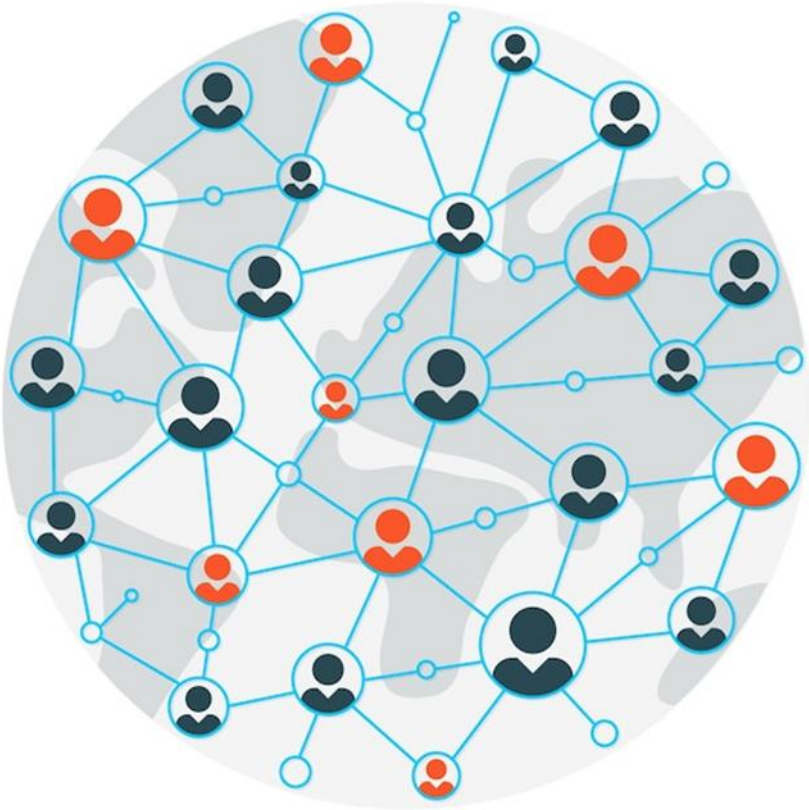
Давлат хизматида жамоатчилик билан алоқалар ва медиа саводхонлик.
Давлат хизматчиси имиджини ошириш йўллари

Демак, савол!
PR нима? Уни ким қандай тушунади?

PR бу...

- **Public Relations** – жамоатчилик билан алоқалар бўлиб, муаяйн бир тизим, ташкилот ва унинг жамоатчилиги ўртасида аниқ, ҳаққоний ахборотларга асосланган муносабатларни ўрнатишдир.

- Аҳоли ва ташкилот ўртасидаги алоқаларни йўлга қўйишга қаратилган саъй-ҳаракат.
  - **Жамоатчилик билан алоқалар Британия институти**
- Жамоатчилик хоҳиш-эҳтиёжларини англаш ва шунга мувофиқ одамларга хизмат кўрсатиш фалсафасидир.
  - **Америка Жамоатчилик билан алоқалар институти**



Аввало, қуйидаги муҳим жиҳатларга эътибор қаратиш лозим:

- Журналистларнинг ҳам, давлат хизматчиларининг ҳам вазифаси битта — жамиятга хизмат қилиш!
- Уларнинг муносабатлари эса мамлакат фуқароларига ижтимоий аҳамиятга эга маълумотларни олиш ва етказиб беришда ўзаро кесишади.
- Бу жуда оддий ва қонунчилик билан тартибга солинган содда жараён амалда бўлса-да, турли тортишувлар ва тушунмовчиликлар билан мураккаблашиши мумкин.
- Бизнинг вазифамиз эса — сизларга матбуот ва журналистлар билан муносабатларни тўғри йўлга қўйишни, қайси ахборотни қачон ва қандай етказишни ўргатишдан иборат.

Раҳбар имиджи нима?..

Имидж бу...

- Имидж – инсон ҳақида унинг ташқи кўриниши, одатлари, ўзини тутиши, сўзлаши ва бошқа ташқи омиллар орқали бошқаларда ҳосил бўлувчи тасаввур.
- Имиджнинг таркибий қисми бу ташқи қиёфа, вербал ва новербал алоқа воситалари. Шунингдек, ички оламнинг ташқи образга мосланиши, ички “мен”нинг образда намоён бўлиши.
- “Мен” концепсияси бу – инсоннинг ўзини тутиши, ўзига нисбатан муносабати тизими бўлиб, бу шахс ўзини қанчалик қадрлаши орқали кўринади.

Шу ўринда яна бир савол туғилади.
Давлат хизматчилари томонидан жамоатчилик билан алоқалар ўрнатишда йўл қўйилган қандай хатолик, зиддиятли ҳолатларни биласиз?

Трендга айланган ҳолатлар

- Кунига 5600 сўм етади!
- Ойига 2.500.000сўм 5та болали оилага етади!

Давлат амалдорлари ОАВ билан ишни қай тарзда йўлга қўйиши керак?

1. **Матбуот (ОАВ)ни** доим жиддий қабул қилинг. Улар профессионаллар 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.
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. Муҳокама 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.

Шунингдек, баъзи журналистлар сизни тилингиздан тутиб олиш учун ишлатадиган қуйидаги айрим ҳийла-найрангли тактикалардан хабардор бўлиш лозим:

- 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);
- **“Бэкхэнд” тактика**си (бир мансабдор шахсдан маълумот олиш учун иккинчи бир мансабдор шахсдан олинган маълумотдан хўрак ўрнида фойдаланиш);
- **“Қизил сельд” услуби (Чалғитиш 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 асабаингизга 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 эплолмаётган экансиз. Мен сизданда юқори турувчи раҳбарингиз билан бу ҳақда алоҳида гаплашиб оламан ҳали...” сингари).

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.

- ***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 таҳririяти, ўз иш берувчиси — ОАВ эгасининг, ўз ижодий даражасининг, уни ёллаган мана шу жамиятнинг хизматкоридир.

Медиа ва ахборот саводхонлиги нега зарур?

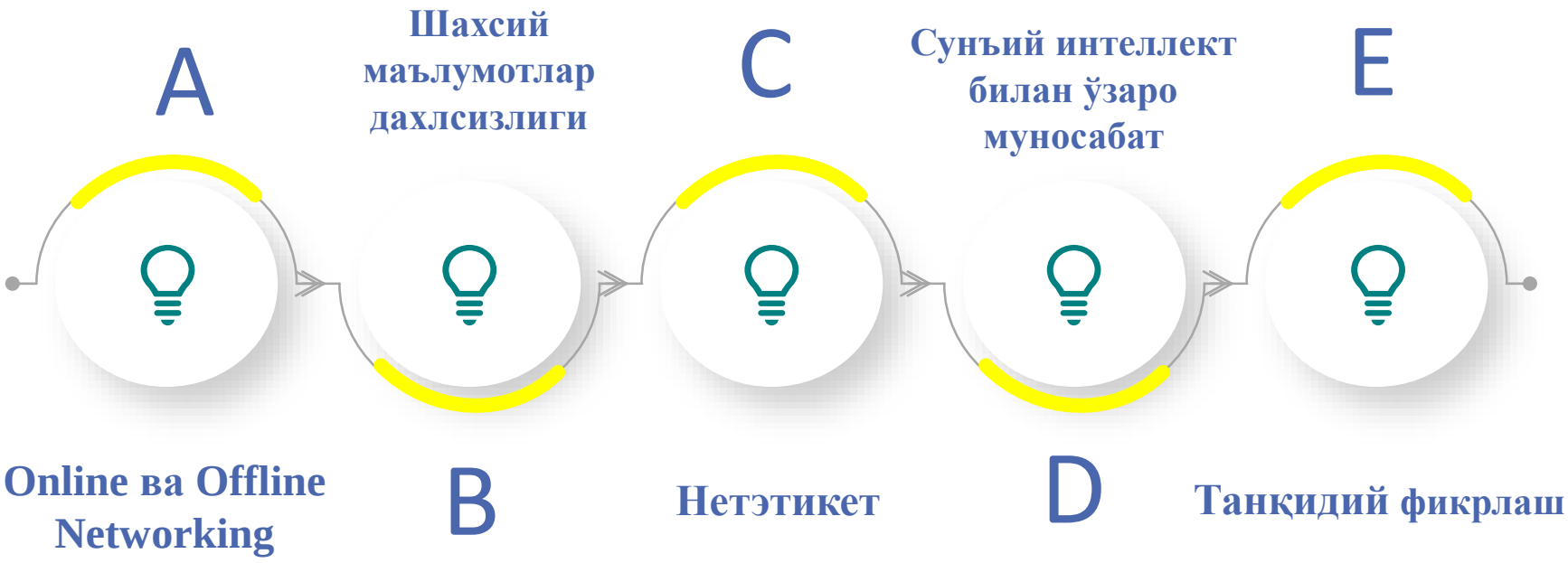
- Ахборотдан баҳрамандлик, ахборотдан тўғри фойдаланиш;
- Репрезентация ва реалликнинг фарқини англаш;
- Соф ахборий экология учун.
- Демократик жамиятдаги медианинг роли ва вазифаларини тушуниш;
- Медиа контентини танқидий баҳолаш;

- Ўз-ўзини таҳлил қилиш ва демократик жараёнларда иштирок этиш учун медиа билан биргаликда ҳаракатланиш;
- Фойдаланувчилик контенти учун зарур бўлган (АКТ билан ишлаш билан боғлиқ) малакани шакллантириш.

- **Ахборотлар билан ишлашда тавсиялар**

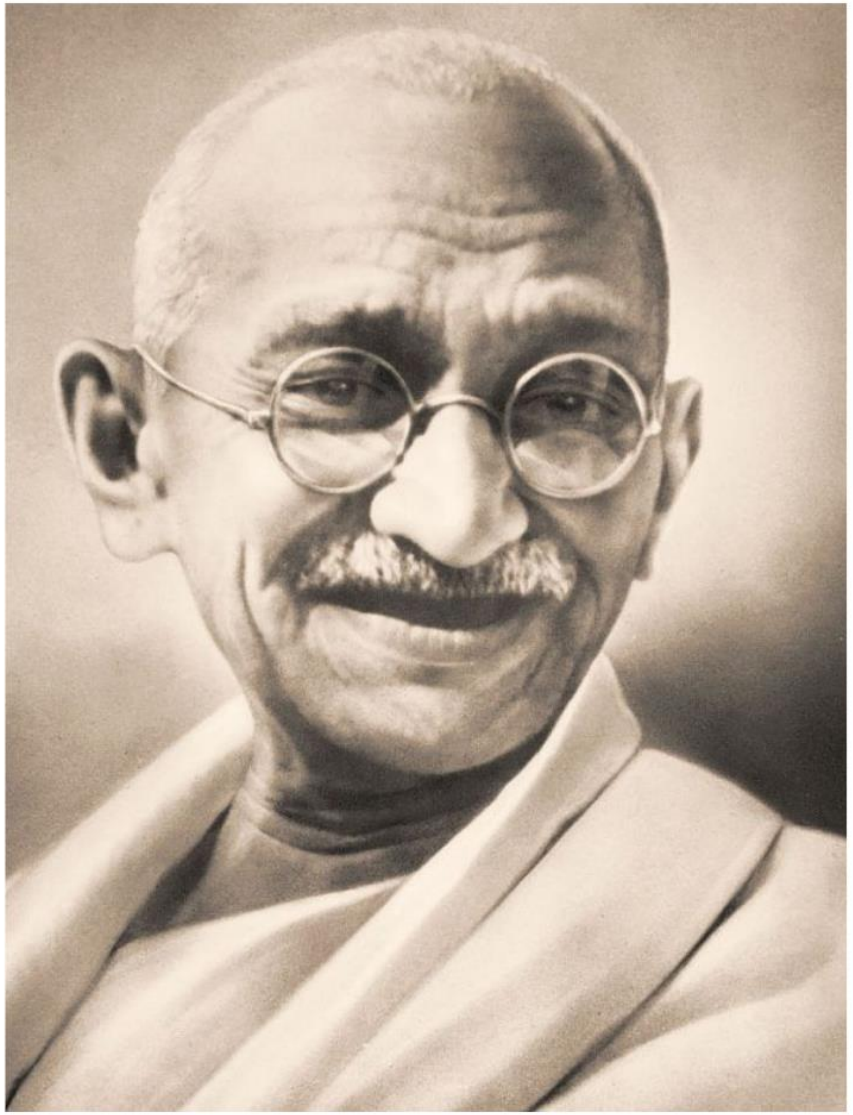
1. Ахборот мафкурасини аниқланг.
2. Ахборот тарқатаётган ким деган саволга жавоб беринг.
3. Ахборот контекстини таҳлил қилинг.
4. Ахборот кимларга қаратилганини аниқланг.
5. Бошқалар бу ахборотга қандай муносабат билдираётганига эътибор қаратинг.
6. Ахборотни улашишдан олдин масъулиятни зиммангизга олаётганингизни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

Глобаллашув даврида ахборот саводхонлиги нега зарур?



Агар сиз дунёни ўзгартирмоқчи бўлсангиз, аввал ўзингизни ўзгартиринг!

Маҳатма Ганди



Камбағалнинг ёстиғини тагида райҳон бўлади, Бойнинг ёстиғини тагидачи?..

Бойнинг ёстиғини тагида янток!

O‘ZBEKISTON JURNALISTIKA VA OMMAVIY KOMMUNIKATSIYALAR UNIVERSITETI

Ўзбекистон Республикаси Президентининг Ўзбекистон журналистика ва оммавий коммуникациялар университетини ташкил этиш тўғрисидаги 3737 сонли қарори билан ташкил этилган

- 2019-2023 йиллар давомида жами 28 та PhD, 4 ta DSc ҳимоялари бўлиб ўтган
- Ҳозирги кунда университетда таълим олаётган талабалар сони 4000 га яқин
- Бакалавриат таълим йўналишлари 17 та, магистратура мутахассисликлари 17 та
- 4 та факультет 12 та кафедралар фаолият юритиб келмоқда

O'ZBEKISTON JURNALISTIKA VA OMMAVIY
KOMMUNIKATSIYALAR UNIVERSITETI

Ўзбекистон журналистика ва оммавий коммуникациялар университетида ташкил этилган ўқув, тайёрлов ва малака ошириш курслари ҳақида

- Ўзбекистон журналистика ва оммавий коммуникатциялар университетида медиа соҳаси ва бошқа соҳа вакиллари, ташкилот раҳбар ва ходимлари учун курслар ташкил этилган. Мазкур курслар қуйидаги форматда иш олиб боради:
- 5 кунлик қисқа, интенсив WORK-Shop шаклидаги ўқув курслари;
- 1 ойдан 3 ойгача бўлган тайёрлов ёки малака ошириш курслари.
- Ҳозирги кунга қадар ташкил этилган ўқув дастури ва тренерларига эга бўлган ўқув курслари:
- Профессионал видео контент яратиш учун 5 кунлик WORK-Shop курслари;
- Ташкилот раҳбарлари ва давлат идораларининг бошқарувдаги ходимлари учун медиа билан ишлаш кўникмаларини оширишга қаратилган 1 кунлик қисқа тренинг;
- Ҳукумат идоралари, давлат ва нодавлат ташкилотларнинг матбуот хизмати ходимлари учун 5 кунлик интенсив малака ошириш курси.

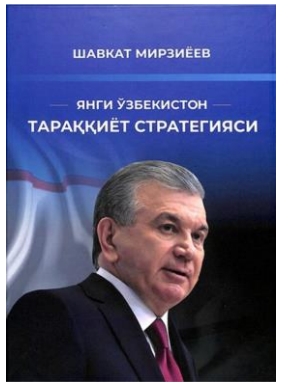
- Юқорида келтирилган курслар медиа соҳаси вакиллари ва ушбу соҳага бевосита алоқадор бўлмаган корхона, ташкилот раҳбарида медиа билан ишлаш ва оммавий ахборот воситалари билан ҳамкорликни йўлга қўйиш бўйича қуйидаги билим ва кўникмалар шакллантирилади:
- 1. Фото контент, яъни ташкилот имиджини яхшилаш учун муҳим ҳисобланган фото ва видео материалларни тайёрлаш;
- 2. Call-center ва стрессли вазиятларда оператор тўғри жавоб бериш бўйича кўникмаларини шакллантириш;
- 3. PR матн яратиш (копирайтинг);
- 4. Ташкилот имиджини оширишга қаратилган PR акциялар ўтказиш бўйича таҳлилий кейслар;
- 5. Нотиқлик кўникмалари.
- Курслар мурожаатчининг талабидан келиб чиққан ҳолда дарс жадваллари тузилади. Яъни курсларда қатнашиш истагини билдирган талабгорларнинг вақт имкониятлари иноботга олинади.

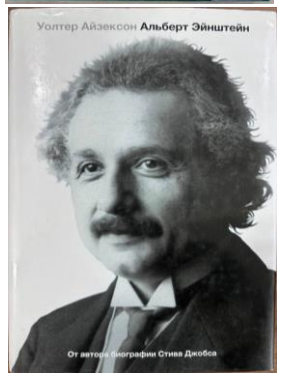
Тижоратлаштириш бўлими раҳбари Сардор Собиров

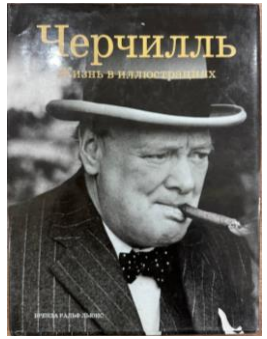
Маълумот учун тел: +998 94 687 81 31

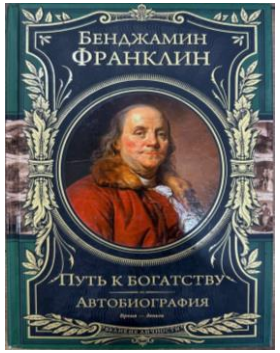
Адабиётлар рўйхати

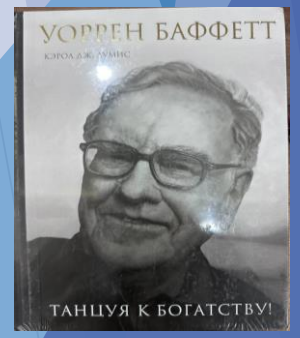
- Ш.М.Мирзиёев. Янги Ўзбекистон тараққиёт стратегияси. Ўзбекистон – Т.: 2021. -464 б.
- Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью. - М.: Юрайт, 2017. - 232 с.
- Борщевский, Г. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 267 с.
- “Темур тузуклари” : Тошкент.
- Роберт Грин “Ҳокимятнинг 48 қоидаси”.
- М.Қирғизбоев. Сиёсатшунослик. Ўқув қўлланма. Янги аср авлоди – Т.: 2013.-524 б.

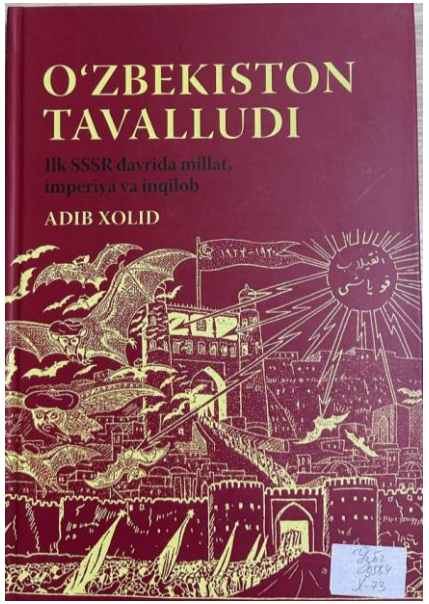


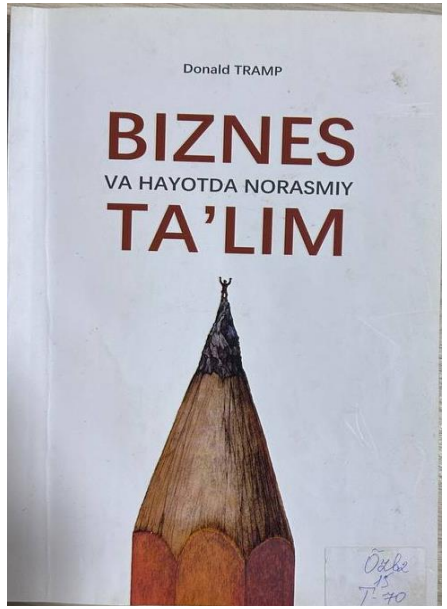


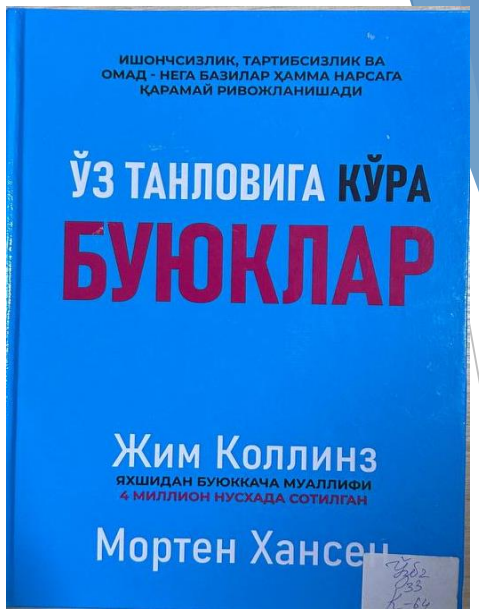


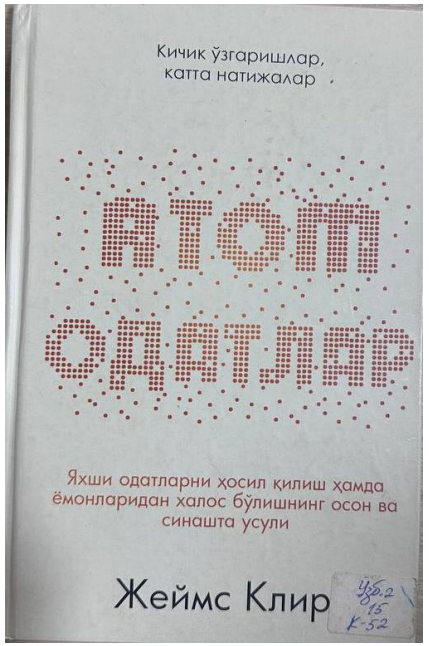


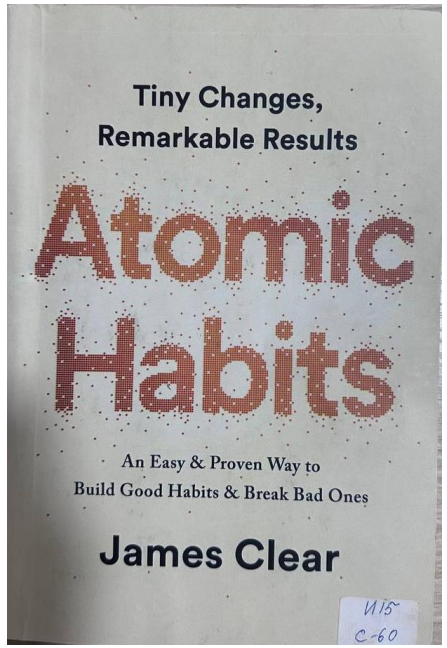


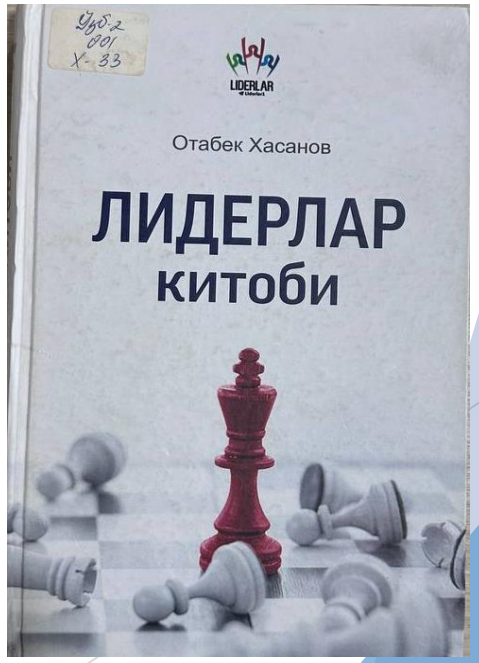

O‘ZBEKISTON TAVALLUDI
Ilk SSSR davrida millat, imperiya va inqilob
ADIB XOLID


Donald TRAMP
BIZNES
VA HAYOTDA NORASMIY
TA’LIM


ИШОНЧСИЗЛИК, ТАРТИБСИЗЛИК ВА ОМАД - НЕГА БАЗИЛАР ҲАММА НАРСАГА ҚАРАМАЙ РИВОЖЛАНИШАДИ
ЎЗ ТАНЛОВИГА КЎРА
БУЮКЛАР
Жим Коллинз
ЯХШИДАН БУЮККАЧА МУАЛЛИФИ
4 МИЛЛИОН НУСХАДА СОТИЛГАН
Мортен Хансен


Кичик ўзгаришлар, катта натижалар
АТОМ ОДАТЛАР
Яхши одатларни ҳосил қилиш ҳамда ёмонларидан халос бўлишнинг осон ва синашта усули
Жеймс Клир


Tiny Changes, Remarkable Results
Atomic Habits
An Easy & Proven Way to Build Good Habits & Break Bad Ones
James Clear


LIDERLAR
Отабек Хасанов
ЛИДЕРЛАР
китоби

ЭЪТИБОРИНГИЗ УЧУН РАҲМАТ!