

Давлат хизматида PR ва медиа саводхонлик

Медиа ва ахборот саводхонлиги нега зарур?

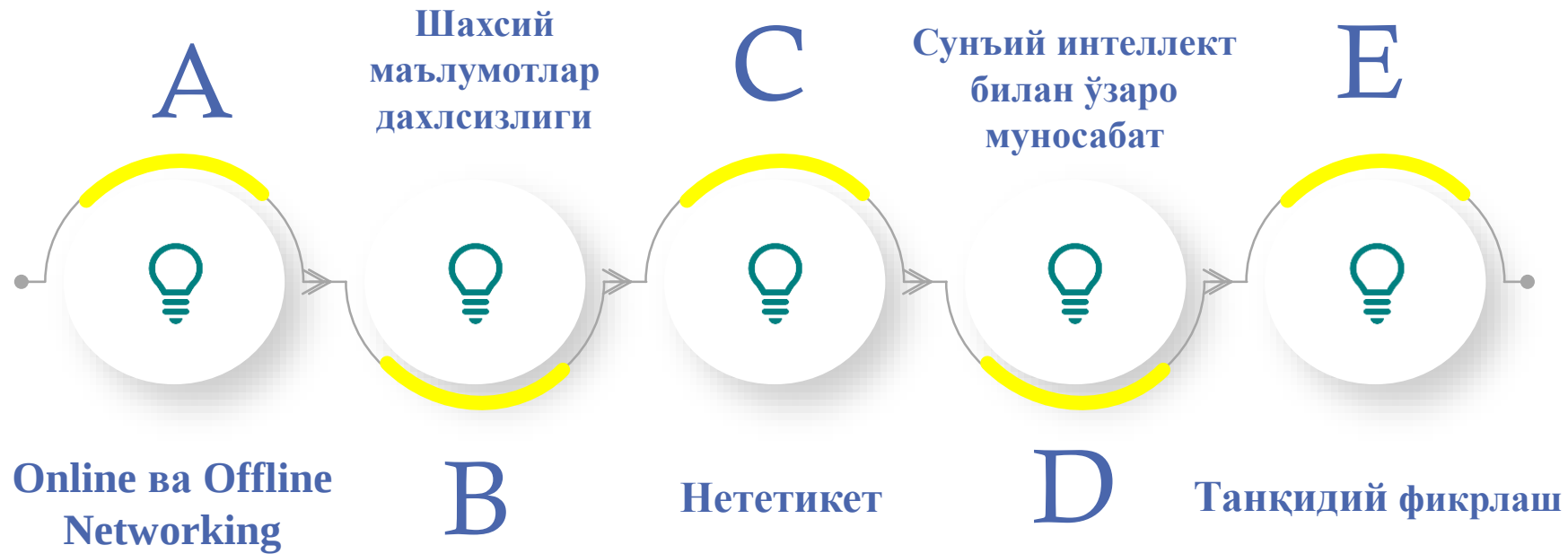


1. Ахборотдан баҳрамандлик, ахборотдан тўғри фойдаланиш
2. Репрезентация ва реалликнинг фарқини англаш
3. Ахборий экология учун

Ахборий саводхонлик

- ▶ Ахборий эҳтиёжни аниқлаш ва ифодалаш
- ▶ Ахборотни баҳолаш
- ▶ Ахборотга кириш ва уни қабул қилиш малакаси
- ▶ Ахлоқ меъёрларига амал қилган ҳолда ахборотдан фойдаланиш
- ▶ Ахборотни
- ▶ тизимлаштириш
- ▶ Ахборотни узатиш

Глобллашув даврида ахборот саводхонлиги нега зарур?



Медиясаводхонлик



Демократик жамиятдаги
медиянинг роли ва
вазифаларини тушуниш



Медия қандай шароитда
вазифаларини бажара олишини
тушуниш



Ўзига хос вазифаларидан келиб
чиқиб медиа контентини танқидий
баҳолаш



Ўз-ўзини таҳлил қилиш ва демократик
жараёнларда иштирок этиш учун
медия билан биргаликда ҳаракатланиш



Фойдаланувчилик контенти учун зарур бўлган (АКТ
билан ишлаш билан боғлиқ) малакани шакллантириш

МЕДИА-ИСТЕЪМОЛ



Фойдаланиш имконияти



Таҳлил



Баҳо



Рефлексия



Ҳаракат



МЕДИА-САВОДХОНЛИК

Ахборотлар билан ишлашда тавсиялар

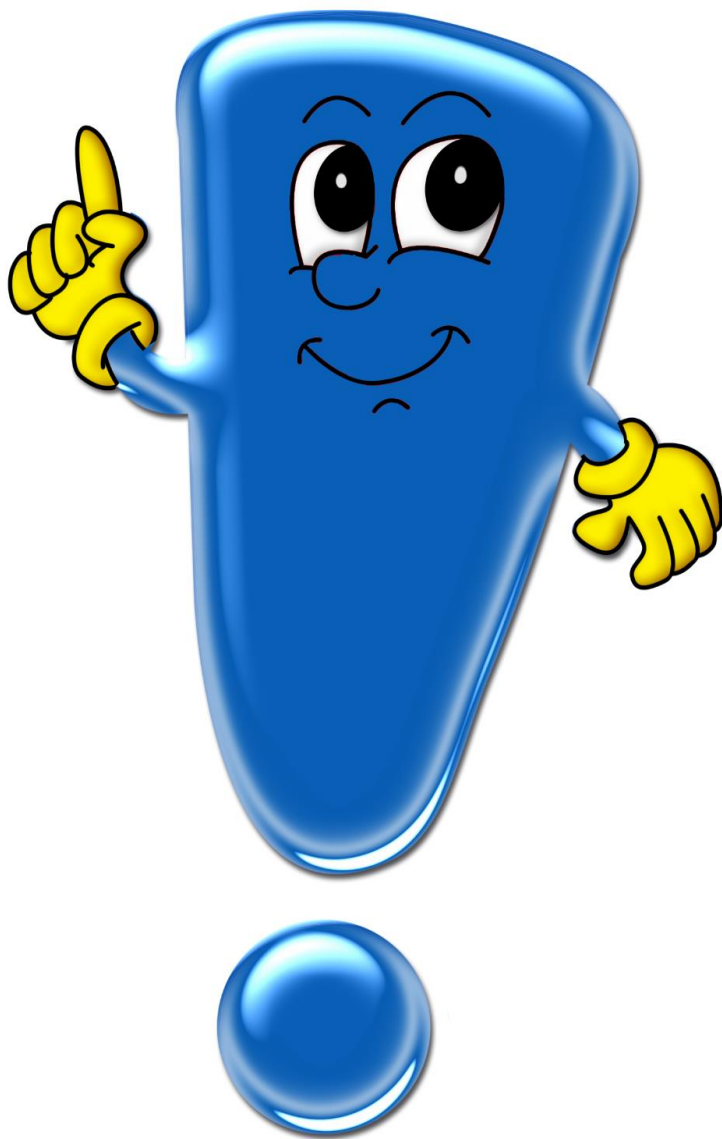
1. Ахборот мафкурасини аниқланг
2. Ахборот тарқатаётган ким деган саволга жавоб беринг
3. Ахборот контекстини таҳлил қилинг
4. Ахборот кимларга қаратилганини аниқланг
5. Бошқалар бу ахборотга қандай муносабат билдираётганига эътибор қаратинг
6. Ахборотни улашишдан олдин масъулиятни зиммангизга олаётганингизни унутманг

Давлат амалдорлари
оммавий ахборот воситалари билан
ишни қай тарзда йўлга қўйиши керак?



Унутманг!

❖ **Журналистларнинг ҳам, давлат
хизматчиларининг ҳам вазифаси
битта — жамиятга хизмат
қилиш.**



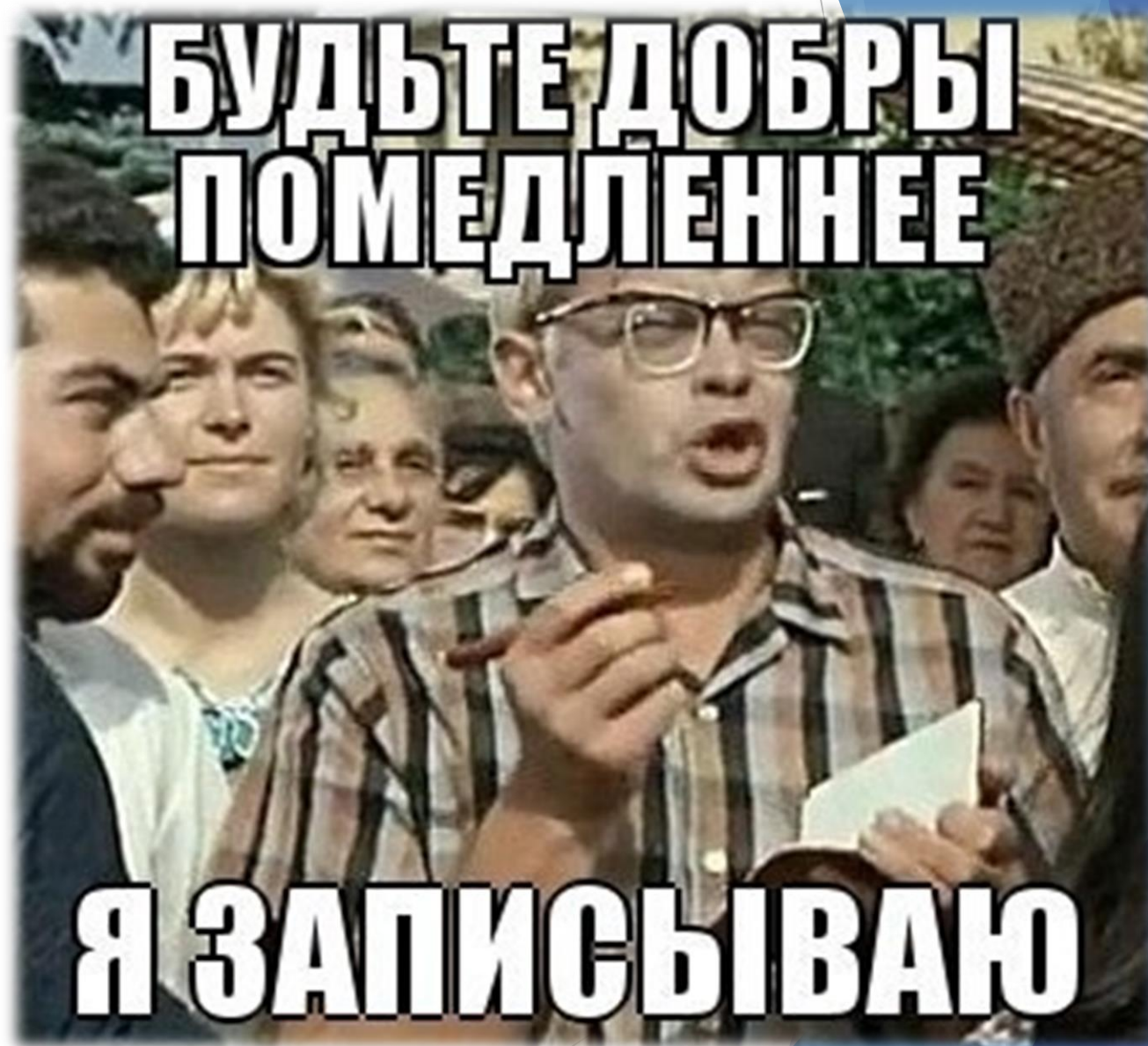
Афсуски, сўнгги пайтларда давлат
хизматчилари ва турли даражадаги
мансабдор шахсларнинг оммавий ахборот
воситалари вакиллари билан нотўғри иш
олиб бориши ҳолатлари амалиётда тез-тез
учраб турибди. Бу эса матбуотда улар
хусусида салбий ёндашувга эга
материалларнинг кўпайишига, шунингдек,
ижтимоий тармоқларда мазкур давлат
хизматчиларининг шахсиятига қадар
мунозаралар юзага келишига сабаб
бўлмоқда.



Бундай ҳолатларнинг олдини олиш учун бугун мен сизларга ОАВ билан яхшироқ ва муваффақиятли ҳамкорлик ўрнатишда ёрдам берадиган бир нечта оддий қоидалар ҳамда тактикаларни ўргатмоқчиман.

Ёзиб олишингиз
учун секинроқ
айтаман)

Марҳамат!



Аввало, қуйидагиларни англаб етиш ЛОЗИМ:

- ▶ Журналистлар ва давлат хизматчиларининг асосий муносабатлари мамлакат фуқароларига ижтимоий аҳамиятга эга маълумотларни олиш ва етказиб беришда ўзаро кесишади.
- ▶ Бу жуда ҳам оддий ва қонунчилик билан тартибга солинган содда жараён амалда турли тортишувлар ва тушунмовчиликлар билан мураккаблашиб кетгандир.
- ▶ Бизнинг вазифамиз — сизларга матбуот ва журналистлар билан муносабатларни тўғри йўлга қўйишни, қайси ахборотни қачон ва қандай етказишни ўргатишдан иборат.

Келинг, бунини гарблик сиёсатишуносларнинг бир нечта оддий, аммо муҳим тавсияларидан бошлайлик.

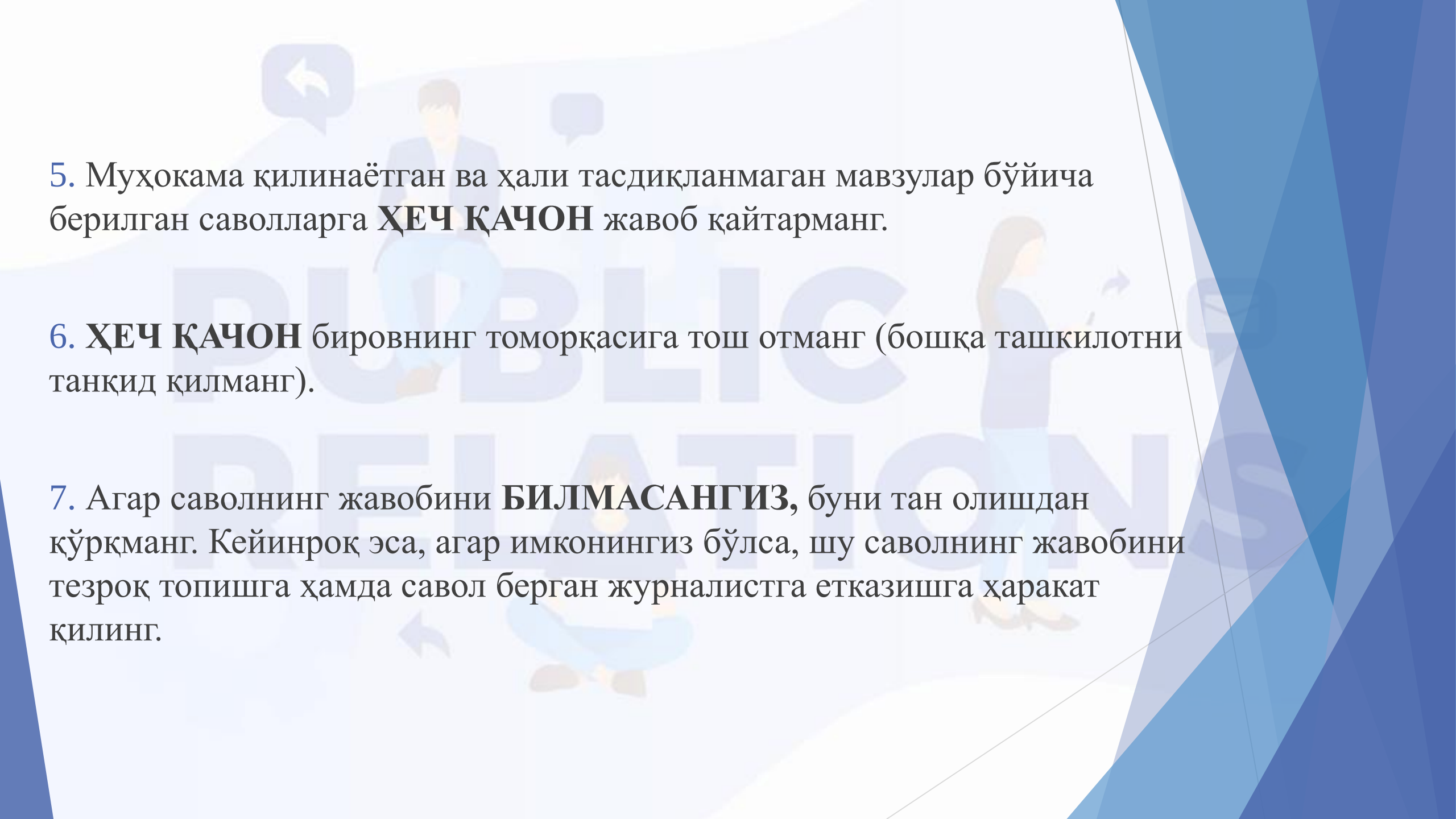
Боленнинг “Матбуот билан алоқа қилишнинг етти қондаси”

1. **Матбуот (ОАВ) ни ҲАМИША жиддий қабул қилинг.**
Улар профессионаллардир ва сиз ҳам уларга худди профессионалларга қарагандек қаранг.
2. **МАТБУОТГА ҲЕЧ ҚАЧОН ЁЛҒОН ГАПИРМАНГ.**
Агар шундай қилсангиз, сизнинг ёлғонингиз фақат ва фақат ўзингизга оғир оқибатларни олиб келади.

The background features a light blue and white geometric pattern. Overlaid on this are faint, stylized illustrations of people: a man sitting and reading, a woman standing and looking at a phone, and a person sitting on the floor. There are also speech bubbles and arrows scattered around.

3. Сиз матбуотга **ҲАММА НАРСАНИ** айтишга мажбур эмассиз!

4. “Агар, мабодо...” деб бошланадиган мужмал саволларга **ҲЕЧ ҚАЧОН** жавоб берманг. Журналистдан саволни аниқ шакллантиришини сўранг.



5. Мухокама қилинаётган ва ҳали тасдиқланмаган мавзулар бўйича берилган саволларга **ҲЕЧ ҚАЧОН** жавоб қайтарманг.

6. **ҲЕЧ ҚАЧОН** бировнинг томорқасига тош отманг (бошқа ташкилотни танқид қилманг).

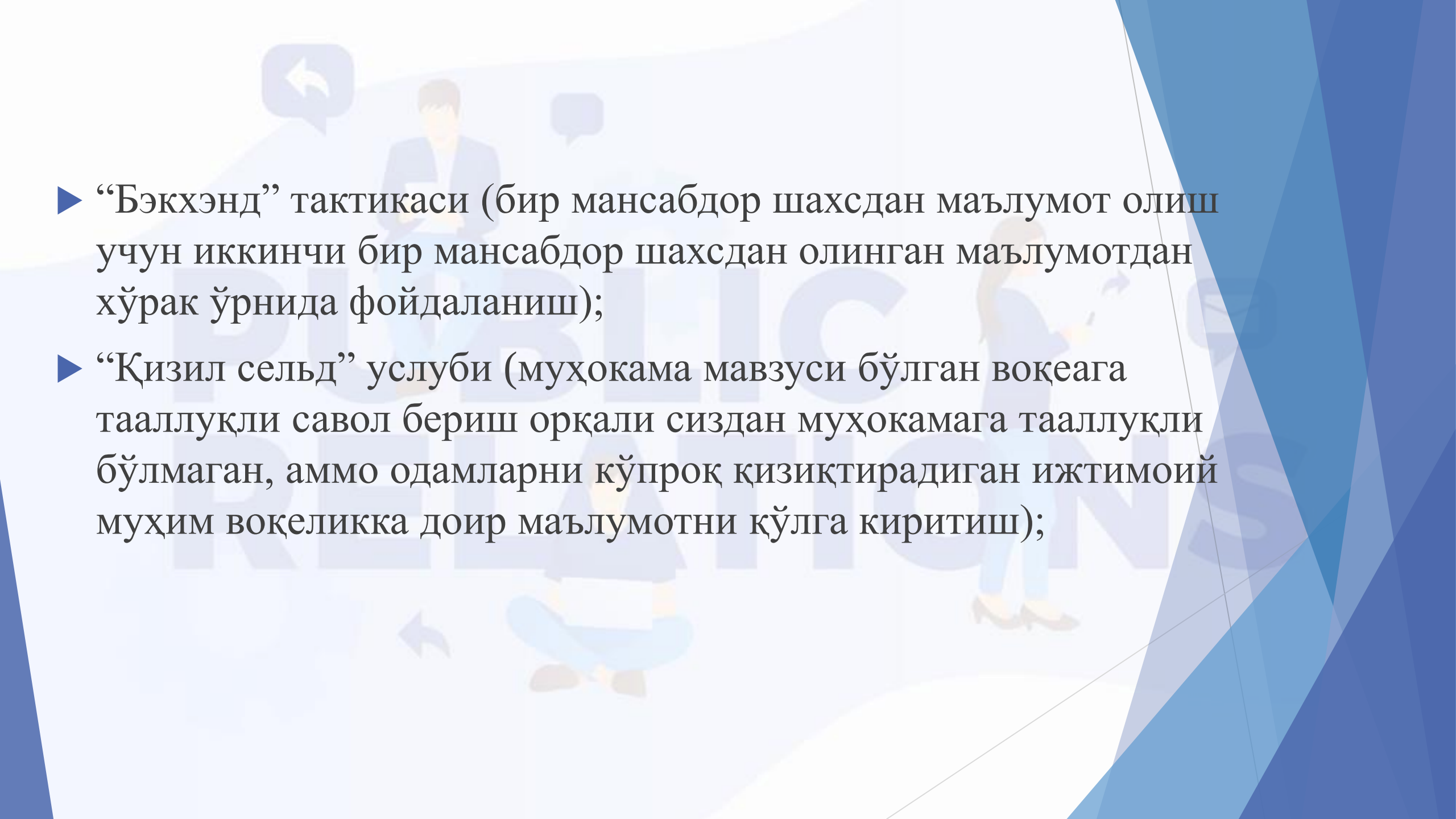
7. Агар саволнинг жавобини **БИЛМАСАНГИЗ**, буни тан олишдан қўрқманг. Кейинроқ эса, агар имконингиз бўлса, шу саволнинг жавобини тезроқ топишга ҳамда савол берган журналистга етказишга ҳаракат қилинг.

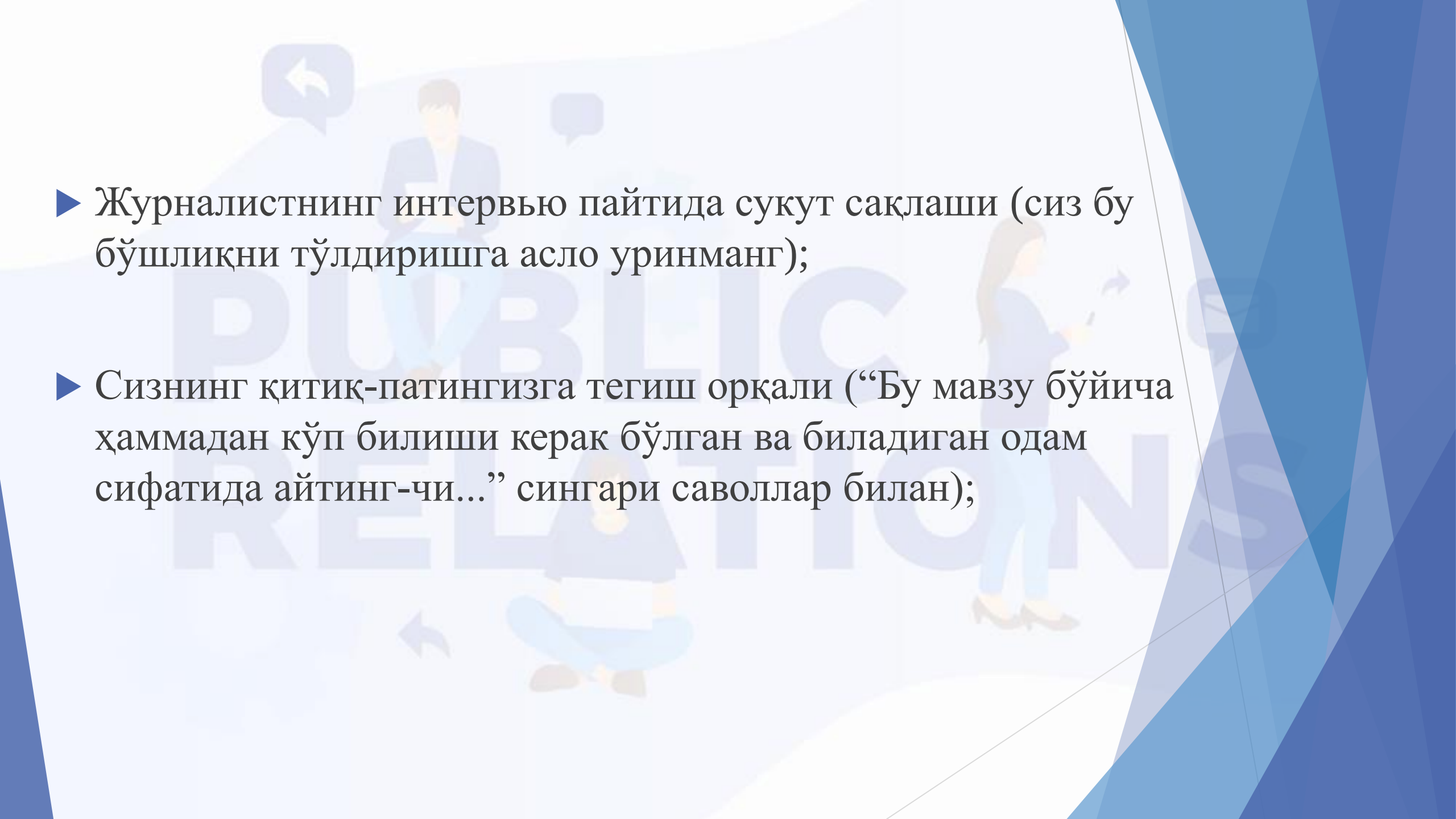
Бу етти қоидага “Дэвид “Ньюсоннинг қўшимчаси” бор:

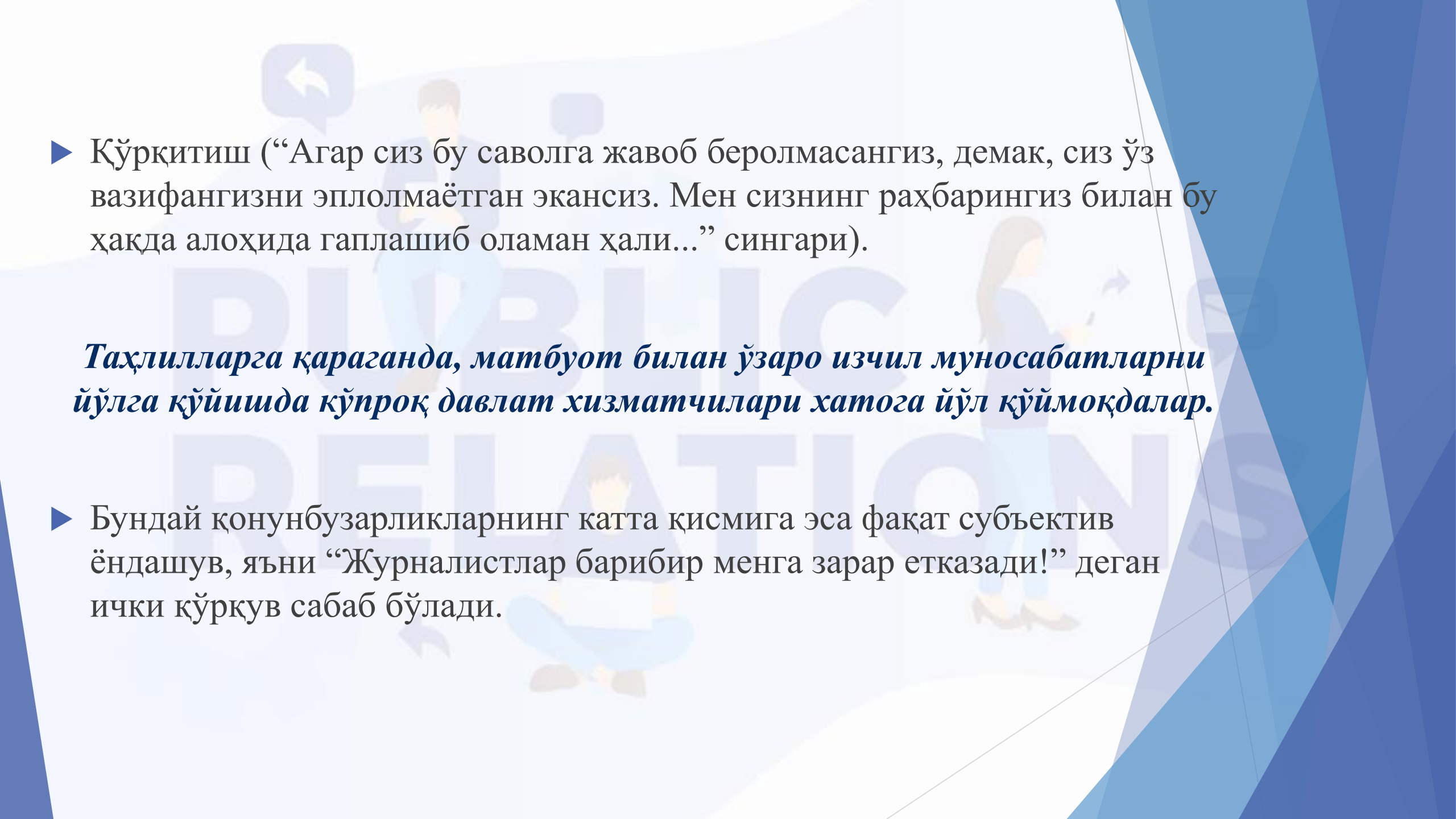
1. Журналистлар орасида эътиборга ноил бўлиш истагида **ҲЕЧ ҚАЧОН** ўзингиз ишлайдиган ташкилотнинг сиёсатини танқид қилманг.
2. Сиз ташкилотингизнинг раҳбари ёки расмий вакили эканингизни **ҲЕЧ ҚАЧОН** унутманг.
3. **ҲЕЧ ҚАЧОН** бир журналистга бошқа журналистга айтишга тайёр бўлмаган гапингизни айтманг.

Шунингдек, баъзи журналистлар сизни тилингиздан тутиш учун ишлатадиган қуйидаги айрим ҳийла-найрангли тактикалардан хабардор бўлиш ҳам сиз учун кони фойда:

- ▶ Кутилмаган (олдиндан келишилмаган) саволлар;
- ▶ “Босим ўтказиш” (арзимас маълумотни ўртага ташлаш билан улар бу мавзу доирасида кўпроқ нарса билишларига сизни ишонтиришга уринишади ва шу орқали сиздан янада кенгроқ маълумот олишга эришмоқчи бўладилар);

- 
- The background features a light blue and white illustration. At the top, a man in a suit is shown from the chest up, holding a tablet. To his right, a woman in a blue dress is standing and looking at a smartphone. Below them, a person is sitting on the floor, also looking at a device. There are several speech bubbles and arrows scattered around, suggesting a communication or social media theme. The overall style is clean and modern.
- ▶ “Бэксхэнд” тактикаси (бир мансабдор шахсдан маълумот олиш учун иккинчи бир мансабдор шахсдан олинган маълумотдан хўрак ўрнида фойдаланиш);
 - ▶ “Қизил сельд” услуби (муҳокама мавзуси бўлган воқеага тааллуқли савол бериш орқали сиздан муҳокамага тааллуқли бўлмаган, аммо одамларни кўпроқ қизиқтирадиган ижтимоий муҳим воқеликка доир маълумотни қўлга киритиш);

- 
- ▶ Журналистнинг интервью пайтида сукут сақлаши (сиз бу бўшлиқни тўлдиришга асло уринманг);
 - ▶ Сизнинг қитиқ-патингизга тегиш орқали (“Бу мавзу бўйича ҳаммадан кўп билиши керак бўлган ва биладиган одам сифатида айтинг-чи...” сингари саволлар билан);

- 
- Қўрқитиш (“Агар сиз бу саволга жавоб беролмасангиз, демак, сиз ўз вазифангизни эплотмаётган экансиз. Мен сизнинг раҳбарингиз билан бу ҳақда алоҳида гаплашиб оламан ҳали...” сингари).

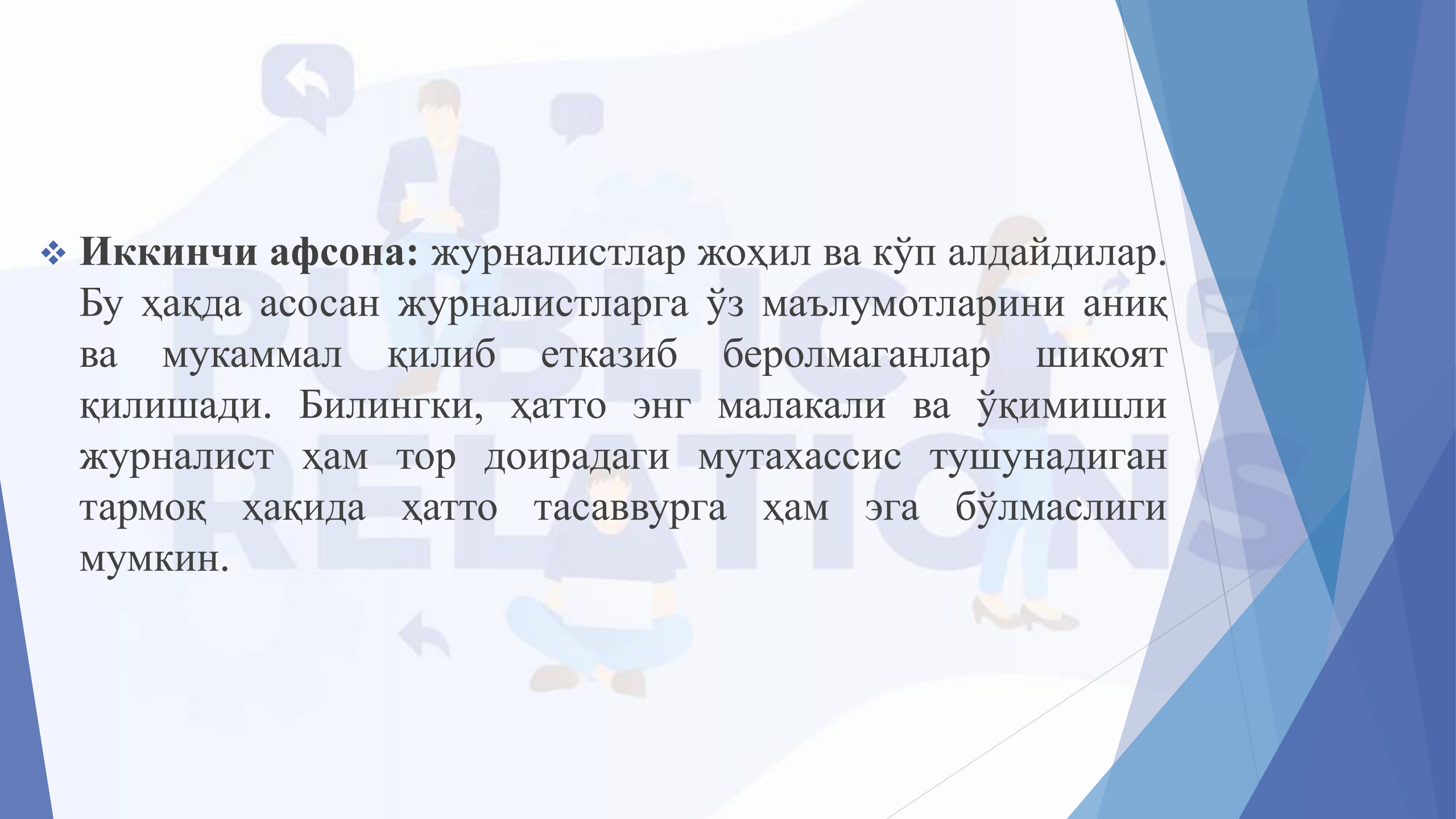
Таҳлилларга қараганда, матбуот билан ўзаро изчил муносабатларни йўлга қўйишда кўпроқ давлат хизматчилари хатога йўл қўймоқдалар.

- Бундай қонунбузарликларнинг катта қисмига эса фақат субъектив ёндашув, яъни “Журналистлар барибир менга зарар етказади!” деган ички қўрқув сабаб бўлади.

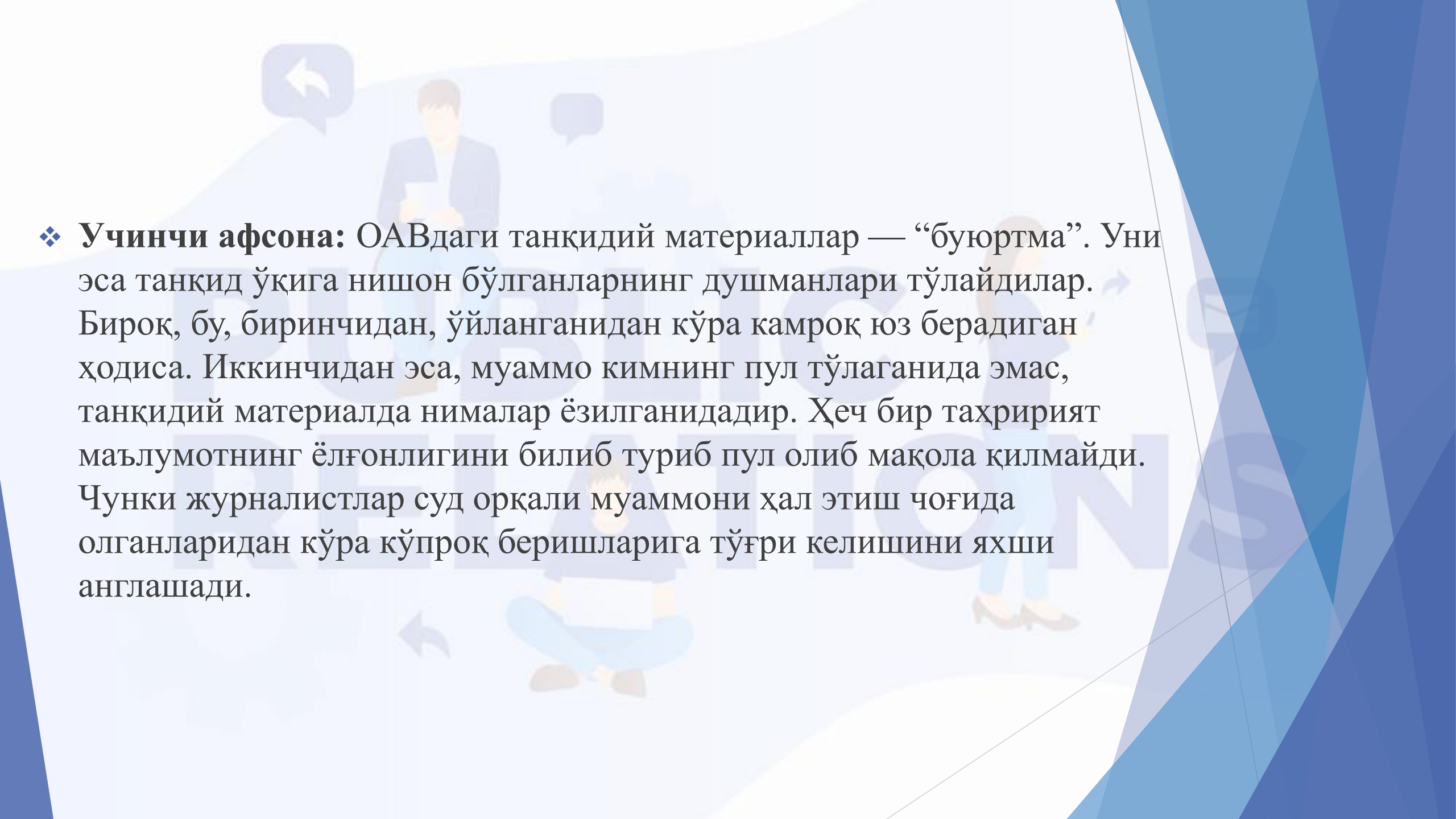
Чунки давлат хизматчилари орасида журналистика ва журналистлар тўғрисида ечилиши керак бўлган бир нечта ёлғон афсоналар мавжуд:

❖ **Биринчи афсона:** журналистларга фақат “қайноқ фактлар” ҳамда арзон сенсация керак. Йўқ, асло бундай эмас. Журналистларга ўқувчи (тингловчи, томошабин)ни қизиқтира оладиган янги хабар керак. Унутмаслигимиз керакки, оммавий ахборот воситалари, бу:

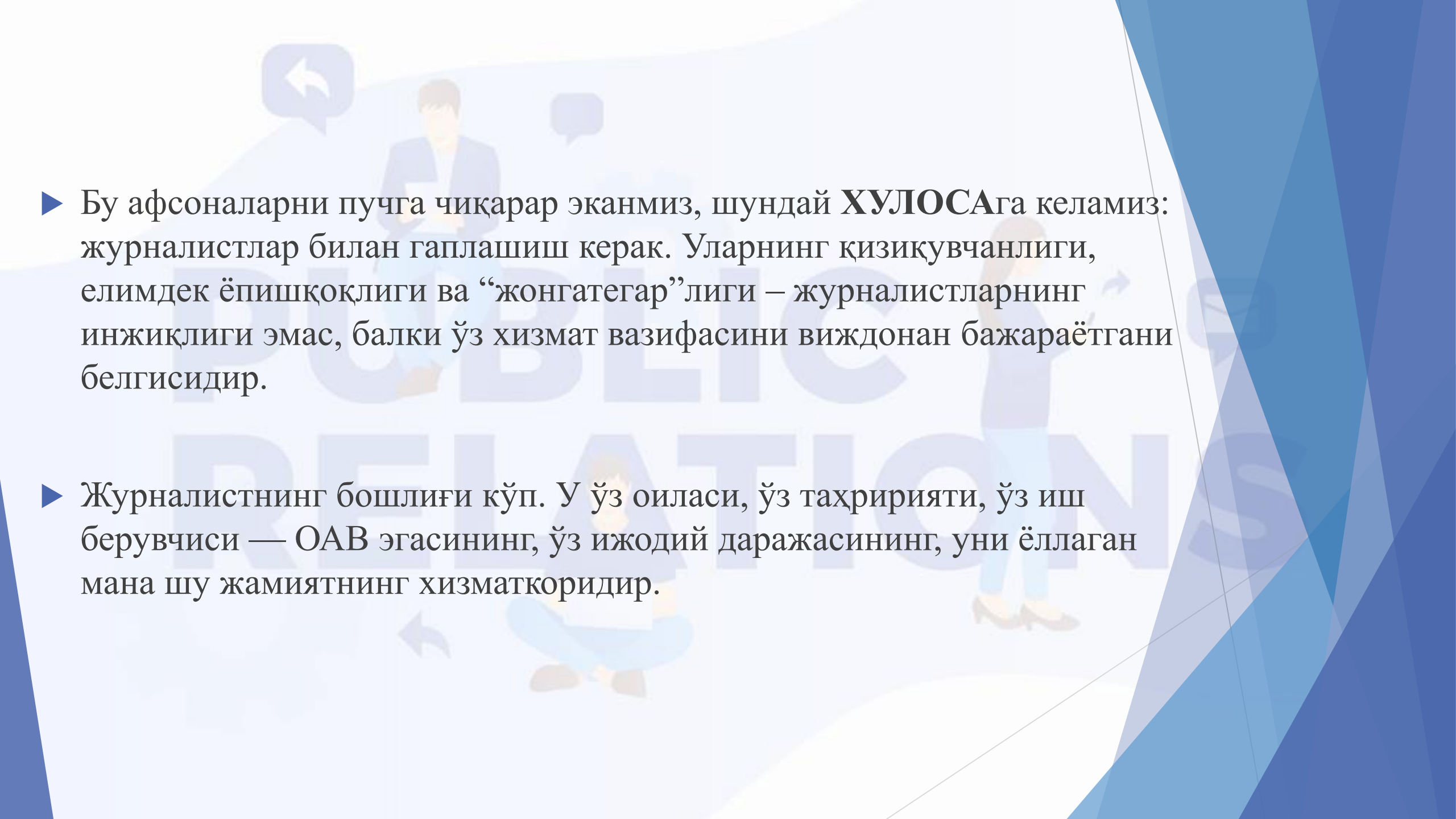
– бир вақтнинг ўзида ҳам жамоатчилик институти, ҳам минбар, ҳам бизнес. Ким биринчи бўлиб чоп этса, ким материални қизиқ қилиб етказиб беролса, шунинг ўқувчиси ҳам кўп бўлади, раҳбарият ва ҳамкасблари томонидан меҳнати эътироф этилади ҳам. Тезкорлик, ўзига хослик ва ўқишлилик (телевизион вариантда — томошабоплик) — омадли медиабизнесни тутиб турган учта катта китдир.

The background features a light blue and white abstract design. There are three stylized human figures: one standing at the top left holding a document, one sitting cross-legged at the bottom center, and one standing on the right side. Several speech bubbles are scattered around, some containing arrows. The word 'RELATION' is faintly visible in the background.

❖ **Иккинчи афсона:** журналистлар жоҳил ва кўп алдайдилар. Бу ҳақда асосан журналистларга ўз маълумотларини аниқ ва мукаммал қилиб етказиб беролмаганлар шикоят қилишади. Билингки, ҳатто энг малакали ва ўқимишли журналист ҳам тор доирадаги мутахассис тушунадиган тармоқ ҳақида ҳатто тасаввурга ҳам эга бўлмаслиги мумкин.



❖ **Учинчи афсона:** ОАВдаги танқидий материаллар — “буюртма”. Уни эса танқид ўқига нишон бўлганларнинг душманлари тўлайдилар. Бироқ, бу, биринчидан, ўйланганидан кўра камроқ юз берадиган ҳодиса. Иккинчидан эса, муаммо кимнинг пул тўлаганида эмас, танқидий материалда нималар ёзилганидадир. Ҳеч бир таҳририят маълумотнинг ёлғонлигини билиб туриб пул олиб мақола қилмайди. Чунки журналистлар суд орқали муаммони ҳал этиш чоғида олганларидан кўра кўпроқ беришларига тўғри келишини яхши англашади.

- 
- ▶ Бу афсоналарни пучга чиқарар эканмиз, шундай **ХУЛОСА**га келамиз: журналистлар билан гаплашиш керак. Уларнинг қизиқувчанлиги, елимдек ёпишқоқлиги ва “жонгатегар”лиги – журналистларнинг инжиқлиги эмас, балки ўз хизмат вазифасини виждонан бажараётгани белгисидир.
 - ▶ Журналистнинг бошлиғи кўп. У ўз оиласи, ўз таҳририяти, ўз иш берувчиси — ОАВ эгасининг, ўз ижодий даражасининг, уни ёллаган мана шу жамиятнинг хизматкоридир.

Бу тавсияларни эслаб қолинг:

улар бизнинг жамиятимизда нуфузи кун сайин ортиб бораётган оммавий ахборот воситалари билан ўзаро манфаатли яқин алоқаларни йўлга қўйишингизда сизга албатта асқотади.

