билан системанинг ўзи ўзгармай қолаверади ва табиийки ўз-ўзидан муаммолар камайиб қолмайди.

АМАЛИЙ ТАЖРИБА

Инсон ҳуқуқлари бўйича марказ (Тожикистон) жамоат ташкилоти юристи Нодира Абдуллаева жамоат ташкилотларининг ОАВ билан профессионал даражада йўлга қўйилган ҳамкорлиги ташкилотнинг мақсадлари амалга ошишига бевосита таъсир кўрсатади, унга жамият муаммоларини ҳал этишда ва ташкилот фаолиятидан аҳолини хабардор қилишда самарали ёрдам кўрсатади, деб ҳисоблайди.

Марказ тажрибасидан келиб чиқиб айтиш мумкинки, биз узоқ вақт Тожикистоннинг уч минтақасида аҳолига бепул ҳуқуқий ёрдам кўрсатиш билан шуғулланиб келдик ва муайян вақт ўтгандан сўнггина алоҳида одамларнинг муаммоларини ҳал этиш етарли эмаслигини, бу билан системанинг ўзи ўзгармай қолаётганини, ўз-ўзидан муаммолар камайиб қолмаётганини англаб етдик. Ташкилот аҳолига адресли ёрдам кўрсатишни камайтиришга қарор қилди ва бепул ҳуқуқий ёрдам кўрсатадиган қабулхоналардан бири таҳлилий марказга айлантирилди. Бу марказ ташкилотнинг ҳудудий бўлимларидан ва бошқа ҳамкор НДТлардан келаётган ахборотни тўплаш, қайта ишлаш билан бир қаторда ҳисоботлар тайёрлади, тадқиқотлар ўтказди ҳамда ҳуқуқ нуқтаи назаридан мураккаб бўлган суд ишларини таҳлил қилди. Бу орқали қонунчиликдаги ҳуқуқ қўллаш амалиётига таъсир кўрсатиши мумкин бўлган камчиликлар аниқланди. Айнан мана шу босқичда бизнинг ОАВ билан ҳамкорлигимиз фаоллашди. Таҳлилий марказ тадқиқотлари босма ва электрон ОАВларда кўпроқ ёритила бошланди, бу билан ҳукумат ташкилотлари ва жамиятнинг эътибори Тожикистонда инсон ҳуқуқларига риоя қилиш соҳасидаги у ёки бу муаммога жалб қилина бошланди.

Суд жараёнларини мониторинг қилиш баробарида Инсон ҳуқуқлари бўйича марказ ОАВда судлар мавзусидаги турли мақолаларни чоп эта бошлади. Бу йўналишда ташкилот ҳамкорлик қилинадиган журналистларни танлашга катта эътибор берди. Ташкилотнинг муҳим меъзонларидан бири – журналист суд мавзусида ёзишга ихтисослашган, ҳолис ва объектив бўлиши лозим эди. Босма матбуотни танлашда биз

нашрнинг ададига, муштарийлар таркибига, оммавийлигига ва тематик йўналишига эътибор бердик. Масаланинг иқтисодий томони ҳам, албатта, муҳим рол ўйнади. Мақолаларнинг тематик серияси ҳам мантиқан ўйлаб чиқилди. Мониторингни бошлашдан олдин биз ОАВда суд жараёнини мониторинг қилиш нима эканини, у қандай мақсадларни кўзлаши, бу иш Тожикистон томонидан ратификация қилинган халқаро мажбуриятларга қай тарзда боғлиқ экани ҳақида маълумот бердик. Кейинги мақолаларимизда биз кузатишлар қандай бораётгани, якуний мақолада тадқиқотнинг асосий натижалари билан ўқувчиларни таништирдик. Бундан ташқари тадқиқот натижалари матбуот баённомаси шаклида барча таниқли ОАВларга жўнатилди, ОАВ ва бошқа манфаатдор томонлар вакиллари иштирокида давра суҳбати ўтказилди. Тадқиқотимиз натижаларини эълон қилиш куни ва эртаси куни ўтказилган тадқиқот натижалари тўғрисидаги барча маълумотлар маҳаллий ҳамда айрим хорижий ОАВларда ёритилди.

Фаолиятимизнинг бу босқичида судялар ва адвокатларнинг газета мақолаларидан сўнг ўз фикрларини билдиришлари ОАВ билан ишлаш нақадар самарали бўлганини баҳолаш индикатори сифатида хизмат қилди.

- Қандайдир тарихий санага бағишланган тадбирни ёритиш учун одатда кўп куч-ғайрат сарфлаш талаб қилинмайди. Бу фаолият "оқимга тушиб олгани" учун, агар журналистлар сизни билса, албатта тадбирингизда иштирок этади. 2007 йилда Муҳожирлар халқаро кунига бағишланган тадбир ўтказилган. Аммо биз шошилинчда ОАВларга пресс-релиз жўнатишни ёддан чиқарганмиз. Шунга қарамай, тадбир бошланишидан бир соат олдин биз таниш журналистлар билан боғландик ва тадбирда бир неча ОАВ вакиллари, жумладан, биз таклиф қилишга улгурмаган журналистларнинг қатнашишига ҳам муваффақ бўлдик.

- Сизнинг тадбирингизда давлат тузилмаларининг юқори лавозимли мансабдорлари иштирок этса, бу ОАВ эътиборини ўзига жалб қилади. Биз Исфара туманида аёллар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш юзасидан дара суҳбати ўтказганимизда вилоят ОАВлари вакиллари чекка туманга боришни истамаса керак, деган нуқтаи назардан келиб чиқиб, журналистларни таклиф қилмаган эдик. Бироқ ўз тадбиримизда вилоят ОАВлари вакилларини кўриб хурсанд бўлганмиз. ОАВлар вилоятнинг юқори лавозимли амалдорлари бизнинг давра суҳбатимизда иштирок этиши тўғрисида маълумот олган ва бу тадбирга қизиқиш билдирган.

• ОАВ ҳар доим воқеаларни визуал ёритишдан манфаатдор, шунинг учун тадбирингизда тематик плакатлар ёки баннерлар бўлишига ҳаракат қилинг.

• Журналистлар материални тасвирлар билан таъминлашдан манфаатдор эканига қарамай, ҳар доим ҳам тадбирингизда фотомухбирлар бўлишини таъминлай олмайсиз. Шунинг учун ўз тадбирларингизда оқ-қора фотосуратларни олишга ҳаракат қилинг.

Туркманистон ва Ўзбекистон: ҳуқуқ ҳимояси НДТларининг журналистлар билан ҳамкорлик қилиш имкониятлари

Инсон ҳуқуқларининг бузилиши давом этаётганини таҳлил қилиш, Туркманистон ва Ўзбекистон ҳукуматининг ўзгача фикрловчиларга қарши курашаётгани, мустақил ОАВларнинг мавжуд эмаслиги ҳуқуқ ҳимояси НДТларининг маҳаллий медиатузилмалар ҳамда журналистлар билан мулоқот ўрнатиш имкониятлари минимал даражада эканини кўрсатмоқда. Мазкур давлатларда мавжуд режимни танқид қилиш учун озгина жасоратга эга бўлган фуқаролар билан бир қаторда, журналистлар ҳамда нодавлат тузилмасида ишлаётган фаолларни, жумладан, инновациялар, маърифат ёки қарияларни қўллаб-қувватлаш каби беозор муаммолар билан шуғулланаётганларни ҳам назорат қилиш фаолияти яхши йўлга қўйилган.

Катта ваколатларга эга бўлган махсус хизматлар журналист ва фаолларнинг телефон сўзлашувларини, хусусий ёзишмаларини ҳамда ҳаракатланишини кузатиб боради. Энг замонавий алоқа усули – Интернетни назорат қилиш имкониятини берувчи махсус ускуналарни сотиб олиш учун катта маблағлар сарфланмоқда.

Ахборот хавфсизлиги

Туркманистон ва Ўзбекистонда мухбирлар билан мулоқот ўрнатиш жараёнида берилаётган ва қабул қилинаётган ахборот хавфсизлигига эътибор қаратиш зарур.

Жаҳон амалиётида муайян шароитлардан келиб чиққан ҳолда хусусий ахборот хавфсизлигини таъминлаш имкониятини берувчи технологик мураккаб бўлган бир қатор тизимлар мавжуд. Бироқ машхур ва оммабоб бўлган тизимлар, масалан, PGP тизимининг Марказий Осиё шароитига тўғри келмаслиги хавфсизликни таъминловчи икки томонлама эксклюзив схемаларни яратиш заруратини пайдо қилади.

Мазкур тизим билан ҳимояланган мактубни жўнатиш ёки қабул қилиб олиш ҳукумат адресатга нисбатан репрессив чораларни қўллаши учун етарлидир. Бундан ташқари ҳуқуқ ҳимояси ташкилоти билан

ҳамкорлик қилаётган журналист ўз компьютерида оддийгина Word пароли билан ҳимояланган маълумотни сақласа ҳам, маҳаллий махсус хизматларнинг қонуности актларига биноан жиноий иш очиш тартиби асосида терговга барча кодларни ошкор этиш лозим бўлади ва барча маълумот очиқланади.

Маълумотни ҳимоя қилиш тизимлари

Маълумотни пассив ҳимоя қилиш тизими журналист ва у билан ҳамкорлик қилаётган ҳуқуқ ҳимояси НДТси фаолининг компьютеридаги маълумотни хавфсиз сақлаш ва ўчиришга асосланган.

IWPRнинг Туркманистон ва Ўзбекистондаги лойиҳаларни амалга ошириш йилларида олинган тажрибасидан келиб чиқиб, бу мамлакатдаги журналистлар билан ҳамкорлик қилиш жараёнида маълумотни пассив ва актив ҳимоя қилиш тизимини қўллаш, маълумотни Интернет орқали каскад усулида узатиш ва маълумотни кодлаш тизимидан фойдаланиш тавсия қилинади. Таҳдид туғилган пайтда тизимлар қайта тиклаш имкониятисиз ўз-ўзини ликвидация қилиши мумкин.

Маълумотни пассив ҳимоя қилиш тизими журналист ва у билан ҳамкорлик қилаётган ҳуқуқ ҳимояси НДТси фаолининг компьютеридаги маълумотни хавфсиз сақлаш ва ўчиришга асосланган.

Маълумотни актив ҳимоя қилиш тизими электрон хабарлар алмашишдаги камчиликлардан ҳоли қилади. Юкланган файллар ёзма матн сифатида эътиборни тортмайди, топилган файллар очилмайди, ўчирилган файлларни эса учинчи одам қайта тиклай олмайди.

Бироқ фойдаланувчининг “юзма-юз” махсус тайёргарликдан ўтказиш кераклиги ва уларни алоҳида шахсий компьютер билан таъминлаш кераклиги мазкур тизимнинг камчилиги ҳисобланади. Бундан ташқари тизим хавфсизликни 100 фоиз таъминлашга кафолат беради, деб ҳисобламаслик керак. Уни мунтазам тарзда (таҳминан ярим йилда бир марта) мукаммалаштиришни талаб қилади.

Воситачилар билан ишлаш

Хавфсизликнинг энг асосий шарти сиз мулоқот ўрнатмоқчи бўлган журналистнинг ҳақиқий исми-шарифини иложи борича озроқ одамларнинг билишидир.

Туркманистон ва Ўзбекистон журналистлари билан хавфсиз ҳамкорлик қилишнинг яна бир усули воситачилар орқалидир, яъни ахборотни хавфсиз узатиш соҳасидаги тажрибали одамлардан фойдаланиш.

Хавфсизликнинг энг асосий шарти сиз мулоқот ўрнатмоқчи бўлган журналистнинг ҳақиқий исми-шарифини иложи борича озроқ одамларнинг билишидир. Агар хорижда ахборот жўнатаётган одамнинг фақат тахаллусини билсалар янада яхшироқ бўлади.

Журналистларни қандай қилиб таваккал қилмасдан семинар ва давра суҳбатларига таклиф қилиш мумкин?

Журналистларни хорижда ўтадиган семинар ва давра суҳбатларига таклиф қилиш мумкин, лекин хавфсизликни таъминловчи барча меъёрлар сақланиши лозим:

- мамлакатдан ёлғиз вакил бўлиши керак, агар у билан яна кимдир таклиф қилинса, ташкилотчилар бу икки одам бир-бирини таниши ва бир-бирига ишонишига ҳамда улар хориждаги тадбирда бирга қатнашишга розилик беришига амин бўлиши лозим;
- журналист меҳмонхонада уни соҳта ном билан рўйхатдан ўтказишларини илтимос қилиш ҳуқуқига эга, агар унинг хавфсизлигига таҳдид бўлмаса ўз номи билан рўйхатдан ўтиши мумкин, бу ҳолатда меҳмонхона маъмуриятини бу ерда яшаётган одамнинг исмини ҳеч кимга айтмаслик борасида огоҳлантириб қўйиш керак;
- Туркманистондан таклиф қилинган журналист учрашув чоғида соҳта ном билан ўзини таништириш ҳуқуқига эга. Ўзбекистонлик журанлистлар кўпроқ ошкора ўз номи билан чиқиш қиладилар;
- агар учрашувга матбуот таклиф қилинган бўлса хориж ОАВларини турманистонлик ва ўзбекистонлик журналистларга яқин йўлатмаслик лозим, уларнинг ўзлари тахаллус остида журналистларга интервью бермоқчи бўлган ҳолатлар бундан истеъсно;
- Хорижда ўтаётган ҳуқуқ ҳимояси тадбирларида Туркманистон ва Ўзбекистондан келган журналистларни суратга тушириш қатъиян ман қилинади.

Журналистларни таклиф қилиш учун улардан ҳаракатланиш турини аниқлаб олиш ҳамда хавфсиз йўлни таъминлаб бериш зарур. Барча ОАВ ходимлари махсус хизматларнинг синчиков назорати остида эканини назарда тутган ҳолда, уларга тадбирга келиш саёҳатини учунчи давлат орқали уюштириш мақсадга мувофиқ бўлади. Визаларни уюштириш хусусий шахслар томонидан бўлиши лозим. Қолган барча йўллар билан мамлакатдан чиқиш ҳаракати ҳукумат учун шубҳали туюлади ва максимал даражада назорат қилинади.

Патталар ҳаққини тўлаш таклиф қилаётган томон ҳисобидан бўладиган тақдирда, текшириб қолинса журналистнинг ҳаракатланишига асоссиз эътиборни жалб қилмаслик учун тўлов ҳужжатларида ташкилотнинг номини кўрсатмаган маъқул.

Агар сиз Туркманистон ва Ўзбекистондаги журналистлар билан ҳамкорликни йўлга қўйган бўлсангиз, қуйидаги қоидаларга амал қилиш керак:

- уларга телефон қилмаслик –суҳбат ёзиб олиниши мумкин;
- тўлиқ махфийликни сақлаш лозим, электрон почта орқали ёзишмаларда пароллар системасини ва шартли белгиларни ишлатиш;
- журналистлардан оммавий сўровларни ўтказишни илтимос қилмаслик; мухбир иқтибос келтирган шахсларнинг ҳақиқий исми, фамилияси, лавозимини кўрсатишни талаб қилмаслик (агар респондентнинг ўзи ўз исмини ошкор этишни ҳоҳлаган ҳолатлардан ташқари), бу мазкур одамларга панд бериши ёки улар орқали мақола муаллифининг аниқланишига сабаб бўлиши мумкин; потенциал информаторнинг телефонини қандайдир йўллар билан аниқлаб, унинг мобил ёки уй телефонига қўнғироқ қилиш қатъиян мумкин эмас, телефон суҳбатларининг барчаси тингланади, узоқ хориждан қилинган ҳар бир қўнғироқ қайд этилади ва ёзиб олинади; халқаро ташкилот ёки мамлакатда таниқли бўлган ҳуқуқ ҳимоячиси, танилган ахборот агентлиги муҳаррири, чет элда яшовчи мухолифатчи номидан пул жўнатмаси (қалам ҳақи) жўнатиш мумкин эмас, жўнатма махсус хизматлар томонидан саволлар туғилган тақдирда ишончли афсонани ҳикоя қилиш имконияти пайдо бўлиши учун хусусий шахс номидан юборилиши керак.

Агар журналист фалокатга учраса сизнинг ҳаракатингиз

Агар журналист кўнгилсизликларга учраса вазиятдан келиб чиққан ҳолда ҳаракат қилиш керак ва буни иложи борича унинг қариндошлари билан муҳокама қилиш лозим.

Агар иш журналистнинг касбий фаолияти билан боғлиқ бўлса (масалан, уни тухматда ёки Ватанга хиёнатда айблашса), воқеани кенг жамоатчиликка ошкор этиш керак. Баъзан ҳокимият ҳур фикрлиликни бўғувчи тимсолида кўринишдан қўрқади. Журналист ҳимояси учун иложи борича кўпроқ ҳуқуқ ҳимояси ташкилотлари ва ғарб мамлакатларининг нуфузли шахслари жалб қилиниши жуда муҳим.

Бироқ бошқа ҳолатларда бир оз вақт кутиш ва воқеа юзасидан дарҳол шов-шув кўтармаслик яхшироқ бўлади. Ҳукумат журналистни вақтинча ушлаб тургач, у билан муросага бориши, оғзаки огоҳлантириш билан чекланиши мумкин. Кўпинча журналист билан ҳамкорлик қилиш жараёнида у ёки бу ҳолатда қандай ҳаракат қилиш кераклигини сизга етказишади.

Агар иш журналистнинг касбий фаолияти билан боғлиқ бўлса (масалан, уни тухматда ёки Ватанга хиёнатда айблашса), воқеани кенг жамоатчиликка ошкор этиш керак. Баъзан ҳокимият ҳур фикрлиликни бўғувчи тимсолида кўринишдан қўрқади. Журналист ҳимояси учун иложи борича кўпроқ ҳуқуқ ҳимояси ташкилотлари ва ғарб мамлакатларининг нуфузли шахслари жалб қилиниши жуда муҳим.

Масалан, Туркманистон ғарбидаги Балканобод шаҳрида яшовчи Гурбангули Дурдигулиев “Озодлик” радиоси туркман хизмати билан ҳамкорлик қилгани учун руҳий касалликлар шифохоналаридан бирига жойлаштирилган. АҚШнинг нуфузли сенаторлари ва конгрессменлари бу ишга аралашгачгина, Дурдигулиевни руҳий касалликлар шифохонасидан озод қилишди. Туркманистонлик яна бир фаол Валерий Пал билан ҳам ҳудди шундай воқеа бўлиб ўтган. Ўзбекистонлик журналист Умида Ниёзова ва ҳуқуқ ҳимоячиси Мўътабар Тожибоева халқаро ҳамжамият босими остида қамоқдан чиқарилган. Фавқулодда ҳолатлардагина журналистни мамлакатдан олиб чиқиб кетиш ва унга сиёсий бошпана бериш мумкин.

IV – БОБ ОАВ БИЛАН ИШЛАШ УЧУН ВОСИТАЛАР



Пресс-релизлар, пресс-анонслар ва матбуот анжуманлари ОАВларни жалб қилишнинг энг кенг тарқалган воситалари ҳисобланади.

Пресс-релизлар, пресс-анонслар ва матбуот анжуманлари ОАВларни жалб қилишнинг энг кенг тарқалган воситалари ҳисобланади.

ПРЕСС- РЕЛИЗЛАР

Пресс-релизлар журналистларнинг меҳнатини енгиллаштиради, чунки улар мақоланинг асосини ифода этади. Пресс-релизлар фақат сизда янгилик бўлса ва узатмоқчи бўлган маълумотингиз аниқ ва ишончли эканига амин бўлганингиздан сўнггина қўлланиши лозим. Пресс-релиз далилли ахборотдан иборат бўлиши керак; у ташкилотингизни реклама қилиш воситаси эмас.

ОАВларга ҳар куни кўплаб пресс-релизлар келиб тушади, шунинг учун сизнинг пресс-релизингиз уларнинг орасида ажралиб туриши керак. Сизнинг пресс-релизингиз журналист мақола ёзиши учун керакли бўлган барча маълумотлардан иборат бўлиши лозим. Шунинг учун янгиликни ўзингиз қандай чоп этилишини истасангиз шу кўринишда ёзинг. Айрим ОАВлар сизнинг пресс-релизингизни ҳеч қандай ўзгартиришларсиз чоп этиши мумкин.

Пресс-релиз бир қоғоз, кўпи билан икки қоғоздан ошмаслиги шарт. Агар сизнинг маълумотингиз фақат бир абзацдан иборат бўлса, бу сизда қизиқарли янгилик йўқлигидан дарак бериши мумкин.

ОАВни сизнинг янгилигингизга қизқитиришга ёрдам берадиган услубларни ўйлаб топинг. Имкони бўлса пресс-релизни ҳозирги кундаги воқеа ёки жамиятга таъсир қилаётган ижтимоий масала билан боғланг. Ўз маълумотингизнинг ҳақиқатдан ҳам ноёб ва ўзига хос жиҳатларига эътибор қаратинг.

Баъзан турлича мақсадли аудиторияни қамраб олиш учун бир нечта пресс-релиз ёзишингизга тўғри келади. Электрон ОАВлар учун ёзилган пресс-релизлар қисқароқ -икки ёки уч абзацдан иборат бўлиши мумкин. Маҳаллий ОАВ учун ёзилган пресс-релизда эса мазкур масала маҳаллий ҳамжамиятга қандай оқибатлар келтириши мумкинлиги ҳақида ҳам маълумот бериш керак.

Пресс-релизингиз янада аниқроқ ва жонлироқ чиқиши учун аниқлик нисбатидан фойдаланинг. Бундан ташқари пресс-релизнинг тили лўнда ҳамда жаргонизмлардан ҳоли бўлиши лозим. Фақат фактларни, уларга безак бермасдан ва шахсий мулоҳазаларингизни аралаштирмасдан, тақдим этинг. Пресс-релизнинг оҳанги нейтрал ва объектив бўлиши лозим. Пресс-релизлар учинчи шахс номидан ёзилади: “Ташкилот янги лойиҳани амалга ошира бошлади”, деб ёзиш, “янги лойиҳа бошланди...”деб ёзгандан яхшироқ жаранглайди. Ҳикоянгизни чиройли сўзлар билан безамасдан, фақат керакли сўзларни ишлатинг.

Солиштиришлар доимо қизиқ бўлади. Баҳолаш ва рейтинглар, тарихий паралеллар, башоратлар ёки машҳур одамлар иштироқ этган ҳикоялар пресс-релизингизга ОАВда қизиқиш уйғотишга ёрдам беради.

Сиз пресс-релизлардан қуйидаги мақсадларда фойдаланишингиз мумкин:

- Янги тадбирларни эълон қилиш;
- Ўз дастурингиз ёки фаолиятингиздаги сўнгги натижалар ёки ўзгаришларни ёйинлаш;
- Самарали, уникал, инновацион тадбирларни қайд этиш;
- Яқинда қабул қилинган ёки энди кўриб чиқиладиган қонун сизнинг ташкилотингиз ёхуд сиз билан ҳамкорлик қилаётган шахсларга қандай таъсир этишини айтиб бериш;
- Ташкилотингиз қандай мукофотлар билан тақдирлаши ёки қандай мукофотга сазовор бўлганини эълон қилиш:
- Ташкилотингизга яқин кунларда халқаро даражадаги экспертнинг ташриф буюришини билдириш:
- Ташкилотингиз ва унинг фаолиятига боғлиқ бўлган муҳим кун ҳақида маълум қилиш (Халқаро хотин-қизлар куни, халқаро инсон ҳуқуқлари куни ва ҳаказо).

Пресс-релизнинг структураси

- Пресс-релизни ёзиш учун доимо стандарт шаклдан фойдаланинг. Пресс-релизларингизни ташкилотингизнинг расмий бланкаларига ёзинг.
- Сарлавҳа қисқа, одам эътиборини ўзига жалб қиладиган бўлиши лозим, айни пайтда мақоланинг асосий моҳиятини англатиши зарур. Сарлавҳани пресс-релизни ёзиб бўлганингиздан кейин танлашга ҳаракат қилинг. Сарлавҳани ўқибоқ журналистлар янгилик нима ҳақида эканини тушуниб олиши шарт.
- Биринчи абзацда пресс-релиз ёзилган кунни ва ўзингиз жойлашган шаҳарни ёзинг.
- Сарлавҳа ва кириш абзац орасида сиз 1-4 гапдан иборат резюме абзацни жойлаштиришингиз мумкин.
- Биринчи (кириш) абзацда икки-учта гап билан воқеани ҳикоя қилинг ва муҳимроқ маълумотни билдиринг. Мазкур маълумот ким, нима, қачон, қаерда ва нега деган саволларга жавоб бериши керак. Шунингдек, “Нега бу бошқаларга ҳам қизиқ бўлиши керак?” деган саволга ҳам жавоб беринг.

• Иккинчи абзац мақолага хусусийроқ тус бериш мақсадида кўпинча иқтибосдан иборат бўлади. Иқтибос сизнинг асосий хабарингиз билан боғлиқ предметли баёнот бўлиши зарур. Кимдандир иқтибос келтиришдан олдин бунинг учун рухсатингиз борлигига амин бўлинг.

• Тескари пирамида принципига амал қилинг –кейинги абзацлар қўшимча тафсилотлар ва тушунтиришларни ўз ичига олган бўлиши керак. Уларга иқтибослар, рақамлар ва конкрет мисолларни киритинг.

• Абзацлар қисқа бўлишига эътибор беринг (ҳар бир абзацда 3тадан 5 тагача гап).

• Энг сўнгги абзац янгилик нуқтаи назаридан қизиқарсизроқ материалдан иборат бўлади. Бу абзацда умумий моҳиятни беришингиз мумкин.

• Пресс-релиз остида ўз ташкилотингиз ва фаолиятингиз ҳақида стандарт матнни (бир ёки икки қатор) келтиринг.

• Матбуот вакилларининг саволларига жавоб берадиган одам билан алоқа маълумотларини беринг.

“ТЕСКАРИ ПИРАМИДА”



Пресс-релизнинг дастлабки версиясини ёзганингиздан сўнг уни диққат билан ўқиб чиқинг. Пресс-релизда келтирилган барча рақам ва далилларни қайта текширинг. Албатта, орфографик ва грамматик хатоларни текширишни унутманг, бу хатолар сизнинг пресс-релизингиз нопрофессионал ёзилган деган таасурот қолдириши мумкин.

Пресс-релизни электрон почта орқали жўнатаётган бўлсангиз, уни барча манзиллар қайд этилган умумий мактб билан эмас, ҳар бир одамга алоҳида-алоҳида жўнатинг.

Пресс-релизни ёйинлаш

Шундай қилиб, пресс-релизингиз тайёр бўлди. Уни кимга жўнатишингиз керак?

Пресс-релизни барча ОАВларга, улар мақсадли аудиторияни ташкил қилишини аниқламай туриб жўнатиш яхши самара бермайди. Пресс-релизингизни сизнинг масалангиз билан қизиқадиган журналистларга жўнатинг. Мазкур маълумот сиздаги ОАВлар рўйхатига киритилган бўлиши керак. Агар сиз бу мавзуда ёзадиган журналистнинг исмини билмасангиз ОАВга қўнғироқ қилинг ва унинг исмини сўранг.

ОАВдан ташқари пресс-релизни сизнинг янгилигингиз билан қизиқадиган ҳамкор ташкилотларга, халқаро ташкилотларга, донорлар ва давлат амалдорларига жўнатинг.

Пресс-релизни электрон почта орқали жўнатаётган бўлсангиз, уни барча манзиллар қайд этилган умумий мактуб билан эмас, ҳар бир одамга алоҳида-алоҳида жўнатинг.

Пресс-релизни жўнатганингиздан кейин

Жуда муҳим пресс-релизларни жўнатганингиздан сўнг, унда келтирилган янгилик муайян журналистларга қизиқ бўлади деб ҳисобласангиз, журналистлар билан боғланинг. Улардан пресс-релизни олган-олмаганларини суриштирибгина қолмай, балки унинг мазмунини қисқача айтиб беринг ва бу янгилик уларни қай даражада қизиқтирганини, қўшимча маълумотлар керак ёки керак эмаслигини сўранг.

Сиз жўнатган пресс-релизларнинг барчаси ҳам матбуотда ёритилавермайди. Аммо сизнинг тадбирингиз ҳақида ОАВда мақола пайдо бўлса, журналист сиз жўнатган пресс-релиз асосида нақадар аниқ ва қизиқ мақола ёза олганини таҳлил қилинг.

Пресс – релизни яратиш ва жўнатиш жараёнида тез-тез такрорланадиган хатолар

- Пресс-релизларни тез-тез жўнатиш – ҳеч қандай янгиликдан иборат бўлмаган оддий эълонлар.
- Пресс-релиз асосий саволларга жавоб бермайди – ким, нима, қаерда, қачон ва нима учун (масалан, пресс-релизда тадбир қаерда ўтказилиши кўрсатилмаган).
- Энг муҳим ахборот ҳужжатнинг охирида келтирилган.
- Журналистга қўшимча маълумот олиш имкониятини берувчи алоқа воситаларининг кўрсатилмагани.
- ОАВ диққатини қаратиш учун воқеани бўрттириб кўрсатиш ва асосий фактларга эътиборсизлик.
- Грамматик ва орфографик хатолар.

ПРЕСС-РЕЛИЗ НАМУНАСИ

Сарлавҳа

1-4 гапдан иборат резюме абзац.

Шаҳар, кун –кириш сўз сизнинг янгилигингиз моҳиятни ва энг муҳим маълумотни аниқ ифодалаши шарт.

Кейинги абзацлар асосий деталлардан иборат бўлиши ва ким, нима, қаерда, қачон ва нима учун деган асосий саволларга жавоб бериши зарур. Агар мавзуга алоқадор статистик маълумотлар бўлса, уларни келтиришингиз мумкин.

Иккинчи ёки учинчи абзацда сизнинг муаммоингизни шарҳлаган таниқли экспертдан иқтибос келтиринг.

Қолган абзацларда барча тафсилотларни тақдим этинг. Унча муҳим бўлмаган маълумот пресс-релизнинг охиридан жой олиши керак.

Пресс-релизга ўз ташкилотингиз ҳақида бир нечта гап қўшинг.

Қўшимча маълумотларни олиш мумкин: Журналистлар қўшимча маълумот олиши мумкин бўлган шахснинг исми, телефон рақамини ёзинг.

ПРЕСС-АНОНСЛАР

Пресс-анонслар сиз матбуотда ёритмоқчи бўлган тадбирлар тўғрисида ОАВларга жўнатилган эълонлардир. ОАВ учун маълумотлар қисқа ва тадбир ҳақидаги базавий ахборотдан иборат бўлиши лозим. Улар асосий

саволларга (ким, нима, қаерда, қачон ва нима учун) жавоб бериши шарт. Тадбирда суратга олиш сессияси бўлиши ёки бўлмаслигини билдиринг. Пресс-анонсга алоқа воситалари, айниқса, тадбир ўтказиладиган куни журналистларда савол пайдо бўлса жавоб берадиган шахс билан қандай алоқа қилиш мумкинлиги тўғрисидаги маълумотларни киритинг. Бу хабарга турли кўрсатмаларни, масалан, ОАВ тадбирда ишитрок этиш учун аввалдан рўйхатга олиниши кераклиги тўғрисидаги кўрсатмаларни ёзинг.

ОАВлар учун пресс-анонсни тадбирдан бир неча кун олдин жўнатиш тавсия қилинади, шунданг сўнг журналистлар билан боғланиб, уларни бу ҳақда хабардор қилиш керак.

ОАВлар учун пресс-анонсни тадбирдан бир неча кун олдин жўнатиш тавсия қилинади, шунданг сўнг журналистлар билан боғланиб, уларни бу ҳақда хабардор қилиш керак.

ОАВ УЧУН ЁЗИЛГАН ПРЕСС-АНОНС НАМУНАСИ

Кун, ой, йил

Алоқа учун масъул шахс (исми ва телефон номери)

Сарлавҳа (ОАВ таклиф қилинаётган тадбирни ёзинг)

Тадбир ва унинг мақсади ҳақида бир нечта гап; журналистлар учун керакли кўрсатмалар (масалан, аввалдан рўйхатдан ўтиш тўғрисидаги кўрсатма).

Ким:

Тадбирнинг асосий иштирокчилари ва гуруҳларни санаб ўтинг.

Нима:

Бир неча сўз билан тадбир ҳақида, у қачон бошланиб ва қачон якунланиши ҳақида билдиринг.

Қаерда:

Тадбир ўтказиладиган аниқ манзилни кўрсатинг.

Бир нечта гап билан тадбир нега ўтказилаётганини тушунтиринг. Агар мавжуд бўлса, веб -сайтингизга ишорат беринг. Бу ерда журналистлар қўшимча маълумотларни олишлари мумкин.

МАТБУОТ АНЖУМАНИ

Матбуот анжумани ўз маълумотингизни кўпроқ ОАВларга етказиш учун жуда самарали усулдир, лекин баъзан ташкилотлар матбуот анжуманларининг асл моҳиятини тушунмай туриб, бу тадбирни ўтказади. Матбуот анжумани мутаасиблик билан ўтказиладиган тадбирга айланиб қолмаслиги лозим. Матубот анжуманини ўзингизда ўта муҳим ва қизиқарли маълумот бўлгандагина ўтказинг.

Матбуот анжумани ўтказиладиган кунни аниқлашда журналистлар ва бошқа алоқадаги шахслар билан маслаҳатлашинг, матбуот анжумани ОАВ учун мўлжалланган бошқа тадбирлар ўтадиган кунга белгиланиб қолмаслигига эътибор беринг.

Агар муаммо ўта мураккаб ва бир неча томонга таалуқли бўлса матбуот анжумани жуда қулай формат бўлиши мумкин. Лекин фақат экспертларгина таклиф қилинган матбуот анжумани зерикарли бўлиши эҳтимол. Матбуот анжуманига "реал одамлар", масалан, агар ОАВ олдида ўзларини эркин ҳис қилсалар, сизнинг қаҳрамонларингиз "жон кирита" олади. Сизнинг матбуот анжуманингизда телекамералар ва газета фотомухбирлари учун қизиқарли визуал элементлар тақдим этилиши кераклигини унутманг.

Логистика нуқтаи назаридан матбуот анжуманларини мана шу турдаги хизмат кўрсатадиган матбуот клублари ёки биноларда ўтказган маъқул. Лекин журналистлар диққатини бирон бир ўзига хослик билан жалб қилмоқчи бўлсангиз, унда матбуот анжуманини ўзингиз кўтараётган масала билан боғлиқ жойларда ўтказишни ҳам ўйлаб кўринг. Сиз танлаган жой ОАВга маълум бўлиши, тасвирга олиш гуруҳининг техник талабларига жавоб бериши лозим.

Матбуот анжумани ўтказиладиган кунни аниқлашда журналистлар ва бошқа алоқадаги шахслар билан маслаҳатлашинг, матбуот анжумани ОАВ учун мўлжалланган бошқа тадбирлар ўтадиган кунга белгиланиб қолмаслигига эътибор беринг.

Албатта, шошилинч воқеа журналистларни сизнинг матбуот анжуманингиздан чалғитиши мумкин. Агар бундай воқеа содир бўлса, имкон қадар матбуот анжуманининг ўтказилиш вақтини ўзгартиришга ҳаракат қилинг. Агар тадбир вақтини ўзгартиришга кеч қолган бўлсангиз ва журналистлар оз келган бўлса, у ҳолда матбуот анжуманидан сўнг тадбирга кела олмаган журналистларга пресс-релизларингизни жўнатинг ва уларга қўнғироқ қилиб, жўнатмаларингизни олганларига амин бўлинг. Журналист шошилинч янгиликлар бўлмаган куни сизнинг тадбирингизни ҳотиржам ёритиши ҳам мумкин.

Матбуот анжумани ўтказиш учун

Камида бир ҳафта олдин:

- Бинони банд қилиб қўйинг;
- Сўзга чиқувчилар рўйхатини тасдиқланг, маърузалар тартибини режалаштиринг ва нотиқлар ўхшашликлардан ҳоли бўлиши учун ўз маърузаларини муҳокама қилиб олганларини текширинг;
- Маърузачилардан матбуот анжумани якунлангач интервью бериш учун қолишни илтимос қилинг;
- Керакли ускуналар мавжудлигига амин бўлинг (микрофон ва колонкалар, минбар, орқа фон стендлар ёки бошқа кўргазма материаллар);

• Ўтирғичларнинг қўйилиш тартибини режалаштиринг (стулларни театрдаги каби кенг марказий йўлакни ҳисобга олиб ўрнатиш қулайроқ бўлади);

• Минбар яхши ёритилганига ва телеёруғлик учун электр таъминоти мавжудлигига ишонч ҳосил қилинг;

• Матбуот анжумани ўтказиладиган хонага кираверишда журналистларни рўйхатга олиш ва уларга тарқатма материалларни топшириш учун стол ўрнатинг;

• Маърузачиларни сув билан таъминланг;

• Матбуот анжуманини қулай вақтга режалаштиринг (сешанба,чоршанба ёки пайшанба куни куннинг биринчи ярмида);

• Модераторни тайинланг;

• ОАВ учун эълон ва ҳафталик тадбирлар жадвалини тайёрланг. Уни рўйхатингиздаги ОАВлар ҳамда ўзингиз янгилигингиздан хабардор қилишни истаган бошқа гуруҳлар ва шахсларга жўнатинг (ҳамкор ташкилотлар, донорлар, халқаро ташкилотлар ва бошқалар). ОАВ учун ёзилган эълонда матбуот анжумани қачон ва қаерда ўтказилиши аниқ ёзилганига амин бўлинг;

• ОАВ учун ёзма материалларни, жумладан, маърузалар матнини тайёрланг.

Камида бир кун олдин:

• Маърузачиларнинг маъруза қилиш тартиби ва улар нутқининг асосий бандларини бир карра кўздан кечиринг;

• ОАВларга қўнғироқ қилинг ва улардан тасдиқ жавобларини олинг;

• Бинони яна бир бор кўздан кечиринг ва эҳтимолий техник носозликларни текшириб кўринг;

• Бинони яна бир бор кўздан кечиринг ва эҳтимолий техник носозликларни текшириб кўринг;

• Маърузачилар ҳамда ташкилотчиларнинг исми ва лавозими ёзилган бейджикларни тайёрланг; маърузачилар исми ёзилган табличкаларни тайёрланг;

• Матбуот учун тарқатма материални тайёрланг; қўлингизда материалнинг қўшимча нусхалари бўлиши керак;

• Матбуот анжуманининг асосий шиори мазмунини англатган пресс-релизни тайёрланг.

Матбуот анжумани ўтказиладиган куни:

• Яна бир бор бинони кўздан кечиринг;

• Муҳаррирлар ва журналистларга қўнғироқ қилиб, тадбирни уларнинг эсига солинг;

• Маърузачилар билан матбуот анжуманини репитиция қилинг;

• Таниш журналистдан савол-жавоб сессиясини бошлаш учун биринчи саволни беришни илтимос қилинг.

Матбуот анжумани пайтида:

• Журналистлардан рўйхатдан ўтишни илтимос қилинг;

• Матбуот учун тайёрланган ҳужжатларни, пресс-релиз ва маърузачилар рўйхатини тарқатинг;

• Модератордан матбуот анжуманини очишни, маърузачиларни таништиришни ва журналистларга савол беришда кўмаклашишни илтимос қилинг;

• Вақт чекловига амал қилинг (матбуот анжуманининг умумий вақти 30-45 минутдан ошмаслиги зарур);

• Матбуот анжуманини фотосуратга ва тасвирга туширинг.

Матбуот анжуманидан сўнг:

• Агар зарур бўлса маърузачилар билан алоҳида интервью бериш борасида келишиб олинг;

• Пресс-релизни эълон қилинг (агар уни матбуот анжумани ўтгунга қадар эълон қилсангиз журналистларнинг тадбирингизга келишига ҳожат қолмайди);

• Тадбирингиз билан қизиққан, лекин унга кела олмаган журналистларга қўнғироқ қилинг , уларга ўз янгилигингиз ҳақида маълумот бериш учун интервью олишни ёки бошқа муқобил вариантни таклиф қилинг:

• Матбуот анжуманида қатнашган журналистларга телефон қилинг. Улардан қўшимча маълумот керак ёки керак эмаслигини ва тадбир қачон ёритилишини сўранг;

• Бўлиб ўтган матбуот анжуманини йўл қўйилган хатоларни келажакда тузатиш учун таҳлил қилинг;

• ОАВда матбуот анжуманининг ёритилишини кузатиб боринг.

Матбуот анжуманларини ўтказиш жараёнида кўп йўл қўйиладиган хатолар:

- Матбуот анжуманининг аниқ мавзуси йўқлиги;
- Журналистларни жуда кеч хабардор қилиш;
- Маърузачилар сонининг ўта кўплиги (уларнинг сони уч ёки тўрт кишидан ошмаслигига ҳаракат қилинг);
- Маърузанинг узоқ вақтга чўзилиши (маъруза 5 дақиқадан ошмаслиги керак);
- Матбуот анжумани мавзусига алоқадор бўлмаган машҳур одамларнинг таклиф қилиниши;
- Техник атамаларни ҳеч қандай тушунтиришларсиз қўллаш;
- Журналистларни қизиқтирган ва улар ёзадиган мавзуларнинг эътиборга олинмагани.

Матбуот анжуманлари ва пресс-релизлар янгиликнинг ОАВ ўртасида тарқалишида муҳим аҳамиятга эга бўлса-да, улар журналистлар билан боғланишнинг ягона воситаси эмас.

Телефон орқали воқеаларни таклиф этиш

Телефон орқали воқеаларни таклиф қилиш ОАВ билан муносабатларнинг муҳим жиҳати ҳисобланади ва муайян тажрибага эга бўлишини талаб қилади. Эсдан чиқарманг-ки, журналистларнинг иши ва ёқтирган мавзулари жуда кўп, уларнинг вақти ҳар доим тиғиз бўлади. Шунинг учун бир неча дақиқа ичида уларнинг эътиборини жалб қилишингиз керак. Лекин қўнғирок қилишдан олдин уларга нима ҳақида гапирмоқчи эканинингизни ўйлаб кўринг ёки ўз нутқингизни ҳамкасбингиз билан репетиция қилиб олинг. Сиз журналистга қўнғироқ қилганинигизда:

- Ҳар доим журналистдан айни пайтда гаплаша олиш имкониятига эга ёки йўқлигини ва унга қачон телефон қилишингиз мумкинлигини сўранг;
- Ўзингиз журналистга айтмоқчи бўлган воқеанинг энг қизиқ жойларини айтиб беринг;
- Агар журналистни воқеа қизиқтирмаган бўлса, унга воқеанинг икки ёки учта ракурсини таклиф қилишга тайёр бўлинг;
- Журналистда пайдо бўлган исталган саволларни қайд этинг. Журналистнинг саволларига айни дамда жавоб бера олмаган бўлсангиз, у ҳолда уларга кейинроқ жавоб беринг;
- Телефон қўнғироқларингиз ва уларнинг натижаларини белгилаб бориш учун дафтар тутинг.

Хат ёзиш (e-mail жўнатиш) журналистга воқеа таклиф қилишнинг яна бир усулидир. Бундай хатлар қисқа ва ўз мавзусига муносиб бўлиши керак. Умуман, сизнинг асосий вазифангиз муҳаррир ёки журналистга нега бу воқеа қизиқ бўлишини тушунтириб беришдир.

"Эксклюзив материал" деган атама фақат битта ОАВда чоп этиш учун мўлжалланган мақолларга нисбатан қўлланилади.

Эксклюзив материаллар (фақат битта газетада чоп этиш учун)

"Эксклюзив материал" деган атама фақат битта ОАВда чоп этиш учун мўлжалланган мақолларга нисбатан қўлланилади. Ўзингизда фақат сиз билган маълумот мавжуд бўлсагина эксклюзив материални таклиф қилишингиз мумкин. Бу билан сиз муайян журналист ёки ОАВ билан алоқаларингизни мустаҳкамлашга эриша оласиз. Журналист билан боғланганингизда унга эксклюзив материал таклиф қилмоқчи эканингизни айтинг- бу уни қизиқтириши мумкин. Агар журналист бу мавзу устида ишлашга розилик билдирса, мақола чоп этилгунига қадар бу мавзуни бошқа журналистларга ошкор қилмаслигингиз керак.

Воқеа аҳамиятли янгилик бўлса ва уни кўпчилик ОАВлар ёритишини истаса, унда бу воқеани эксклюзив материал сифатида таклиф қилишга ҳожат қолмайди.

Лекин воқеа аҳамиятли янгилик бўлса ва уни кўпчилик ОАВлар ёритишини истаса, унда бу воқеани эксклюзив материал сифатида таклиф қилишга ҳожат қолмайди. Агар журналистнинг ўзи сиз билан эксклюзив маълумот олиш ниятида боғланса ва сиз материал муҳим, уни ёритишга бошқа ОАВлар ҳам қизиқади деб ҳисобласангиз, бу шартга албатта рози бўлишингиз шарт эмас.

Келажакда журналистлар билан муносабатларни мустаҳкамлаш учун махсус тадбирларни режалаштириш ҳам катта аҳмиятга эга. Бу тадбирлар жараёнида сиз журналистларни фаолиятингиз билан таништиришингиз мумкин ва бундай тадбирлардан сўнг журналистлар ҳам сиз билан тортинмай боғланишга ҳаракат қилишади.

Баъзан бирон бир нарсани кузатишнинг энг самарали усули ўша нарсани кўз билан кўриш бўлиб ҳисобланади.

Матбуот учун саёҳат

Баъзан бирон бир нарсани кузатишнинг энг самарали усули ўша нарсани кўз билан кўриш бўлиб ҳисобланади. Журналистларда кўпинча ҳуқуқ ҳимояси юзасидан ёзилган мақолалар мавзуси бўлган жойларни бориб кўриш имконияти мавжуд бўлмайди. Бундай ҳолатларда ўзингиз ташаббус кўтаринг ҳамда воқеа жойларига журналистлар сафарини уюштиринг. Сафар чоғида журналистлар лойиҳангиз бенифициарлари, шунингдек, агар иложи бўлса, инсон ҳуқуқлари бузилиши таҳдиди остида қолган шахслар билан суҳбатлашишлари мумкин. Журналистларнинг юридик клиникага, сизнинг лойиҳангиз кўмаклашаётган қочқинлар манзилгоҳига, ўз ҳуқуқларини муваффақиятли ҳимоя қилаётган ҳамжамиятга ёки ўқувчилари ўз ҳуқуқларини билиб олган мактабга сафар қилиши мана шундай матбуот саёҳатларига мисол бўла олади.

Сиз сафар уюштирмоқчи бўлган жойингиздаги одамларни аввалдан

хабардор қилиб қўйишингиз ва улардан ОАВга интервью беришга розилик олишингиз керак. Агар сиз мактаб, қамоқхона, касалхона ёки болалар бошпанасига сафар уюштирмоқчи бўлсангиз, бу ерларга журналистлар кириши учун барча рухсатномаларни олганингизга амин бўлинг.

Матбуот учун муваффақиятли сафарларни уюштириш юзасидан бир қатор маслаҳатлар:

- Журналистлар сафарда иштирок этиш учун муҳаррирларидан рухсат олиш имкониятига эга бўлишини таъминлаш мақсадида уларни бир неча ҳафта олдин огоҳлантириб қўйинг.
- Транспорт уюштиринг (масалан, микроавтобус).
- Журналистлар турли нуқтаи назарларни ўргана олишлари учун, имкони бўлса, мавзуга алоқадор бир неча жойларга сафар уюштиринг.
- Матбуот сафари чоғида журналистлар амал қилиши керак бўлган ўзини тутиш қоидаларини аниқлаб чиқинг ва уларга риоя қилинишини кузатинг. Масалан, айрим жойларда камера ишлатишни тақиқлаш.
- Сафар учун қизиқарли визуал элементлар мавжуд бўлган жойларни танланг. Офисларда кўплаб учрашувлар ўтказиш амалиётидан қочинг. Журналистларга бирон бир нарсани амалда кўриш ва одамлар билан гаплашиш имкониятини беринг.
- Журналистлар сафар чоғида учрашиши мумкин бўлган одамлар билан шахсан учрашинг ёки улар билан аввалдан суҳбатлашиб олинг. Бу одамлар сафар мақсадини, сафар ёрдамида еткизмоқчи бўлган асосий хабарингизни, ўзларининг ролларини ва матбуот вакиллари бериши мумкин бўлган эҳтимолий саволларни тушуниши ва англаши лозим.
- Журналистларга сафарнинг муфассал дастурини тақдим қилинг. Унда журналистлар сафар давомида учрашадиган одамлар ва ташкилотлар билан боғланиш юзасидан маълумотлар белгиланган бўлиши керак. Шунингдек, журналистларга ташкилотингиз ҳақидаги маълумотлар тўпламини ҳам топширинг.
- Дастурга бир жойдан иккинчи жойга бориш вақтини, тамадди қилиш вақтларини ва ҳордиқ вақтларини ёзинг. Журналистларни тушлик ва сув билан таъминланг.
- Эсда тутинг, телевидения журналистларига ускуналари учун қўшимча ўрин ва тасвирга олишлари учун кўпроқ вақт керак бўлади.
- Агар шахсий фотоаппаратингиз бўлса тадбир жараёнини ўзингиз тасвирга туширинг. Бу фотосуратларни ўзлари суратга олмаган босма матбуот вакилларига тақдим этишингиз мумкин.

Матбуот учун тушлик (Пресс-ланч)

Оддий одамлар каби журналистлар ҳам очқаши мумкин ва тадбир давомида тамадди қилиб олиш таклифини улар бажонудил қабул қиладилар. Қўшимча маблағ талаб қилса-да, матбуот нонуштала ри, матбуот тушликлари ёки матбот вакиллари билан чойхўрлик брифингларни уюштириш ва журналистлар билан бирон бир мавзуни муҳокама қилишнинг самарали воситаси бўлиб қолиши мумкин. Бундай тадбирлар дўстона муҳитни яратади, матбуот билан яхши муносабатларни давом эттиришга, ҳатто, матбуот анжуманларидан ҳам яхшироқ таъсир кўрсатади ҳамда муаммони чуқурроқ таҳлил қилиш имкониятини яратади. Журналистлар ўзларини эксклюзив тадбирларга чақирганларни қадрлайди, шунингдек, ўзларига маълумот олиш билангина чекланиб қолмай, суҳбатда иштирок этиш имкони берилганини яхши баҳолайди.

Оддий одамлар каби журналистлар ҳам очқаши мумкин ва тадбир давомида тамадди қилиб олиш таклифини улар бажонудил қабул қиладилар.

Учрашувнинг бундай шаклини сиз ташриф қилган халқаро экспертнинг презентациясини ўтказиш, янги ҳисоботни эълон қилиш ёки янги лойиҳа бошланганини билдириш, ҳозирги вазиятни бир қатор экспертлар томонидан муҳокама қилиш тадбирларини ўтказишда қўллашингиз мумкин. Ҳудди матбуот анжуманида бўлгани каби журналистларга базавий маълумотларни ўзида жамлаган материаллар тўпламини ва пресс-релизни тақдим этишингиз керак .

Учрашувнинг бундай шаклини сиз ташриф қилган халқаро экспертнинг презентациясини ўтказиш, янги ҳисоботни эълон қилиш ёки янги лойиҳа бошланганини билдириш, ҳозирги вазиятни бир қатор экспертлар томонидан муҳокама қилиш тадбирларини ўтказишда қўллашингиз мумкин.

Тадбирингизнинг самарадорлигини оширишга ёрдам берадиган бир қатор маслаҳатлар:

- Журналистларга олдиндан телефон қилиб тадбир мавзуси уларга қизиқ бўлишига ишонч ҳосил қилинг, акс ҳолда улар келмаслиги ҳам мумкин.
- Тадбирни журналистлар учун қулай бўлган вақтга режалаштиринг.
- Журналистлар гуруҳи ўнга яқин одамдан иборат бўлиши мумкин.
- Тадбирдан бир кун олдин ва тадбир ўтказиладиган куни эрталаб журналистлар билан боғланиб, уларни тадбирга келишга даъват қилинг (лекин сўнгги дақиқаларда айрим журналистлар ўз ташрифини бекор қилиши мумкинлигига ҳам тайёр бўлинг).
- Сўзга чиқувчиларни таништириш ва журналистларнинг саволларини қабул қилиш учун тажрибали модераторни тайинланг.

Журналистлар учун семинарлар

Агар журналистлар сиз ишлаётган муаммони яхши билмайдилар деб ҳисобласангиз, унда муаммонинг барча жиҳатлари тушунтириладиган бир кунлик семинар ўтказишингиз мумкин. Тадбирга журналистлар қизиқишини орттириш мақсадида давлат

амалдори ёки экспертни таклиф қилинг ва журналистларга улар билан мулоқот қилиш имкониятини яратинг. Муаммо юзасидан материалларни ва мақола ёзиш учун ахборот манбаларининг алоқа маълумотлари ёзилган тарқатма материалларни тайёрланг.

Тадбирни режалаштиришда кўплаб жиҳатларни эътиборда тутишга тўғри келади, тадбирнинг мукаммал режалаштиргани муваффақият гарови бўлади.

Тадбирни қандай қилиб ОАВ учун максимал даражада қизиқарли ва очиқ қилиш мумкин

Ўз тадбирингизни режалаштириш жараёнида ОАВлар мазкур тадбирдан қандай манфаат топади деган саволни ўйлаб кўринг. ОАВга ўз тадбирингизнинг асосий моҳиятини қандай қилиб етказасиз?

Тадбирни уюштиришга ижодий ёндашинг, уни ўша куни ёки ҳафтада режалаштирилган бошқа тадбирлардан алоҳида ажралиб туриши учун нима қилиш кераклигини ўйланг. Сизнинг тадбирингиз қандайдир томоша - рақс ёки қўшиқ кўрсатишга арзийдими? Тадбирингизда фақат бир-бири билан суҳбатлашадиган экспертларгина иштирок этиб қолмаслиги учун унга бенефициарларингизни ҳам қўша оласизми?

Шунингдек, сиз ОАВ томонидан тадбирга ҳомийлик қилиш масаласини ҳам ўйланиб кўришингиз мумкин. ОАВ сизнинг тадбирингизни газетада ёки эфирда ёритиши эвазига сиз уларни реклама қилишингиз, яъни ОАВ логотипини ўз баннерингиз ёки тадбирда тарқатиладиган материалларга жойлаштиришингиз мумкин.

Агар сиз муайян ОАВ билан бу соҳада ҳамкорлик қилаётган бўлсангиз бошқа ОАВлар тадбирингизни ёритмаслиги мумкин. Бироқ тадбирингизда ОАВларнинг кўпроқ бевосита иштирок этишига эришсангиз, бундай таваккал ўзини оқлаган бўлади.

Тадбирни режалаштиришда кўплаб жиҳатларни эътиборда тутишга тўғри келади, тадбирнинг мукаммал режалаштирилгани муваффақият гарови бўлади.

Қуйида тадбирларни режалаштириш юзасидан чек-қоғоз намунаси берилган. Эсда тутингки, ҳар бир тадбирни режалаштиришнинг ўзига хосликлари бўлади, шунинг учун бу намуна қатъий амал қилиниши лозим бўлган ҳужжат эмас:

- Тадбирнинг асосий мақсади ва сиз билдирмоқчи бўлган асосий моҳиятини аниқланг.
- Тадбир дастурини тайёрланг ва у билан барча иштирокчилар танишганига амин бўлинг.

• Асосий вазифаларни бажариш муддати жадвалини тайёрланг.

• Тадбир ўтказиладиган жойни танланг ва банд қилиб қўйинг: олдиндан иштирокчиларни қай тартибда ўтқазиш, саҳна ёки подиумни, овоз кучайтиргичларни қаерга ўрнатишни аниқлаб олиш учун бинони кўздан кечиринг.

• Иштирокчилар ва уларнинг алоқа маълумотларидан иборат рўйхат тайёрланг.

• Сўзга чиқувчиларни ва сўзга чиқиш тартибини аниқланг.

• Тадбирни ўтказишга ёрдам берадиган ходимларни ёки волонтёрларни тайинланг.

• Юқори лавозимли амалдорлар ва нуфузли меҳмонларнинг қай тарзда ўтириши тартибини аниқланг.

• Агар тадбирини очиқ ҳавода ўтказаётган бўлсангиз, ёмғир ёғиб қолса тадбирни қаерга кўчириш мумкинлигини ўйлаб кўринг.

• Тадбирни фотосуратга олиш ва видеотасвирга туширишга масъул бўлган шахсни аниқланг.

• Тамадди ва сув билан таъминланг.

• Иштирокчиларни аввалдан таклиф қилинг.

• Агар сиз жамоатчиликни таклиф қилмоқчи бўлсангиз маҳаллий газета ва электрон ОАВларга бу ҳақда эълон беринг.

Ахборот вазифалари:

• ОАВларга тадбир ҳақида хабар берадиган ва тадбирда қатнашиш учун рўйхатдан ўтиш тартибини белгилайдиган эълон ёзинг.

• Тадбир куни эълон қилинадиган пресс-релизни тайёрланг.

• Матбуот учун тадбир, ташкилотингиз, муаммо юзасидан базавий маълумотлардан ҳамда маърузачилар таржима ҳоли, маърузалар ва баёнотлар матни, пресс-релиздан иборат материаллар тўпламини тайёрланг.

• Холлда матбуот вакиллари учун жой ҳозирланг, бу ердан туриб яхши суратга олиш ва тасвирга тушириш имконияти ҳамда радио ва босма матбуот вакиллари ўз ёзувларини олиб бориши учун шароит яратилган бўлиши керак.

• Фотосуратчилар ва видеотасвирчилар учун қизиқ бўладиган яхши визуал элементларни тайёрланг: масалан, ташкилотингиз шиори ва логотипи туширилган ёрқин баннер.

• Тадбирда журналистлар учун савол –жавоб сессиясини ўтказиш ёки ўтказмаслик масаласини ўйлаб кўринг: агар ўтказилса, модераторни тайинланг ва савол-жавоб учун қанча вақт ажратиш кераклигини режалаштиринг.

• Журналистларга маълумотлар тўпламини тарқатадиган матбот столини муайян жойга ўрнаштиринг.

Материални ёзишга киришишдан олдин ўзингиз билдирмоқчи бўлган маълумотнинг асосий моҳиятини аниқлаб олинг ва уни икки-учта гап билан ифода этинг.

Тадбирдан сўнг:

• Тадбир ҳақидаги ахборотни ва фотосуратларни веб-сайтингизга жойлаштиринг.

• ОАВларга қўнғироқ қилинг ва уларга қўшимча маълумот керак ёки керак эмаслигини суриштиринг.

Муҳаррирга мактуб ёки фикр мақола

Муҳаррирга мактуб, одатда, муайян масала юзасидан ташкилотингиз позициясига зид келадиган фикрлар билдирилган мақоланинг чоп этилиши ортидан ёзилади. Мактубни ёзишдан олдин ОАВга қўнғироқ қилинг ва улар муҳаррирга мактубни қабул қилиш-қилмаслиги, чоп этиш-этмаслигини суриштириб кўринг. Агар таҳририят мактуб чоп этилишини билдирса, унда матн катталиги қанча бўлиши кераклигини, мактубни кимнинг номига жўнатиш лозимлигини сўранг.

Мактубнинг биринчи абзацида ўзингиз жавоб ёзаётган мақоланинг номи, муаллифнинг исмини ёзинг ҳамда ўз позициянгизни аниқ билдиринг. Мактубингиз лўнда ва мавзу доирасидан ташқарига чиқмаслигига эътибор беринг. Профессионал оҳангни сақланг ҳамда журналист ёки мақолага нисабатан ҳақоратли гапларни ёзманг. Хатни ташкилотингиз бланкасига чоп этиб, исмингиз ва лавозимингизни кўрсатинг.

Газетада ўз фикрингизни билдиришнинг яна бир усули муайян масала юзасидан нуқтаи назарингиз акс эттирилган мақолани тақдим этишдир. Редакция билан боғланиб, ташқаридан келадиган мақолалар кўламига қўйилган талабларни ва мақола кимга жўнатилиши кераклигини аниқланг. Мақолангиз мазкур газета аудиторияси учун қизиқ бўлишига ва унда муштарийлар диққатини ўзига қаратувчи ёндашувлар қўлланилганига, масалан, мақолангиз газетада чоп қилинган янгилик ҳамда айни пайтдаги вазият билан боғлиқ эканига ишонч ҳосил қилинг.

Материални ёзишга киришишдан олдин ўзингиз билдирмоқчи бўлган маълумотнинг асосий моҳиятини аниқлаб олинг ва уни икки-учта гап билан ифода этинг. Мақола бошида асосий далилларингизни келтиринг, кейинги абзацларда эса уларни фактлар билан мустаҳкамланг. Ўз ташкилотингиз ва унинг фаолияти ҳақида маълумот беринг.

Мақола сўнггида исмингиз ва лавозимингизни кўрсатинг, матнни ташкилотингизнинг расмий бланкасига чоп этинг. Мақолангизни ташкилотингиз ҳақидаги асосий маълумотлар келтирилган қўшимча мактуб билан таҳририятга жўнатинг. Орадан бир неча кун ўтгач, таҳририятга телефон қилиб, мактуб етиб борганини ва мақолангиз қачон чоп этилишини аниқланг.

ОАВ учун ҳисоботлар чиқариш юзасидан тавсиялар

Ҳозирча чоп этилиши тақиқланган ҳисоботнинг тайёр матнини эълон қилишдан бир ҳафта олдин журналистларга танишиш учун жўнатинг. Ҳисоботда техник атамалар аниқ тушунтирилганига амин бўлинг. Зарурат бўлса ҳисоботга атамалар тушунтирилган махсус бобни киритинг.

Ҳисобот таркибида умумий хулосалар чиқарилган пресс-релиз ҳам бўлиши керак.

Агар ҳисоботда тавсиялар бўлса, улар ҳисоботнинг бошида, топиш осон бўлган ерда келтирилиши лозим.

Ҳисобот чиқарилгани эълон қилинадиган пресс-релизда умумий хулосалар ва асосий тавсиялар кўрсатилиши шарт.

ОАВни ўз веб-сайтингиз ёрдамида қамраб олиш

Агар ташкилотингизнинг веб-сайти бўлса ёки веб-сайт юзасидан иш олиб бораётган бўлсангиз уни ОАВни қамраб олишнинг яна бир воситаси сифатида ишлатишингиз мумкин. Кўпгина веб-сайтларда ОАВ учун махсус бўлим бўлади. Матбуот учун ажратилган бўлим қуйидаги маълумотлардан иборат бўлади:

- ОАВ билан ишлашга масъул бўлган шахснинг алоқа маълумотлари;
- Пресс-релизлар;
- Тадбирлар жадвали;
- Интервью бериши мумкин бўлган экспертлар ҳақида қисқача маълумот;
- Яқинда олинган видео;
- Эълон қилинган ҳисоботлар рўйхати;
- Кўп бериладиган саволлар рўйхати.

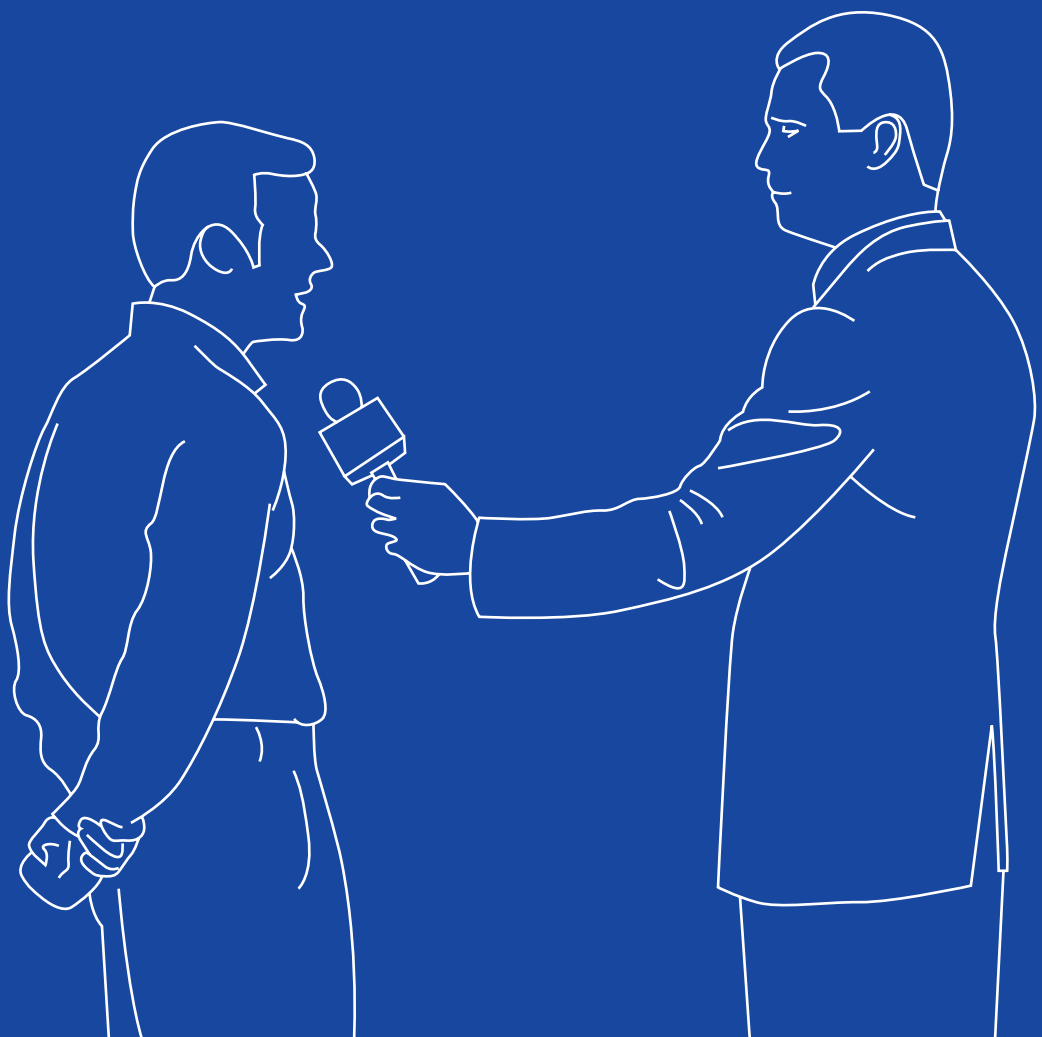
Веб-сайтларнинг соддалиги улар билан ишлашни осонлаштиради. Фойдаланувчилар веб-сайтингиздан ўзларини қизиқтирган ахборотни осон топа олишлари учун шароит яратинг, шунингдек, маълумотларни янгилаш қулай бўлишига эътибор қаратинг. Фойдаланувчилар эски

маълумотлардан иборат сайтларга қизиқмай қўядилар.

НДТлар медиаконтентни яратувчилар ролида

Айрим ҳолатларда НДТлар ўз медиаконтентини ўзи яратиши мумкин. Мисол сифатида айни пайтдаги муаммолар муҳокама қилинадиган теле ва радио ток шоуларини олиб борадиган харизматик раҳбарларга эга бўлган НДТларни тилга олиш мумкин. Айрим мамлакатларда НДТлар оммавий ахборот воситалари билан инсон ҳуқуқлари ва ижтимоий масалалар тарғиб қилинадиган кўнгилочар дастурларни ишлаб чиқишда ҳамкорлик қилади. Масалан, Никарагуадаги Puntos de Encuentro деб номланувчи НДТ ирқчилик, репродуктив саломатлик соҳасидаги ҳуқуқлар, оилавий зўравонлик муаммолари кўтарилган “Олтинчи ҳис” сериалини тасвирга олади. Сериал ҳафтада бир марта ярим соат намойиш этилади. Сериал жуда машҳур ва Марказий Америкaнинг бир қатор давлатларида намойиш этилади.

V – БОБ ИНТЕРВЬЮНИ МУКАММАЛЛАШТИРИШ



ОАВ учун интервью бериш сизнинг янгилигингизни жамоатчиликка етказишнинг энг яхши имкониятларидан биридир. Ҳатто журналист аввалари сиздан интервью олган ёки мавзу сизга жуда яхши таниш бўлса ҳам, бу мавзуда бемалол ишонч билан суҳбатлаша олишингизни билсангиз ҳам интервьюга тайёргарлик кўриши муҳим аҳамиятга эга. Агар сиз жамоатчилик билан алоқаларга масъул шахс бўлсангиз ва интервьюни сизнинг бошлиғингиз ёки ҳамкасбингиз берса, у ҳолда интервьюнинг саволларини муҳокама қилиш, берилган жавобларга муносабат билдириш орқали уларга кўмак кўрсатишингиз мумкин. Бундай тайёргарлик тажрибали профессионалларга ҳам асқотади.

Интервью турлари

- Импровизацияли интервью: журналист сизга шу вақтнинг ўзида жавоб беришингиз керак бўлган саволлар билан телефон қилиб қолди. Саволларга имкони борича шу вақтнинг ўзида жавоб бериш керак, чунки журналистнинг мақолани топшириши вақти чегараланган бўлади. Агар қўл остингизда жавоб бериш учун керакли маълумотлар йўқ бўлса, журналистдан материални қачон топшириши кераклигини сўранг ва жавобсиз қолган саволларга кейинроқ жавоб беринг.

- Сизнинг ташаббусингиз билан қилинган интервью: сиз журналист билан боғланиб, ўзингиздан интервью олишни илтимос қиласиз. Сиз бундай сўров билан мурожаат қилаётганингизда, барча саволлар мавзу доирасида бўлишига эриша олмасангиз ҳам, журналистга интервью қайси мавзуда бўлишини аниқ айтинг. Журналистга тахминий саволлар рўйхатини ҳам жўнатишингиз мумкин.



- Журналист томонидан таклиф қилинган интервью: журналист аввалдан сиз билан интервью ўтказишни таклиф қилади. Бу сизга ўз жавобларингизга аввалдан тайёргарлик кўриш имкониятини беради. Ҳар доим журналистдан интервью нима ҳақда бўлишини ва саволларни олдиндан сўраб олинг, бу сизга интервьюга яхши тайёргарлик кўриш имконини беради.

Интервьюгача

Мазкур ОАВ ва журналист ҳақида маълумотларни йиғинг. Журналист сизнинг ташкилотингиз ва муҳокама қилинадиган масала юзасидан тушунчаларга эгами? Бу журналист ноқулай саволларни ёки мавзудан ташқари бўлган саволларни бериши билан танилганми? ОАВ муайян сиёсий йўналишга эгами? Бу ОАВ қандай аудиторияни қамраб олади?

Ғояларингиз аудитория учун қанчалик тушунарли бўлишини ва уларни келажакда ўзгартиришга ҳожат бор ёки йўқлигини ўйлаб кўринг.

Агар журналист сиздан интервью олишни таклиф қилса, тайёргарлик кўриш учун ундан баъзи нарсаларни сўраб олинг. Масалан:

• Интервью мавзуси нима?

• Бу мақола учун яна кимлар интервью беради?

• Агар бу телевизион ёки радио интервью бўлса, унда дастурнинг шакли қандай бўлади? Тингловчиларнинг ёки кўрсатувда мавжуд бўлган одамларнинг саволларига жавоб берасизми?

• Агар интервью босма матбуот учун берилаётган бўлса, уларга суратингизни тақдим этишингиз керакми?

Агар сиз ўзингизни мазкур мавзу бўйича интервью бериш учун ваколатсиз ҳисобласангиз, унда ўзингизнинг ўрнингизга бошқа бир одамни таклиф қилинг. Журналист сизнинг ғояларингизни аудиторияга етказмаслик учун ўз асосларига эга, деб ҳисобласангиз, интервью беришдан бош тортишингиз мумкин.

Интервьюга тайёргарлик кўриш жараёнида ўзингиз тилга олмоқчи бўлган иккита ёки учта ғояни белгилаб олинг.

Интервьюга тайёргарлик кўриш жараёнида ўзингиз тилга олмоқчи бўлган иккита ёки учта ғояни белгилаб олинг. Ўз ташкилотингиз ва ўзингиз муҳокама қилишни истаган мавзу юзасидан алоҳида маълумот тайёрланг. Ўз маълумотингизни бир қатор усуллар билан тушунтиришга ҳаракат қилинг. Ўз ғояларингизни тушунтиришга кўмак берадиган мисоллар ва ҳикоялардан фойдаланинг.

Ташкилотингиз ва мавзу юзасидан сизга кўмак бериши мумкин бўлган ҳар қандай маълумотларни йиғинг. Журналистга тақдим қилиш учун материалларнинг чоп қилинган нусхасини тайёрлаб қўйинг.

Эҳтимолий саволлар ва жавоблар рўйхатини тайёрланг. Ҳамкасбингиз билан уни муҳокама қилинг. Ўзингиздан қандай ноқулай саволлар берилиши мумкинлигини сўранг ва уларга қандай жавоб бериш мумкинлиги ҳақида ўйланг. Жавобларингиз мавзуга алоқадор бўлишини кузатинг. Агар жуда узоқ жавоб қайтарсангиз журналист гапингизнинг мазмунини англамай қолиши, зерикиши ёки жаҳлдор бўлиб қолиши мумкин.

Агар интервью сизнинг офисингизда ўтказилса, иш жойингиз журналистда яхши таассурот қолдириши учун ҳаракат қилинг. Имконияти борича суратга ташкилотингиз логотипини киритишга ҳаракат қилинг.

Интервью вақтида

Қуйида исталган интервью пайтида ёдда тутиш муҳим бўлган тавсиялар келтирилган:

• Интервьюдан бир неча кун олдин янгиликларни диққат билан ўқиб, кузатиб боринг. Бу журналист айни пайтдаги воқеалар юзасидан савол бериб қолса, гап нима ҳақда кетаётганини англаб олиш учун керак бўлади.

• Аввалдан интервьюда ўзингиз тилга олмоқчи бўлган иккита ёки учта ғояни белгилаб олинг ва улар юзасидан статистик маълумотларни йиғинг.

• Интервьюга кеч қолманг; телевидение ва радио учун интервьюларга эртароқ келинг.

• Архив учун интервьюни тасвирга олинг (бу ҳақда журналистни огоҳлантириб қўйинг).

• Журналист сизни жаҳлингизни чиқаришга ҳаракат қилган тақдирда ҳам ҳотиржамликни сақланг. Сўнги сўз ҳуқуқи журналистда эканини унутманг.

• Сиз журналистга эмас, сизнинг интервьюингизни кўрадиган ёки ўқийдиган аудитория учун гапираётганингизни унутманг.

• Ўзингизни дўстона ва мулойим тутинг.

• Ҳар бир саволни охиригача диққат билан эшитинг ва жавоб беришдан олдин бир неча сония сукут қилинг. Тез гапирманг.

• Интервьюни назорат қилишга ҳаракат қилинг. Агар саволлар сизни мавзудан четлаштираётган бўлса “Бу яхши савол. Аммо биз эсда тутишимиз керакки...”, “Мен яна қайта таъкидламоқчиманки...” каби жумлалар билан интервьюни ўз ўзанига қайтаринг.

• Жавобларингизни журналист ва аудитория диққатини ўзига тортадиган даражада ифодаланг: “Бу ерда учта муҳим жиҳат бор...”

• Оппонентлар нуқтаи назарини ўрганинг ва ўз жавобларингизда бунга қай тарзда муносабат билдириш мумкинлигини ўйлаб кўринг.

• Кўзингиз кўраётган сигналларга (бепарво муносабатга, паришонхотир юз тузилишига) эътибор беринг. Бу сигналлар суҳбатдошингиз сизни тушунмаётгани ёки у зерикаётганидан дарак беради.

• Агар фактларни нотўғри талқин қилаётган бўлса, журналист сўзларига тузатиш киритинг.

Интервью пайтида қуйидагилар тавсия этилмайди:

• Журналист сиз тайёргарлик кўришга улгурмаган саволни бериб қолса асабийлашиш. Саволга қўлингиздан келганича жавоб беришга ҳаракат қилинг.

• Ўзингиз тушунмаган саволга жавоб бериш: ҳар доим тушунтириш беришларини илтимос қилинг.

- Профессионал атамаларни қўллаш.
- Ўзингиз тўғри эканига ишонч ҳосил қилмаган статистик маълумотлар ва далилларни келтириш.
- "Ҳа" ёки "Йўқ" деб жавоб бериш. Ҳар доим тугалланган гап билан жавоб беринг.

Босма матубот, радио ва телевидениява бериладиган интервьюларнинг ўзига хос жиҳатлари

Радиоинтервьюда визуал элемент йўқ, шу сабабли аудиторияга "манзарани чизиб бериш учун" сўзлардан самарали фойдаланишингизга тўғри келади.

Босма ОАВлар учун интервью

Сиздан газета ёки журналда ишлайдиган журналист интервью олаётганида сиз кўпроқ деталларни ва таҳлилларни тақдим қилишингиз мумкин. Чунки бу интервью радио ва телевидениява бериладиган интервью каби вақт доираси билан чекланмаган. Журналист ҳам сиз тақдим этишни истаган бошқа материаллардан манфаатдор бўлиши мумкин. Сиз ҳатто фотосуратларни ва интервьюингизни тўлиқлаши мумкин бўлган бошқа график материалларни, масалан, диаграммалар ва хариталарни таклиф қилишингиз мумкин. Журналистнинг материални топшириш вақтидан келиб чиққан ҳолда айни пайтда жавоб бера олмаган саволларингизга кейинроқ қайтишингиз мумкин. Баъзан журналистлар сизга интервьюнинг қораламасини бериши ва сиз йўл қўйилган хатоликларни тузатиб чиқишингиз мумкин.

Радиоинтервью

Радиоинтервью эшиттириш форматидан келиб чиққан ҳолда турли шаклга эга бўлиши мумкин. Агар интервью янгиликлар дастурининг бир қисми бўлса, унда сизда бир ёки иккита баёнот қилишга улгурасиз. Бу ҳолатда жуда қисқа ва лўнда гапириш ҳамда ўз маълумотингизни баёнотингиз мобайнида айтиб ўтишингиз керак бўлади.

Агар интервью узоқроқ давом этадиган эшиттириш- масалан ток-шоу доирасида бўлса,- гапиришингиз учун кўпроқ вақт берилади, лекин гапни энг кучли баёнотдан бошланг.

Радиоинтервью учун суҳбатлашув оҳанги мақбул бўлади. Ўз ғояларнигизни тушунтириш учун мисоллар ва шахсан бошингиздан ўтказган воқеалардан фойдаланинг.

Радиоинтервьюда визуал элемент йўқ, шу сабабли аудиторияга "манзарани чизиб бериш учун" сўзлардан самарали фойдаланишингизга тўғри келади.

Интервьюнинг бошида ва охирида ташкилотингиз номини, сиз билан қандай алоқа қилиш мумкинлигини, масалан, веб-сайтингизни айтиб ўтинг (агар бу ишни бошловчи қилмаса). Бошловчига интервью бошида

ва охирида миннатдорчилик билдиринг.

Телевизион интервью

Телевидения учун сизнинг ташқи кўринишингиз муҳим аҳамият касб этади. Камера қаршисида кескин ҳаракатларни қилманг, имо-ишораларни ва мимикани кўп ишлатишдан тийилинг. Ҳотиржам ва табиий кўринишга, камерани унутишга ҳаракат қилинг. Қоматингизни тик тутинг.

Анъанавий тарзда кийининг, ёрқин сурат туширилган, йўл-йўл чизиқлари бор кийимларни кийманг ва ялтироқ заргарлик буюмларини тақманг. Оқ кўйлак жуда ёрқин кўринади, шунинг учун уни киймаган маъқул. Аёллар учун очиқ ва бир ҳил рангдаги кийим ва кундалик пардоз-андоз мос бўлади. Эркаклар бир ҳил рангдаги кул ранг ёки тўқ кўк костюм, оч сариқ ёки очиқ рангли кўйлак кийгани, бир ҳил рангдаги ёки оддий сурати бор галстук таққани маъқул. Агар сизни муайян вақтда эфирга узатиладиган кўрсатувга таклиф қилишса, у ҳолда кўрсатувнинг форматини ўрганинг. Сизни стол ортида ўтирган ҳолатингизда тасвирга туширишадими ёки олдингизга ҳеч нарса қўйилмаган ҳолда креслода ўтирасизми? Тик турасизми? Сизни фақат журналист билан тасвирга олишадими ёки кўрсатувнинг бошқа иштирокчилари билан биргами? Қанчалик яхши тайёргарлик кўрсангиз, ўзингизни шунчалик эркин ҳис қиласиз.

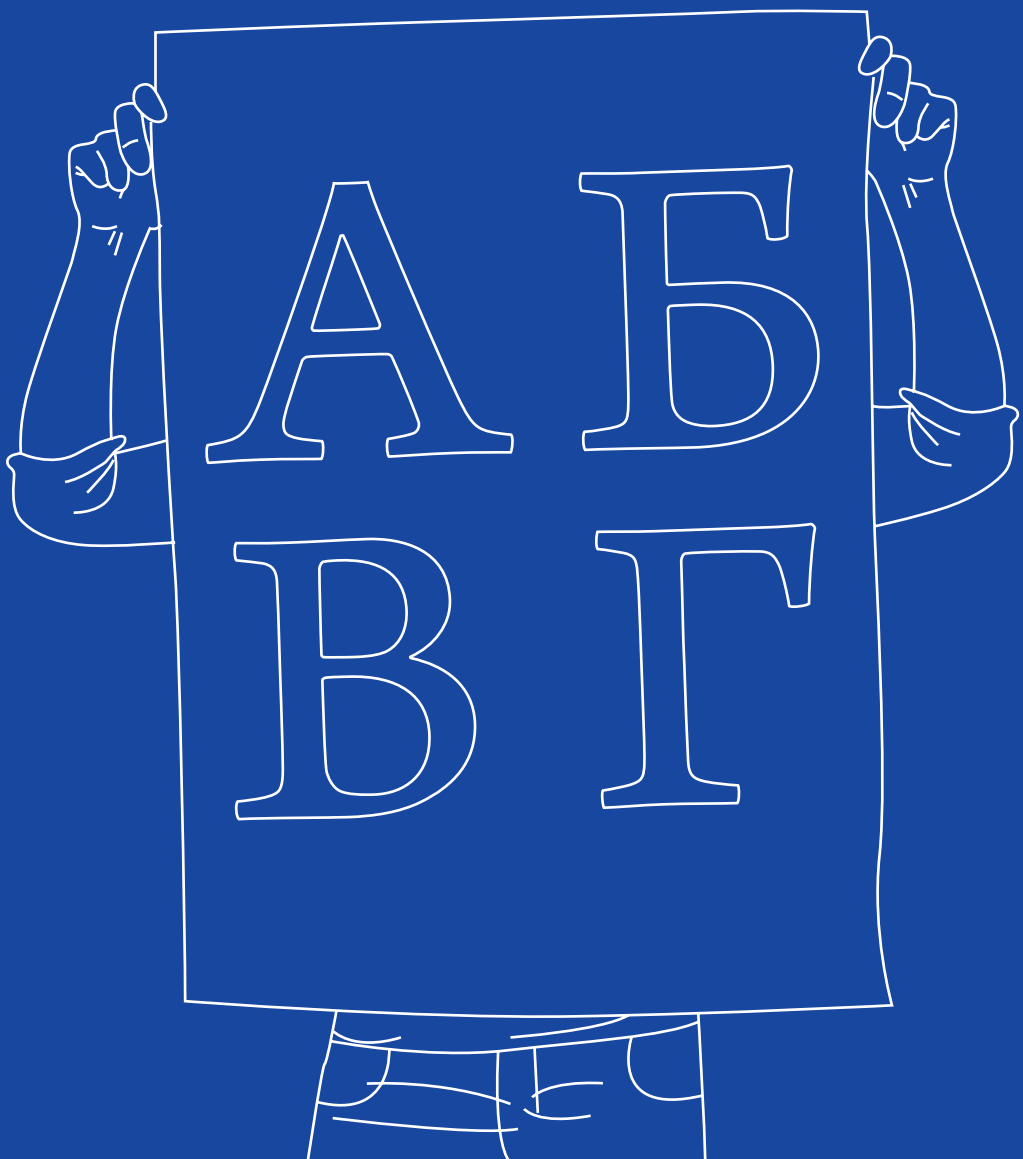
Интервьюдан сўнг

Журналистга меҳнати ва ҳамкорлиги учун миннатдорчилик билдиринг, у билан яна учрашишингиздан мамнун бўлишингизни, унинг кейинги саволларига ҳам жавоб беришга ҳозирлигингизни айтинг.

Интервьюдан сўнг унинг ёзувини кўздан кечиринг ва таҳлил қилинг. Ўз ғояларингизни нақадар аниқ ифодалай олдингиз? Асосий фикрингизни аудиторияга етказа олдингизми? Интервью журналист туфайли кутилмаган тус олдими ёки журналистнинг саволлари сизни каловлантириб қўймадими? Агар интервью жонли эфирда ўтказилган бўлса ва уни ёзиб ололмаган бўлсангиз, телеканал ходимларидан интервью ёзувини сизга тақдим этишларини илтимос қилинг.

Интервью босма нашрларда чоп этилганидан ёки эфирда намойиш этилганидан сўнг шарҳларингиз аниқ берилгани ва керакли контекстда тақдим қилингани юзасидан таҳлил ўтказинг. Зарурати бўлса, журналистга телефон қилинг ва сиздан нотўғри иқтибос келтирилганини айтинг. Агар репортёр сизнинг иқтибосингизга асосланиб нотўғри хулоса чиқарган бўлса, бу журналистнинг айби билан юз берган ҳолат деган фикрга келишга шошилманг. Аввал ўз баёнотингизни кўздан кечиринг ва у нақдар аниқ ифодаланганини таҳлил қилинг.

VI– БОБ МАЪЛУМОТЛАРНИ ЖАМОАТЧИЛИККА ЕТКАЗИШНИНГ БОШҚА УСУЛЛАРИ



ОАВ билан ишлаш жамоатчилик билан алоқаларнинг муҳим жиҳатларидан бири ҳисобланади. Лекин бу ўз ғояларингизни жамоатчиликка етказишнинг ягона воситаси эмас. Мақсадли аудиториянгизни қамраб олишнинг бошқа усуллари ҳам мавжуд. Бу усуллар муайян сабаблар туфайли ОАВ сизнинг фаолиятингизни ёритишдан воз кечган – сиз ахборот қамалида қолган пайтингизда жуда қўл келади.

Жуда кўпчилик ҳуқуқ ҳимояси ташкилотлари жаҳон бўйлаб одамлар ўртасидаги муносабатлар ва аҳлоққа ўзгартиришлар киритишга кўмаклашиш учун ижтимоий маркетинг усулларидан фойдаланади. Ижтимоий маркетинг ижтимоий ўзгаришларга кўмаклашиш мақсадида тижорий маркетинг усулларидан фойдаланишдан иборатдир. Ижтимоий маркетинг йўналишида ўтказилаётган кампанияларда постерлар, реклама лавҳалари, телевидения реклама қилиш, ахборот материаллари, бейсболка, футболка каби реклама маҳсулотларидан фойдаланилади.

Жуда кўпчилик ҳуқуқ ҳимояси ташкилотлари жаҳон бўйлаб одамлар ўртасидаги муносабатлар ва аҳлоққа ўзгартиришлар киритишга кўмаклашиш учун ижтимоий маркетинг усулларидан фойдаланади.

Янги технологиялар ҳуқуқ ҳимояси ташкилотларига кенг аудиторияни қамраб олиш учун кенг имкониятларини берувчи воситалар спектрини шакллантирди. Бу воситалар борасида кейинги бобда батафсил маълумот берилади.

Жамоатчиликни хабардор қилиш учун материаллар

Проффесионал даражада тайёрланган ахборот материаллари жамоатчилик билан алоқанинг асосини ташкил қилади. Бу материаллар матбуот учун тайёрланган тўпламга киритилишдан ташқари, ташқи аудитория билан мулоқотга киришган пайтингизда ҳам қўл келади.

Проффесионал даражада тайёрланган ахборот материаллари жамоатчилик билан алоқанинг асосини ташкил қилади.

Агар логотип ва шиорингиз бор бўлса, барча материалларда улар келтирилганини тешириб кўринг. Барча материаллар ташкилотингиз имиджини мустаҳкамлаш учун ягона стандарт асосида расмийлаштирилган бўлиши зарур. Ҳар бир маълумотни чоп этишдан олдин мақсадли аудиториянгизни таҳлил қилинг ва мақола уларнинг талаб ва истакларига жавоб беришини текширинг. Мақсадингизга нақадар етилганини аниқлаш мақсадида ўз аудиториянгиздан муносабат олишга ҳаракат қилинг.

Мақолангиз мазкур соҳада эксперт бўлмаган оддий одамларга тушунарли бўлган содда тилда ёзилганини текширинг. Ўз материалингизни оддий одамларга нақадар тушунарли эканини текшириб кўриш учун, уни одамларга ўқитиб кўринг.

Ахборот бюллетени

Электрон ёки босма нашр сифатида тарқатилаётган ахборот бюллетени мақсадли аудиторияни ўзингизнинг сўнгги тадбирларингиз ва сиз қилаётган муаммо юзасидан бўлаётган

силжишлар борасида хабардор қилишнинг энг самарали усулидир. Бюллетенни нашр этиш даврийлиги сизнинг молиявий салоҳиятингиз ҳамда ташкилотингиздаги янгиликлар миқдорига боғлиқ бўлади. Ахборот бюллетенингизни ўқишни истовчилар орасида тадқиқот ўтказиб, улар сизнинг янгиликларингиз билан қанча муддатда танишишни исташларини ва уларга ахборотни қайси шаклда (электрон почта орқали ёки босма ҳолатда) қабул қилиб олишлари осонроқ бўлишини суриштиринг. Электрон ахборот бюллетени вақт ва маблағни тежаши мумкин, лекин уни тайёрлаш учун ҳам кўп куч-ғайрат сарфлашга тўғри келади.

Профессионал даражадаги ахборот бюллетенини тайёрлаш мураккаб вазифадир, шунинг учун ташкилотингизнинг мунтазам тарзда бундай материални чиқара олиш салоҳиятига эга ёки эга эмаслигини реал баҳоланг.

Брошюра

Брошюра яхши дизайни, шунингдек, сифатли ёзилган ва билим орттиришга хизмат қиладиган мазмуни билан ажралиб туриши керак. Ҳар доим брошюрангизда кўпроқ маълумот бериш хоҳиши устунлик қилади, аммо брошюра учун фақат асосий ғоянгиз ва фактларни қамраб олган материалларни танланг. Брошюрадан мақсад турли саволларга жавоб бериш эмас, балки умумий ахборотни тақдим этишдир. Брошюранинг бошқа муҳим элементи фотосуратлар бўлиб ҳисобланади. Сизнинг асосий ғояларингизга жавоб берадиган фотосуратларни танланг.

Ахборот варақаси

Ташкилотингиз ёки сиз шуғулланаётган муаммо юзасидан чоп этилган ахборот варақаси жамоатчилик билан алоқалар учун яхши восита бўлиб ҳисобланади.

Ахборот варақаси қисқа (бир ёки икки варақ) бўлишига эътибор беринг, шунингдек, унда сиз фойдаланган статистик маълумотлар янгиланган кунни ҳам кўрсатишни унутманг.

Муваффақият тарихи

Ўз фаолиятингизда эришган муайян муваффақият тарихи турлича: нутқларингизда, брошюраларда, веб-сайтингизда, йиллик ҳисоботингизда ёки бошқа жойларда қўлланилиши мумкин. Муваффақият тарихи, агар унда ҳаёти яхши томонга ўзгарган одам ҳақида ҳикоя қилинган бўлса, жуда қизиқарли бўлади. Ҳар доим муваффақият тарихи ҳикояси билан бирга фотосуратларни чоп этинг. Муваффақият тарихини брошюрага ёки нутқларингизга киритишингиз мумкин.

Постерлар

Постерлар биринчи навбатда визуал коммуникация воситасидир. Асосий эътибор фотосуратлар ва графикага берилиши, матн эса жуда оз даражада қўлланилиши лозим. Матн жуда кичик харфлар билан ёзилмаслиги керак, постернинг дизайни эса ортиқча деталлардан ҳоли бўлиши лозим. Сизнинг постерингизда ташкилотингизнинг алоқа маълумотлари ва мавжуд бўлса, веб-сайтингиз манзили ёзилганига амин бўлинг. Постерлар Москвадаги "Мемориал" ҳуқуқ ҳимояси гуруҳи томонидан 2004-2005 йилларда ўтказилган ва Чеченистондаги қурбонлар сони ҳақида жамоатчиликка маълумот беришга йўналтирилган "Қанча?" кампаниясининг асосий элементи бўлган эди.

Сизда профессионал даражада тайёрланган материаллар пайдо бўлганидан кейин қўйиладиган иккинчи қадам уни мақсадли аудитория орасида тарқатишдир. Мақсадли аудиториянгизни қамраб олишингиз мумкин бўлган қулай тадбирни ёки жойни танланг. Масалан, мақсадли аудиториянгиз келадиган концерт ёки фестивалда волонтёрлар жамоатчилик билан мулоқот қила олиши ва маълумотингизни тарқатиши мумкин бўлган ахборот столини ташкил этинг.

Фотосуратлар ва видеоматериаллар

Замонавий технологиялар туфайли жамоатчиликка ҳикоя қилиб бермоқчи бўлган тадбирингизни фотосуратга тушириш ва тасвирга олиш учун ОАВни кутишга ҳожат қолмади. Кейинги бобда фотосуратлар ва видеоматериалларни он-лайн жойлаштиришнинг айрим усуллари ҳикоя қилинган.

Фотосуратлар ҳар турли босма материаллар учун фойдали бўлади, шунингдек, уларни веб-сайтингизга ҳам жойлаштиришингиз мумкин. Қуйида қандай қилиб яхши фотосуратларни олиш юзасидан тавсиялар берилган:



- Фотоаппарат фокусини асосий предметга тўғриланг;
- Тасвирни энг сифатли олиш опциясини танланг (камида 300 DPI);
- Суратга олинаётган буюм/одамга чап томондан тушаётган ёруғлик фотосуратнинг яхши чиқишига сабаб бўлади;
- Фотосуратларни айтиб бермоқчи бўлган ҳикоянгиз мундарижасидан келиб чиқиб танланг;
- Турли ракурсларни тажрибадан ўтказинг-асосий буюм/одам юзи ҳар бир фотосуратнинг марказида бўлиши шарт эмас;

• Фотосуратда кўп элементлар бўлишидан қочинг;

• Жуда кўп суратга олишдан қўрқманг. Битта яхши фотосуратни танлаб олиш учун жуда кўп маротаба суратга олишингизга тўғри келади;

• Эмоция ва ҳаракатларни суратга туширишга ҳаракат қилинг (бунинг учун катта сабр-тоқат керак бўлади);

• Муаммонинг "инсоний қиёфа"сини кўрсатинг (аммо сиз суратга олаётган одамларнинг шахсий ҳаёт даҳлсизлиги ҳуқуқини ҳурмат қилинг, уларни суратга олаётганингизда рухсат сўранг);

• Конференция ёки давра суҳбатларида ўтирган одамлар гуруҳининг фотосуратларидан фойдаланманг. Агар бундай фотосуратлардан фойдаланишга қарор қилган бўлсангиз, у ҳолда уларни минбарга чиқиб маъруза қилаётган пайтида ёки нимагадир қизиқиш билдираётганда суратга олинг;

• Суратларни реклама мақсадида қўллашдан олдин, унда тасвирланган одамлардан рухсат олинг (агар бу фотосурат қандайдир жамоат тадбирида суратга олинган бўлса);

• Ноқулай вазиятга тушиб қолган ва ўзларини суратга олишингизни истамаётган одамларнинг шахсий ҳаёт даҳлсизлиги ҳуқуқини ҳурмат қилинг. Болаларнинг фотосуратларидан фойдаланишдан олдин уларнинг ота-оналаридан рухсат сўранг.

Жамоатчиликни қамраб олиш юзасидан тадбирлар

Жамоатчиликни хабардор қилиш мақсадида ўтказиладиган тадбирларнинг айнан мана шу турини уюштирмоқчи бўлсангиз, билингки, бу тадбир сизнинг ижодий ёндашувингиз, молиявий салоҳиятингиз, мақсадли аудиториянгизга боғлиқ бўлади. Агар тадбирингиз ижодий ёндашув билан ташкилланган, қизиқарли ва яхши уюштирилган бўлса, у ОАВнинг ҳам эътиборини жалб қилади.

Қуйида бу каби тадбирларни уюштириш юзасидан бир қатор ғоялар берилган:

• "Кўча театри" намойиши (аудиториянгизни, масалан, болалар ҳуқуқи ёки маиший зўравонлик каби мавзулардан хабардор қилувчи жонли томоша);

• Фотокўргазма, тасвирий санъат кўргазмаси ёки инсон ҳуқуқлари тўғрисидаги фильмлар фестивали;

• Концерт (масалан, 2005 йилда "Ёшлар Европада зўравонликка қарши" НДТси фашист ёшлар ташкилоти томонидан ёшлар лагери ва концерт уюштирилишига қарши тадбир ўтказган);

- Инсон ҳуқуқи мавзусида талабалар иншоси танлови, фотосуратлар танлови, тасвирий санъат танлови (масалан, Қирғизистонда "Озодлик овози" НДТси қийноқлар мавзусида талабалар иншоси танловини ўтказган);
- Халқаро болалар куни ёки Халқаро ногиронлар куни каби халқаро даражадаги воқеаларни нишонлаш (масалан, Европадаги "UNITED for Intercultural Action" (Биргаликда маданиятлараро ҳамкорлик учун) НДТси Халқаро қочқинлар куни нишонланадиган 20 июнда тадбир ўтказиб, унда Европа чегарасини кесиб ўтишга ҳаракат қилган пайтда ёки Европа иммиграцион сиёсати оқибатида ҳалок бўлган одамлар рўйхатини тарқатади);
- Истироҳат боғи ёки бошқа жамоат жойларини ободонлаштириш бўйича волонтёрлик тадбирлари;
- Қон донорлари акцияси ёки муҳтож ҳамжамиятларга озиқ – овқат тўплаш ва тарқатиш каби инсонпарварлик тадбирлари;
- 5 километрли марафон, футбол мусобақаси каби спорт тадбирлари;
- Мукофот таъсис этиш ва мукофотни топшириш маросимини уюштириш; масалан, Россиянинг "Мемориал" ҳуқуқ ҳимояси ташкилоти "Олтин Зирапча" мукофотини таъсис этган, бу мукофот ўз ҳуқуқини ҳимоя қила олган оддий фуқароларга берилади;
- Мактаб, олийгоҳ, клуб ёки бошқа жамоат жойларида инсон ҳуқуқлари мавзусида лекциялар ўқиш;
- Муайян мавзу юзасидан жамоатчилик дебатларини ўтказиш (масалан, Сербияда "Citizens Past for South East Europe" ("Жануби –Шарқий Европа фуқаролик пакти") НДТси ҳар йили мусиқа фестивали ўтказади ва унга концертдан сўнг дискриминация ва ёшлар дуч келаётган бошқа муаммолар юзасидан дебатлар ўтказиш учун маҳаллий НДТларни таклиф қилади).

Машҳурлар элчи ролида

Машҳур одамларни, масалан, таниқли қўшиқчилар ёки спортчиларни, фаолиятингизга жалб қилишингиз сиз ишлаётган муаммога эътиборни кучайтиради. Ўзингизнинг мақсадли аудиториянгиз орасида машҳур бўлган шахсга мурожаат қилинг. Масалан, Буюк Британияда "Footbal Againts Racism" ("Футбол ирқчиликка қарши") ташкилоти "Show Racism the Red Card" ("Ирқчиликка қизил карточкани кўрсат") деб номланган тадбир ўтазади. Бу тадбирда юзлаб профессионал футболчилар ва уларнинг менежерлари ирқчиликка қарши баёнотлар билан чиқадилар. Ташкилот ўз ғояларини етказиш учун фильмлардан, постерлардан, журналлар ва маърифий материаллардан фойдаланади.

Сизнинг муаммоингизга қизиққан машҳур шахс энг ишончли нотиқ бўла олади.

Сизнинг муаммоингизга қизиққан машҳур шахс энг ишончли нотиқ бўла олади. Масалан, россиялик юлдуз Валерия маиший зўравонликдан жабр кўрган шахс сифатида мазкур масала бўйича хабардорликни ошириш тадбирларида иштирок этган. У тадбирларда ўз бошидан кечирганларини гапириб берган, бу ёзув 2005 йилда Amnisty International ўтказган матбуот анжуманида ҳам эшиттирилган.

Машҳурлар билан ҳамкорлик қилишнинг ҳам ўзига хос қийинчиликлари борлигини ҳисобга олинг. Уларнинг сизга ажарата оладиган вақти жуда чекланган бўлиши мумкин.

ОАВда пул тўланадиган кампаниялар

Машҳурлар билан ҳамкорлик қилишнинг ҳам ўзига хос қийинчиликлари борлигини ҳисобга олинг. Уларнинг сизга ажарата оладиган вақти жуда чекланган бўлиши мумкин.

Айрим ташкилотлар босма матбуот, телевидения ёки радиога пулли эълонлар берадилар. Бу уларнинг жамоатчиликни хабардор қилиш кампаниясининг бир қисми ҳисобланади. Агар сиз бу вариантни назарда тутган бўлсангиз, у ҳолда рекламангиз, телерадио роликларингизни яратиш учун реклама ва жамоатчилик соҳасида эксперт бўлган мутахасисларни жалб қилганингиз маъқул. Бундай рекламани яратиш сезиларли даражадаги маблағни талаб қилади. Мамлакатингиздаги қонунчиликдан келиб чиққан ҳолда ОАВ ижтимоий рекламани бепул ёки имтёзли шарт билан жойлаштириши мумкин. Ўз бюджетингизга, зарурат бўлса, эфир вақтини тўлаш ёки газетада эълонлар бериш учун сарфланадиган пул миқдорини киритинг.

“Voice of Freedom” жамоат жамғармаси бошқармаси раиси, «Озодлик овози» ҳуқуқ ҳимояси нашри бош муҳаррири, 2008-2009 йилларда “Право для всех” бюллетенига раҳбарлик қилган Абдумўмин Мамараимовнинг айтишича, ОАВ кучли қуролдир ва ҳуқуқ ҳимоячилари фаолиятини усиз тасаввур қилиб бўлмайди. Лекин оммавий медиа инсон ҳуқуқларини илгари суришдаги ягона восита эмас.

Милиционерни кулишга мажбур қил

Албатта, айрим тадбирлар кўп маблағ талаб қилади, бундай маблағ фаолларда бўлмаслиги ҳам мумкин. Бу ҳолатда бир нечта ташклотлар бирлашиб, тадбир ўтказиш тажрибаси жуда фойдали бўлади. Мисол сифатида "Озодлик овози" ҳуқуқ ҳимояси тармоғи аъзоларининг республика миқёсида ўтказаётган қийноқларга қарши ахборот кампаниясини келтириш мумкин.

Ҳар йили Қийноқлардан жабрланганларни қўллаб –қувватлаш халқаро куни, республикада ўтказиладиган кампания доирасида "Справедливость" ҳуқуқни ҳимоя қилиш ташкилоти ва "Voice of Freedom" жамоат жамғармаси махсус акциялар ўтказади. Фаоллар милиция, прокуратура, суд тузилмаларига бориб, қийноқларга қарши курашга чақирилган ёзувлар ёзилган календарлар, футболкалар, плакатлар ва бошқа буюмларни совға қиладилар. Бу учрашувларда амалдорлар билан қийноқларга қарши кураш борасида суҳбатлар ўтказилади, бу иллатга қарши курашнинг аҳамиятли экани таъкидланади.

Плакатларни шаҳар бўйлаб ёпиштириш, одамлар эътиборини жалб қилиш мақсадида, гуруҳ бўлиб амалга оширилади. Плакат тарқатувчилар эса махсус футболка киядилар. Иложи борича бундай футболкалар узоқ вақт жамоат жойларида уларни кийиб юришга рози бўлган кўнгиллилар орасида ҳам тарқатилади.

2008 йилда биз талабалар орасида Инсон ҳуқуқлари халқаро куни муносабати билан КВН ўтказдик. Тадбир мақсадини тушунтирганимиздан сўнг иштирокчилар саҳнада инсон ҳуқуқлари соҳасида жамиятда ҳукм сураётган муаммоларни кўрсата олишди. Тадбирда Жалолобод шаҳрининг маҳаллий ҳокимияти, ҳуқуқ-тартибот тузилмалари, талабалар ва шаҳарликлар иштирок этишди. Одам лиқ тўла залда ҳуқуқ ҳимоячилари билан бир қаторда, саҳнада энг кўп танқид қилинаётган милиция ходимлари ҳам хандон отиб кулишар эди.

Шу ўринда ёш томошабинлардан бири образли қилиб айтган бир гапни келтирмоқчиман: "...Мен биринчи марта милиция ходими бундай баланд овозда хандон отиб кулишини кўраяпман!". Мен, шахсан ўзим, милиция ходими бадқавоқ ва ёмон одам деган тасаввурларга қарши курашни муҳим деб ҳисоблайман, бу ишда милиция ходимлари биринчилардан бўлиши керак. Бу масалада ОАВ билан ҳамкорликка эришиш учун милиция ходимлари уларнинг ишини танқид қилган журналистларни ўзларига душман деб билмасликлари керак.

Айтиш лозимки, бундай тадбирлар нафақат катта маблағни, балки вақт, куч-ғайрат ва ташкилотчилик салоҳиятини талаб қилади. Шунинг учун бундай тадбирлар аҳолининг, айниқса ёшларнинг, ҳуқуқий онгини оширишга самарали таъсир кўрсатса-да, фаоллар ўртасида кенг тарқалган эмас. Энг муҳими, бу тарзда ишлаш услуби орқали ҳокимият билан халқ яқинлашади, жамиятдаги турли гуруҳлар ўртасидаги ҳамжиҳатликни ривожлантиради.

Ўрта умумтаълим мактаблари ва олийгоҳ талабалари ўртасида инсон ҳуқуқлари борасида эссе ёзиш танлови катта қизиқиш уйғотди. Танловда жанубий ҳудудлардаги ёшлар иштирок этишди. Бир неча ўнта эсселар келиб тушди, улардан энг яхшилари мукофотларга сазовор бўлибгина қолмай, "Право для всех" бюллетенида ҳам чоп этилди. Аммо бу ҳолатда ҳам ОАВ ёрдами керак. Мазкур тадбирлар қанчалик кенг ва қизиқарли ёритилса, бизнинг ишимиз шунчалик самарадор бўлади.

Афсуски, кейинги вақтларда таъқиб қилиниш хавфидан чўчиган жабрланганлар ёки уларнинг қариндошлари ўз муаммолари ҳақда очиқ гапиришдан қўрқиши вазияти билан тўқнаш келмоқдамиз. Бундан аянчлироқ вазиятлар ҳам бўлмоқда, одамлар аввал ариза ёзадилар, сўнгра эса ўзининг дастлабки кўрсатмаларидан ва ҳуқуқ ҳимоячилари хизматидан бош тортадилар. Бундай вазиятларда ОАВлардаги чиқишлар суд жараёнлари учун асос бўлиши мумкин. Шунинг учун маълумот тарқатишнинг бошқа йўлларини излаш ва фойдаланишга тўғри келмоқда.

Андрей Гришин намуна сифатида Қозоғистондаги "Толмас" республика ҳаракатининг тажрибасини мисол қатори келтиради.

Ярим йил аввал "Толмас" ҳаракатининг номи қозоғистонликлар орасида танилмаган эди. Мазкур ҳаракатнинг ўзаги бошқа бир ҳаракат – "Шанирак"дан ажралиб чиққан ва мақсадли аудиториясидан ҳам ажралган эди. Улар қурилиш ишлари авжига чиққан бир паллада мулклари гўёки давлат манфаати учун олиб қўйилган одамларни; улушли қурилиш фирмаларининг товламачилигидан жабрланганларни; иқтисодий инқироз туфайли уй сотиб олиш учун олган қарзларини тўлай олмай қолганларни ҳимоя қилар эди. Бундай одамлар сони, уларнинг оила аъзоларини ҳисобга олмаганда, юз мингга яқинлашиб қолган эди. Ҳукумат ҳам уларнинг муаммоларини ҳал этишга ҳаракат қилди. Лекин бу ҳаракат жуда суст амалга оширилди (жабрланганларнинг манфаатлари давлат манфаатлари билан тўқнашган вақтда ҳукумат бира-тўла муаммони ҳал этишдан четга чиқиб олди).

“Толмас”чилар жабрланганларга бепул юридик ёрдам кўрсатишдан ташқари уларни бирлаштиришга ҳаракат қилди. Негаки, уларнинг фикрича, қонунбузарликлар системали тус олган ва уни учта юрист ҳал қилишга ожиз эди. Ташкилотда вазифалар аниқ бўлиштириб олинди - юристлар ўзларининг кундалик юмушлари билан банд бўлган бир паллада ташкилот раҳбари PR ходим вазифасини бажара бошлади: барча креатив ғоялар эса бу кичик команданинг биргаликдаги иши маҳсули бўлди.

Бир йилдан кўпроқ вақт мобайнида “Толмас” ньюсмейкерлик қилмаган ҳафта бўлмади. Айни пайтда давлат ва ҳалол бўлмаган қурилиш ширкатлари устидан ғалаба қилинган ўнлаб суд жараёнларини ҳам назардан қочирмаслик керак. Бугунги кунда “Толмас”нинг мақсадли аудиторияси муаммоси энг олий даражаларда муҳокама этила бошланди. Умуман олганда, бу муаммо ҳал этилишдан йироқ бўлса-да, ҳар ҳолда ҳукумат ўзининг туякушона сиёсати янада кўпроқ зарар келтириши мумкинлигидан асосли равишда чўчиган ҳолда мулоқотга киришишга, муаммони бартараф этиш йўналишида ҳаракат қилишга мажбур бўлмоқда.

Бир йилдан сал кўпроқ вақт мобайнида мазкур ташкилот давлат тузилмалари, қурилиш ширкатлари, банклар бинолари олдида ўнлаб митинглар ва пикетларни ўтказди; қурилиш ширкатлари томонидан ўт қўйиб юборилгани гумонланган кўп қаватли уйларнинг култепаларида журналистлар учун икки марта брифинг уюштирилди (ҳар икки ҳолатда муайян натижаларга эришилди); “Толмас” фаоллари ёрдами билан СВ БОМЖ деб номланган уйсиз офицерлар ҳаракати ташкил этилди, уларга ҳукумат қонунда белгиланган тартибда уй беришдан бош тортган эди (бугунги кунга келиб офицерларнинг кўпчилиги ўзларига қонунан тегишли бўлган уйларни олишди); Олмаота шаҳар ҳокимининг ўринбосари жавобгар сифатида чақирилган суд жараёни бўлиб ўтди. Бошқа томондан, биргина 2009 йилда “Толмас” лидери норозилик акциялари ўтказгани учун 10 марта маъмурий ҳибс қилинди; “Куат” қурилиш ширкати томонидан “Толмас” фаоллари калтакланди; назоратдаги ОАВлар томонидан ташкилотга қора PR “ҳужуми” уюштирилди. Яъни бир ташкилот учун янгилик бўлишга арзигулик асослар кўп бўлди. Ҳар қандай ҳолатда ҳам “Толмас” ҳуқуқ ҳимояси ташкилоти сифатида шаклланди ва оғир қийинчиликларга қарамай, ўз олдига қўйган мақсадларни бажаришга ҳаракат қилмоқда. Энди мавзумизга қайтадиган бўлсак - “Толмас” бренди Қозоғистондаги кўп ҳамжамиятлар томонидан тилга олинадиган бўлди, журналистлар эса таклиф кутиб ўтирмай, ўзлари ҳар ҳафтада бир марта ташкилотга келиб кетадилар

Тажриба ОАВ иштирокисиз ҳам ўз ғояларингиз ва маълумотларингизни мақсадли аудиторияга етказишингиз мумкинлигини кўрсатади. Бундай ҳаракатлар, айниқса, аҳоли ОАВ ва бошқа коммуникация воситаларидан ажралиб қолган вақтда оммалашади.

Тажриба ОАВ иштирокисиз ҳам ўз ғояларингиз ва маълумотларингизни мақсадли аудиторияга етказишингиз мумкинлигини кўрсатади. Бундай ҳаракатлар, айниқса, аҳоли ОАВ ва бошқа коммуникация воситаларидан ажралиб қолган вақтда оммалашади.Тожикистонда бундай усуллар нодавлат ва халқаро ташкилотлар томонидан қишлоқ аҳолиси, меҳнат муҳожирлари, аёллар ва бошқалар билан ишланганда қўлланилади. Бундай ахборот фаолиятини “outreach” деб аташади. Бу атама аҳолининг заиф қатламига ахборот ва бошқа ёрдамларни кўрсатишга мўлжалланган ижтимоий йўналишдаги дастурларни англатади.

Қуйида маҳаллий НДТларнинг аҳолини хабардор қилиш мақсадида олиб бораётган ва бизнингча муваффақиятли бўлган иш услублари ҳақида гап боради.

Бу бўлимда Нодира Абдуллаева ўз ғояларингизни жамоатчиликка етказиш учун қуйидаги усуллардан фойдаланишни таклиф этади:

Ахборот сессиялари: Одатда мутахасислар гуруҳи аҳоли билан 1-2 соат учрашув ўтказиш учун жой-жойларга (кўпроқ чекка қишлоқларга) сафар қилади. Учрашув мобайнида мутахасислар фуқароларни аҳоли учун долзарб бўлган турли масалалардан хабардор этадилар. Тадбирнинг самарадорлиги мутахасисларнинг профессионаллигига, режаланаётган ишнинг характерига ва хабардорлик қандай мақсадларда ўтказилаётганига боғлиқ бўлади. Профессионализм, одатда, аудитория орасида ташкилот обрўсининг ортишига ва аудиторияни маълумот улар учун муҳим ҳамда керакли эканига ишонишига хизмат қилади. Бир марта ўтказилган ахборот сессияси орқали барчани мазкур ғоянинг тўғрилигига ишонтириб ёки аллақачон шаклланиб улгурган фикрларни ўзгартириб бўлмайди. Аҳолининг кенгроқ қатламини қамраб олиш учун бундай сессияларни мунтазам тарзда ўтказиб туриш лозим. Муваффақиятли ўтказилган ахборот сессиялари ташкилотнинг имиджига ижобий таъсир кўрсатади ва аҳоли ўртасида ташкилотга нисбатан муайян ижобий муносабат шаклланишига туртки беради.

Кўчма кинотеатрлар: Одатда НДТлар муҳим саналар арафасида муайян муаммо юзасидан суратга олинган ҳужжатли фильмлар намойишини ўтказади ёки бу намойишни бошқа ахборот фаолияти билан боғлайди. Инсон ҳуқуқлари маркази кўп ҳолларда меҳнат муҳожирлигига бағишланган ахборот сессиялари давомида тожик меҳнат муҳожирлари ҳаётидан ҳикоя қилувчи ҳужжатли фильмларни намойиш этади. Тажриба фильмлар аудиторияга қаттиқ таъсир қилишини кўрсатади.

Мобил театрлар: Мобил театрлар телевидения ва радио кам етиб борган ерларда жуда самарали бўлади. Ҳаётий воқеаларни саҳналиштириш орқали муайян ахборот тарқатилади ва бирон бир муаммога нисбатан нуқтаи назар шакллантирилади. Намойишдан сўнг кўрсатилган воқеа муҳокама қилинади ва асосий маълумот етказилади. ОИТВ/ОИТС профилактикаси билан шуғулланувчи кўпчилик НДТлар мамлакатнинг кўпчилик ҳудудларида ахборот беришнинг мазкур усулидан фойдаланади.

Ахборот стендлари: Ахборот стендлари бозорлар, давлат тузилмалари бинолари (милиция, суд, жамоатлар), мактаблар, касалхоналар каби одамлар кўп йиғиладиган жойларга ўрнатилади. Инсон ҳуқуқлари маркази бундай ахборот стендларини Тожикистон Республикаси ИИМнинг Сўғд вилоятидаги Миграция хизмати биноси олдида, шунингдек, мамлакат шимолидаги чегара пунктларида ўрнатган. Ахборот стендидан маълумот узатишнинг самарали усули сифатида Сўғддаги "атроф-муҳитни ҳимоя қилиш бўйича ёшлар гуруҳи" НДТси қошида ташкил этилган Экология Орхусс-Маркази тажрибасини ҳам тилга олиш мумкин. Ташкилот раҳбарининг айтишича, стендлар аҳолининг экологик ҳуқуқий онгини оширишга ва жамоатчилик эътиборини экологик муаммоларга қаратишда катта ҳисса қўшмоқда. Хабардор қилишнинг бундай усули самарадорлиги маълумотларни мунтазам алмашиб туришига боғлиқ, акс ҳолда фуқаролар эски ва долзарб бўлмаган маълумотлардан хабардор бўладилар, бу эса ахборот стендини жойлаштирган ташкилот обрўсига путр етказади.

Акциялар: акциялар одатда қандайдир муҳим саналар муносабати билан ёки муайян муаммога одамлар диққатини қаратиш мақсадида уюштирилади. Акциялар доирасида турли концертлар ёки саҳна кўринишлари намойиш этилади. Танаффуслар чоғида аудиторияга асосий маълумотлар ёки ғоялар етказилади. Инсон ҳуқуқлари маркази 2008 ва 2009 йиллари Халқаро мигрантлар куни арафасида Хўжанд шаҳрида кенг кўламли ахборот акцияларини ўтказган. Акциялар чоғида вилоятнинг машҳур санъаткорлари иштирокида концертлар берилган, Хўжанддаги мусиқа билим юрти талабалари ҳамда К. Хўжандий номидаги театр артистлари иштирокида саҳна кўринишлари намойиш этилган, меҳнат муҳожирлиги муаммоларига оид викторина ва конкурслар ўтказилган. Акция давомида аҳолига етказилиши назарда тутилган асосий маълумот

- 1990 йилнинг 18 декабрида БМТ Бош Ассамблеяси барча меҳнат муҳожирлари ва уларнинг оила аъзолари ҳуқуқларини ҳимоя қилишга қаратилган Халқаро конвенцияни қабул қилгани, Тожикистон мазкур Конвенция аъзоси сифатида меҳнат муҳожирларини ҳимоя қилиш ва қўллаб-қувватлаш мажбуриятини олгани бўлган эди. Бу акцияни ўтказиш асносида биз аҳоли ва давлат тузилмалари эътиборини меҳнат муҳожирлиги муаммоларига, айниқса, ижтимоий муаммоларга, меҳнат муҳожирларининг билим савияси муаммосига ва меҳнат муҳожирлари дуч келадиган хавф-ҳатарларга жалб қилмоқчи бўлган эдик.

Аҳолини хабардор қилиш фаолияти билан шуғулланар экан, Инсон ҳуқуқлари маркази ўзи учун бир қатор муҳим хулосаларни чиқариб олди:

- *Исталган ахборот кампанияси давлат органлари томонидан қўллаб-қувватланса самаралироқ бўлади. Инсон ҳуқуқлари маркази тажрибасида қуйидагича воқеа бўлиб ўтган: Сўғд вилояти туманларида меҳнат муҳожирларини хабардор қилиш мақсадида ўтказилиши керак бўлган тадбир маҳаллий ҳокимият вилоят маъмуриятидан ёзма рухсатнома олиб келишни талаб қилгани учун бўлмай қолган. Давлат тузилмалари вакиллари ўтказилиши режалаштирилган тадбирнинг аҳамиятини тушунишларини, лекин юқори ташкилот кўрсатмасисиз бундай тадбирни ўтказишга йўл қўя олмасликларини айтишди. Шундан сўнг биз олдиндан вилоят маъмуриятидан ўтказилаётган тадбир ҳақида хабарлари борлиги ва бу тадбир ўтказилишини қўллашлари тўғрисида расмий мактуб олишга ҳаракат қила бошладик.*

- *Ўтказилаётган ахборот кампанияларига давлат амалдорларини жалб қилиш шарт. Бу давлат тузилмалари билан мулоқот ўрнатилишига кўмаклашади ва аҳолига ўз саволларига "биринчи шахслар"дан жавоб олиш имкониятини яратади.*

- *Ахборот кампаниясини муваффақиятли ўтказиш учун брошюралар, буклетлар, ҳужжатли фильмлар ёзилган дисклар, варақалар каби визуал ахборот материалларидан фойдаланиш лозим.*

Агар ахборот кампаниясининг ўтказилишига ОАВни таклиф қилмасангиз ҳам билингки, муваффақиятли ўтказилган тадбир журналистлар эътиборига тушади, чунки у ТВ ва матбуот учун янгилик асоси бўлиб хизмат қилади

VII– БОБ ҲУҚУҚ ҲИМОЯСИ НДТЛАРИ УЧУН ЯНГИ ТЕХНОЛОГИЯЛАР



Янги технологиялардан кундалик фаолиятда фойдаланиш йўллари ҳақида kloop.kg портали асосчиси Бектур Искандер айтиб беради.

Веб 2:0 нима дегани?

“Веб 2:0” атамаси ўз моҳиятини аниқ акс эттиради. Уни тушунтириш жуда осон.

Интернет пайдо бўлганида одамлар унга нисбатан эски усулларни қўллашда давом этган. Arhive.org веб-сайтига кириб кўринг, у ерда сиз дунёдаги барча веб-сайтларнинг эски версияларини кўришингиз мумкин. Масалан, yahoo.com деб териб кўринг ва бу веб-сайт 1996 йилда қандай шаклда бўлганини кўринг. Бу веб 1:0нинг эн ёрқин мисолидир (табиийки, у вақтларда ҳеч ким бу атамани қўлламаган, бу атама вақтлар ўтиши билан қўллана бошланди).

Ўша пайтларда дунёнинг энг йирик қидирувчисига айланган Yahoo (Google ҳали йўқ эди) эскича кутубхона иерархиясига эга эди. Ўз-ўзидан қидирув тизими заиф йўлга қўйилган ва норелевант натижалар берар эди. Шунинг учун веб-сайтнинг асосини катта миқдордаги тематик рукнлар ташкил қилар эди, бу дунёдаги барча саҳифаларнинг гигант каталоги эди. Бунинг устига ҳар бир саҳифа фақат битта тоифага киритилар, бу эса бир қатор қийинчиликларни туғдирар эди, чунки битта саҳифа бир вақтнинг ўзида бир нечта тоифага таалуқли бўлиши мумкин. Одамлар Интернетга “реал” дунёга хос бўлган принципларни қўллаган. Ҳақиқатан ҳам Yahoo ўша пайтларда кутубхоналардан катта фарқ қилмас эди – сиз айнан “жавонлар” оралаб юриб, ўзингизга керакли “китоб”ни номи ва муқовасига қараб излашингизга тўғри келарди.

Веб 2:0 1990 ва 2000 йиллар бўсағасида – форумлар кўпроқ оммалаша бошлаган ва веб-сайтлар ёзувларни шарҳлаш функциясини амалга киритган бир паллада шаклланди. Кейинроқ блоглар пайдо бўлди - одамлар ўзлари истаган нарсаларни ёзиш имкониятига эга бўлди. Ўз сайтини яратиш, Интернетга ўз ёзувларини жойлаш – оддий иш бўлиб қолди. Мана шу нарса веб 2:0 деб аталади, яъни бу мундарижаси қандайдир имтиёзга эга одамлар томонидан эмас, энг аввало фойдаланувчилар томонидан тузилаётган Интернетдир.

Блогларни юритиш

Блоглар веб 2:0нинг асосидир. Блогларнинг якуний атамаси ҳалигача йўқ. Бошланғич ғоя одамларга тармоқда ўз ёзувларини олиб бориш имкониятини яратиш бўлган эди. Рус тилида дастлабки пайтларда “сетевой дневник” (“тармоқдаги кундалик”) атамаси фаол қўлланилди, аммо блоглар тез орада “кундалик” бўлмай қолгани учун ҳам бу атама тезда истеъмолдан чиқиб қолди. Блогларни “фойдаланувчининг шахсий саҳифаси” деб

Блогларни “фойдаланувчининг шахсий саҳифаси” деб тавсифлаб ҳам бўлмайди, чунки блоглар Интернетдаги ҳодиса сифатида пайдо бўлганидан бери жуда кўплаб корпоратив ва жамоавий блоглар ташкил этилди. Уларнинг айримлари ҳайрон қоларли даражада кўп одамлар томонидан тўлдириб борилади.

Ҳар ҳолда блогларни бошқа саҳифалардан фарқлайдиган нимадир бўлиши керак-ку? Биринчи навбатда блогларга хос бўлган бир қатор сифатларни ажратиб кўрсатиш мумкин. Бринчидан, блоглар одатда жуда содда тилда ёзилади. Блогларда одамлар самимий бўладилар ва оддий халқона тилдан фойдаланадилар, одамлар қуруқ протокол тилида ёзмайдилар. Иккинчидан, блоглар, албатта, мунтазам тарзда янгиланиб турадиган ёзувлардан иборат бўлади. Кўп ҳолларда улар тескари хронология шаклида жойлаштирилади. Учинчидан, блогларда шарҳлаш функцияси мавжуд.

Блогнинг ўқишли бўлиши учун бир қатор маслаҳатлар

- Блог ҳақиқатан ҳам тез-тез янгиланиб турилиши керак! Иложи бўлса, ҳар куни.
- Кросс-постинг билан шуғулланинг, яъни блогингизни шундай созлангки, барча ёзувларингиз автоматик тарзда унинг бошқа дубликлатлари ва платформаларида кўринсин.
- Ўз ёзувингизда релевант калит сўзларни қўлланг (уларни “теги”, “метки” деб ҳам аташади). Google каби қидирув тизимларига сизнинг ёзувингизни топиш осонлашади ва уларни қидирув натижаларининг юқорироқ қисмида акс эттиради.
- Сарлавҳаларга алоҳида эътибор беринг. Агар гап Ўшдаги Сулаймон тоғи ҳақида кетаётган бўлса, унда сарлавҳангизда “Сулаймон”, “тоғ” ва “Ўш” деган сўзлар бўлишига ҳаракат қилинг. Қидирув тизимларига сизнинг ёзувингизни тушуниш ва уни фойдаланувчилар қидирган қандай натижаларга қўшиб кўрсатиш масаласи осонлашади.
- Кўпроқ графика - визуал элементларни ишлатинг. Фотосуратларни, видеоларни, жадвалларни, диаграммаларни жойлаштиринг.
- Қисқа ёзинг. Интернет фойдаланувчилари узун матнларни ёқтирмайди ёки уларни мутлақо ўқимади.

Онлайн ҳамжамият: блогни қаерда очган маъқул?

Ҳамма нарса ташкилотингиз қандай аудитория учун ишлаётганига боғлиқ. Қирғизистонда аудиториянинг тўлов салоҳияти муҳим аҳамиятга эга. Ҳориж веб-сайтларига кириш учун кўпроқ пул тўланадиган мамлакатда маҳаллий блог платформасига таяниш маъқул бўлади.

Маҳаллий платформада сизнинг блогингизни кўпроқ маҳаллий фойдаланувчилар ўқийди. Қирғизистонда блог платформалари жуда оз. Мен улардан бирининг асосчиси ҳисобланаман, шунинг учун сиёсий боадаблик нуқтаи назаридан, олдин мен “қўлимни теккизмаган” ларимни тилга оламан.

Бу энг аввало Қирғизистонда энг оммавий бўлган Diesel.Elcat.kg (Diesel.kg билан адаштирманг) форумидаги блог платформасидир.

Diesel.Elcat.kg Қирғизистондаги барча янгилик агентликларидан ҳам оммавийроқ, Қирғизистонда шу кунгача яратилган сайтлар ичида энг кўп кўриладиганидир. Унда блог очсангиз Қирғизистонликларнинг эътиборини қозонишингиз мумкин. Сайтнинг камчиликлари сифатида қуйидагиларни айтиш мумкин: “Дизел”даги барча блоглар бир ҳил дизайнга эга, блоглардаги ёзувлар форумларнинг бош саҳифасига чиқарилмайди.

Яна бир блог портали – Blogs.kg. У 2009 йилда ташкил этилган ва асосан IT мутахасислар орасида оммалашган. Агар сизнинг ташкилотингиз мазкур ҳамжамиятга алоқадор бўлса, блогни ўша ерда очишингиз мумкин. Камчиликлари - жуда чекланган одамлардан иборат бўлган ҳамжамият ва фаолликнинг йўқлиги.

Ниҳоят, Kloop.kg - бу мен ташкил қилган сайт. Яхши жиҳатлари: блогни қайта тузиш ва шахсан безаш учун кенг имкониятлар яратилгани. Катта миқдорда қўшимча функцияларнинг мавжудлиги. Аудитория ҳам катта - сайтга ҳар ойда 100 минг атрофида одам киради (маълумот 2010 йил май ойига таалуқли). Камчиликлари: блогни бошқаришнинг қийинлиги, бу ишга янги киришганлар учун тушунарсиз бўлган сўзларнинг (“виджетлар”, “плагинлар”) кўплиги ва сервернинг ҳар куни кечқурун панд бериши.

Бундан ташқари Қирғизистонда машҳур бўлган бир қатор хорижий блог платформалари мавжуд. Бу албатта “Тирик журнал”, livejournal.com. Рус тилли Интернетда бу энг оммавий иккита платформанинг бири, шунинг учун мақсадли аудиториянгиз МДҲ аҳолиси бўлса, унда “Тирик журнал” тўғри танлов бўлади.

Қирғизистонликларнинг кўпчилиги Mail.ru даги блогларда ўтиради. Бу асосан мактаб ўқувчилари ва талабалар аудиториясидир. Кўпчилик бу блогларни жиддий деб ҳисобламайди, улар орасида “жиддий” журналларни жуда оз учратасиз, булар асосан, фойдаланувчилар тили билан айтганда “литдибр”- шахсий ҳаёт тўғрисидаги ёзувлардир. Агар сизнинг ташкилотингиз мактаб ўқувчилари билан ишласа, Mail.ru да блог очишингиз ўринли бўлади.

"Кросс-постинг" фақат аудиторияни кенг қамраб олиш нуқтаи назаридангина муҳим эмас, бу функцияни ишлатсангиз блогларингиз орасида автоматик тарзда ишоратлар пайдо бўлади.

Энди яна "кросс-постинг"га қайтайлик. Ҳар ҳолда бу менинг маслаҳатим - битта блогни бирданига бир нечта платформада олиб боринг. Буни қилишнинг иложи бор - Kloop.kg да сизнинг ёзувларингизни "Тирик журнал"да акс эттирувчи функция бор. Шунга ўхшаш функция Mail.ru да ҳам мавжуд. "Кросс-постинг" фақат аудиторияни кенг қамраб олиш нуқтаи назаридангина муҳим эмас, бу функцияни ишлатсангиз блогларингиз орасида автоматик тарзда ишоратлар пайдо бўлади. Қидирув тизимлари учун ҳам бу жуда муҳим, чунки сизнинг блогингизга қанча кўп ишоратлар берилса (ҳатто бу блогингизнинг эгизи орқали амалга оширилса ҳам), у қидирув натижаларининг энг юқорисидан жой ола бошлайди. (Мисол учун google.kgда "Бишкекда авиаҳалокат" ёки "ЖЖга тўсиқ" жумлаларини териб, қидирувга бериб кўринг. Бу Kloop.kg материалларимиз қидирув тизими натижаларининг энг юқорисидан жой олиши учун қилаётган ҳаракатимизга ёрқин мисол бўлади.)

Ижтимоий тармоқ сайтлари

Ижтимоий тармоқлар нега керак? Танишув учун. Бунинг аҳамиятини камситиб бўлмайди. Улардан романтик танишув учун фойдаланиш мумкин. Бизнес мақсадида ҳам танишсангиз бўлади.

Фейсбук

Қачонлардир Deutshe Welle немис телерадиоширкати мухбири Матис Винклер "фейсбук" орқали мени топган эди. У Қирғизистонга келиши керак экан ва раҳбарият унга маҳаллий онлайн ҳамжамият билан учрашиш вазифасини қўйган. Матис мени дўстлар сафига қўшди, менга хат жўнатди ва учрашишни таклиф қилди, мен, табиийки, рози бўлдим. Бунинг натижасида Deutshe Welle ва Kloop.kg ўртасида бир йилдан бери давом этаётган ҳамкорлик ўрнатилди. Бу ҳамкорлик эса "фейсбук"да бир – биримиз билан "дўст"лашганимиздан бошланди. Facebook бошқа ижтимоий тармоқлардан шунси билан фарқланади - унинг аудиторияси жуда катта, сиз дунёнинг истаган мамлакатларида яшовчи одамларни топа оласиз. Фақат бунинг учун инглиз тилини билиш зарур. "Фейсбук"да одамларни жуда осон излаб топиш воситалари яратилган – сиз одамларни иш жойи, қизиқишлари, ёши, яшаш жойига қараб излаб топишингиз мумкин. "Фейсбук"да ҳамжамиятлар тузиш, ўз лойиҳаларингиз учун фанатлар саҳифасини яратишингиз мумкин, унда одамларни жалб этишнинг енгил усуллари мавжуд.

"Фейсбук"даги энг асосий нарса-ундаги жуда кўп кўнгилочар дастурларга алаҳсиб қолмаслик. Албатта, "фейсбук"даги қирғизистонликлар аудиториясининг ўзига хос хусусиятларини билишингиз лозим - "фейсбук" дастлаб фақат инглиз тилида мавжуд эди, шунинг учун маҳаллий аудитория

ўзагини инглиз тилли бишкекликлар ёки ҳорижда яшовчи инглиз тилли қирғизистонликлар ташкил қилади.

Инглиз тилини билмайдиган қирғизистонликлар орасида “Вконтакте” ва “Одноклассники” каби Россия тармоқлари оммалашган.

Twitter

Twitter.com сервиси Интернетдаги сўнгги инқилобдир. Унинг ғояси жуда содда ва айни пайтда ниҳоятда тушунарсиздир. Айтишлари бўйича, дастлабки пайтларда ҳатто унинг асосчилари ҳам Twitter ғоясини тушунарли тарзда ифодалаб бера олмаганлар.

“Твиттер”нинг моҳияти жуда содда - сиз ўзингизга аккаунт очасиз ва 140 белгидан ошмаган хабарни ёза оласиз. “Твиттер”нинг асосий саволи - “Нима содир бўлаяпти?”

“Микроблоглар” сервиси деб ҳам аталадиган “твиттер”нинг дастлабки ғояси одамларни айни пайтда нима қилаётганини ёзишга рағбатлантириш эди.

Бошқа ижтимоий тармоқдаги каби “твиттер”да ҳам дўстларни қўша оласиз ва ўз-ўзидан уларнинг қисқа хабарларини кузатиб бориш имкониятига эга бўласиз. Сизни бошқа одамлар дўстлари сафига қўшса (“твиттерчилар” тили билан айтганда “фоллаган”да), бу улар сизнинг хабарларингизни ўқиб бориши мумкинлигини англатади.

Одамлар кенг аудиторияга бир лаҳзада янгиликларни билдира олиш имкониятига эга бўлгани “твиттер”нинг моҳиятини ҳам ўзгартириб юборди. Одамлар фақат ўзлари қилаётган ишларни ёзишдан ташқари бутун бир кампанияларни уюштира бошлади, чунки “твиттер” орқали одамларни бир жойга йиғиш ва уларга тезкор янгиликларни билдириш имкони туғилди.

“Твиттер”ни сиёсий мақсадларда қўлланилганини Молдова (бунинг ортидан мамлакатда қайта парламент сайловлари ўтказилди) ва Эрондаги митинглар мисолида кўришимиз мумкин.

“Твиттер” фақат митингларни уюштириш учун керак, деган фикрга келмаслик керак. Ўз тарафдорларингиз сонини кўпайтириб, “твиттер” орқали блогингизни оммалаштиришингиз мумкин.

Масалан, twitterfeed.com сервиси мавжуд. Бу сервис орқали блогингиздаги сарлавҳаларни “твиттер”даги экаунтингизда автоматик тарзда акс этишини таъминлашингиз мумкин. Бу йўл орқали сиз ўз саҳифангиз орқали блогингизга кўплаб ишоратларни жойлаштирасиз (яна бир бор таъкидлайман, бу қидирув натижалари учун фойдали бўлади), иккинчидан

эса, одамларни мунтазам тарзда блогингиздаги янгиликлардан хабардор қилиб турасиз.

Уяли телефонларни ишга соламиз

“Твиттер”нинг ютуқларидан бири - қисқа хабарни уяли телефон орқали ҳам жўнатиш мумкинлигида. Тўғри, Қирғизистонда бу имтиёздан ҳамма ҳам фойдалана олмайди, чунки хабарни Британия телефон рақамига жўнатиш лозим. Қирғизистонда “твиттер”га хабар жўнатиш учун шлюз очилганида, мазкур тармоқнинг оммавийлиги унинг имкониятлари каби янада ошади.

Айни пайтда “твитлар”ни SMS орқали жўнатиш кўрсатмалари жуда оддий: +44 762 4801423 рақамига “START” сўзи билан хабар жўнатасиз. Шундан сўнг ўз логин ва паролингизни тасдиқлашингиз керак, шундан сўнг юқоридаги номерни қўллаган ҳолда “твиттер”га SMS орқали хабарларингизни жўнатаверасиз.

Ўз-ўзидан бу жуда қулай: хабарни ўта тезкорликда ёйинлай оласиз. Бундан ташқари мобил телефонлари учун мавжуд сервислардан кўпчилик одамларга қулай бўлгани ҳам шудир.

Фото ва видеоматериаллар билан алмашиниш

Фото ва видеоматериаллар юзасидан Қирғизистон Интернетининг муаммоси ҳалигача ўша-ўша - жуда қиммат.

Ташқи трафик тортилаётгани учун ҳам қиммат. Агар бир кун YouTube.comда ўтирсангиз трафик асосида (ҳозирча бу Қирғизистонда Интернетга ҳақ тўлашнинг кенг тарқалган усули) ҳақ тўлаётганингиз муносабати билан катта пулга тушасиз.

Агар арзон лимитсиз трафик бўлса, сиз дунёдаги исталган сайтларни исталган миқдорда оча олиш имкониятига эга бўлган ҳолда, одатда, жуда секин тезликка эга бўласиз: видео жуда узоқ очилади ёки юкланади.

Бундай вазиятдан чиқиш йўлини яна маҳаллий сервислардан топасиз. Қирғизистонда фотосуратлар билан алмашиш мумкин бўлган энг катта сайт - fotoiyo.com. Бу сайтнинг камчилиги, у биринчи навбатда бадиий фотосуратларни жойлаштиришга мўлжалланган.

Репортаж жанридаги фотосуратларни жойлаштиришингизга ҳеч ким қаршилик қилмайди, лекин бу сайтда одамлар биринчи навбатда фотосуратнинг санъат асари сифатидаги аҳамиятини муҳокама қиладилар. “Репортаж” фотосуратлар эса иккинчи даражали деб қаралади.

Янгилик жанридаги фотосуратлар учун Қирғизистонда фақат мен юқорида айтиб ўтган блоглар платформасидан фойдаланиш мумкин

холос. Лекин уларнинг барчаси битта муаммога эга - блоглардан ахборотни ажратиб олиш пайтида сайтлар фотосуратларни бўлиб ололмайди, фойдаланувчилар томонидан яхши баҳоланган (ёки оммалашган) фотосуратлар галереясини яратмайди.

Видеосервислар орасида Қирғизистонда Blive.kg оммалашиб бормоқда. Бу сайт ташқи трафикни қўлланганингиз учун ҳақ олмайди. Бироқ Blive.kgда Қирғизистондаги барча сайтларга таалуқли бўлган ва ташқи трафикнинг қимматлиги туфайли келиб чиққан бир афсусланарли камчилик бор – веб-сайт хорижий сайтларда қирғизистонликлар учун очиқ бўлмаган ўғирланган видеолар билан тўлдирилган.

Табиийки, кўпинча хориж видеоси маҳаллий видеолардан кўра қизиқроқ бўлади ва Blive.kg рейтинг чўққисида қолиш учун ҳақиқатан ҳам қизиқ бўлган видеоларни жойлаштиришга мажбур.

Мазкур веб-сайтнинг мақтарли жиҳати - у “чиройли” видео учун мўлжалланмаган. Сиз уяли телефонингиз ёрдамида тасвирга туширган видеони жойлаштиришингиз мумкин, агар бу тасвир қизиқ бўлса, фойдаланувчилар орасида оммалашиб кетади.

Википедия

Wikipedia.org – фойдаланувчилар томонидан яратилаётган гигант энциклопедия. Сайтнинг инглиз тилидаги версияси жуда таъсирлидир. Сайтнинг инглиз тилидаги версияси афсонавий “Британники” энциклопедиясидан каттароқ ва айрим одамларнинг таъкидлашларича, ундан аниқроқдир.

Бу аниқликни таъминлаш мақсадида инглиз тилли “Википедия”га икки минг модератор жалб қилинган. Улар сайтга киритилган ҳар бир ўзгаришни ҳар куни 24 соат мобайнида кузатиб боради.

Сиз Интернетда қирғиз тилининг ривожланишига ҳисса қўшишингиз мумкин – қирғиз тилидаги “Википедия” жуда кичкина ва бир неча марта Интернет-вандаллар ҳужумига учраган.

“Википедия” фойдаланадиган “движок” вики деб аталади ва у мутлоқо бепулдир. Сиз ўзингизнинг вики-сайтингизни ташкил қилишингиз ва шахсий энциклопедиянгизни очишингиз мумкин. Ўз-ўзидан унинг ташкил этилиши асосланган бўлиши лозим.

Американинг CongressPedia.com сайти тор ихтисосли вики-энциклопедия учун энг яхши намуна бўла олади. Бу сайт Америка конгресси тўғрисидаги энциклопедиядир, унда мазкур ташкилот ҳақида “Википедия”дан кўпроқ ахборот жамланган.

Почта билан нима қилиш керак?

Электрон почта тармоғида кейинги йилларда Google ширкати ҳаракати билан катта силжишлар бўлди. Google 2004-2005 йиллар оралиғида янги Gmail (www.gmail.com) почта хизматини ишга туширди.

Унинг ўзига хосликлари нимада? Яққол кўриниб турган фарқлардан бошлаймиз. Бир мавзудаги хатларнинг барчаси ҳудди форумдаги каби битта занжирга бирлаштирилади. Унда 2005 йил учун инқилобий бўлган почта ичидаги қидирув тизими мавжуд. Бу тизим Google қидирув системасига асосланган. Ниҳоят, сиз почтани "гугл"даги бошқа хизматларга боғлашингиз мумкин. Масалан, Google Calendar ("гугл календарь") ёки Google Docs ("гугл-ҳужжатлар")га . Кўзга кўринмайдиган фарқлар – биринчи навбатда почтанинг хавфсизлиги. Gmailдаги почтани бузиб кириш жуда қийин, агарда https режимини ёқиб қўйсангиз уни бузиш янада қийнлашади (бу ишни юқоридан ўнг томонда жойлашган созлаш бўлимида амалга оширишингиз мумкин). Ниҳоят, почта ичида Gmail фойдаланувчилар ўзаро мулоқот қила оладиган чат мавжуд. Бу алоқанинг жуда қулай усули – масалан, мен бир ойда чат орқали 20 минг сатр гаплашишим мумкин, менинг иш юзасидан қилаётган мулоқотларимнинг асосий қисми мана шу тарзда ўтади. Албатта, дунёнинг барча мамлакатлари билан алоқа ўрнатишингиз мумкин, чунки бу почтадан бутун дунёда фойдаланишади.

Бундан ташқари Gmail почтани бир неча ўн тилга, жумладан, рус тилига созлашингиз мумкин. Google бу маҳсулотни ишга туширганида рақиблари қаттиқ нокаутга учраган эди, улар ҳалигача ўзларига келиша олгани йўқ. Gmailга киритилган айрим элементлар кейинроқ yahoo.com ва майкрасофтнинг hotmail.com каби халқаро сервислар почталарига ҳам қўшилди.

Иловалар

КОММУНИКАЦИЯ СТРАТЕГИЯСИ НАМУНАСИ
МАЪЛУМОТ ТУЗИШ УЧУН ВАРАҚА
ЖАМОАТЧИЛИК БИЛАН АЛОҚА ТАДБИРЛАРИ КАЛЕНДАРИ
ФОЙДАЛИ МАНБАЛАР
ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТ

1-илова: Коммуникация стратегияси намунаси

Умумий вазифа	Сиз устида ишлаётган умумий вазифа;
Мақсадлар	Асосий вазифалар таянадиган енгил баҳоланадиган элементлар;
Вазиятни баҳолаш	Ҳозирги кунда ташкилотингиз томонидан ўтказилаётган коммуникациялар бўйича тадбирларни ҳолис баҳолаш. Коммуникация бўйича тадбирларни ўтказишда ташкилотингизнинг кучли ва заиф томонлари;
ОАВни баҳолаш	ОАВ вазияти ва қайси ОАВ қандай аудиторияни қамраши тўғрисидаги маълумот; сарф-ҳаражатлар юзасидан қайси ОАВ сиз учун қулайроқ;
Мақсадли аудитория	Мақсадли аудитория ўз мақсадингизни амалга ошириш учун зарур бўлган аудитория. Билим бергингиз, таъсир кўрсатгингиз ёки фикрдош қилишни истаган гуруҳингиз;
Вақт графиги	(одатда бир йил);
Воситалар/ тактика	Мақсадли аудиторияни қамраб олиш учун ўтказиш ният қилинган конкрет тадбирлар. ОАВ учун тадбирлар ва пресс-релизлардан ташқари, бу бандга жамоатчиликни хабардор қилишнинг бошқа усулларини ҳам киритишингиз мумкин: жамоат тадбирлари, мақолалар, ҳисоботлар, маърузалар, веб-сайтлар;
Асосий мавзулар	Бир ёки иккита асосий масалалар;
Асосий хабарлар	Асосий масалалар юзасидан мақсадли аудиториянгиз учун тушунарли бўлган қисқа ва аниқ маълумотлар;
Бюджет	Режаланган тадбирлар учун сарф-ҳаражатлар;
Календарь	Тадбирларингизни қачон ўтказишингиз аниқ белгиланган режа;
Мониторинг	Коммуникация бўйича тадбирларингиз натижаларини аниқлаш мақсадида қўллайдиган методикангиз;
Ҳамкорлар	Ўз стратегиянгизнинг амалга оширилишини ҳамкорликда мувофиқлаштириш юзасидан ҳамкорларингиз

МАЪЛУМОТ ТУЗИШ УЧУН ВАРАҚА	
Ўз маълумотингиз ёрдамида қандай мақсадга эришмоқчисиз?	
Ўз маълумотингизда қандай асосий мавзуни; масала ёки муаммони кўтармоқчисиз?	
Маълумотингизнинг мақсадли аудиторияси ким?	
Мақсадли аудиториянгиз бу мавзу, масала ёки муаммо ҳақида нималарни билиши керак?	
Мақсадли аудиториянгизга етказмоқчи бўлган ғоянгизни ифода этишнинг энг аниқ ва энг қисқа усули қандай? Уни бир-иккита гапда ифодаланг.	Сизнинг маълумотингиз:
Чек-варақа. Маълумот қуйидаги талабларга жавоб берадими? • Аниқми (бўрттирилмаганми)? • Соҳангиз бўйича мутахасис бўлмаган одамга тушунарлими? • Мақсадли аудиториянгизга тушунарлими? • Газета сарлавҳаси учун мослашганми? • Ташкилотингиз мақсадларига алоқадорми? • Осон такрорланадими?	
Маълумотингизни етказиш учун қандай материалларни ишлаб чиқиш керак?	
Ўз маълумотингизда қандай шиор/асосий гапни қўллашингиз мумкин?	
Сиз жалб қилмоқчи бўлган бошқа мақсадли аудитория борми ва бунинг учун хабарингизни ўзгартириш керакми?	
Мазкур жараённи бошқа асосий масалалар/мавзуларга нисбатан қўлланг, лекин уни 3-4 хабар тузишгагина ишлатинг. Акс ҳолда аудиториянгизни чалғитасиз ва уларнинг қизиқишини йўқотасиз.	

ЖАМОАТЧИЛИК БИЛАН АЛОҚА ТАДБИРЛАРИ КАЛЕНДАРИ НАМУНАСИ						
1 Ойлик ахборот бюллетени мундарижасини режалаштиришни бошланг	2 Матбуот анжуманига тайёргарлик кўришни бошланг; ОАВ учун бу борада маълумот тайёрланг	3 Веб-сайтдаги ва ижтимоий тармоқлардаги маълумотларни янгиланг	4 Радиожурналистлар билан боғланинг ва ижрочи директорингиздан интервью олишни илтимос қилинг	5 Матбуот учун материаллар тўпламини тайёрланг;матбуот анжумани дастурини маърузачилар билан муҳокама қилинг	6	7
8 Матбуот анжуманига охирги тайёргарлик	9 Янги ҳисобот чиқарилиши юзасидан матбуот анжумани Маърузачилар билан интервью ўтказилишини ташкил қилишга ёрдам беринг Пресс-релиз чиқаринг	10 Матбуот анжуманига келаолмаган журналистларга маълумотларни тақдим этинг Матбуот анжуманининг ёритилишини кузатинг	11 Ахборот бюллетенини режалаштириш ва тузишни давом эттириш, интервью берувчи одам билан интервьюга тайёргарлик кўриш	12 Сиз ҳамкорлик қиладиган ОАВ рўйхатидаги журналистларни кейинги ҳафтага чойхўрликка таклиф қилинг	13	14

ЖАМОАТЧИЛИК БИЛАН АЛОҚА ТАДБИРЛАРИ КАЛЕНДАРИ НАМУНАСИ						
15 Ижрочи директор билан радиоинтервью	16 ОАВга кейинги ҳафтада ўтадиган давра суҳбати ҳақида маълумот тайёрланг; матбуот учун пресс-редиз ва бошқа материалларни тайёрланг Радиоинтервьюни тингланг ва таҳлил қилинг	17 Веб-сайтдаги ва ижтимоий тармоқлардаги маълумотларни янгиланг	18 Ахборот бюллетени мундарижасини таҳрир қилинг, фотосуратларни танланг	19 Офисингизда матбуот чойхўрлигини ўтказинг	20	21
22 Давра суҳбати учун сўнгги тайёргарлик	23 Давра суҳбати Экспертлар билан интервью уюштиринг Пресс-релиз чиқаринг	24 Давра суҳбати ОАВда қандай ёритилганини кузатинг Сайтда давра суҳбати ҳақида маълумот ва фотосуратларни жойлаштиринг	25 Давра суҳбатига келган журналистлар билан боғланинг ва керак бўлса қўшимча маълумотларни жўнатинг	26 Ахборот бюллетенининг сўнгги таҳрири ва верстkаси	27	28
29 Ойлик ахборот бюллетенини чиқариш	30 Кейинги ой календарини режалаштириш					

Фойдали манбалар

“Инсон ҳуқуқлари соҳасида жамоатчилик билан алоқа” семинари материаллари (2007)

Демократия ва инсон ҳуқуқларини ривожлантириш маркази. Москва

htpp://www.demoeratia.ru/docs/?content=doc&id=11

Report.ru –экспертлар жамияти

htpp://pr.report.ru/_5FolderID_21402_.html

ОАВлар учун янги ресурслар

The Hub: Global Platform for Human Rights Media and Action

htpp://hub.witness.org/

University of California Berkeley Human Rights Center, Soul of the New Machine: Human Rights, Technology & New Media conference (May 4-5,2009) conference video,

htpp://hrc.berkeley.edu/events/newmachineconfwrwnce/index.html

NewsEurasia.Net

www.neweurasia.net

Nathan Hamm, An Easy Guide to Blogging, TOL and neweurasia, available at

htpp:// www.neweurasia.net/resources/

TOL and neweurasia, Safe Blogging, TOL and neweurasia, available at

htpp:// www.neweurasia.net/resources/

Reporters Without Borders, Handbook for Bloggers and Cyberdissidents, 2009 Available at

htpp://www.rsf.org/new-version-of-Handbook-for.html

Фойдаланилган адабиётлар

American Library Assosation, “Communications Handbook for Libraries”,

http://www.ala.org

Фуқаролик жамиятини қўллаб-қувватлаш ассоциацияси, *Эффективное продвижение общественных интересов (Эдвокаси)*, Бишкек, 2006

Center for Community Change, *How to Tell and Sell Your Story*, Washington DC, spring 1998, available at www.communitychange.org

Center for Strategic & International Studies, “Examples of Social Marceting”, (рус тилида ҳам мавжуд) http://csis.org/programs/human-rights-and-security-initiative/human-rights-russia/resources (accessed November 2, 2009)

Colorado Nonprofit Assosation, *Working with the Media Nonprofit Toolkit*, date unknown

Cravens, Jayne, “Basic Press Outreach for Mission-Based Prganizations”, Coyote Communications, March 8,2009, www.coyotecommunications.com

Diplomasy Training Program, “Working witch the Media”, 2001, available at Human Rights Law Resuorces, Australasian Legal Information Institute, www.austlii.edu.au

Goodman, Andy, *Why Bad Presentations Happen to Good Causes*, Andy Goodman & Cause Communications, Santa Monica, California, 2006

Emerson, John, *Visualizing Information for Advocacy: An Introduction to Information Design*, Tactical Technology Collective, 2008

http://www.tacticaltech.org

Hershey, R. Christine, *Communications Toolkit: A guide to navigating communications for the nonprofit world*, Cause Communications Santa Monica, California, 2005

Kuratko, Aleksandra, *How to Communicate with the Local Media: A Guide for Nongovernmental Organizations and Citizens` Inisiatives*, Academy for Educational Development, Zagreb,2004

Montana State Library, Media Training 101, publications date unknown.

Oxfam and Institute for Educations, *Working with the Media on Gender and Education: A Guide for Training and Planning*, London, available at: http://www.oxfam.org.uk/resources/issues/education/gender_equality.html

Physicians for Human Rights, "Advocacy Toolkit" , available at:

http://physiciansforhumanrights.org

PRWeb, "Tips, Guidelines and Templates for Writing an Effective Press Release",

http://www.prwebdirect.com/pressreleasetips.php

SPIN Project tutorials on strateguk communications,

http://www.spinproject.org/

Toolbox for Progressive Communicators

http://www. Progressivecommunicators.net/en/toolbox

USAID Development Outreach and Communications Survial Manual, U.S/ Agensy for International Development Bureau of Legislative and Public Affairs, Washington DC, March 2009

USAID, NEW MEDIA AND INTERNATIONAL MEDIA DEVELOPMENT: A RESOURCE GUIDE FOR EUROPE AND EURASIA, Washington DC, August 2008

МУАЛЛИФЛАР ҲАҚИДА



Женнифер Крофт

Женнифер Крофт АҚШ Давлат департаменти, АҚШ Халқаро тараққиёт агентлиги (ЮСАИД) ва Европада хавфсизлик ва ҳамкорлик ташкилотида инсон ҳуқуқлари ҳамда демократизация бўйича маслаҳатчи сифатида ишлаган.

У ЮСАИДнинг Болгариядаги фаолиятининг сўнги икки йилида мазкур ташкилот учун жуда муҳим бўлган коммуникациявий стратегияга масъул бўлган, шунингдек, 4 йил давомида Марказий Осиё минтақасида фаолият юритган. Айни пайтда у АҚШнинг Орегон штатидаги Портланд шаҳрида маслаҳатчи ва муҳаррир лавозимларида ишламоқда.



ҚОЗОҒИСТОН

Вячеслав Абрамов

Халқаро журналист. 1995 йилдан бошлаб “Интерфакс-Қозоғистон” ахборот агентлигида масъул муҳаррир, парламент мухбири, махсус мухбир, матбуот маркази директори, Kazakhstan today ахборот агентлиги муҳаррири, “Тан” телекомпанияси янгиликлар хизматида, “Ретро”, “Хабар”, Қозоқ радиосида янгиликлар хизмати ва мусиқали эшиттиришлар бошловчиси сифатида ишлаган.

2000 йил январидан бери ОАВ билан самарали ҳамкорликка (Актау, Олмаота, Кокшетау шаҳарларида), ижтимоий психология ва ишчан мулоқотга (Олмаота, Остона, Боровое, Усть - Каменогорск, Тараз, Кустанай, Степногорск), зиддиятларни олдини олиш ва бартараф этиш методларига (Олмаота, Остона, Боровое, Усть-Каменогорск), стратегик режалаштиришга (Олмаота, Остона) оид 60дан ортиқ тренингларни ўтказган.

MediaNetда 2006 йил августидан бери ишлайди, 2009 йилдан ташкилот директори. 2007 йил июнидан Voice of Freedom Central Asia (Марказий Осиё Озодлик овози) порталининг шеф-редактори.



Игорь Братцев

1997 йилда Абай номидаги Олмаота давлат университетининг филология факультетини “Рус тили ва адабиёти” мутахассислиги бўйича тугатган. 1996-1996 йилларда “Тотем” ТРКсида ишлаган, муаллифлик ҳужжатли фильмларини ишлаб чиқариш билан шуғулланган. Кейинроқ “ХитFM-Хабар” радиосида ахборот-маърифий дастурлари бошловчиси бўлиб ишлаган.

2004 йилдан бери шу кунгача “Хабар” ТРКсида ахборот-публицистик дастурлари сценаристи ва муҳаррири сифатида меҳнат қилмоқда. Gazeta.kz онлайн нашри ва “Мир Евроазии” журнали билан ҳамкорлик қилади.

2005 йилдан бошлаб MediaNet халқаро журналистика маркази директори ўринбосари. ОАВ билан самарали алоқалар юзасидан халқаро, нодавлат, давлат ва тижорат тузилмалари учун бир қатор тренинглар ўтказган. МедиаМактабнинг доимий теренери. Махсус курснинг ТВ-йўналиши раҳбари.



Андрей Гришин

“Қозоғистонда инсон ҳуқуқлари вазияти” электрон мониторингги журналисти/муҳаррири. Қозоғистон Республика халқ партияси шаҳар кенгаши аъзоси (фаолияти тўхтатилгунига қадар).

Қозоғистон ва хориждаги босма ҳамда Интернет ОАВларда нашр этилган 300 дан ортиқ мақола муаллифи. Асосан сиёсий ва ҳуқуқ ҳимояси мавзуларида ёзади (Марказий Осиё озодлик овози, Фергана, IWPR, Zona.kz, Мир Евроазии ва бошқалар).

Сўнгги уч йилда асосий мавзуси Қозоғистонда инсон ҳуқуқларига риоя қилиниши бўлиб қолди (виждон эркинлиги, тинч йиғилиш ҳуқуқи, буюртма судлар, сиёсий асосга эга бўлган суд жараёнлари). Кришнаитлар қишлоғи юзасидан вазият, Олмаотадаги ер босиб олиниш оқибатида юзага келган мавзелардаги ҳаёт, жамиятдаги миллатлараро муносабатлар масаласида ёзилган туркум мақолалар муаллифи.

ҚИРҒИЗИСТОН



Акмат Алагушев

1994 йилда Қирғизистон давлат университетининг юридика факультетини “ҳуқуқшунос” мутахасислиги бўйича тамомлаган. 1994 йилдан 1996 йилгача Бишкек шаҳар Октябрь туман прокурори ёрдамчиси вазифасида ишлади. 1996 йилдан 2000 йилгача Бишкек шаҳар прокуратурасининг суд қарорларининг қонунийлигини назорат қилиш бўлими прокурори, жиноятларни тергов қилинишини назорат қилиш бўлими прокурори.

2000-2006 йилларда Internews Network ташкилотининг Қирғизистондаги ваколатхонасида меҳнат қилди. 2006 йилдан 2009 йилгача “Медиа Вакил институти” жамоат жамғармаси юристи, 2009 йилдан бери Медиа вакил.

Журналистлар фаолиятининг ҳуқуқий асослари юзасидан ёзилган мақолалар муаллифи/ҳаммуаллифи.



Инга Сикорская

Инга Сикорская IWPR Британия ваколатхонасининг Туркманистон ва Ўзбекистон бўйича бош муҳаррири. Уруш ва тинчликни ёритиш институти айни пайтда минтақадаги ва хориж давлатлардаги ўқувчилар орасида оммалашган Марказий Осиё янгиликлар сводкаси (NBCA) лойиҳасини амалга оширишга киришган 2006 йилдан бери Ўзбекистон ва Туркманистондаги вазият таҳлили билан шуғулланади.

Инга профессионал журналист –журналистика ва ҳуқуқшунослик соҳалари бўйича иккита олий маълумотга эга. 1996 йилда Қирғиз радиосида мухбир бўлиб иш бошлаган, кейин янгиликлар муҳаррири, сиёсий шарҳловчи, Миллий телевидения ижтимоий-сиёсий дастурлар ва Конституциявий ислоҳот борасидаги туркум кўрсатувлар муаллифи. Интерньюс-Қирғизистон, халқаро Интернет нашрлар ва лойиҳалар билан ҳамкорлик қилиб, таҳлилий мақолалар ёзган. Илмий тадқиқотлар ва алмашинувлар кенгаши (IREX) билан Туркманистонда ОАВ тараққиёти масаласи бўйича медиаэксперт сифатида ҳамкорлик қилган.



Абдумўмин Мамараимов

Абдумўмин Мамараимов “Voice of Freedom” жамоат жамғармаси бошқармаси раиси, “Марказий Осиё озодлик овози” порталининг Қирғизистон бўйича бош муҳаррири, “Озодлик овози” ижтимоий-ҳуқуқий газетасининг бош муҳаррири.

Амалиётчи журналист. 15 йиллик меҳнат фаолияти давомида журналистликдан бош муҳаррирликкача бўлган йўлни босиб ўтган. Уруш ва тинчликни ёритиш институтидан ташқари Россиядаги “Фарғона.ру” ахборот агентлиги билан ҳам ҳамкорлик қилади.

АҚШ, Швеция, Россия ва Польшада ўтган турли халқаро дастурларда иштирок этган. Тренерлик тажрибасига эга, Бишкекдаги ЕХҲТ Академиясининг ОАВ соҳаси бўйича тренерлар тайёрлаш бир йиллик дастури битирувчиси дипломига эга, БМТТД ва IWPR йўналиши бўйича ТОТ сертификатларига эга.



Александр Кулинский

Журналистик фаолиятини 1997 йилда бошлаган. Жамоатчи мухбир даражасидан бир неча телеканалларнинг янгиликлар хизмати раҳбари, бир қатор нашрлар бош муҳаррири вазифасигача бўлган йўлни босиб ўтди. 8 йилдан ортиқроқ “Пирамида” телеканалида ишлади. 2000-2004 йилларда унга машҳурлик олиб келган “Бизнинг вақт” теледебатларининг олиб борувчиси. 2004 йилда ўз ҳамкасблари билан НТС янги телеканалига ишга ўтди. Шундан сўнг “Комсомольская правда в Киргизстане” ва “Лица” газеталарида меҳнат қилди. Журналистика соҳасидаги 15 та мукофот соҳиби.

2006 йилдан бери журналистика соҳасида жамоатчилик ва маърифий фаолият билан шуғулланади. Депутатликка номзодлар, президентлика номзодлар, сиёсий партиялар, НДТлар, тижорий тузилмалар учун жамоатчилик олдида маъруза қилиш, жамоатчилик билан алоқа ва мабуот хизмати йўналишларида бир қатор тренинглар ўтказган. Жогорку Кенешнинг коммуникациявий стратегиясини ишлаб чиққанлардан бири. Бир қатор сиёсатчиларга жамоатчилик ва ОАВ билан алоқа юзасидан маслаҳатлар беради.



Бектур Искандер

Бектур Искандер 2007 йилда Kloop.kg порталига асос солган. Бу сайтда янгиликларни асосан портал қошидаги Янги медиалар мактабида таълим олувчи 15 ёшдан 25 ёшгача бўлган ёш журналистлар ёзади. Бундан ташқари Kloop.kg Қирғизистондаги энг йирик блог платформаларидан бири ҳисобланади.

Kloop.kgдаги муҳаррирлик ва тренерлик фаолиятидан ташқари Бектур мунтазам тарзда "Немис тўлқини" ва Internews Network билан ҳамкорлик қилади, уларга янги медиа ва блоггинг бўйича тренинглар ўтказишда кўмаклашади.

Internews Networkнинг Қирғизистондаги ваколатхонаси тренингларида тарбияланган: сўнгги саккиз йилда мазкур ташкилот томонидан ўтказилган бир неча ўн тренинглар иштирокчиси.

ТОЖИКИСТОН



Марат Мамадшоев

1967 йилнинг 22 февралида Душанбе шаҳрида туғилган. 1991 йилда Тожикистон давлат университетини тарих ва жамиятшунослик фани ўқитувчиси мутахасислиги бўйича тамомлаган.

1998 йилдан бери журналистик фаолият билан шуғулланади. "Asia-Plus" ахборот агентлигида иш бошлаган. 2000 йилда шу номдаги газетага мухбир сифатида қабул қилинган. 2003 йил январида газета бош муҳаррири лавозимига тайинланди. 2004 йил июнида Internews Networkнинг Тожикистон Республикасидаги ваколатхонасида иш бошлади, 2005 йил июнидан эса Simera халқаро ташкилотининг Тожикистондаги ваколатхонасига раҳбарлик қилди.

2006 йилда "Asia-Plus" газетасига муҳаррир қатори ишга қайтди.



Нуриддин Қаршибоев

1961 йилда туғилган. Мактабда ўқиб юрган чоғларидаёқ журналистика билан қизиқди. Биринчи хабарлари “Пионери Точикистон” болалар газетасида ва “Шухрати Ашт” туман газеталарида чоп этилган. Кейинроқ “Ҳақиқати Ленинобод” вилоят газетаси билан ҳамкорлик қила бошлади. 1984 йилда М.В. Ломоносов номидаги Москва давлат университетининг журналистика факультетини тамомлади.

Меҳнат фаолиятини “Точикистони совети” республика газетасида мухбирликдан бошлади, кейинроқ бўлим бошлиғи, ижодий бирлашма бошлиғи, бош муҳаррир ўринбосари лавозимларида ишлади. Шундан сўнг Тожикистоннинг “Ховар” ахборот агентлиги директори ўринбосари лавозимига тайинланди. 1998 йилда Интерпресс-сервис деб номланган хусусий ахборот агентлигини ташкил қилди. Тожикистон мустақил оммавий ахборот воситалари миллий ассоциацияси (ТМОАВМА) ташкилотчиларидан бири. У ташкилот раислигига сайланган, 2002 йилда эса бу лавозимга қайта сайланди.

Оммавий ахборот воситаларини ривожлантириш йўналишида фаол ишламоқда. ОАВ соҳаси бўйича тан олинган эксперт. Ҳуқуқ ҳимояси, ОАВ манфаатларини ҳокимият тузилмаларида тақдим этиш фаолияти билан шуғулланади. Оммавий медиа йўналишидаги бир қатор минтақавий ва халқаро анжуманлар ташкилотчиси. Тренерлик, модераторлик, фасилитаторлик йўналишида бой тажрибага эга. 600 дан ортиқ мақола, очерк ва илмий маърузалар муаллифи.



Нодира Абдуллаева

Нодира Абдуллаева 2003 йилда Ҳуқуқ, тадбиркорлик ва сиёсат Тожикистон давлат университетини тамомлаган. 2007 йилда Польшадаги Инсон ҳуқуқлари бир йиллик олий курсида ўқиди.

Нодира ўз касбий фаолиятини 2002 йилда Тожикистон Республикаси адвокатлар коллегиясида бошлади. У аввал адвокат ёрдамчиси, сўнгра адвокат бўлиб ишлади. 2003 йилда Нодира “Инсон ҳуқуқлари маркази” (бундан кейин ИҲМ) жамоат ташкилотига аъзо бўлди. 2005 йилдан 2008 йилнинг ўрталаригача у ИҲМнинг Сўғд вилоятидаги бўлимига раҳбарлик қилди. 2008 йилнинг ўрталаридан Нодира ИҲМнинг Душанбедаги Таҳлилий марказига бошлиқ этиб тайинланди. Айни пайтда у адолатли судлов ва меҳнат муҳожирлари ҳуқуқлари соҳасига ихтисослашган.

Сотиш мумкин эмас

IWPRнинг Қирғизистондаги ваколатхонаси

Қирғиз Республикаси, Бишкек ш., 720017

Тоголок Молдо кўчаси,18-2

Тел.:+996 (312) 66 44 53, 61 38 70

Тел./Факс: +996 (312) 61 38 70

E-mail:iwpr.kyrgyz@iwpr.net

IWPRнинг Қозоғистондаги ваколатхонаси

Қозоғистон Республикаси, Олмаота ш., 050000

Қазибек би кўчаси, 50, 84-офис, 2-қават

Тел.: +7 (727) 27 25 903, 27 26 421, 27 26 890

Тел./Факс: +7 (727) 27 25 903

E-mail:iwpr.kazahstan@iwpr.net

E-mail:iwpr.kazahstan@gmail.com

IWPRнинг Тожикистондаги ваколатхонаси

Тожикистон Республикаси, Душанбе ш., 734003

Рудаки проспекти,137 «Точикматлубот», 6-қават

Тел.: +992 (372)24 70 26

Тел./Факс: +992 (372) 24 70 51

E-mail:iwpr.tajikistan@iwpr.net



Ахборот дунёда юз бераётган жараёнларга тобора қаттиқроқ таъсир кўрсатмоқда, аммо бу ҳокимиятдан турлича фойдаланиш мумкин. Жаҳон амалиётида журналистлар фуқаролар ҳуқуқлари ва манфаатлари ҳимоясида туради: лекин бизнинг мамлакатимизда уларнинг кўпчилиги кузатувчи бўлиб қолмоқда. Бу ишни эса ҳуқуқ ҳимоячилари ўз зиммасига олмоқда. Ҳуқуқ ҳимояси НДТлари ва оммавий ахборот воситалари ўртасидаги ҳамкорлик тиғизроқ бўлишини истардим. Шу нуқтаи назардан мазкур қўлланма бу йўналишдаги камчиликларни бартараф этишда яхши кўмакчи бўла олади.

Динара Ошрахунова, "Демократия ва фуқаролик жамияти учун" коалицияси раҳбари



Ҳуқуқий ва демократик бўлишни хоҳлаган исталган мамлакатдаги, жумладан, Тожикистондаги давлат ҳокимияти ҳамда фуқаролик жамиятининг энг асосий инсоний вазифаси мазкур мамлакатда қабул қилинган, амалда ишлаётган, тан олинган қонунларга асосланган ҳолда фуқароларни ўз ҳуқуқлари учун курашга, уларни ҳимоя қилишга ўргатишидир. Тожикистон жамиятидаги инсонпарварлик вазифаларидан бирини бажаришга кўмаклашиш мақсадини кўзлаган мазкур амалий қўлланма жуда долзарб ва зарурдир.

Рахматулло Зоиров, Тожикистон социал-демократлар партияси лидери, ҳуқуқ ҳимоячиси



Ҳуқуқ ҳимоячилари учун баъзан муайян ишни (муаммони) жамоатчилик эътиборига ҳавола қилиш - одамга унинг муаммоларини ҳал этилишига ёрдам беришнинг ягона усули бўлиб қолади. Бундай вазиятларда ҳуқуқ ҳимоячисининг ОАВ билан ўзаро манфаатли алоқани ўрнатиш, керакли журналистни танлаш, маълумотни тўғри етказиш, уни тақдим этаётганда йўналишларни тўғри белгилаш каби бир қатор деталларга аҳамият бериши - унинг профессионал фаолиятидаги муваффақияти гаровидир. Бу фаолият эса кўпинча инсон тақдирларига боғлиқ бўлади. Мулоқот қилиш ва ўз фикрини ирод қила олиш, шубҳасиз, санъатдир, лекин уни ўзлаштириб олиш мумкин. "Самарали коммуникациялар: ҳуқуқ ҳимояси билан шуғулланувчи нодавлат ташкилотлари учун қўлланма" нашри ОАВ ва ҳуқуқ ҳимояси ташкилотлари ҳамкорлиги масаласига оид намунавий тажрибалар ҳосиласи йиғилган китобдир. Бу китоб, шубҳасиз, ўз фаолиятини эндигина бошлаган ҳуқуқ ҳимоячилари ва тажрибали ҳуқуқ ҳимояси НДТларига ОАВ ҳамда жамият билан мулоқот қилиш санъатини ўргатувчи қўлланма сифатида фойдалидир. Энг муҳими, қўлланма ҳуқуқ ҳимоячиларига мунтазам тарзда изланадиган керакли маълумотларни қидириб топишда ўз вақтларини тежашни ва бу ишни қай тарзда амалга оширишни ўргатади.

Виктория Тюленева, Қозоғистондаги Инсон ҳуқуқлари ва қонунчиликка риоя этиш халқаро бюроси ҳуқуқ ҳимояси маркази директори.

© Уруш ва тинчликни ёритиш институти (IWPR), 2012