

Согушту жана тынчтыкты чагылдыруу институту

ҮЗҮРЛҮҮ БАЙЛАНЫШТАР

Укук коргоочу бейөкмөт уюмдар үчүн практикалык колдонмо



Согушту жана тынчтыкты чагылдыруу институту

Үзүрлүү байланыштар

Укук коргоочу бейөкмөт уюмдар үчүн практикалык колдонмо



Европалык
Комиссия



Согушту жана тынчтыкты
чагылдыруу институту



«Сорос – Кыргызстан»
Фонду

УДК 351/354
ББК 67.99(2)1
Ү-99

Авторлор:

Нодира Абдуллаева (Тажикстан)
Ахмат Алагушев (Кыргызстан)
Игорь Братцев (Казакстан)
Андрей Гришин (Казакстан)
Бектур Искендер (Кыргызстан)
Дженнифер Крофт (АКШ)
Александр Кулинский (Кыргызстан)
Марат Мамадшоев (Тажикстан)
Абдумомун Мамараимов (Кыргызстан)
Инга Сикорская (Түркмөнстан, Өзбекстан)
Нуридин Каршибоев (Тажикстан)

Кыргыз тилине которгон **Алмазкан Акматова**, редактору **Бакыт Аманбаев**.

Мукабанын сыртындагы жана басылманын ичиндеги сүрөттөр
Согушту жана тынчтыкты чагылдыруу институтунан (IWPR) алынды.

Ү-99 Үзүрлүү байланыштар: Укук коргоочу бейөкмөт уюмдар үчүн практикалык колдонмо. /
Согушту жана тынчтыкты чагылдыруу институту (IWPR). – Б.: 2012. – 148 б.

ISBN 978-9967-26-654-4

Бул колдонмо китеп – коомчулук менен өз ара пайдалуу карым-катнаш орнотуп, үзүрлүү кызматташуу аркылуу өз ишмердүүлүктөрүн жогорулатууну каалаган Борбордук Азиядагы укук коргоо уюмдары жана көз карандысыз укук коргоочулар үчүн өзгөчө маалымат каражаты катары чыгарылды. Басылма Европалык комиссиянын колдоосу менен Согушту жана тынчтыкты чагылдыруу институту тарабынан жүзөгө ашырылуучу «Массалык маалымат каражаттары аркылуу Борбор Азияда адам укугун коргоо жана укуктук билим берүү» долбоорунун алкагында даярдалды.

Согушту жана тынчтыкты чагылдыруу институту Европалык комиссиянын «Массалык маалымат каражаттары аркылуу Борбор Азияда адам укугун коргоо жана укуктук билим берүү» долбоорунун алкагында Борбордук Азиянын бардык мамлекеттериндеги укук коргоочуларга натыйжалуу медиастратегияны өнүктүрүүгө жардам берип, адам укугун коргоо тармагында калктын маалымдуулук деңгээлин жана сабатын жогорулатуу багытында иш алып барат. Долбоор медиауюмдар менен журналисттердин жана укук коргоочулардын ортосунда бекем өнөктөштүктү орнотууга көмөктөшөт. Долбоордун түпкү максаты – укук коргоо жаатында калктын маалымдуулугун күчөтүү менен аймакта жана ар бир мамлекетте адам укуктарын сыйлоого жетишүү.

Мүмкүнчүлүктөн пайдаланып Согушту жана тынчтыкты чагылдыруу институту «Массалык маалымат каражаттары аркылуу Борбор Азияда адам укугун коргоо жана укуктук билим берүү» долбоорун ишке ашырууда жана бул колдонмону даярдоого көмөктөшкөн Европалык комиссияга терең ыраазычылыгын билдирет. Бул колдонмонун өзү Борбордук Азиядагы укук коргоочу жана бейөкмөт уюмдардын өз максаттарына жетүүсүнө көмөктөшүүдө жасалган баа жеткис салым болуп калат.

Бул колдонмонун маңызына толук жоопкерчиликти IWPR алат жана колдонмодо жарыяланган материалдар «Сорос – Кыргызстан» Фондунун жана Европа шериктештигине кирген өлкөлөрдүн эч биринин кызыкчылыгын чагылдырбайт.

Бардык укуктар корголгон. Согушту жана тынчтыкты чагылдыруу институтунун (IWPR) жазуу түрүндөгү уруксатысыз бул китептин эч бир бөлүгүн кайрадан басып чыгарууга уруксат берилбейт.

Y 1203020200-12
ISBN 978-9967-26-654-4

УДК 351/354
ББК 67.99(2)1

© Согушту жана тынчтыкты
чагылдыруу институту (IWPR), 2012

МАЗМУНУ

4__ Баш сөз

6__ Киришүү

10__ I бөлүм: ММК менен иштөө эмне үчүн керек?

40__ II бөлүм: ММК менен иштөөгө даярдык

59__ III бөлүм: ММК менен натыйжалуу кызматташуу

85__ IV бөлүм : ММК менен иштөөнүн ыкмалары

104__ V бөлүм: Маектешүү тажрыйбасын өстүрүү

110__ VI бөлүм: Маалыматты коомчулукка жеткирүүнүн башка ыкмалары

124__ VII бөлүм: Укук коргоочу бейөкмөт уюмдар үчүн жаңы технологиялар

134__ 1-тиркеме: ММК менен иштөө стратегиясынын үлгүсү

135__ 2-тиркеме: Маалыматты иштеп чыгуу баракчасы

136__ 3-тиркеме: Коомчулук менен байланышуу иш-чараларын жүргүзүү боюнча
күнбарактын үлгүсү

138__ 4-тиркеме: Пайдалуу булактар

139__ 5-тиркеме: Колдонулган адабияттар тизмеси

141__ Авторлор жөнүндө кыскача маалымат

Бул колдонмо Борбордук Азия мамлекеттериндеги укук коргоо уюмдарынын жана жеке укук коргоочулардын өз маселелерин ММКна туура жеткирүүсүнө көмөк көрсөтүү максатында иштелип чыкты.

Укук коргоочулар ар кандай укук бузууларга байкоо жүргүзүп, ал укук бузуулар жөнүндө коомчулукка маалымат берип, жабырлануучуларды колдоо жана мыйзамдын бийиктигин даңазалоо боюнча баа жеткис иш алып барышат.

Ар бир өлкөдө мезгилдүү басма сөз менен теле жана радио ММК укук коргоочулар тарабынан даярдалган айкын маалыматты чагылдыруучу жана үгүттөөчү каражат катары кызмат кылышы керек. Бирок, маалыматты берүүнүн мындай ыкмаларын колдонууда белгилүү бир кыйынчылыктар жаралышы мүмкүн.

Коомчулуктун өкүлдөрү адам укуктарынын бузулуусун болтурбай коюу максатында ар кандай чараларды көрө алат, ал үчүн алар мындай укук бузуулардын кээ бирлери боюнча маалыматы болуп, андай укук бузууларга жол бербөөгө багытталган улуттук мыйзамдарды жана эл аралык конвенцияларды жакшы билүүсү зарыл. Эгер ММК мындай татаал темаларда макала жазуудан баш тартышса, коомчулук өз укуктарын үзүрлүү колдоно албай, өз чыгаандарынын иш-аракети жөнүндө маалымат албай калат.

Борбордук Азиянын кээ бир өлкөлөрүндө өкмөт же башка тийиштүү мекемелер негизги теле, - радио берүүлөрдү, көбүнчө, басма массалык маалымат каражаттарын көзөмөлдөп, ал эми калган көз карандысыз ММК бир топ алсыз абалда калышууда. Мындай шартта өкмөт андай өзөктүү көйгөйдүн бар экендигин моюнга алгысы келбей, аны жаап-жашырууга аракеттенген учурлар кездешет. Аймактагы, башка республикаларда өкмөт өлкө ичиндеги ММКын толугу менен көзөмөлдөп, укук бузуу тууралуу маалыматтын коомчулукка жетүүсүн үзгүлтүккө учурастууда. Анткени, өкмөт өзү мүмкүн болгон каршылаштарынан кутулуу максатында негизсиз кармоолордун, кыйноолордун, адилетсиз соттук териштирүүлөрдүн демилгечиси катары чыгууда.

Бул кырдаал укук коргоочулардын ММК аркылуу коомчулукка маалыматты жеткирүүсүндө көп кыйынчылыктарды жаратат. Анткени, ал маалымат каражаттары өкмөттүн көзөмөлүндө болуп, укук коргоо маселелеринин маанилүүлүгүн түшүнбөй, же түшүнсө да, натыйжасынан корккондуктан көп тоскоолдуктарды түзөт.

Өз кезегинде аймактагы укук коргоо уюмдары өздөрүнүн негизги ойпикирин ММКда чагылдырууда жана ал аркылуу коомчулукка таратууда көп кыйынчылыктарга кабылышат. Аларда маалымат бар, бирок аны теле-, радио- жана гезит редакторуна жөнөкөй, түшүнүүгө жеңил формада берүү мүмкүнчүлүктөрү жок.

Бул маселелерге көңүл бөлүү үчүн, **IWPR – «Үзүрлүү байланыштар: укук коргоочу бейөкмөт уюмдары үчүн практикалык колдонмо»** деген китепти чыгарды. Бул китеп Европа шериктештиги тарабынан каржылануучу «Борбордук Азияда адам укуктарын коргоо жана ММКнын жардамы аркасында укуктук билим берүү» долбоорунун алкагында даярдалды. Бул долбоордун максаты Борбордук Азиядагы журналисттер менен укук коргоочулардын ортосундагы байланышты алардын өз-ара түшүнүүсү жана кызматташуусу аркылуу кубаттоо болуп саналат.

Колдонмодо ММК менен тил табышуунун жана адам укугун коргоо маселелерине журналисттердин көңүлүн буруучу практикалык ыкмалар камтылган. Колдонмо расмий машыгууларга көмөк көрсөтүү же окутуунун өз алдынча куралы катары колдонуу максатында иштелип чыкты. Аны менен удаалаш эле **IWPR «Адам укугун чагылдыруу: Журналисттер үчүн практикалык колдонмо»** деген башка дагы бир китеп чыгарды. Ал ММКнын өкүлдөрүнө жарандык укуктардын мааниси жана ал укуктарды коргоо жаатында эмгектенишкен укук коргоочулардын ролу тууралуу так түшүнүк берүүгө арналган.

IWPR, башкы-кеңсеси Лондондо жана Вашингтондо жайгашып, дүйнөнүн 20 өлкөсүндө ММКнын мүмкүнчүлүктөрүн өнүктүрүү боюнча иш алып баруучу уюм. **IWPR** макалаларды жарыялайт, тренингдерди өткөрөт жана ММКнын беделин өстүрүү боюнча башка иш-чараларды жүргүзөт.

Бул колдонмо сиздин активдүүлүгүңүздү ар бир адамдын жашоосу үчүн маанилүү болгон тармакта жогорулатууга көмөктөшөт деп терең ишенебиз.

Абахон Султонназаров, IWPRдын Борбордук Азия боюнча аймактык директору

Борбордук Азияда миндеген укук коргоочу уюмдар иш жүргүзүшүп – алар оор кырдаалда иштешет

Борбордук Азияда миндеген укук коргоочу уюмдар иш жүргүзүшөт – айрым мамлекеттерде активисттер кол салуулар менен камакка алуунун коркунучу астында күн сайын өз өмүрлөрүн тобокелге салып жүрүшсө, кээ бир мамлекеттерде укук коргоочулар жагдай-шартты өзгөртүү үчүн болуп көрбөгөндөй аракеттерди жасашат. Бирок, ал аракеттер каалап күткөн жыйынтыктарга алып келбейт.

Мындай шарттарда укук коргоочулардын иштери натыйжалуубу, алардын күнүмдүк иш-аракеттери кандайдыр бир маани-маңызга ээби жана укук коргоо уюмдары ишке ашырып жаткан ар кандай долбоорлорго донорлор тарабынан берилип жаткан каражаттар акталып жатабы деген суроо далай ирет пайда болот.

Ошону менен катар, аймактагы ар бир өлкөдө бийликтин эрки менен эмес, көбүн эсе укук коргоо уюмдарынын бийликти реформаларга барууга ишендирген иш-аракеттеринин натыйжасында болуп өткөн көп эмес, бирок, маанилүү өзгөрүүлөр бар.

Укук коргоочулардын күнүмдүк ишмердүүлүгүндө, чоң, аз жетишкендиктери тууралуу коомчулукка анча белгилүү эмес. Ушундан улам укук коргоочулар эмне иш аткарып жатышат жана алардын иштери керекпи деген суроолор пайда болот.

Мындай жагдайлар көптөгөн редакциялардын адам укуктары, атуулдук коом жөнүндөгү маселелерди чагылдырууну каалабагандыктарынан эмес, укук коргоочулардын өздөрүнүн да журналисттер менен иштешүүнү каалабагандыктары жана иштеше албагандыктары менен түшүндүрүлөт.

Ошол эле мезгилде укук коргоочулар үчүн ММК – өз ишмердүүлүгү жөнүндө элге жеткирүүнүн бирден бир мүмкүнчүлүгү болуп эсептелет. Жүздөгөн адамдар чакырылган семинарларды, маалыматтык жолугушууларды уюштурууга болот, бирок, ММК аркылуу бир эле жолу эл алдына чыгуу менен миндеген аудиториянын көңүлүнө илинүүгө болот.

Пресса менен иштөөнүн маанилүүлүгүн түшүнгөн жана буга тиешелүү деңгээлде көңүл бурган уюмдар Борбордук Азияда өтө эле аз. Ошол эле мезгилде ММК менен иштешпегендер, эреже боюнча өздөрүн журналисттерге жете албагандар катары айтышып, өз иштери четке кагылып жаткандай кеп кылышат, же болбосо кабарчылар тигил же бул окуяларды чагылдыруудан баш тартышат, анткени, ал окуялардан саясий маани-маңызды көрүшөт деп айтышат.

ММК укук коргоочу уюмдар үчүн – өз ишмердүүлүгү жөнүндө элге жеткирүүнүн бирден бир мүмкүнчүлүгү болуп эсептелет

Мындай кырдаалдан да чыгып кетсе боло тургандыгын түшүнүү керек. ММК – улуттук болбосо да аймактык, электрондук болбосо да, басма сөз түрүндөгү, же интернет басылмаларды өздөрүнө көңүл бурдурууга болот. Баары ММКна кызыктуу болуусу үчүн тийешелүү деңгээлдеги аракеттер жасалуусу зарыл – кызыктыруучу маалымат пайда болгонбу, же ал маалымат укук коргоо уюму үчүн эле кызыктуубу, тема канчалык деңгээлде масштабдуу, же тескерисинче, тар мааниде болуп калганбы жана ушул сыяктуу жагдайларга көңүл бөлүү зарыл.

Бул аймактагы укук коргоо уюмдарынын баары журналисттерди жана коомчулук менен байланышуу боюнча иш алып барган кызматкерлерди жумушка чакыра алышпайт. Ошондуктан, көбүнчө укук коргоочулардын өздөрү басма сөз менен иштөө технологияларын өздөштүрүүгө аргасыз болушат. Айта кетчү нерсе, басма сөз менен иштөөнүн каражаттары анча деле көп эмес жана аларды жумушта колдонуп көрүүдө анча деле көп убакыт талап кылынбайт.

Башка бир көйгөй, укук коргоочулардын «журналисттер өз кесибин мыкты билишпейт», деген пикир алдында алар менен кызматташууну каалабагандыктары. Айта кетчү нерсе, журналисттердин адам укуктары жөнүндөгү билимди көбүрөөк алуусу, же албастыгы жарандык коомдун активисттерине байланыштуу болот. Биргелешкен иш-аракеттер, тренингдер менен семинарлар аймакта даярдыгы жогору жана укук коргоо чөйрөсүндө чыныгы кесипкөй журналисттердин тобун түзүүгө жардам берет. Ал эми кабарчылардын дарегине айтылып келе жаткан нааразычылыктар түшүнбөөчүлүк менен карама-каршылыктарды курчутушу гана мүмкүн.

Башка бир көйгөй, укук коргоочулардын «журналисттер өз кесибин мыкты билишпейт», деген пикирдин алдында алар менен кызматташууну каалабагандыктары.

Аймактык мамлекеттердеги укук коргоочулар кээде басма сөз менен иштешүүнүн кызыктуу жол-жоболорун табышып, ар бири өздөрүнүн ыкмаларын колдонушат. Журналисттер жакшы билишкен жана эксперттер катары эсептешкен ондогон активисттер бар жана алар менен болгон маектер такай жарыяланып турат. Бирок, маанилүү иштерди жасап жүрүшкөн көптөгөн укук коргоочулар көмүскөдө калышууда. Мындай көрүнүштү журналисттер менен иштөөнү өзүнүн күнүмдүк ишинин бир бөлүгү катары эсептөө менен өзгөртсө болот.

Бул колдонмо коомчулук менен натыйжалуу кызматташууну жана байланыш демилгелерин колдонуу менен өз ишмердүүлүктөрүн көтөрүүнү каалашкан Борбордук Азиядагы укук коргоо уюмдары, ошондой эле, көз карандысыз укук коргоочулар үчүн маалымат каражаты болуп эсептелет. Бул басылма укук коргоочуларга жана журналисттерге пайдалуу маалы-

маттарды, так мисалдарды жана адистик сунуштарды бере алган практикалык колдонмо курал болуп калышы керек.

Бул колдонмонун максаты стратегиялык пландоодо жана ММК менен жогорку деңгээлде байланышууда бейөкмөт уюмдарга көмөк көрсөтүү; ошондой эле, бейөкмөт уюмдардын ММК жана коомчулук менен кызматташуусунда жаңы идеяларды берүү.

Колдонмодо төмөнкү маселелер боюнча сунуштар камтылган:

- ММК менен байланышуунун жана кызматташуунун стратегиялык жолдорун иштеп чыгуу;
- Натыйжалуу маалыматтарды иштеп чыгуу;
- Маалыматтын окурмандарын аныктоо;
- Журналисттердин көңүлүнө төп келген пресс-релиздерди түзүү;
- Журналисттер менен бекем адистик мамиле түзүү;
- ММКнын көңүлүн буруу үчүн ийгиликтүү маалымат-жыйындарды жана башка коомдук иш-чараларды уюштуруу;
- Маалыматты коомчулукка жеткирүүнүн башка ыкмаларын пайдалануу;
- Укук коргоо маселелерине коомчулуктун көңүлүн буруу үчүн жаңы медиа усулдарын колдонуу.

Европалык комиссиянын колдоосу менен «Согушту жана тынчтыкты чагылдыруу институту» тарабынан жүзөгө ашырылуучу «Массалык маалымат каражаттары аркылуу Борбор Азияда адам укугун коргоо жана укуктук билим берүү» долбоору ММК жана укук коргоочулардын ортосундагы бекем мамилеге жана кызматташууга үч жол менен көмөк көрсөтүүнү максат кылат:

1. Укук коргоо маселелерин кенен чагылдыруу.
2. Журналисттердин жана укук коргоочулардын иш билгилигин өнүктүрүү максатында, аталган эки топтун кызматташуусун өнүктүрүү үчүн өлкөлөрдүн деңгээлинде тренингдерди өткөрүү.
3. Адам укуктары темасында жергиликтүү жана аймактык деңгээлдеги маектерге, ыңгайлуу тегерек стол өндүү мүмкүнчүлүктөрдү түзүп берүү.

Долбоордун башталышында зарылчылыктарга баа берүүдө, укук коргоочулардын коомчулукка жана ММКна өз ойлорун жеткирүү учурунда кездешүүчү бир топ көйгөйлөр аныкталган жана зарылчылыктарга баа берилген.

- Казакстанда өз укуктарынын бузулуусуна дуушар болгон айрым адамдар укук коргоо уюмдарына жардам сурап кайрылышат. Укук

коргоо маселелери менен алектенген коомдук уюмдар жана жарандык коомдогу кыймылдардын пайда болуу тенденциясы өөрчүп жатканына карабай, бул адамдар белгилүү укук коргоочулар менен байланышка анча бара беришпейт.

- Кыргызстанда журналисттерди жана укук коргоочуларды коркутуп-үркүтүү сыяктуу көрүнүштөр укук коргоо маселелерин чагылдырууда оор кырдаалды пайда кылды (2010-жылдын 7-апрелине чейинки убакыт иликтенет).
- Тажикстанда укуктук билимдин жоктугунан жана журналисттердин жалган жалаа деген шылтоо менен соттолуп кетүүдөн чочулоосунан улам ММКнын көпчүлүгүндө укук коргоо уюмдары менен кызматташууну каалабаган жана кызматташуудан корккон тенденция бар. Кээ бир укук коргоочулар гана ММК менен кызматташууга стратегиялык мамиле жасашат.
- Түркмөнстан менен Өзбекстандагы ашыкча чектөөлөр укук коргоочулардын ММК менен кызматташуусун кеңейтүүгө өзгөчө тоскоолдуктарды жаратат. Аз сандагы гана укук коргоочулар жана журналисттер өз мекенинде жана чет өлкөлөрдө өз ишин улантууга аракет кылышууда.

Вячеслав Абрамов,
Журналистиканын эл аралык
MediaNet борборунун директору,
«Борбордук Азиядагы эркиндик
үнү» укук коргоо порталынын шеф-
редактору

Дженнифер Крофт,
эл аралык эксперт



Өзү чыгарган товарды сатып алууга керектөөчүлөрдү мажбурлоого аракет кылган ар бир фирма сыяктуу эле укук коргоо уюмдары да адамдардын мамилесин жана жүрүм-турумун өзгөртүүгө аракет кылып келишет. Укук коргоо уюмдары көпчүлүк адамдар өз укугун билип жана аларды коргой алсын деген максатта иш алып барышат. Ошондой эле, укук коргоо уюмдары адам укуктарын коргоодо көмөк көрсөтүү үчүн бийликтин мамилесин өзгөртүүгө аракет кылышууда. Бул максаттарга жетүү үчүн укук коргоо уюмдары ар кандай аудитория менен натыйжалуу баарлашуусу зарыл. Кеңири аудиторияны камтууда жана укук маселелерин саясий күн тартибине чыгарууда ММК менен кызматташуу өтө натыйжалуу ыкма.

Бул максаттарга жетүү үчүн укук коргоо уюмдары ар кандай аудитория менен натыйжалуу баарлашуусу зарыл. Кеңири аудиторияны камтууда жана укук маселелерин саясий күн тартибине чыгарууда ММК менен кызматташуу өтө натыйжалуу ыкма.

Айрым укук коргоочулар байланышууну жөн эле убакытты алуучу ашыкча нерсе катары карашат. «Биз жөн эле сүйлөй бербей, өз ишибиз менен алектенишибиз керек», – деп белгилешет. Бирок, сиз өз ишиниз тууралуу коомчулукка маалымат бербесениз, анда ушундай эле ийгилик менен бул жаатта таптакыр эмгектенбей деле койсоңуз болот.

Натыйжалуу байланыштар укук коргоо ишмердигине көмөк көрсөтө ала тургандыгын далилдеген көптөгөн мисалдар бар.

Сиздин ишмердүүлүгүңүздүн маалымдалышы төмөнкү жыйынтыктарга алып келиши мүмкүн:

- Жарандар өз укуктарын биле башташат;
- Жарандар сиздин уюмдан жардам алышат;
- Сиздин ишмердүүлүгүңүздүн жаңы жактоочулары пайда болот;
- Чечим чыгарып жаткан адамдар сиздин маселениңди жаңыча түшүнүшөт;
- Бул сиздин ишмердигиңиздин коом, мамлекет, шериктештер, донорлордун алдында ачык-айкын болушун камсыз кылат;
- Сиздин маселениңге эл аралык уюмдар тарабынан көбүрөөк көңүл бурула баштайт;
- Каражаттарды натыйжалуу чогултуу; Сиздин уюмуңузга жаңы мүчөлөрдү, ыктыярчыларды тартуу.

Көпчүлүк бейөкмөт уюмдар, мейли алар анча чоң эмес болсо да, кайсы бир деңгээлде байланышта болушат. Алар веб-сайттарга ээ болуп, брошюра, бюллетень, жана пресс-релиздерди чыгарышы мүмкүн. Бирок, көпчүлүк учурда бул демилгелер стратегиялык кадамдар менен байланышпайт. Бейөкмөт уюмдар берилген маалымат керектүү аудиторияга канчалык жакшы жеткендигине, башкы максатына жетип-жетпегенине баа беришпейт. Жыйынтыгында мындай кадамдар жөн гана каражаттын жана убакыттын текке кетишине алып келиши мүмкүн. Акырында уюмдун бардык максаттары ишке ашпаган бойдон калат.

Көпчүлүк бейөкмөт уюмдар, мейли алар анча чоң эмес болсо да, кайсы бир деңгээлде байланышта болушат.

Бейөкмөт уюмдардын байланышуу деңгээлин жогорку чекте жакшырта албай жаткандыгынын айрым себептери төмөндөгүчө:

- Каражаттын, убакыттын жана кызматкерлердин жетишсиздиги;
- Уюмдун жетекчилиги тарабынан колдоонун жоктугу;
- Аталган уюмга ММК кызыкдар эмес деген ойдун болушу;
- Башка бейөкмөт уюмдар менен болгон координациянын жоктугу;
- Негизги көңүлдүн коомчулукка эмес, өкмөткө жана бийликке багытталышы;
- Уюмдун ишмердүүлүгү жөнүндө журналисттерге (же коомчулукка) түшүнүктүү болгон натыйжалуу ыкма менен маалымдоонун жоктугу.

ММКнын укук коргоо тематикасындагы суроолорду жетиштүү чагылдыра албайт деп, оңой эле күнөөлөп коюуга болот. ММКнын адам укуктарына кызыгуусунун жана маалымдуулугунун деңгээли төмөн дегендик белгилүү бир деңгээлде чындык болушу мүмкүн, бейөкмөт уюмдар маселелердин ММКда чагылдырылышына жана аталган тематикага журналисттердин көңүлүн буруу үчүн өздөрү да бирге иш алып барышса болот. Журналисттерди аталган темада эксперт болот деп күтүүнүн кереги жок. Кээде негизги суроолорду жана терминдерди түшүндүрүүдө сиздин жардамыңызга муктаж болгон учурлар болушу мүмкүн.

Борбордук Азиядагы бейөкмөт уюмдар ММКнын санынын чектелүү болгонуна байланыштуу көп тоскоолдуктарга дуушар болушат. Курч маселелерди чагылдырууда журналисттердин өмүрүнө коркунуч туулушу ыктымал. Көпчүлүк журналисттер бул темалардан таптакыр качып коюшу мүмкүн. Ал эми укук коргоочулар көпчүлүк учурларда оппозициянын, же коомго эч кандай пайда алып келбеген грант алуучулардын элесин калтырышат. Аталган тоскоолдуктар укук коргоочулар өз ишмердүүлүгүн коомго маалымдоодо, журналисттер туш болуп жаткан тоскоолдуктарды эске алуу менен стратегиялык кадамдарды жасоосу зарыл экендигин көрсөтүп турат.

ММК менен иш алып баруудагы коркунучтар

ММК менен иштешүү белгилүү бир коркунучтар менен коштолушу мүмкүн.

ММК менен иштешүү белгилүү бир коркунучтар менен коштолушу мүмкүн. Сиз жөнүндө басмада туура эмес маалымат жазып коюшу ыктымал. Сиз берген маалыматты ММК бурмалап да коё алышат. ММКнын өкүлдөрү сиздин маалымат-жыйыныңызга келип, бирок ал жерде айтылган нерселер жөнүндө жазбай коюшу мүмкүн. Эгер сиз ММКнын алдында сүйлөп жатып ката кетирсеңиз, бул жөнүндө коомчулукка маалымат тарашы мүмкүн. Бирок демейде ММК менен иш алып барууда коркунучтарга караганда жетишкендиктер көбүрөөк болот. ММК менен иш алып барууда чыдамдуулук, эрктүүлүк жана жакшы даярдык менен көптөгөн катчылыктардын алдын алсаңыз болот.

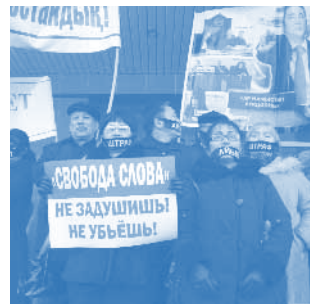
Албетте, даярдыктар бардык катачылыктарды болтурбай коё албайт. 2009-жылдын март айында АКШнын мамлекеттик катчысы Хиллари Клинтон Орусиянын тышкы иштер министри Сергей Лавровго «reset» (кайрадан баштоо) деген жазмасы бар кнопка түрүндөгү белекти тапшырган. Ал АКШнын Орусия менен болгон өз ара мамилесинин мүнөзүн өзгөртүүгө болгон каалоосун билгизген. Качан Лавров белекти ачып караганда кнопкага жазылган «ашыкча жүк» деген жазуу англисче «reset» деген сөздүн туура эмес котормосу экендигин байкаган. Ал Клинтонго кнопкага «кайрадан баштоо» эмес, «ашыкча жүк» деп жазылганын түшүндүргөн.

ММКнын алдында Клинтон жана Лавров катачылыктын үстүнөн тамашалашып, камеранын алдында кнопканы биргеликте басышкан.

Бул окуя ар бир адамдын ММК менен иштөөдө жолуктуруучу кыйынчылыктарга мисал болот. Бул ошондой эле, кырдаалга жараша ийкемдүү жана кемчиликтерди тамашага салып күлкүлүү кылуунун маанилүүлүгүн көрсөтөт. Кийинчерээк маалымат жыйынында Клинтон кнопкадагы сөз туура болгондугун, ал жана Лавров АКШ менен Орусиянын мамилелерин калыбына келтирүү зарыл болгондуктан көп өлчөмдөгү жумуш менен ашыкча иштеп жатышкандыгын айткан. Ал эми кийинки күнү ММК өз адатынча башка темалар жөнүндө жазышкан.

Укук коргоочу бейөкмөт уюмдар жана ММК – өнөктөштөрбү?

Демократиялык коомдогу ММКнын ролу жарандарга так маалыматты жеткирүү болуп саналат. Ошондуктан, ММК бийлик тарабынан түрдүү укук бузууларды токтотуучу факторлордун бири катары кызмат кылат жана адам укуктарынын бузулуусун чагылдырууга мүмкүнчүлүк түзүшөт. Ал эми укук коргоочулар болсо, журналисттерге адам укуктарынын негизи болгон сөз эркиндиги укугун колдонууга көмөк көрсөтө алышат. Журналисттер өз укуктарын билбеши мүмкүн, же укук коргоочулардын жардамына муктаж болгон жагдайларга туш болушу ыктымал.



Укук коргоочу бейөкмөт уюмдар ММКна пайдалуу болушу мүмкүн. ММКнын ишмердүүлүгүн бизнес катары кароого болот. Журналисттер дайыма көптөгөн окурмандарды жана угармандарды өзүнө тартуучу жаңы темаларды издөөнүн үстүндө болушат. Ошентип, укук коргоо тематикасындагы маалыматтар башка адамдардын көйгөйүн көтөрүп, алар ММКнын окурмандарынын, көрүүчүлөрүнүн, же угармандарынын кызыгуусун өстүрөт. Андан сырткары журналисттердин аларга маалымат берип туруучу адамдардын анча чоң эмес тобуна ишенүү өнөкөтү пайда

болушу мүмкүн. Эксперттер жана коомчулук менен тыгыз байланышта болгон бейөкмөттүк уюмдар журналисттерге байланыштарын кеңейтүүгө, ошол эле мезгилде сапаттуу макала жазууга көмөк көрсөтүшү мүмкүн.

Бир сөз менен айтканда, сизде журналистке керек болгон нерсе болушу мүмкүн, бирок, бул аларды ишендирүү үчүн сизден убактыңызды сарптап, күч жумшоонузду талап кылат.

Өзүңүздү көрсөтүүгө алектенбей – ишиңиздин жыйынтыгын көрсөтүңүз

Бул тууралуу Тажикстандын көз карандысыз массалык маалымат каражаттарынын улуттук ассоциациясынын(НАНСМИТ) төрагасы Нуриддин Каршибоев айтып берет:

«2007-жылы Ага Хан Фондунун бир программасынын алкагында биз Тажикстандагы жарандык коомдун уюмдарынын ролун жана милдеттерин жакшы түшүнүүдөгү негизги тоскоолдуктарды изилдөө менен алектендик.

Жыйынтыгында, сурамжылоого катышкандардын 86%ы коомдук уюмдардын ишмердүүлүктөрү менен тааныш экендигин, ал эми 14%ы коомдук уюмдарды билбей тургандыктарын, же эл аралык уюмдардан айырмалай албай тургандыктарын билдиришти. Сурамжылоого катышкандар тарабынан жарандык коомдун уюмдары башка багыттар менен катар адам укуктарынын сакталышы жаатында – аялдардын, балдардын жана жаштардын ж. б. – иш алып барышкандыгы белгиленген. Ошондой эле, жарандык коомдун уюмдарынын иши ачык-айкын эместиги, алар жөнүндө аз айтылгандыгы жана ММКда аз чагылдырылаары айтылган. Алынган маалыматтарды анализдөө көрсөткөндөй, сурамжылоого катышкандардын көпчүлүгү – 78%ы коомдук уюмдардын ишмердүүлүгү тууралуу маалыматты ММКнан, же ошол уюмдар уюштурган иш-чараларга катышуу учурунда алышкандыгын айтышкан. Ал эми 12%ы коңшуларынан жана кызматкерлерден, 10%ы башка булактардан алышаарын билдиришкен. Коомдук уюмдардын ишмердүүлүгү жөнүндө толук маалыматты алууга тоскоолдук кылган негизги факторлорго, сурамжылоого катышкандардын 55%ы алардын ишмердүүлүгү ММКда жеткиликтүү чагылдырылбайт, же коомдук уюмдар ММК менен жеткиликтүү деңгээлде кызматташпайт деп белгилешкен.



Сурамжылоого алынгандардын 25%ы маалымат алууга эч кандай тоскоолдуктардын жок экендигин, коомдук уюмдар өздөрү ачык айкын иштебейт жана өз ишмердүүлүктөрү жөнүндө өздөрү ой бөлүшкүлөрү келишпейт деп эсептешет. Хожент шаарынын сурамжылоого алынган жашоочуларынын пикиринде, коомдук уюмдар ММК менен кызматташуу демилгелерин өз колдоруна алышпайт жана алардын өздөрүнүн ММКы жок, ошондуктан, алардын ишмердүүлүгү аз айтылат, алардын ишмердүүлүгү тууралуу толук маалымат алууга бирдиктүү бир борбордун жок экендигин айтышкан. Ал эми суралгандардын 20%ы ММКнын өздөрү коомдук уюмдардын ишмердүүлүгүн чагылдырууга кызыгышпай тургандыгын көрсөтүшкөн.

Иликтөө мезгилинде ачыкталган нерселердин баары бейөкмөт уюмдарга, анын ичинде, укук коргоочу бейөкмөттүк уюмдарга таандык. Жыйынтык бирөө гана: Бейөкмөт уюмдар жана ММК бири-бирине керек жана алар өнөктөштөр боло алышат. Алар өз ара кызматташууга карай кадам таштоолору зарыл. ММКнын жана бейөкмөт уюмдардын коомдогу ролу жөнүндө көптөгөн стереотиптер бар, аларды жок кылуу керек! ММК сиз тууралуу жазсын десеңиз өзүңүздү жарнамалоо менен алектенгендин ордуна өз ишиңиздин үзүрүн көрсөтүңүз: жеке мен үчүн долбоордун натыйжалуулугу жана жыйынтыктары жөнүндө эмне айтасыз, ал маанилүү эмес, мен үчүн сиздин иштериңиздин пайдалуулугу жөнүндөгү пикирлер маанилүү!»

Сиздин маселеңиздин ММКна жарыялангандыгы үчүн акы төлөө зарылчылыгы жөнүндө бир учкай сөз

Кээ бир учурларда ММК сиздин жаңылыктарыңызды чагылдыргандыгы үчүн акы төлөөңүздү талап кылышы мүмкүн. Мындай тажрыйба журналистиканын эл аралык стандартына жана этикасына каршы келет. Журналисттер макала үчүн өздөрүнүн маянасынан сырткары эч кандай эмгек акы албашы керек, ошондуктан, мындай учурда гонорар алуу анын ишинин объективдүүлүгүнө таасир бериши мүмкүн. Сиздин уюмуңуздун жаңылыгын чагылдырган журналистке гонорар берүү менен сиз ММКына кошумча акы төлөмөйүн жаңылыктарыңызды жарыялай албай калышыңыз ыктымал.

«ММКын жалдоо», же ММКындагы жарнама медиакомпаниянын бир бөлүгү болуп саналат, бирок жарнама ММКдагы жарыялоолордон айырмаланып туруусу керек.

Борбордук Азия мамлекеттериндеги ММКнын ишмердүүлүгүнүн өзгөчөлүктөрү

Кандай гана идея болбосун, өндүрүлүп чыгарылган товар сыяктуу өзүнүн акыркы керектөөчүсүн табуусу зарыл. Ушул максатта, өндүрүлгөн тамак-аштын бардык түрүнө, анын ичинде, идеяларга да маркетингдин классикалык жолдору колдонулат. Жарнамалык жана коомчулук менен байланышты орнотуу кампаниялары рынокту өзүнө каратуунун коммерциялык куралы катары гана кабылданышы мүмкүн, андай болсо, сатууга максатталбаган товарды кантип өткөрүү керек деген суроо пайда болот. ММК маркетингдин бардык ыкмаларынын негизги бөлүгүн түзгөндүктөн, аларсыз коомдук сектордо да иштөө мүмкүн эмес. Бул жерде бирден-бир милдет товарды сатуу эмес, жарыяланган темага коомчулуктун көңүлүн буруу.

Ааламдашкан рыноктун бир бөлүгү катары, медианын өзүнүн саясаты, өзүнүн талаптары бар.

Ааламдашкан рыноктун бир бөлүгү катары медианын өзүнүн саясаты, өзүнүн талаптары бар. Аудиториясы канчалык чоң болсо, рынокто ошончолук узак кармалат, ошондой эле, коммерциялык кампания сыяктуу талап да жогору болот. Буларга мисал атагы чыккан ММК.

Коммерциялык эмес уюмдар – булар «коомдук рыноктун» бир бөлүгү, ошондуктан, маркетингдин мыйзамдары баарына бирдей тиешелүү.

Алгачкын күндөн тарта өздөрү тууралуу маалымат берүүлөрү зарыл.

Алгач алар өздөрү жөнүндө жарыялаш керек жана ал этаптан өткөндөн кийин көтөрүлгөн көйгөйлөргө коомчулуктун көңүлүн буруп, дайыма өздөрүнүн бар экендигин эске салып туруусу зарыл.

Массалык маалымат каражаттарынын жардамысыз коюлган максатка жетүү мүмкүн эместигин баары жакшы түшүнүшөт.

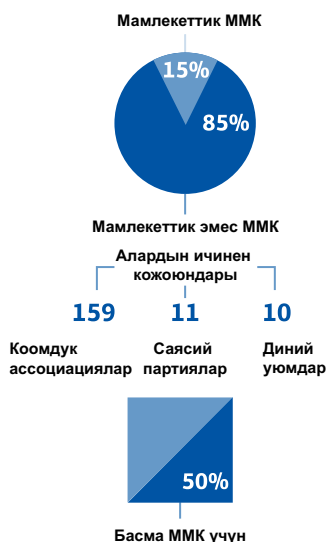
Медиа өкүлдөрү менен байланышуу ардагер уюмдар үчүн бир топ оңой. Ал эми жаңы түзүлгөн уюмдар коомчулуктун көңүлүн өздөрүнө тартуу үчүн жаңы ыкмаларды изденүүлөрү зарыл, ошондой эле, ардагерлер сыяктуу бир эле ыкманы кайра-кайра колдонушса да болот. Бирок эки учур тең чоң күч жумшоону талап кылат: ардагерлер ММКын жоготуп албоо үчүн, ал эми жаңы пайда болгондор алгачкы байланыштарды ийгиликтүү баштоо үчүн.

КАЗАКСТАН

Медиачөйрөгө көз чабыт



8 248	бардык катталган ММК
2 513	активдүү иштешкен ММК



Сөз эркиндигин коргоо боюнча «Адил сөз» эл аралык фондусунун маалыматтарына ылайык, Казакстанда 8248 массалык маалымат каражаттары катталган, алардын активдүү иш жүргүзгөндөрү 2513 ММК, ошондой эле 212 электрондук ММК. 159 массалык маалымат каражаттарынын ээлери – коомдук бирикмелер, 11 басылма саясий партияларга жана кыймылдарга, ал эми 10у диний уюмдарга таандык. Бул расмий көрсөткүчтөргө жакын. Президенттин 2006-жылдагы «2006-2009-жылдары Казакстан Республикасынын маалымат мейкиндигинин атаандашуу жөндөмдүүлүгүн өстүрүү концепциясы жөнүндөгү» буйругунда 7281 массалык маалымат каражаттары жөнүндө сөз жүрүп, анын

ичинде 2479 ММК активдүү иштешээри айтылган. Ошону менен бирге, КЗ доменинде 9000ден ашык аталыштар катталган.

Президенттин Буйругунда бардык ММКнын 78% мамлекеттик эмес массалык маалымат каражаттар деп көрсөтүлсө, «Адил сөз» фондунун маалыматына ылайык, ал көрсөткүч 85%ды түзөт. Бүгүнкү күндө жалпы масс-медианын 50% басылма ММК болуп саналат.

Ушул маалыматтар менен катар эле, «Адил сөз» фонду тарабынан берилген башка маалыматтарды көрсөтүүгө болот.

2009-жылы Казакстанда адистик ишмердүүлүгүнө байланыштуу 2 журналист камакка алынган. Ошондой эле, дагы 2 журналист эркинен ажыратылган: [Рамазан Есергепов](#), «Алма-Ата Инфо» гезитинин башкы редактору, 2009-жылдын август айында мамлекеттик жашыруун маалыматты мыйзамсыз топтогон жана элге тараткандыгы үчүн 3 жылга эркинен ажыратылган, ал эми [«Мыйзам жана сот адилеттиги»](#) гезитинин башкы редактору Токберген Абиев маалыматты сатып алууга жасаган аракетин үчүн 2008-жылы 3 жылга камакка алуу өкүмү чыгарылган.

Ошону менен катар 40 журналистке кылмыш иши ачылып куугунтукталган, 21 журналист жалган жалаа жапты деп айыпталышкан жана ММКнын 139 кызматкерине адамдын беделине шек келтирди деп, доо арыз жазылган. Доо ээлери: 62 чиновник, 46 юридикалык адам, 31 жеке адамдар. Талап кылынган моралдык чыгымдын өлчөмү, айып акчанын жалпы өлчөмү 2 млрд 508 млн 096миң 667 теңгени түзгөн (же 16 832 863 америка доллары). Ошол эле мезгилде коомчулук үчүн маанилүү болгон маалыматты берүүгө чектөө койгон 260 көрүнүш катталган. Жыйынтыктап айтсак, 2009-жылы 15 жолу гезит редакцияларына жана ММКнын кызматкерлерине кол салуу болгон. Төрт басма жана Интернет (белгилүү [«Жандуу журнал»](#) тармактык ресурсу Казакстандын аймагында жабылган) басылмаларына тыюу салынып алардын ишмердүүлүгү токтотулган.

Казакстан Республикасынын Конституциясынын 20-беренесинде сөз жана чыгармачылык эркиндигин, Казакстан Республикасынын мыйзам тарабынан тыюу салынбаган бардык маалыматтарды эркин алуу жана жайылтуу укугун кепилдейт жана цензурага тыюу салат деп айтылган.

Мыйзамдар

Казакстан Республикасынын Конституциясынын 20-беренесинде сөз жана чыгармачылык эркиндигин, Казакстан Республикасынын мыйзам тарабынан тыюу салынбаган бардык маалыматтарды эркин алуу жана жайылтуу укугун кепилдейт жана цензурага тыюу салат деп айтылган.

Бирок, Казак Республикасынын мыйзамдары, анын ичинде Кылмыш жана Административдик кодекстер Конституциянын айрым жоболоруна олуттуу өзгөртүүлөрдү киргизди.

Азыркы күндө Казакстандагы ММКнын ишмердүүлүгү жыйырмадан ашык мыйзамдар менен жөнгө салынып турат, алардын көпчүлүгү масс-медианын өнүгүшү, журналисттердин укуктарын коргоого жардам берүүнүн ордуна, тескерисинче, мыкты журналисттик ишмердүүлүккө чек коет.

ММКнын укуктары жана милдеттерине, медиакаражаттардын жана журналисттердин кожоюндарына байланышкан негизги жоболор КРнын «Массалык маалымат каражаттары жөнүндөгү» мыйзамында берилген. Бир катар башка мыйзамдар медиа ишмердүүлүгүн белгилүү бир тармакта жөнгө салып турат.

2009-жылы жок эле дегенде эки жаңы мыйзам медиа коомчулугу тарабынан курч сынга алынып, ошондой эле, эл аралык демократиялык институттарды таң калтырды.

Биринчи – бул «Жарандардын жеке турмушуна кол тийбестик укугун коргоо маселеси боюнча Казакстан Республикасынын кээ бир мыйзам актыларына толуктоолорду жана өзгөртүүлөрдү киргизүү жөнүндөгү» мыйзам. Казакстандын мыйзамдарында «жеке турмуш», «коомдук адам», «коомдук кызмат адамы» деген түшүнүк жок, ушундай шартта чиновниктердин жана күч органдарынын мыйзамсыз аракеттерин чагылдыруу жеке турмушуна кийлигишүү катары каралышы мүмкүн. Андан сырткары, мыйзамда нормалар бар, ошол нормаларга ылайык мыйзамсыз алынган маалыматты ММКда жарыялагандыгы үчүн 5 жылга эркинен ажыратылып, мүлктөрү конфискацияланып жазаланат.

Дагы бир чоң талаш-тартышты пайда кылган жана ЕККУнун сынына кабылган мыйзам – бул «Маалымат байланыш тармактары маселеси боюнча Казакстан Республикасынын кээ бир мыйзам актыларына толуктоолорду жана өзгөртүүлөрдү киргизүү жөнүндөгү» мыйзам. Бул мыйзамга ылайык дээрлик бардык Интернет булактары, жеке баракчалар, форумдар, блогдор, социалдык тармактар ММК менен бирдей каралган жана аларга масс-медианын жоопкерчилигиндей жоопкерчилик жүктөлгөн.

Мыйзамды сактабагандыгы үчүн жоопкерчилик Кылмыш, административдик жана атуулдук кодексинде каралган.

Кылмыш-процессуалдык кодекс журналисттердин жүрүм-турумун сот процессинде жөнгө салат. Кылмыш аткаруучулук кодекс журналисттердин жабык жайларга баруу тартибин жазып чыгат.

Практикада, журналисттерге каршы иштеген Кылмыш кодексинин «Жалган жалаа» жана «беделе шек келтирүү» беренелери болуп калууда. Убакыттын өтүшү менен башка беренелер да иштелип чыгууда. Ошол беренелер боюнча – сотту сыйлабагандык, мамлекеттик сырды жарыялоо (мамлекеттик сырга кайсыларды киргизүүгө боло тургандыгы түшүнүксүз), казак президентинин беделе шек келтирди деген айыптар менен Казакстандагы журналисттер жоопкерчиликке тартылышты.

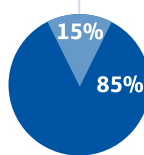
КЫРГЫЗСТАН

Медиаçөйрөгө көз чаптыруу



1 331	бардык катталган ММК
437	активдүү иштеген ММК

Мамлекеттик басма ММК



Мамлекеттик эмес басылма ММК



Басма ММКнын үлүшү



Кыргыз Республикасында 2009-жылдын январь айында КРнын Адилет министрлиги тарабынан 1331 ММК катталган. Өлкөдө иш жүзүндө кызмат көрсөтүп жатышкан гезиттердин, журналдардын жана телерадиокомпаниялардын саны 430, демек, каттоодон өткөндөрдүн 32,9%ын гана түзөт.

Жалпы катталган ММКнын – 1197 (90%)си мезгилдүү басылмалар. Алардын көпчүлүк бөлүгү – 65% (778)га жакынын коомдук-саясий жана маалымат басылмалары түзөт. ММКнын жалпы санынын 10% (119) жарнама-коммерциялык максатта иш алып барышат.

Катталган гезит, журналдардын жалпы санынын 85% (1017)га жакынын мамлекеттик эмес ММК түзөт. Алардан ичинен 100 гезит-журнал Ош шаарында катталган жана 70%ы жеке басылмалар.

Тилдик белгиси боюнча: дээрлик жалпы гезит журналдардын 70%ы кыргыз тилинде чыгарылат. Республикалык, облустук жана райондук гезиттердин 25%ы орус жана өзбек тилдеринде чыгарылат. Ошондой эле, англис, түрк жана дунган тилдеринде чыгарылган басылмалар да бар.

Эгер өкмөттүк ММКын ала турган болсок, анда республикалык масштабда кыргыз тилдүү «Эркин-Тоо» жана «Кыргыз Туусу» гезиттери – жумасына эки жолу 4-5 миң нускада чыгарылат. Орус тилдүү «Слово Кыргызстана» жумасына эки жолу 4 миң нускада, жума күнү чыкчу «В конце недели» 10-15 миң нускада чыгарылат. Андан сырткары КР өкмөтү тарабынан уюштурулган балдар үчүн «Байчечекей», «Кырчын» журналдары жана «Жеткинчек» гезити чыгарылат.

Мыйзамдар

Кыргызстанда цензурага конституциялык тыюу салуу жок. «ММК жөнүндөгү» мыйзамдын 1-беренесине ылайык ММКна цензура коюуга жол берилбейт.

Ар бир адам төмөнкү укуктарга ээ:

- маалыматты эркин чогултуу, сактоо, колдонуу жана аны оозеки, жазуу түрүндө же башкача жолдор менен жайылтуу;
- сөз, ойлонуу жана басма сөз эркиндиги жана ошол ойду эч бир тоскоолдуксуз билдирүү. Эч ким өзүнүн пикирин жана ишенимин билдирүүгө бирөө тарабынан мажбурланбайт (14-бет).

Ошентип, Конституция маалымат алуу, берүү жана жайылтуу эркиндигин кепилдейт.

Көз карандысыз телеберүүлөр жана басылмалар өз материалдарын берүүдө кайсы бир мамлекеттик орган менен макулдашууга милдеттүү эмес.

Ошентип, Конституция маалымат алуу, берүү жана жайылтуу эркиндигин кепилдейт. Бул жалпы принцип кайсы бир адам, же уюм тарабынан гезит жана башка ММКын уюштурууга жана мамлекеттик жашыруун сырдаң сырткары баардык маалыматтарды таратууга жол ачат.

Көз карандысыз телеберүүлөр жана басылмалар өз материалдарын берүүдө кайсы бир мамлекеттик орган менен макулдашууга милдеттүү эмес. Алар мамлекеттик органдар тарабынан берилген маалыматты тандоого, эл аралык маалымат борборлору менен өз мамилелерин өз алдынча аныктоого, өз кабарчыларын чет өлкөлөргө жөнөтүүгө укуктары бар.

«ММК жөнүндөгү» мыйзам

Бул мыйзам массалык маалымат каражаттары аркылуу маалыматты уюштуруунун жалпы укуктук, экономикалык жана социалдык негиздерин аныктайт. Мыйзам массалык маалымат каражаттарынын эркин иштешине шарт түзүүгө жана алардын мамлекеттик органдар, коомдук бирикмелер, ишканалар, уюмдар жана жарандар менен болгон мамилесин жөнгө салууга багытталган. ММК жөнүндөгү мыйзам өзүнүн бир жылдык жашоосунда эч кандай өзгөртүүлөргө учураган жок.

1997-жылы парламент тарабынан Кыргыз Республикасынын эки – «Журналисттин адистик ишмердүүлүгүн коргоо жөнүндөгү» жана «Маалыматты алуу эркиндиктери жана кепилдиктери жөнүндөгү» – мыйзамы кабыл алынды. Эки мыйзам тең бир күндө кабыл алынып, «ММК» жөнүндөгү мыйзамга кошумчалоо катары киргизилди.

«Журналисттин адистик ишмердүүлүгү жөнүндөгү» мыйзам

Мыйзам журналисттин адистик ишмердүүлүгүнө байланышкан мамилелерди жөнгө салууга, алардын укуктарын жана милдеттерин аныктоого, ошондой эле, аларга жоопкерчиликтин чендерин орнотуу менен укуктук жана социалдык кепилдиктерди берүүгө багытталган.

«Маалыматты алуу эркиндиктери жана кепилдиктери жөнүндөгү» мыйзам

Бул мыйзам ар бир адамдын маалыматты эркин жана тоскоолдуксуз издөө, алуу, иликтөө, берүү жана жайылтуу учурунда пайда болгон мамилелерди жөнгө салат. Бул мыйзам бир да «сандарды», «мөөнөттөрдү» өзүнө камтыбайт, иш жүзүндө өзүнүн көпчүлүк жоболорунда ММК жөнүндөгү мыйзамды кайталайт.

«Кыргыз Республикасынын мамлекеттик жана жергиликтүү өзүн-өзү башкаруу органдарына таандык маалыматты алуу жөнүндөгү» мыйзам

2006-жылы Кыргыз парламенти тарабынан бул мыйзамдын кабыл алынышы чоң жаңылык жана жогоруда аталып өткөн мыйзамдарга карата чоң кол кабыш болду. Мыйзам өтө билгичтик менен сегиз бөлүмгө бөлүнгөн жана оозеки жана жазуу түрүндөгү маалыматты суроо талабына ылайык, аны таратуунун эрежелери так жазылган. Мамлекеттик жана жергиликтүү өзүн-өзү башкаруу органдарынын ишмердүүлүгүн элге жарыялоо жана алардын документтерин жана материалдарын түздөн-түз алууну камсыз кылуу жөнгө салынган. Мамлекеттик органдардын чогулуштарына катышуу мүмкүнчүлүктөрү мыйзамдын бешинчи бөлүмүндө көрсөтүлгөн.

Маалыматты алууну жана жайылтууну чектөө мыйзам тарабынан киргизилээри биринчи жолу так аныкталды. Мыйзамда маалыматты колдонуу чөйрөсү, анын кепилдиктери жана принциптери так жазылган. Баштагы мыйзамдарга караганда бул мыйзамдын башкы артыкчылыгы, суроо жөнөткөндөр эч кимге өздөрүнүн суроосунун себебин чечмелөөгө милдеттүү эмес. Маалыматты алуу мөөнөтү жана карап чыгуу тартиби, ошондой эле, тигил же бул суроону канааттандыруунун тартиби көрсөтүлгөн.

«Теле жана радио берүү жөнүндөгү» талаштуу мыйзам

2008-жылы 24-апрелде парламент тарабынан «Теле жана радио берүү жөнүндөгү» мыйзам кабыл алынган, ал эми 2008-жылдын 2-июнунда бул мыйзамга Кыргыз Республикасынын Президенти кол койгон. Бул мыйзам электрондук ММКында жана медиакоомчулугунда терс маанайды жаратты. Мыйзамдын, УТРКнын ишмердүүлүгүнө жарандык көзөмөлдөө механизмдеринин жоктугуна, лицензияны кайра тартып алуу жана токтотуунун чектелген механизмдерине, ошондой эле, берүүлөрдүн жарымынан көбүн мамлекеттик тилде берүү сыяктуу нормалары бир топ талкууну жаратты.

Медиакоомчулуктун жана ММКнын бир нече жолу кайрылууларынан кийин президент өзүнүн буйругу менен Адилет министрлиги жана Маданият министрлигине мыйзамды жакшыртууга байланыштуу түшкөн бардык сунуштарды карап чыгууну жана жумушчу топту түзүүнү тапшырган.

ММКнын, медиакоомчулуктун өкүлдөрүнөн, депутаттардан, профилдик министрликтердин жана агенттиктердин кызматкерлеринен түзүлгөн жумушчу топ үч айдын ичинде көптөгөн өзгөртүүлөрдү жана түзөтүүлөрдү киргизген. Көпчүлүк чечимдер коллегиялдуу кабыл алынган. Кыргыз Республикасынын «Теле жана радио берүү жөнүндөгү»

мыйзамына өзгөртүүлөрдү жана толуктоолорду киргизүү жөнүндөгү мыйзам долбооруна карата сунуш кылынган мыйзам долбоору жана салыштыруу таблица жумушчу топтун жыйналышынын жемиши болду.

Бирок, мыйзам долбоорунун акыркы вариантынын кээ бир нормаларынан башкасы олуттуу өзгөрүүлөргө учураган жок.

Маанилүү жана стратегиялык мааниге ээ өзгөртүүлөр мыйзамдын 8-беренесине киргизилди. Дал ушул беренелер мыйзамдын алгачкы редакциясында телерадиокомпаниялар жана коомдук уюмдар тарабынан негизги каршылыктарды жаратты.

Беренде телерадиокомпания кантип өзүнүн 50%дык берүүлөрүн этаптабы менен мамлекеттик тилге өткөрүү, 50% продукцияларын өздөрү даярдоого жана 60% улуттук аудиовизуалдык продукцияларды даярдоого өткөрүүнүн механизмдери жазылган. Дал ушул механизм бүгүнкү телерадиокомпаниянын жашоосун сактоого мүмкүндүк берет жана ошону менен бирге мамлекеттик жана улуттук кызыкчылыктарды коргоп, Кыргызстандын маалымат коопсуздугун камсыз кылат.

Жалган жалаа – кылмыштуу күнөө

2005-жылдан тарта Кыргызстанда тараптардын бири ММК, же журналист болгон сот иштеринин көбөйүү тенденциясы байкалды.

2005-жылдан тарта Кыргызстанда тараптардын бири ММК, же журналист болгон сот иштеринин көбөйүү тенденциясы байкалды. Көбүнчө бул иштер Кыргыз Республикасынын «Ар-намысын, кадыр баркын жана ишкердик беделин коргоо» жарандык кодексинин 18-беренесине байланыштуу болгон. Бул баарынан мурда 2005-жылдын 24-мартынан баштап кызматтарды, мүлктү жана өзүнчө, же мамлекеттик топтордун таасир этүү чөйрөсүн кайрадан бөлүштүрүүнүн натыйжасы болду. Бул пикирди кээ бир журналисттердин өз иштеринде максаттары коомчулуктун максаттары менен дал келбеген ММКнын жетекчилеринин – саясий лидерлердин, бизнес-түзүм өкүлдөрүнүн, түрдүү коомдук ишмерлердин – кызыкчылыгы менен чектелүүсүнө байланыштырууга болот. ММКнын жетекчилеринин маалымат саясатынын мындай тил алчаактыгы – журналисттин өз ордун жоготуп коюу коркунучунан улам болууда. Учурда журналисттерге өздөрүнө жакшы эмгек акы төлөнгөн жумуш ордун табуу оор болуп жаткандыктан улам, көпчүлүк журналисттердин өз принциптеринен, атуулдук позициясынан таяуосу бул абалды андан бетер тереңдетүүдө.

Муну менен моюнга ала турган нерсе, адамдык беделин, кадыр-баркын коргоо боюнча кайрылуулардын көпчүлүгү сот тарабынан жактырылып

орундалган. Чындыгында, массалык маалымат каражаттарында жарыялануучу маалыматтар дайыма эле объективдүү текшерилип, же чындыкка коошо бербейт. Буга кээде чыныгы абал таасир этсе, кээде субъективдүү мүнөздө болуп, ошонусу менен карапайым жарандардын эле эмес, кызмат адамдарынын да беделин түшүрүп, кадыр-баркына доо кетирет.

Мындай иштерди кароонун бир топ маселелери боюнча бирдиктүү соттук тажрыйба жок экендигин белгилей кетүүбүз зарыл. Мүмкүн бул андай категориядагы иштердин татаалдыгы жана баардык эле соттордун андай өзгөчө маселелерди кароодо мыкты тажрыйбага ээ эместиги менен түшүндүрүлүшү мүмкүн.

Мындай иштерди кароонун бир топ маселелери боюнча бирдиктүү соттук тажрыйба жок экендигин белгилей кетүүбүз зарыл. Мүмкүн бул андай категориядагы иштердин татаалдыгы жана баардык эле соттордун андай өзгөчө маселелерди кароодо мыкты тажрыйбага ээ эместиги менен түшүндүрүлүшү мүмкүн

ТАЖИКСТАН

Медиачөйрөгө көз чаптыруу

Тажикстан Республикасынын маданият министрлигинин маалыматына ылайык, 2010-жылдын 10-мартына карата 228 гезит каттоодон өткөн:

- 49 мамлекеттик;
- 115 жеке;
- 27 коомдук;
- 37 тармактык.

Ошондой эле, 118 журнал катталган:

- 12 мамлекеттик;
- 44 жеке;
- 20 коомдук;
- 42 тармактык.

Тажикстанда 8 маалымат борбору иштейт: алардын бирөө мамлекеттик – **НИАТ «Ховар»**, жана жетөөсү жеке маалымат борборлору. Тажикстанда өлкө аймагынын 100%ын кучагына алган мамлекеттик 5 телеканалдын, 3 радиоккомпаниянын берүүлөрү; ошондой эле, 16 жергиликтүү телестанция, 7 көз карандысыз жана 2 жергиликтүү FM-радиостанциясы бар.

Көз карандысыз эксперттердин пикиринде, жеке менчикти жана таасир этүү тармактарын кайра бөлүштүрүүнүн жаңы этабы жүрүп жатат.

Тажикстанда ММКнын так саны, түрлөрү, чыга турган убактысы, нускасы же болбосо канчалык аймакка тарала турганы тууралуу так маалымат жок. Мындай көрүнүш Тажикстанда ММКын каттай турган бирдиктүү реестрдин жок экендиги менен байланыштуу.



Тажикстандагы берүүлөрдүн саны, түрү, тиби, мезгилдүүлүгү, нускасы (камтыган аймак), көлөмү жана контент б. а. ММКнын мазмуну жөнүндө так статистикалык көрсөткүчтөр жок. Бул Тажикстанда ММК каттоонун бирдиктүү реестринин (кадастр) жоктугу менен түшүндүрүлөт.

Ошондуктан, бийлик бутактары, финансылык, өндүрүштүк жана башка таасирдүү топтор тарабынан ММКнын ишмердүүлүгүнө өздөрүнүн көзөмөлүн орнотууга умтулуу күчөөдө.

Соңку жылдардагы кээ бир өзгөрүүлөргө карабастан, тажикстандык медиарынок мурдагыдай эле мамлекеттик бийликтин күчтүү кысымында калууда. Көптөгөн республикалык гезиттер басылган «Шарки Озод» полиграфиялык басылмасы, дагы бир нече басылма мамлекеттин колунда калууда.

Соңку жылдары көз карандысыз басылмалардын саны олуттуу өсүп, алар медиарынокто мамлекеттик басылмаларды бир топ сүрүп чыгара баштагандыгын калыстык үчүн белгилей кетүү керек. Бирок, акыркы жылдар-

дагы тажрыйба көрсөткөндөй, бул басылмалар чиновниктердин ар кандай кысымына дуушар болуп келишет.

Ошондой эле, маалыматты таркатуу жаатында бир катар көйгөйлөр сакталып калууда. Тажикстанда бүгүнкү күнгө чейин ММКын жайылтуу менен алектенген альтернативдүү, бейөкмөттүк уюмдар жок. Жада калса, борбордо гезит сатуучу жеңил дүкөнчөлөрдүн саны да өтө аз.

Кээ бир аймактарда мурдагыдай эле мамлекеттик – «Джумхурият», «Садои мардум» гезиттерине, «**Минбари халк**» башкаруучу партиянын басылмасына мажбурлоо менен жаздыруу сакталып калган. Ушуга байланыштуу, аталган гезиттер 16 миңден 24 миңге чейинки нускада чыгарылат.

Мындан сырткары бийликтин электрондук ММКна лицензия берүү сыяктуу таасир берүү укугу сакталган. Соңку жылдары жаңы лицензияны бир нече гана жаңы электрондук ММК алышкан. Мисалы, Дүйшөмбүдө болгону бир көз карандысыз «СМТ» каналы бар. Бир топ жагымдуу жагдай борбордун үналгы тармагында түзүлгөн. Бир эле мезгилде жетиштүү таасирдеги бир нече көз карандысыз радиостанциялар иштешет. Бирок «Имруз» радиостанциясынан башка бардык радиостанциялардын берүүлөрүнүн мазмуну негизинен көңүл ачуу программаларына багытталган.

Мамлекеттик ММК мамлекеттик органдар тарабынан жарандардын укуктарынын бузулушу тууралуу чанда гана жазат. Бул планда «**Минбари Халк**» башкаруу партиясынын басмасын бөлүп көрсөтүүгө болот, анткени ал гезит адам укуктар темасындагы макалаларды дайыма жарыялайт.

Тажикстандагы ММКнын ишмердүүлүгүнө дүйнөлүк каатчылык өз салакасын тийгизди: анын кесепеттери гезит нускаларынын кыскарышына, жарнамадан түшкөн кирешенин азайышына алып келди. Андан сырткары, басылмаларда соттук куугунтуктоо, журналисттердин маалымат алуу мүнкүндүгүн чектөө сыяктуу тескери көрүнүштөр орун алды.

Массалык маалымат каражаттарынын, өзгөчө көбүрөөк көз карандысыз басылмалардын татаал шарттардан чыгып кетүүсү, жогоруда көрсөтүлгөн терс көрүнүштөр менен күрөшүүсү жана өздөрүнүн көз карандысыздыгын сактап калуусу алардын өздөрүнө жүктөлгөн.

Соңку жылдары өлкөдө жаңы ММК пайда болуп, журналисттердин катары жаңы жаш адистер менен толукталды. Ошого карабастан, көпчүлүк маалымат программаларындагы журналисттик материалдардын сапаты эл аралык стандарттарга жооп бербейт. Сөз эркиндиги принциби жана

Мамлекеттик ММК мамлекеттик органдар тарабынан жарандардын укуктарынын бузулушу тууралуу чанда гана жазат. Бул планда «**Минбари Халк**» башкаруу партиясынын басмасын бөлүп көрсөтүүгө болот, анткени ал гезит адам укуктары темасындагы макалаларды дайыма жарыялайт.

ММКнын жана журналисттердин коомчулук астындагы жоопкерчилигинин ортосундагы тең салмактуулуктун бузулгандыгы байкалат. Акылга сыйбаган нерсе, бул тажик ММКнын ишмердүүлүгү журналистиканын өзгөчөлөнгөн теорияларын карманат: авторитардык теория, либертариандык теория, социалдык жоопкерчилик теориясы, советтик тоталитардык теория. Мамлекеттик ММК авторитардык жана советтик тоталитардык теориянын, ал эми көз карандысыз ММК көбүнчө либертариандык жана социалдык жоопкерчилик теорияларынын негизинде иштешет. ММКын өнүктүрүү максатында Тажикстандагы секторлордун ортосундагы маалымат алмашуунун жоктугу, мүмкүн бул теориялардын маңызын жана демократиялык коомдогу ММКнын багытын жакшы түшүнбөгөндүктөн улам болуп жаткандыр.

2009-жылдын 7-февралында Тажикстандын президенти Эмомали Рахмонов «Кызмат адамдарынын ММКнын сындоолоруна жана аналитикалык билдирүүлөрүнө болгон мамилеси жөнүндөгү» буйрукка кол койгон. Бул мыйзам алдындагы акт коомдогу маанилүү маселелер боюнча коомдук талкууну баштоо үчүн гезиттердин, радио жана теле берүүлөрдүн активдешүүсүнө көмөктөшүүсү керек эле. Тилекке каршы, кээ бир чиновниктер бул кадамды алардын ыйгарым укуктарына болгон кол салуу катары кабыл алышып, сынчыл жана аналитикалык материалдарга жооп берүүнүн ордуна, такай өзүн-өзү актоого аракеттенишүүдө, ал эми кээ бир учурда ММКын жана журналисттерди жалган жала жаап, беделин түшүргөн, чындыкка коошпогон маалыматты жайылтты деп, айыпташууда.

Мындай абалдын түзүлүшүнө кээде журналисттердин өздөрү күнөөлүү болуп жатышкандыгын моюнга ала кетүү керек. Алар өздөрүнө көп жоопкерчиликти алышат, кээде алар көзөмөлдөөчү, сот жана прокурор катары чыгышат. Жыйынтыгында журналисттик ишмердүүлүктүн укуктук негизи жана этикалык нормалары бузулат.

Мыйзамдар

Тажик Республикасынын Конституциясында (30-берене), ар бир адамдын сөз, басма сөз эркиндиги, маалымат каражаттарын колдонуу укугу кепилдикке алынган. Мамлекеттик цензурага жана сындагандыгы үчүн куугунтукка алууларга тыюу салынган.

Тажик Республикасынын ММК тармагын бир нече мыйзамдар жөнгө салып турат. Алардын эң маанилүүлөрү «Басылмалар жана башка ММК

жөнүндөгү», «Теле жана радио берүүлөр жөнүндөгү» жана «Маалыматты алуу укугу жөнүндөгү» мыйзамдар.

Жалпысынан алганда мыйзамдар жакшы. Мисалы, басылмалар жөнүндөгү мыйзамда, «жарандар ММК аркылуу мамлекеттик органдардын, коомдук бирикмелердин, кызмат адамдарынын ишмердүүлүгү жөнүндө так маалыматты өз учурунда алууга укугу бар» – деп айтылган.

Бирок мыйзамда кызмат адамдарынын ММКнын суроосуна жооп берүү мөөнөтү (30 календардык күн) өтө узак көрсөтүлгөн. Мыйзамдын кээ бир жоболору чектөөчү нормаларды камтыйт.

Мисалы, «Басылмалар жана башка ММК жөнүндөгү» мыйзам төмөндөгүдөй пунктту камтыйт: «ММКнын редакциясы, журналист өз маалыматтарында белгилүү бир иш боюнча соттук териштирүүнүн жыйынтыгын алдын-ала чечүүгө, же чечим чыкканга, же өкүм жазасы күчүнө киргенге чейин кайсы бир жол менен сотко таасир этүүгө укугу жок».

Бул пункт эки маанинин учун чыгарып тургандыктан, практикада көбүнчө сот процессин чагылдырууда ММКнын мүмкүнчүлүгүн чектейт.

Жалган жалаа – кылмыштуу күнөө

Тажик Республикасынын мыйзамында жалган жалаа үчүн кылмыштык жоопкерчиликтин болушу ММКда демократиялык принциптер, же сөз эркиндигин сактоо мүмкүнчүлүгүн чектейт. Мурдагыдай эле жалган жалаа үчүн кылмыш жоопкерчилиги каралган.

Мурдагыдай эле жалган жалаа үчүн кылмыш жоопкерчилиги каралган.

Элдер өздөрүнүн сөз эркиндигине болгон конституциялык укуктарын колдонуудан коркушат.

Тажикстандын журналисттик жана укук коргоо уюмдарынын «Жалган жалаа жана беделине шек келтирүү» маселесин кылмыш катары карабоо демилгеси аткаруу жана мыйзам чыгаруу бийлиги тарабынан колдоо тапкан жок: алар ЕККУга катышкан алдыңкы мамлекеттерге теңелгиси келишпейт, алар «Жалган жалаа жана беделине шек келтирүүнү» кылмыш катары карабоо маселеси али чечиле элек мамлекеттердин катарына кирет.

Тажикстандагы көз карандысыз ММКнын улуттук ассоциациясынын төрагасы Нуриддин Каршибоевдин пикиринде, соңку убактарда (2009-жылдын октябрынан 2010-жылдын май айына чейин) Тажикстандын басылмаларына 8 соттук доо катталган («Азия плюс», «Крим-инфо»,

«Миллат», «Озодагон», «Пайкон», «Сугд», «Фараж»). Эң чуулгандуу иш Республиканын үч сотунун жана Дүйшөмбү шаарынын сотунун үч – «Азия плюс», «Озодагон» жана «Фараж» – тажик басылмаларына каршы доосу болду. Бул «исфаралыктардын иши» деп аталып, коомдо чоң резонанс жаратты. Өз оюн эркин билдирүүнүн жана кадыр-баркын коргоонун эл аралык принциптерине ылайык, эгер алардын максаты кызмат адамдарын мыйзамдуу түрдө сыңдоого, же алардын укук бузууларынын, же паракорчулугунун бетин ачууга тыю салуу болсо, диффамация (бирөөнү маскаралаган маалыматтарды басмага жарыялоо) жөнүндө мыйзам негиздүү деп эсептелбейт.

ТҮРКМӨНСТАН

Медиаөйрөгө көз чаптыруу

Түркмөнстандагы медиаөйрө жалгыз Массалык маалымат каражаттарынын гана болгондугу менен түшүндүрүлөт, алар жеке президент тарабынан уюштурулат жана мамлекеттик казнадан каржыланат. Өлкөнүн аймагында көз карандысыз массалык маалымат каражаты жок.

Бүгүнкү күнү Түркмөнстанда он төрт басылма, алардын ичинде, «Нейтральный Туркменистан» (күн сайын чыгуучу төрт сызыктуу өкмөттүк газета. Нускасы, 23,5 миң), «Түркмөнстан» (күн сайын чыгуучу, 23 миң нускада чыгат), областтык жана тематикалык гезиттер жана журналдар, алар «Түркмөнстандын илими жана техникасы», «Улуттук армия», «Тартипти коргоо» жана башка билим берүү, медицина, айыл чарба маселелерин чагылдыруучу басылмалар.

Президенттин алдындагы Түркмөнстандын демократия жана адам укуктары улуттук институттун «Демократия жана укук» журналы жападан жалгыз укук коргоо жаатында чыгарылган журнал. Ал өз беттерине негизинен Гурбангулы Бердымухамедовдун сүйлөгөн сөздөрүн жана «адам коомдун жана мамлекеттин негизги баалуулугу», ошондой эле, «Түркмөнстандын Конституциясы социалдык жана экономикалык өнүгүүнүн укуктук негизи», деген аталыштагы академиялык макалаларды жарыялайт.

Бардык басылмалар түркмөн тилинде чыгарылат, «Нейтралдуу Түркмөнстан» жана «Түркмөнстан» гезиттеринин гана орусча басылмалары бар.

Түркмөнстандагы медиаөйрө жалгыз Массалык маалымат каражаттарынын гана болгондугу менен түшүндүрүлөт, алар жеке президент тарабынан уюштурулат жана мамлекеттик казнадан каржыланат. Өлкөнүн аймагында көз карандысыз массалык маалымат каражаты жок.

Жергиликтүү телеберүүлөр «Мирас», «Алтын Асыр», «Яшлык», TV-5 мамлекеттик телеканалын да көрсөтүлүп, эфирге суткасына он алты сааттан түркмөн тилинде чыгып, көрүүчүлөргө орус тилинде он мүнөттүк жаңылыктар блогун жана TV-4 маалымат-музыкалык берүүлөрүн сунуштайт. Ал жети тилде көрсөтөт: түркмөн, англис, араб, кытай, орус, француз жана фарс тилдеринде.

Маалыматты таркатуу артыкчылыгы президенттин басма-сөз кызматына жана «Түркмөн-довлетхабарлары» («ТДХ») мамлекеттик маалымат борборуна берилген. Ошондой эле, материалдарды Turkmenistan.gov.tm, Turkmeniform.com. сайттарынан таба аласыз.

Бийлик ММКна саясий оппозициянын көз караштары жөнүндө маалымат берүүгө, же бийликти сыңдоого, ошондой эле укук жана эркиндик темаларын козгоого тыюу салат. Укук жана эркиндик темаларын басылмалардан көрүүгө мүмкүн эмес, ал тургай «укук коргоо» деген сөздү колдонуу да коркунучтуу.

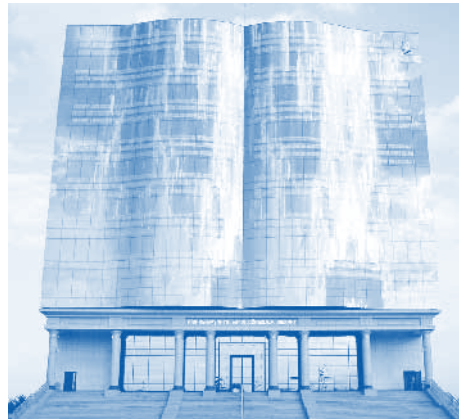
Катаал цензура

Бардык түркмөн басылмалары атайын ыйгарым укугу бар орган – Түркмөнстандын министрлер кабинетинин алдындагы Мамлекеттик жашыруун сырды басылмалардан жана башка ММКнан коргоо боюнча Комитет тарабынан катуу көзөмөлдөнүп турат. Бул ведомствонун чиновниктери басма, аудио- жана видео-продуктыларына цензура коюу укугуна ээ.

Жергиликтүү кабарчылар экологиялык, же маданий темадагы макалаларды даярдоодо да жогорку жетекчилер менен узак убакыт бою макулдашууга туура келет, андан кийин даяр болгон материалды текшере турган атайын адамга жөнөтүшөт. Ал адам материалдын басылмаларга, же эфирге чыгуу мүмкүнчүлүгүн аныктайт.

Журналисттерге жетекчиси менен макулдашпай туруп өз алдынча кайсы бир видеого, же сүрөткө тартууга тыюу салынган. Түркмөнүн сырткы көрүнүшүн чөнтөк телефондун камерасына тартып алууну каалаган кабарчыны камакка алган учурлар болгондугу белгилүү.

Журналисттерге жетекчиси менен макулдашпай туруп өз алдынча кайсы бир видеого, же сүрөткө тартууга тыюу салынган.



Түркмөнстандагы эркин чыгармачылыктын үйү.

Мыйзамдар

2008-жылы кабыл алынган Түркмөн Конституциясынын жаңы редакциясы өлкөнү «**демократиялык жана укуктук мамлекет**» деп жарыялаган. Түркмөнстан Бириккен Улуттар Уюмуна, ЕККУга мүчө болуу менен бир катар атуулдук, саясий, экономикалык, социалдык жана маданий укуктар жана маалыматты алуу боюнча эл аралык документтерди ратификациялаган. 1995-жылы **Меджлис (парламент)** Адам укугу жаатындагы Түркмөнстандын эл аралык милдеттери жөнүндөгү декларацияны ратификациялаган жана Түркмөнстан бейтарап мамлекет катары Түркмөнстандын тышкы саясатынын концепциясын кабыл алган. Бул документтер өлкөнүн негизинен демократиялык принциптерди колдоорун көрсөтүп турса да, принциптердин өзү жергиликтүү мыйзамдарда чагылдырылган жок. Мисалы, атуулдардын эл аралык сотко кайрылуу укугу эч жерде бекитилген эмес.

Түркмөн Конституциясынын 28-беренеси «ой-пикирди эркин билдирүү, мамлекеттик, же башка мыйзамдар менен корголгон жашыруун сырда башка бардык маалыматты алуу» укугун кепилдейт, ал эми 39-берене «көркөм, илимий жана техникалык чыгармачылыктын эркиндиги» укугу менен камсыздайт. Бирок, тажрыйба көрсөткөндөй бул эркиндиктер кагаз бетинде гана жашайт.

«Басылмалар жана башка массалык маалымат каражаттары жөнүндөгү» мыйзам

Түркмөнстандагы ММКнын ишмердүүлүгү де-юре 1991-жылы кабыл алынган «Басылмалар жана башка массалык маалымат каражаттары жөнүндөгү» мыйзамда такталган. Ал мезгилде өлкө өз алдынчалыгын ала элек болчу жана мурдагы Советтер Союзунун курамында эле. Мыйзам сөз жана басма сөз эркиндигин, маалыматты жана идеяны алуу жана жайылтуу түшүнүктөрүн аныктап турса да, 2008-жылкы Түркмөн Конституциясынын жаңы редакциясы ал эркиндиктердин бири да бекитилген эмес жана анда «Басылмалар жана башка массалык маалымат каражаттары жөнүндөгү» мыйзам жөнүндө эске да алынган эмес, ошондой эле журналисттердин укуктарын жана милдеттерин аныктап алардын мамлекеттик жашыруун сырларды жайылтууга, коомдук маралдын эрежелерин бузууга, маалыматты жарандардын жеке турмушуна кийлигишүү максатында колдонууга тыюу салат.

Мыйзам өтө эскирген жана бүгүнкү күндүн чындыктарын эске алуу менен өзгөртүүлөргө муктаж. Беренелеринин биринде гезит журналдардын кон-

Түркмөн Конституциясынын 28-беренеси «ой-пикирди эркин билдирүү, мамлекеттик, же башка мыйзамдар менен корголгон жашыруун сырда башка бардык маалыматты алуу» укугун кепилдейт.

Мыйзам өтө эскирген жана бүгүнкү күндүн чындыктарын эске алуу менен өзгөртүүлөргө муктаж, аны беренелеринин бири ачык эле көрсөтүп турат.

тролдук көчүрмөлөрүн азыркы күндө жашабаган «Бүткүл союздук китеп палатасына жана Ленин атындагы китепканага» өткөрүп берүүсү каралган. Ушунун өзү мыйзамдын эскилигин көрсөтүп турат. Бирок бүгүнкү күнгө чейин мыйзам жаңыланган эмес.

Жалган жалаа – кылмыштуу күнөө

Түркмөнстандын атуулдук жана кылмыш мыйзамдарында жалган жалаа жана беделине шек келтирүү кылмышын жазалоо жана коргонуу жол-жоболору каралган. Бул беренелердин негизинде журналисттер жана активисттер өз ишмердүүлүктөрү үчүн жоопкерчиликке тартылышы мүмкүн.

1997-жылы кабыл алынган кылмыш кодекси жалган жалааны кылмыш катары белгилейт. Кодекстин 17-бөлүмүнүн 132-беренесине ылайык, жалган жалаа – бул «башка адамды басмырлаган, кадыр-баркына шек келтирип, же анын беделин түшүргөн жалган маалыматтарды жайылтуу». Бул кылмыш катары эсептелип 3 жылга эркинен ажыратуу жазасы каралган. Атуулдук кодекс (16-берене) жеке жана юридикалык жактардын адамдык абийирин, кадыр-баркын жана ишкердик беделин коргоо иш-чараларын жөнгө салып турат. Бирок мыйзамда доо арыз жазууга негиз болгон түшүнүктөр чечмеленип түшүндүрүлгөн эмес, бирок «доогердин кадыр-баркына жана ишкердик беделине шек келтирген», маалыматты жайылткандыгы үчүн күнөөлөнүп жаткан адам өзүнүн күнөөлүү эмес экендигин далилдөөгө укугу бар экендиги мыйзамдаштырылган.

Мекенди сатуу

Мекенди сатууга карата жаза колдонуунун юридикалык эрежелери бүгүнкү күнгө чейин мыйзам түрүндө жашайт. Түркмөнстандын түрмөлөрүндө мындай жаза менен саясий мотив менен камалгандар өз жазасынын мөөнөтүн өтөшүүдө. 2003-жылкы мамлекеттик төңкөрүш жасоого, мурдагы лидер Сапармурат Ниязовдун өмүрүнө кол салууга болгон аракеттен кийин, бул эрежелер андан бетер оордотулган.

Айыптоолор «Ниязов тарабынан жүргүзүлүп жаткан саясатка элдердин ишенбөөчүлүгүн жаратуу, өлкөнүн саясий, же экономикалык өнүгүүсүнө зыян келтирүүгө аракет жасагандыгы, чиновниктердин өз кызыкчылыгын жалпы элдин кызыкчылыгынан жогору коюусу» деген сыяктуу тумандуу формулировкаларды өзүнө камтыйт.

Мекенди сатуу – бул «жогоруда саналып өткөн иш-аракеттерди даярдоого жана өткөрүүгө көмөк көрсөткөн, ошондой эле, андай иш-аракеттер

Айыптоолор «Ниязов тарабынан жүргүзүлүп жаткан саясатка элдердин күмөнүн жаратуу максаты, өлкөнүн саясий, же экономикалык өнүгүүсүнө зыян келтирүүгө аракет жасагандыгы, чиновниктердин өз кызыкчылыгын жалпы элдин кызыкчылыгынан жогору коюусу» деген сыяктуу тумандуу формулировкаларды өзүнө камтыйт.

тууралуу билип туруп бийликтин тийиштүү органдарына кабарлабаган иш аракеттер. Мекенди сатты, деп жаза алгандар өмүр бою эркинен ажыратылат жана аларга мунапыс берилбейт, же күнөөсү кечирилбейт.

Көбүнчө бул айып бийликке жакпаган жогорку кызматтагы чиновниктерге, же башкача ойлонгондорго карата колдонулат. Диктатор Ниязовдун өлүмүнөн үч жыл өтсө да бийлик бул мыйзамды жоёбу, же жокпу, али үн ката элек.

ӨЗБЕКСТАН

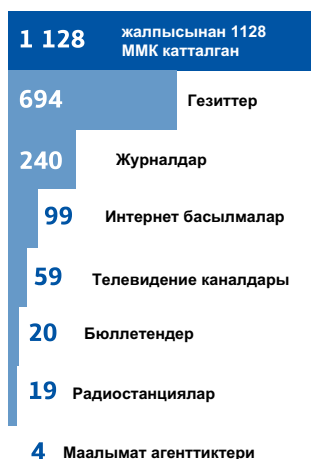
Медиаөйрөгө көз чаптыруу

Басылмалар жана маалымат боюнча Өзбек агенттигинин расмий маалыматына ылайык, 2009-жылы өлкөдө 1128 ММК катталган, алардын 694 гезиттер, 240 журналдар, 20 бюллетень, төрт маалымат борбору, төрт улуттук жана беш аймактык телеканалдар, 19 радиостанция жана 99 Интернет-басылмалары болгон.

Мамлекеттик ММКнын уюштуруучулары бийлик органдары болуп эсептелет. Мамлекеттик эмес ММК өкмөт тарабынан жашыруун башкарылган саясий партиялар, коомдук уюмдар, түрдүү фонддор, ошондой эле ири ишкерлер тарабынан чыгарылат.

Өкмөт күн сайын чыгуучу улуттук үч гезитти чыгарат жана аларды каржылап турат. Алар: 13миң нускада орус тилинде чыгуучу «Правда Востока» коомдук саясий гезити, өзбек тилинде чыккан «Халк Сузи» жана анын орус тилиндегиси «Народное слово» гезити 10миң нуска менен чыгат. Гезиттер бир канча бөлүктөрдөн туруп, анын беттеринде президенттин буйруктары, өкмөттүк документтер, социалдык экономикалык, экологиялык жана маданий темалардагы материалдар жарыяланат.

Атайын укуктук рубрикалардан «Конституция жана мыйзам – коомчулуктун жана жеке адамдардын кызыкчылыгын коргойт». «Шайлоолорду өткөрүүдө ачык-айкындыкты камсыз кылуунун укуктук-уюштуруучулук маселелери», «Аялдар укугунун артыкчылыгы», «Укуктук үгүт иштеринин жыйынтыктары» деген аталыштагы материалдарды күн сайын көрүүгө болот. Бул материалдарда мыйзамдуулукту сактоо боюнча бийликтин иш-аракеттери, бийликтин укуктук жаатта мактоого арзыган иш-



тери, тигил же бул укукту жөнгө салып турган конституциялык эрежелерге түшүндүрмөлөр жарыяланат.

Ўзбекистандын мамлекеттик жана мамлекеттик эмес дагы ММК бийлик адам укуктарын коргоо жаатында кандай иштерди жасап жаткандыгы тууралуу материалдарды мезгил-мезгили менен жарыялап турат. Мисалы, адам сатуу фактыларын алдын-алуу, жакшы мыйзамдардын кабыл алынышы, жарандык коомду өнүктүрүп жаткандыгы тууралуу материалдар жарыяланат. Бул темалар боюнча журналисттер, парламентарийлер, мамлекеттик органдын өкүлдөрү, же коомдук расмий уюмдар, акыйкатчы, чет өлкөлүк байкоочулар өз пикирлерин айтып чыгышат. Бирок, өзбек басма сөзүндө адам укуктарынын аткаруу бийлиги тарабынан бузулушу жөнүндө эч нерсе айтылбайт.

Ошентип, эл аралык ММКнын жана укук коргоочулардын балдар эмгегинин мажбурлоо менен пахта жыйноо жумуштарына тартылуусу, оппозиционерлердин артынан аңдып, мыйзамсыз түрдө камакка алуу жана кый-

Ўзбекистандын мамлекеттик дагы, мамлекеттик эмес дагы ММК бийлик адам укуктарын коргоо жаатында кандай иштерди жасап жаткандыгы тууралуу материалдарды мезгил-мезгили менен жарыялап турат. Мисалы, адам сатуу фактыларынын алдын алгандыгы, жакшы мыйзамдарды кабыл алгандыгы, жарандык коомду өнүктүрүп жаткандыгы тууралуу материалдар.

Ошентип, эл аралык ММКнын жана укук коргоочулардын балдар эмгегинин мажбурлоо менен пахта жыйноо жумуштарына тартылуусу, оппозиционерлердин артынан аңдып, мыйзамсыз түрдө камакка алуу жана кыйноолордун колдонулушу жөнүндөгү маселелерди бир нече жолу көтөрүп чыгышканына карабастан жергиликтүү басылмалар булар жөнүндө эч нерсе жазышпайт.

ноолордун колдонулушу жөнүндөгү маселелерди бир нече жолу көтөрүп чыгышканына карабастан жергиликтүү басылмалар булар жөнүндө эч нерсе жазышпайт.

Өзбек телеберүүсүндө төрт мамлекеттик канал басымдуулук кылат. Эксперттердин айтымында, ал каналдар өкмөттүн көз карашын карманышат жана он беш миллион көрүүчү аудиторияга ээ.

Өзбекстандын www.uza.uz (УЗА) Улуттук маалымат агенттиги басма сөздүн идеологиялык куратору болуп эсептелет жана расмий уруксат берилген жаңылыктар менен маалыматтарды даярдоодо жана таркатууда президенттик аппарат менен тыгыз кызматташат. Өзбекстанда көз карандысыз деп эсептелген, бирок, бардык жаңылыктарында бийликтин көз карашын чагылдырган Press-uz.info Gazeta.uz C-Asia.org сыяктуу бир нече веб-сайттар бар.

Цензурага туюу салынган, бирок иш жүзүндө колдонулууда

«ММК жөнүндөгү» мыйзамдын 7-беренеси Өзбекстанда цензурага жол бербөө жөнүндө билдиргенине карабастан, бардык жергиликтүү басма сөз катуу цензурага туш болууда. Басмага даярдалып жаткан билдирүүнүн, радио жана теле берүүлөрдүн эфирге чыгаар алдындагы жаздырылуусунун мазмунун Мамлекеттик басма сөз жана маалымат агенттигиндеги (УЗАПИ) жетекчи чиновниктер менен божомолдуу макулдашуу тажрыйбасы кеңири тараган.

Өзүн-өзү цензуралоо коргонуунун механизми катары

2005-жылдагы Андижан окуяларын шылтоолоп кабарчыларды аңдуу улантылып жаткандыктан өзбек журналисттеринин арасында коопсуздук максатында өзүн-өзү цензуралоо кеңири жайылган көрүнүшкө айланган. Милиция жана атайын кызматтар журналисттерди камашып, кысымга алышып, коркутуп-үркүтүүгө алып, күч колдонушат, ошондой эле алардын ишмердүүлүгүн бюракратиялык жол менен чектейт.

Мыйзамдар

Өзбекстанда массалык маалымат каражаттарынын ишмердүүлүгү бир канча мыйзамдык актылар менен жөнгө салынат.

Өзбекстандын конституциясында өлкөнүн ар бир атуулунун «учурдагы конституциялык түзүлүшкө каршы багытталган маалыматтардан жана башка мыйзамдарда каралган чектөөлөрдөн сырткары бардык маалыматтарды издөөгө, алууга жана таркатууга укугу бар» деп айтылат. Ушул эле беренедө «ой-пикирдин жана аны билдирүүнүн эркиндиги мамлекеттик, же башка сыр боюнча атайын мыйзам менен чектелүүсү мүмкүн» экендиги белгиленген.

«Мамлекеттик жана башка сырлар» деген түшүнүктүн чөйрөсүн кеңейтип, башка нормативдик актылардын жардамы менен журналисттердин маалымат издөө жана таркатуу ишмердүүлүгүн чектөөгө алуулар орун алууда.

«ММК жөнүндөгү» мыйзам

Өзбекстан Республикасынын 2002-жылы кабыл алынып, 2006-жылы өзгөртүлгөн «ММК жөнүндөгү» мыйзамы массалык маалымат каражаттарына бир катар чектөөлөрдү камтыйт. Анда конституциялык түзүлүштү, Өзбекстан Республикасынын аймактык бүтүндүгүн зордук менен өзгөртүү максатындагы чакырыктарга жана үгүт иштерине, зордук-зомбулук жана терроризмге, ошондой эле диний экстремизмдин идеяларына тыюу салынган. Бирок, тажрыйбада ишти адилеттүү чектеп жаткандай болуп көрүнгөн чындыктар абдан кеңири, алар бийлик органдарынын журналисттердин адистик иш-аракеттерин чектөөсүнө жана мыйзам бузду, деп айыптоосуна жол берет.

2006-жылдагы «ММК жөнүндөгү» мыйзамга киргизилген өзгөртүүлөр Интернетти массалык маалымат каражаты деп аныктады. Бул веб-сайттарды өкмөттүк каттоодон өтүп, уюштуруучусунун, башкы редакторунун жана штаттагы кызматкерлеринин атын билдирүүгө милдеттендирген мыйзамдын алдында болот дегенди түшүндүрөт. Ошондой эле, бардык жарыяланган материалдардын көчүрмөсү көрсөтүлүшү керек.

Жергиликтүү журналисттердин айтуусунда, мыйзамга киргизилген өзгөртүүлөрдөн кийин Интернет кызматын тейлөөчүлөр өлкө турмушунун ар кайсы тарабын талкуулаган блогдорго кирүүнү жабышкан.



Олий Мажалиске (парламент) шайлоо
Өзбекстан Республикасы, декабрь 2009 ж.

Жергиликтүү журналисттердин айтуусунда, мыйзамга киргизилген өзгөртүүлөрдөн кийин Интернет кызматын тейлөөчүлөр өлкө турмушунун ар кайсы тарабын талкуулаган блогдорго кирүүнү жабышкан.

ММКын каттоо

ММКын каттоо иш-аракети уруксат алуу мүнөзүнө ээ.

«Каттоо эрежелери жөнүндөгү жобого» ылайык, өлкөнүн 18ге толгон бардык атуулдары масс-медианы уюштуруу үчүн «максаттарын жана милдеттерин, чыгуу мезгили жана таркатылуучу аймагын, келечектеги басылманын каражат булагын жана өзү жөнүндө туура маалымат» берип өкмөткө арыз бере алат. Каттоо боюнча арызга расмий жооп, мыйзамга ылайык, бир ай ичинде берилиши керек. Каттоодон баш тартылган учурда сотко кайрылуу укугу берилет.

Анткени менен, тажрыйба көрсөтүп жаткандай чыныгы турмушта ММКын каттоо чечимин белгисиз мөөнөткө күтүү мүмкүн жана каттоодон өтүү массалык маалымат каражаттарынын эркин басылуусуна кепилдик бербейт. Аны каалаган учурда эч кандай түшүндүрмөсүз токтотуп, же басууга тыюу салып коё алат, ал эми ММКнын иш-аракетин токтотуу боюнча соттун чечими көзөмөлдөө органдары тарабынан жазылган эскертүүнүн аркасынан дароо эле болушу мүмкүн.

ММКын каттоо расмий эмес жол берүү максатында болушу мүмкүн. Мисалы, «Адвокат-Пресс» укуктук басылмасынын басма ишмердүүлүгүнө жаңы лицензия гезиттин аталышын «Хукук Жароен» («Юридический процесс») деп өзгөртүү жана алдыда гезиттин редакциясындагы бардык дайындоолорду өкмөттүк органдар менен макулдашуу менен жүргүзүү шарты менен берилген. Бул гезит 2005-жылы мыйзам бузууга жол берип, мамлекеттик чиновниктерге карата сериялуу сын материалдардын жарыяланышынан кийин жабылган эле.

Өзбек мыйзамдары өзүнүн фонду 30% жана калганы чет элдик инвестицияга таандык болгон юридикалык адамдарга ММК ачууга тыюу салат. Ошондой эле, бийлик тарабынан тыюу салынган өкмөттүк эмес жана коммерциялык эмес уюмдарга ММК ачууга тыюу салынган. Өзбекстанда бул категорияга укук коргоочу уюмдардын көбү, катталбаган оппозициялык партиялар жана коомдук кыймылдар киришет.

«Журналисттин адистик ишмердүүлүгүн коргоо жөнүндө» мыйзам

Мыйзам 1994-жылы кабыл алынган жана Өзбекстандагы журналисттердин укуктарын кеңири чагылдырат, жашыруун ат колдонууга, жогорку расмий органдардан маалымат талап кылууга жана өзүнүн жашыруун

Өзбек мыйзамдары өзүнүн фонду 30% жана калганы чет элдик инвестицияга таандык болгон юридикалык адамдарга ММК ачууга тыюу салат.

булактарын ачыкка чыгарбоого уруксат берет. Мыйзам «журналист адистик милдетин аткарып жатканда жеке адамга кол тийбестик кепилдигин колдонот» жана сын материалдарды жарыялагандыгы үчүн андууга алынбайт дейт. Бирок, мындай коргоонун механизмдери эч жерде жазылган эмес.

Жалган жалаа жана басмырмоо үчүн кылмыш жазасы

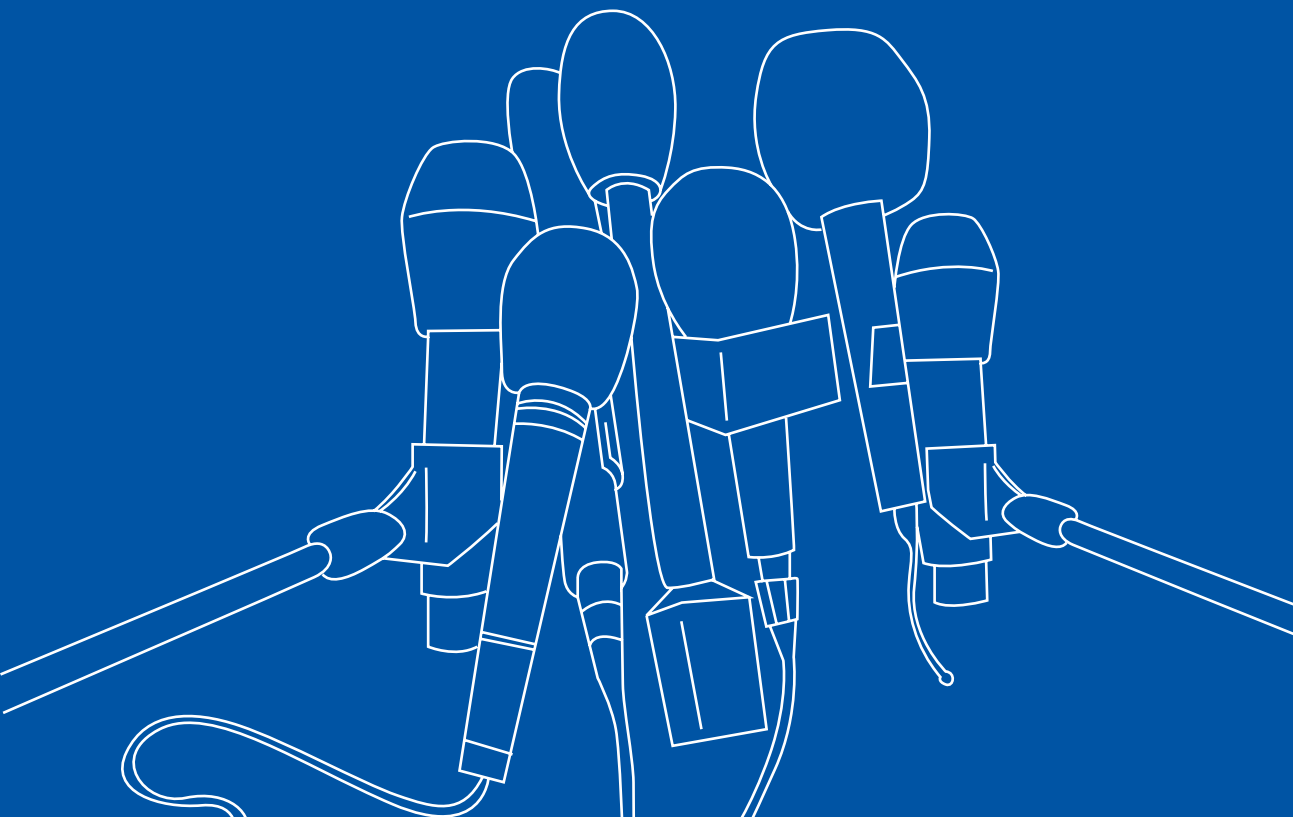
Кылмыш жана жаза кодексинде белгиленген жалган жалаа жана басмырлоо үчүн кылмыштык жаза эркин басылмаларды чыгарууда, адам укуктарын бузуу боюнча иликтөө жүргүзүүдө чегинүү фактору катары кызмат кылат. Мисалы, бийлик дарегине айтылган сын бийликти эл алдында шылдыңдоо катары бааланып, үч жыл эркинен ажыратуу каралган.

Бирок, өзбек журналистикасынын тарыхында журналистти, же массалык маалымат каражатын жалган жалаа, же кадыр-баркына шек келтирүү боюнча соттогон учур болгон эмес, көз карандысыз кабарчыга карата атайын күнөө коюу тажрыйбасы көп таралган.

2006-жылы Министрлер кабинети тарабынан чыккан «Өзбекстан Республикасынын аймагында чет элдик мамлекеттердин массалык маалымат каражаттарынын кабарчыларынын адистик ишмердүүлүгүн жөнгө салуучу негизги эрежелер» өлкөнүн жарандары Тышкы иштер министрлигинин уруксатын албай туруп чет өлкөлүк ММК менен кызматташууга тыюу салат жана ага карата кылмыш жазасы коркунучу бар.

II БӨЛҮМ

ММК МЕНЕН ИШТӨӨГӨ ДАЯРДЫК



Массалык маалымат каражаттары менен иштөөгө даярдык көрүү өтө маанилүү иш-чара. Ал үчүн ММК менен мамиле жасоого аракет жасап, ошондой эле, сиздин ММК менен болгон кызматташууңуздун багытын аныктап алууңуз оң жыйынтыктарды берет.

ММК менен кызматташууга жоопкер адамды аныктоо

Биринчи кадам мекемеңиздин ММК менен кызматташуу үчүн жеке даярдыгы болгондугуна ынанууңуз менен башталат. Өтө чакан уюмдарда ММК менен уюмдун мүдүрү мамиле жүргүзөт. Бирок, бул адамдын алака-мамилелердеги бардык суроолор менен иштешкенге мүмкүнчүлүгү болбой калышы ыктымал. Негизи, бул маселе менен өзүнчө бир кызматкер иш алып барса жакшыраак болот. Эгерде бул милдетти сиздин карамагыңызда өз ыктыяры менен иштеген адам алып бара турган болсо, ал сизде жумасына бир, же эки гана күн иштеген жөнөкөй адам эмес, уюмдун иш-чараларын жакындан билген инсан болуусу кажет.

Биринчи кадам мекемеңиздин ММК менен кызматташуу үчүн жеке даярдыгы болгондугуна ынанууңуз менен башталат.

Мекемеңизге ММКнын телефон чалууларына жооп берүүнүн атайын жол-жобосун иштеп чыгыңыз. Тажрыйба көрсөткөндөй ММК менен байланышууга жоопкерчиликти өзүнө алган өзүнчө адамдын болуусу бир топ натыйжалуу болот. Эгерде, мындай адам сизде жок болсо, алардын телефон чалууларына ыкчам жооп бере турган бир адамды коюу зарыл.

Байланыштар үчүн жоопкерчиликтүү болгон адам сиздин мекемеңиздин ишмердүүлүгүнүн бардык аспектилерин жөнүндө маалыматта болуусу абзел: кандай долбоорлор ишке ашырылып жатат, кандай иш-чаралар жана жарыялоолор пландалды, ким кандай долбоорго кандай жоопкерчиликти алды деген сыяктуу. Байланыштар боюнча адис өзүнүн демилгеси менен кесиптештеринен маалымат сурап туруш керек. Айрым учурларда уюмдун кызматкери жөн гана өзүнүн жумушун аткарып, иши жөнүндө такыр айтып бербешти мүмкүн. Уюмуңуздун кызматкерлери бул иш-аракетке өздөрүнө түшкөн кошумча түйшүк катары да карашы мүмкүн. Мындай учурда мекеменин жетекчилиги коомчулук менен байланышты олуттуу кароого өзүнүн кызматкерлерин милдеттендирет жана эскертет.

Мекемеде «коомчулук менен байланышуу боюнча адис», же «коомчулук менен байланышуу боюнча координаторлук» милдетти ээлеген кызматкердин болгондугуна карабай, бардык кызматкерлер, ыктыярчылар, мүдүрлөр кеңешинин мүчөлөрү коом менен байланыш тармагындагы иш-аракеттерге көмөк көрсөтө алат жана ага милдеттүү.

Коомчулук менен байланышуу иштерин аткарган адистин кызматтык милдеттеринин тизмеси:

- Байланыштын стратегиясын иштеп чыгуу жана ишке ашыруу;
- ММК менен кызматташуу боюнча иш-чараларды жана ММК менен байланыштарды жүргүзгөн кызматкердин ишин координациялоо;
- Коомчулук менен байланышуу максатында түзүлгөн пресс-релиздерди, маалымат баракчаларын, сүйлөгөн сөздөрдү, веб-сайттардын мазмундарын жана башка материалдарды даярдоо жана оңдоо;
- Брошюра, постер жана башка маалыматтык материалдарды даярдоо жана алардын чиймесин текшерүү;
- Веб-сайттын жасалгасын жана ага колдоо көрсөтүүнү көзөмөлгө алуу;
- Коомдук иш-чараларга маалыматтык колдоо көрсөтүү жана пландоо;
- Байланышуу боюнча иш-чаралардын натыйжалуулугун көзөмөлдөө жана мониторинг жүргүзүү.

Уюмдун ички даярдыгы

Уюмдун кызматкерлеринин мезгил-мезгили менен болуп туруучу жыйналыштары байланыштын ачык жолдорун колдоодо негизги ыкма.

Уюмдун өзүнүн ички байланыштар боюнча иш-чараларды өткөрүүгө болгон даярдыктары сиздин сырткы байланыштарыңызды жакшыртуушы мүмкүн. Уюмдун мезгил-мезгили менен болуп туруучу жыйналыштары байланыштын ачык жолдорун колдоодо негизги ыкма болуп саналат.

Бардык кызматкерлер уюмдун максаттарын жана милдеттерин бирдей түшүнүүлөрү керек. Каражат менен байланышкан маселелер жыйында гана чечилүүсү кажет. Уюм болсо, өзү жөнүндө таза, чыныгы маалыматты бергенге даяр болуусу зарыл. Уюмуңузду жалпы кызматкерлери: башкаруу кеңешинин мүчөлөрү, сырткы кеңешчилер жана ыктыярчылар өздөрүнүн мекемедеги милдеттерин жакшы билүүлөрү зарыл. Кайсы документтер ички колдонуулар үчүн, кайсылары ММК менен коомчулукка көрсөтүлүүгө мүмкүн экендигин чечип алыңыз. Бул айырмачылыкты бардык кызматкерлер, мүдүрлөр кеңешинин мүчөлөрү жана ыктыярчылар билгендигине ынангандай болуңуз.

Байланыштын стратегиясын иштеп чыгуу

Уюмуңуз менен, ММКнын ортосундагы өз ара мамилени жакшыртуудагы маанилүү кадам – байланыштын стратегиясын иштеп чыгуу. Стратегияңыз сөзсүз түрдө узун текстти камтууга тийиш эмес, бирок

Стратегияңыз сөзсүз түрдө узун текстти камтыганга милдеттүү болбосо дагы, анын иштелип чыгышына жана уюмдун ичинде талкууланышына убакыт сарптоо зарыл.

анын иштелип чыгуусуна жана аны уюмдун ичинде талкуулануусуна жетиштүү убакыт сарптоо зарыл. Бул боюнча милдеттүү кызматкер тикеден-тике стратегиянын иштелип чыгуу процессине катышуусу зарыл, ал эми жогорку башкарма – аткаруучу мүдүр, же уюмуңуздун жетекчиси биротоло бүткөн акыркы документти колдоого тийиш.

Кандайдыр бир убакыт өткөндөн кийин жумуштун кайсы тарабы өтө жакшы жүрүп жаткандыгын көңүлгө алып, же шартка жараша сиз өзүңүздүн жумушка болгон мамилеңизди өзгөртө аласыз. Бирок, негизги окурмандарыңызды жана аларга жөнөтүлүүчү билдирүүлөрүңүздү тез-тез өзгөртпөө сиздин негизги максатыңыз болушу керек. Натыйжасын көрө ала тургандай кылып атайын бир мөөнөт бөлүп коюңуз жана дароо жыйынтык болбогондугу үчүн кабыл алган стратегияңыздан баш тартпаңыз. Билдирүүлөр көп жолу кайталанып турганда гана таасир көрсөтөт. Төмөндө коомчулукту маалымат менен камсыз кылуу боюнча иш-чараларды пландоодо эске алууга зарыл болгон суроолор:

- Сиздин билдирүүңүз эмнеден турат?
- Кандай аудиторияны камтыгыңыз келип жатат?
- Ал аудиторияны кантип камтууну каалайсыз?

Байланыш стратегияңыздын негизги элементтери да төмөндө берилген. Биринчи тиркемеде өзүңүздүн жеке байланыш стратегияңызды иштеп чыгууда колдонууга мүмкүн боло турган үлгү берилген.

Негизги милдет: Уюмуңуздун байланыш стратегиясынын жардамы менен коомчулукка кандай маселе боюнча маалымат бергиңиз келип жатат? Ал катуу билдирүү болушу мүмкүн (мисалы, «балдар эмгеги боюнча маалымдуулуктун деңгээлин жогорулатуу»).

Максаттар: Так жана ченелүү көрсөткүчтөрдү айтып бериңиз, мисалы, ММКдагы апталык чыгуулар, башкача айтканда, ондогон макалалардын негизги улуттук гезиттерге чыгуусу, басма-сөз жыйындарына катышуунун өсүүсү. Негизги максат чындыкка жакын жана ченеле тургандай болуш керек. Мисалы, ВИЧ илдетине кабылган адамдарга коомчулуктун мамилесин аныктоо өтө узакка созулуучу процесс жана кыйынчылык менен аткарылуучу иш. Мындай учурда эгерде сиз, көлөмдүү иликтөө ишин жүргүзүүнү пландаштырбасаңыз максатка жетүүнү аныктоо да кыйын болот. Мунун ордуна сиз ВИЧ илдетинен ооруган адамдарды кемсинтүү боюнча жасалган эки отчетту улуттук телеберүү аркылуу бере аласыз. Мындай жол менен сиз абалды көзөмөлгө алып, мониторинг жүргүзсөңүз болот.

Кырдаалды баалоо/ММК: Учурда уюмуңуздун ишмердүүлүгү жана сиздин кайсыл маселелердин үстүнөн иштеп жаткандыгыңыз жөнүндө кайсы ММК чагылдырып жаткандыгын ойлонунуз. Сиздин маселелериңиз менен журналисттер канчалык деңгээлде тааныш? Сиз жөнүндө такыр жазбай жаткан ММК менен катар сиздин иш-аракеттериңизди тез-тез чагылдырып турган ММК барбы?

ММК менен байланышууда уюмуңуздун күчтүү, алсыз тараптарына баа бериңиз (мүмкүн болушунча объективдүү). Мисалы, уюмуңуздун жетекчиси эл алдына чыгып сүйлөө өнөрүнө мыктыбы? ММК менен мамилеңиз жакшыбы? Сиздин негизги иш-аракетиңиздин алкагында жакшы визуалдык материалдарды чогултуу мүмкүнбү? Жергиликтүү ММКнын саны чектелген аймактарда иш-чараларды жүргүзүп жатасыздарбы? Сиздин темаңызды «жөнөкөй тил» менен айтып берүү кыйынбы? Ушундай кыйынчылыктарды көңүлгө алуу сизге ММКны натыйжалуу колго алуу үчүн зарыл болгон чараларды аныктоодо жардам берет.

Максатталган аудитория: сиздин жасап жаткан иш-чараңыз коомдун белгилүү бир катмарына багытталган болсо, натыйжалуу болот. (ММКнын өзү максатталган аудитория боло албайт, алар – аудиторияңызды белгилегенге жардам берген каражат). Аудиторияңыз тема жана кампанияга жараша айырмаланышы мүмкүн. Өзүңүздүн аудиторияңызды аныктоодо төмөнкү учурларды эске алыңыз: кимдер сиздин уюмуңуз жана иш-чараларыңыз боюнча билиш керек? Алектенип жаткан маселеңизди чечүү боюнча ким чара көрүш керек?

Максатталган аудиторияга мисалдар:

- жогорку окуу жайлардын студенттери;
- кичинекей балдардын ата-энелери;
- саясий активдүү калк;
- азчылык топторунун мүчөлөрү;
- чечим кабыл алган адамдар (парламент мүчөлөрү, министерствонун кызматкерлери);
- жаштар;
- эс алуудагы адамдар (пензионерлер);
- диний лидерлер;
- жергиликтүү мамлекеттик бийлик;
- күч түзүмдөрүнүн өкүлдөрү;
- эл аралык бирикмелердин өкүлдөрү.

Убакыттын чеги: Бир жыл жакшы мөөнөт; бул убакыттын ичинде иштериңиздин натыйжалуу/натыйжасыз болгондугун баалап анализ жүргүзүүнүн негизинде ага өзгөртүүлөрдү киргизе аласыз.

Стратегиялар/Каражаттар/Тактика: Бул бөлүмдө максаттуу аудиторияңызды тактоо үчүн колдоно турган каражаттарды эсептеңиз. Төмөнкү суроолорду эске алыңыз: окурмандарыңызды тартуу үчүн байланыштын эң натыйжалуу жолдору кайсылар боло алат? Мисалы, жаштарга санариптик ММК аркылуу жетүү оңой болсо, ошол эле учурда этникалык азчылыктар өздөрүнүн тилиндеги гезиттерди окушу мүмкүн. Бул жолдорду колдонуу үчүн кандай так иш-чараларды өткөрө тургандыгыңызды айтыңыз. ММК – коомчулук менен байланышуудагы иш-чаралардын бир гана бөлүгү экендигин эстен чыгарбаңыз. Окурмандарыңызды тактоо үчүн колдонуучу ыкмаларды чыгармачылык менен тандаганга аракеттениңиз: бул сүрөт көргөзмөлөр, маалыматтык бюллетендер же коомдук көрсөтүүлөр болушу мүмкүн.

Өзгөчө мамилени талап кылган маселелер: Кайсы негизги маселелер жөнүндө айтып бергиңиз келип жатат? Аудитория демейде эки, же үч темадан көп эмес маалыматты жакшы кабыл алат.

Негизги билдирүүлөр: Баардык иш-чараңыздын жүрүшүндө колдонула турган кыска жана кайталоого оңой болгон билдирүүлөрдү даярдаңыз. Эгерде уюмуңуз тууралуу эки, же үч билдирүү, ошондой эле, өзүнчө долбоорлор, же кампаниялар үчүн бир канча билдирүүлөрүңүз бар болсо, жакшы болот. Сиздин негизги билдирүүлөрүңүздө аудиторияңызга түшүнүктүү болгон уюмуңуз тууралуу негизги ойлордун камтылышы зарыл. Өзүнчө долбоор жана кампаниялар үчүн даярдаган билдирүүлөрүңүз уюмдун максатын чагылдыруусу керек.

Бюджет: Байланыш иш-чаралары үчүн кандай каражаттарды колдоно ала тургандыгыңызды аныктаңыз. Сиздин бюджетинизде чыгашалардын бул пункту жок болсо, аны бюджетке киргизиңиз. Долбоорду пландаштырууда, же донорлордон каражат суроодо коомчулукка маалымат берүү жана байланышуу боюнча иш-чараларга жумшалуучу чыгымдар да бюджетке киргизилишин унутпаңыз.

Күндарек: ММКдагы чыгууларыңыздын, билдирүүлөрүңүздүн жарыялануусун жана өткөрүлчү иш-чараларды бир жылга пландаштырып алыңыз (же колдон келген эң узак мөөнөткө).

Кызматташтык: Байланышуу максаттарыңызды ишке ашырууда жана мүмкүн болушунча көбүрөөк окурмандарды тартууда, сиз кызматташа ала турган мамлекеттик, же мамлекеттик эмес уюмдар барбы? Сиз байланышуунун максаттарын орундатууну жана аны көпчүлүккө жеткирүүнү каалайсызбы? Эгерде, сиздин долбооруңуз саламаттыкты сактоо министр-

лиги менен бирге уюшулган болсо, биргелешип пресс-релиздерди чыгара аласыздар, ошондой эле, иш-чараларды да кошо уюштурсаңыздар болот.

Мониторинг / баа берүү: Мониторингдин планы иштелип чыгышы керек, ал байланыштын белгилүү бир маселелерине жооп бериши абзел. Максатка жетүүнүн ченеми белгиленген чакта гана анын өсүшүн анализдөө жеңилдейт. Белгилүү бир адамдын ушул тармакта маалымат топтоо-сун планга киргизүү зарыл. Ошондой эле, мониторингдин ыкмалары төмөнкүлөрдү ичине алсын:

- уюмуңуздун ишмердүүлүгү жана изилдөө темасынын ММКда чагылдырылышынын мониторинги;
- пресс-конференция жана башка иш-чаралардын катышуучуларынын кол коюп коюусун жана бул иш-чара жөнүндө кайдан билгенин жазып коюну камтыган өтүнүч;
- коомдук ойду медиакомпания өткөнгө чейин жана андан кийин сурамжылоо;
- сиздин максатыңызга ылайык топко расмий эмес изилдөөлөрдү жүргүзүү.

Билдирүүлөрдү түзүү

Кээде сиздин ишиңиз көңүл бурууга татыктуу болуп сезилип, бирок иш жүзүндө андай болбошу да мүмкүн: Андыктан окурмандардын көңүлүн өзүнө бурган көптөгөн факторлор менен күрөшүүгө туура келет. Ошол себептен сиздин маалыматыңыз кыска жана нуска болушу керек. Маалыматыңыз таамай, түшүнүктүү болбосо, адамдар сиздин кайсы позицияны карманганыңызды билбей калып, алар сиздин маалыматты туура эмес чечмелеши мүмкүн. Маалымат жазуу – бул чеберчилик, илим эмес. Укмуштуудай бир формуласы да жок, бирок жазууга көмөк көрсөткөн бир катар сунуштар бар. Үлгү катары 2-бөлүмдө билдирүүлөрдү түзүү үчүн атайын баракча берилген.

Маалымат бул кыскача билдирүү болуп, башкы концепциядан, позициядан, же маанилүү окуядан турат.

Жазган маалыматыңыздын негизинде окурмандардын көңүлүнүн түпкүрүн ээлей алган, курч сөздөрдөн ураандарды түзө аласыз.

Маалымат жазуу – бул чеберчилик, илим эмес.

Ошондой эле, сыналгы менен үналгыда ушул маалыматты колдонуп эки үч секунданын ичинде өз көз карашыңызды толук билдире аласыз. Сиздин маалыматыңыз максатыңызга жараша болот. Максатыңыз уюмуңуздун иш-аракетин чагылдыруу, чечилип жаткан маселе тууралуу айтуу, аудиторияны бир нерсеге үндөө, же жаңы маалымат берүү болушу мүмкүн. Ошондой эле, маалымат анын окурмандарына да жараша болот. Алар маалыматка ар кандай жол менен таасир эте алышат.

Маалыматты иштеп чыгууда төмөнкү суроолорду эске алуу кажет:

- Негизги маселе эмнеде?
- Сиздин көздөгөн аудиторияңызга кимдер кирет, алар бул маселе жөнүндө эмнени билишет?
- Эмне себептен бул суроо сиздин аудиторияңыз үчүн маанилүү?
- Маселени кандай жол менен чечүүнү сунуштайсыз?
- Бул маселени чечүү үчүн аудиторияңыздан кандай иш-аракеттерди күтөсүз?

Сиздин маалыматыңыз максатыңызга жараша болот.

Ийгиликтүү маалыматтын мүнөздөмөсү:

- Так жазылат, түшүнүксүз сөздөр, терминдер колдонулбайт.
- Кыска жана жөнөкөй (бир, же эки жөнөкөй сүйлөмдөн турат).
- Бул тармактын эксперттери болбогон жөнөкөй адамдарга да түшүнүктүү болуусу.
- Аны көп жолу кайталаса да болот.
- Адамдардын көңүлүн өзүнө бура алат жана ашырып айтуулардын алдын алат.
- Адамдын сезимдерине таасирин тийгизе алат.

Өз маалыматтыңызды сындан өткөрүңүз

Сиздин оюңузча так, таамай жазылган маалымат, көздөгөн аудиторияңызга түшүнүксүз болушу мүмкүн. Ушундай абалга туш келбөө үчүн аудиториянын алдына чыгып сүйлөөрдө алдын ала, тагыраак айтканда, аны жазуу учурунда оңдоп түзөө керек. Таасирин тийгизе албаган маалымат донорунуздан грант албай калуу, чечим кабыл ала турган адамдардын көңүлүн бура албоо коркунучун жаратат, ошондой эле, жергиликтүү уюмдардын колдоосуна татыбай калышыңыз мүмкүн.

Сиздин оюңузча так, таамай жазылган маалымат, көздөгөн аудиторияңызга түшүнүксүз болушу мүмкүн.

Маалыматыңызды төмөнкү жолдор аркылуу сынап көрсөңүз болот:

- Профессионалдуу изилдөө фирмасын коомдук ой-пикирди сурам-жылоо үчүн, же көздөгөн группанын ой пикирин билүү максатында жалдаса болот (Бул баалуу ыкма).
- Изилдөө жүргүзүүчү онлайн-каржаттарды колдонуу аркылуу электрондук почталарга анкеталарды жөнөтүп, же болбосо сайттын, блогдун биринчи бетине жайгаштыра аласыз (Интернетте кээ бирлери акысыз да болот).
- Сиз өзүңүз фокус группага изилдөө жүргүзө аласыз, ал үчүн көздөгөн тобунуздун 10 өкүлүн чай ичүүгө чакырып, алар менен маалыматтын үлгүсүн талкууласаңыз болот. Топтун мүчөлөрүнүн реакцияларына көз жүгүртүп, байкоо жүргүзүшүңүз керек. Алар сиздин маалыматыңызды түшүнүп жатабы? Сиз каалаган өлчөмдө таасирлеништиби? (баалуу эмес ыкма).

Ыңгайлуу маалыматты тандагандан кийин, эмгек жамаатынын баары ал тууралуу маалыматтандырылышы зарыл. Эң башкысы, ал маалыматты интернет булактарында, пресс-релизде жана сыртта, же уюмуңуздун ичинде сүйлөгөнүңүздө дайыма колдонушуңуз абзел.

Баштан өткөн окуяны баяндоо

Баштан өткөн окуяны айтып берүү байланышуунун эң натыйжалуу формасы, ал сиздин иш-аракетиңизге жандуулук жаратат. Окуялар (чындык болуш керек) байланыштын көп тармактарында колдонулат; маалыматыңызда, докладыңызда, веб-сайттардын ичинде, жылдык отчетто, же газетанын макалаларында. Жашоодо болгон окуялар жалпыга маалымдоо каражаттары үчүн кызыктуу болушу мүмкүн.

Дегеле көптөгөн укук коргоо органдарынын иш тажрыйбасында көптөгөн кызыктуу окуялар болуп өткөн. Кээ бир учурларда бир токтолуп ойлонуу керек, эмне үчүн сиз укук коргоо органдарында иштейсиз? Сиз бул тармакта эмнеге кызыгасыз? Укугуңузду тепсеген нерсе башыңыздан өттү беле? Сиздин уюмуңузда иштеген адамдар өздөрүнүн кызыктуу окуяларын айтып бере алышабы.

Сиз изилдеген маселеге тиешелүү болгон окуяны башынан өткөргөн адамдарды издеп табуу керек. Анткени, сандык көрсөткүчтөрдү бергенде аны жашоодо болгон окуялар менен коштосо түшүнүктүү болот. Мисалы, паранжы жамынгандыгы үчүн билим ала албаган белгилүү бир областтагы мусулман кыздарынын санына кичинекей Жамиланын чоң апасы менен үйдө отуруп, мектептен калып калгандыгын баяндаган окуяны кошо берсе, маалымат жандуу болот.

Жетекчисинин ага карата жакшы мамиле жасоосун каалагандыгы жөнүндө окуя, же үй-бүлөлүк зордук-зомбулуктан кийин өз жашоосун калыбына келтирүүсү жөнүндө баяндап берүүсү, адамдарды шыктандырат. Жакшы маанайдагы маалыматтар адамдарга үмүт берет жана бир ишти жасоого түрткү берет.

Маалыматыңызда колдоно турган теманы тандоодо төмөнкү факторлорду эске алуу зарыл:

- Бул окуя адамдын сезимдерин ойгото алабы?
- Окуяны кызыктуу жана чындыкка тете кылуу үчүн кеңири маалымат барбы?
- Негизги маани-маңызы түшүнүктүүбү?
- Окуяңызда каарман барбы?

Тарыхтан мисал келтирсек:

Америкалык мамлекеттик эмес уюм «Physicians for Human Rights» («Дарыгерлер адам укуктарынын корголушу үчүн») веб-сайтына кирген адамдар Дарфур, Судандагы кризистен жабыр тарткан аялдардын башынан өткөргөн окуяларын жазуу түрүндө окуй алышат жана аялдардын өздөрү айтып бергендерин көрө алышат. Ошондой эле, ким кааласа бул сайтка кирип «үмүт кабарын» жөнөтө алышат, кабарлар чет тилдерге которулуп башка аялдарга жөнөтүлөт.

«American Civil Liberties Union» (Америкалык жарандык эркиндик биримдиги) Нью-Йорктогу өспүрүм кыздардын колониясындагы кыздардын оор абалы тууралуу отчетунда бир жарым жылын Lasing Residential Centerде өткөргөн 19 жашар Хуанита Кроуфордун айтып берген окуяларынын кыскача бөлүгүн баяндап берген.

Маалымат рыногун изилдөө

«Маалымат рыногун» түшүнүү сиздин ММК менен иштөөдөгү башкы максатыңызды аныктоого өбөлгө түзөт. Маалымат рыногунун негизин түзгөн; теле жана радиоканалдар, жаңылык берүүчү сайттар, маалымат агенттиктери жана медиа уюмдарын билүү кажет. Кандай ММК улуттук, регионалдык жана жергиликтүү деңгээлде иштейт, кайсы тилдерде жазылат жана кимге таандык – мамлекеттик, же менчик экенин билүүгө тийишсиз. Негизги ММКнан башка жаңы жана чоң эмес, маанилүү аудиторияны камтыган ММК да бар.

Жергиликтүү ММКын улуттук деңгээлдеги ММКна караганда мамлекеттик эмес уюмдарга колдонууга ыңгайлуу, анткени, алар коомдогу бир эле адамдын, же топтун турмушунда болуп өткөн окуяны чагылдыра алышат. Албетте улуттук деңгээлдеги ММКнан сиз жөнүндөгү маалыматтын чыгышы абдан маанилүү, ал эми жергиликтүү ММКда берилсе ал белгилүү бир аудиторияны камтыгандыктан таасирдүү болот.

Кээде кайсы ММК кимге багытталганын билүүдө кыйынчылык туулушу мүмкүн, эгерде ушундай маалымат бар болсо, анда бул сиз үчүн көздөгөн аудиторияга маалымат берүүгө пайдалуу болот. Сиз каалаган социалдык топ – мектепте иштеген мугалимдеринин тобу – ушул радиону кызыгуу менен укса, анда сиз ушул радиодон билдирүүнүздү берсеңиз таасирин тийгизет.

Басма сөз кызматына материал тандоо

Басма сөзгө тандалган маалымат уюмуңуз жөнүндө маалыматты, анын көздөгөн максаттарын жана иш-чараларын ичине камтыйт. Маалымат уюмуңуз жөнүндө жаңылык жана пресс-релизден башка төмөнкүлөрдү камтышы зарыл:

- Брошюра жана уюмуңуз жөнүндө кыска маалыматты;
- Уюмуңуз жөнүндө кыска билдирүүнү;
- Негизги суроолорго жооп катары кыска маалыматтарды, же негизги билдирүүнү;
- Теманы түшүндүрүү үчүн сүрөттөрдү, таблица жана карталарды;
- Жетекчиликтин өмүр баянын;
- Жылдык отчетту (эгерде бар болсо).

Көнүлүңүздү басма сөз үчүн тандалган материалдарыңыздагы маалыматтын санына эмес, сапатына көбүрөөк бурунуз. Журналисттер баардык эле маалыматты окуй беришпейт. Алар бул кабарга белгилүү бир маанилүү

маалыматты, же сандык көрсөткүчтөрдү кароо үчүн кайрылуусу толук мүмкүн. Ошондуктан, журналисттер өздөрүнө керек болгон маалыматтарды оңой табуусу үчүн бул материалдардын тандалмасында камтылган маалыматтар кыска жана мазмундуу болушу керек.

Илимий жыйналышка, же кайсы бир башка иш-чараларга чейин сиз басма сөз үчүн материалдарды даярдоонуз керек. Материалдарды сиздин уюмуңуздун аты жазылган папкага салып коюңуз. Басма материалдар жөнүндө кенен маалымат алуу үчүн 6-бөлүмдү окуңуз.

Илимий жыйналышка, же кайсы бир башка иш-чараларга чейин сизде басма сөз үчүн даяр материалдар бар экендигине дайыма көз салыңыз.

ММКнын тизмесин түзүү

ММК менен иштешүүдө маанилүү болгон нерсе, ММКнын так жана жаңыланып туруучу байланыш даректеринин тизмесин алып жүрүү болуп эсептелет. Бул тизмени пресс-релиздериңизди таркатуу, журналисттердин шашылыш жаңылыктар жана макалалар үчүн идеялары жөнүндөгү билдирүүлөрү үчүн колдоно аласыз.

ММКнын тизмеси сиздин темаңызга байланыштуу жазган (же окшош тема), маалымат борборунда иштеген журналисттердин ысымдарын, мамлекеттик жана жергиликтүү гезиттерди, мамлекеттик жана жергиликтүү теле жана радиоканалдарды, адистештирилген гезит жана журналдарды, Интернет-ММКын, жана ошондой эле аудиториясы туура келген гезиттерди камтыйт. Ар кандай тилде жана түрдүү этникалык топтор үчүн жазган ММКнын түрлөрүнө көңүл буруу өтө маанилүү. Сизде зарыл болгон байланыштардын баары бар экендигине ынануу үчүн тизмеңизди шериктештериңиздин ММК тизмеси менен салыштыра да аласыз.

Тизмеңиз жок эле дегенде төмөнкү маалыматтарды камтуусу зарыл:

Журналисттин аты-жөнү	ММКнын аталышы	Байланыш ыкмасы (телефон, факс, эл. адрес)	Мөөнөтү	Дареги	Телефон	Факс	Электрондук дарек	Чагылдыруучу журналисттердин тизмеси	Бул журналисттер менен аяккы жолу жолугушунун датасы	Сиздин уюмуңуз же сиз көтөргөн маселе тууралуу журналисттер жарыялаган макалага пикир

Журналисттер өздөрүнүн иштеген жерин тез-тез алмаштырып турушкандыктан, өзүңүздөгү ММКнын тизмесин, алардын дарегин дайыма жаңылап туруңуз зарыл.

Журналисттер өздөрүнүн иштеген жерин тез-тез алмаштырып тургандыктан, өзүңүздөгү ММКнын тизмесин, алардын дарегин дайыма жаңылап



турууңуз зарыл. Эгерде керектүү журналисттин атын таба албай жатсаңыз жана убактыңыз жетишсиз болсо, тиешелүү бөлүмдүн редакторуна маалыматыңызды жөнөтүп жиберсеңиз болот. Бирок, ошентсе да, маалыматты жөн эле жалпы дарекке жөнөткөндөн көрө, өзүңүздө дайыма журналисттин, же редактордун аты-жөнү болгону жакшы.

Эгерде бир эле ММКда бир канча байланышыңыз бар болсо, тизмеңизди (басма ММК, радио, теле жана интернет), анан алфавиттик тартипте, ММК боюнча, журналисттер боюнча категорияларга бөлүп алганыңыз оң. Тез-тез байланышкан журналисттер үчүн телефонуңузда «негизги байланыштардын кыскача тизмесин» жасап алсаңыз да болот.

Өзүңүздүн редакторлоруңуз жана журналисттериңиз менен качан байланышуу ыңгайлуу экендигин тактаңыз. Алардын бош убактыларын билип, редактордук жыйналыштар качан өткөрүлөөрүн тактап алыңыз. Булардын баарын ММКнын тизмесине киргизип койсоңуз да болот.

ПРАКТИКАЛЫК ТАЖРЫЙБА

Эмне үчүн басма сөздө «өз адамың» болуусу зарыл

Казакстандагы адам укугунун жана мыйзамдуулуктун сакталышы боюнча эл аралык бюронун редактору, журналист [Андрей Гришин](#) айтып бергендей, укук коргоо уюмдары үчүн биринчи кезекте басма сөздө «өз адамдарың» болуусу зарыл. Андай адамдар, өз-ара тааныштыкты пайдаланып жеке пикирин тануулоо максатында эмес, укуктук мамиле тармагындагы адистерди даярдоо максатында керек. Өткөрүлгөн бир катар машыктыруучу тренингдер, ММКнын өлкөдөгү адам укуктарынын сакталышына көңүл бөлгөн, юридикалык сабаттуу кызматкерлердин пайда болуусу сыяктуу бир катар жемиштүү жыйынтыктарды берет.

Кыйноолордун колдонулушу боюнча жазылган тема мамлекеттик жана бийликке жакын ММК үчүн тыюу салынган темалардын бири. Борбор Азияда орун алган кыйноолорго каршы иш-аракеттер боюнча эки айлык долбоор бул көрүнүштү чагылдыруудагы боштукту гана толтурбастан, ММКнын өзүн дагы даярдоого кандайдыр бир деңгээлде жардам берди. Ошондуктан,

эми журналисттер, алардын артынан окурмандар кыйноолор менен өз кызматын кыянаттык менен пайдалануунун ортосундагы айырманы түшүнүшүп, мамлекет кол коюлган эл аралык милдеттенмелерге ылайык, мындай мыйзамсыз көрүнүштөрдү болтурбаганга милдеттүү экендигин түшүнө башташты.

Мындан сырткары, укук коргоочулар менен журналисттер чогуу алып барган бир канча ызы-чуулуу иштер күнөөлүүлөрдүн жазалануусу менен аяктаган. Бул өз мезгилинде кыйноолор менен күрөшүү мүмкүн экендигине ишенүүнү жаратты. Мындай учурда бийлик өкүлдөрү каалашпаса да, укук коргоочулар менен сүйлөшүүгө барууга аргасыз болушат.

Калкка илдет тууралуу эмес, аны дарылоонун жолдорун жеткирүү керек болгондуктан аталган долбоордун медиа тармагы аз жерден чечүүчү болуп калды. Журналисттин ою эң эле таза болгонуна карабастан, билиминин жетишсиздигинен улам теманы туура эмес түшүнүп алуулары мүмкүн экендигин эске алып, аталган багыт боюнча материал даярдап жүргөн жана аны менен жигердүү иштешкенге даяр болгон басма жана басмаканалардын кызматкерлерине өзгөчө көңүл бурулду. Жолугушуулар жана медиа кызматчылары үчүн өткөрүлгөн окутуулардын жыйынтыгында өлкөдө кыйноолорду колдонууну түп-тамырынан жок кылуу темасы негизги болбосо дагы, туруктуу темасы болуп калган 5, 6 журналист пайда болду. Андан сырткары, качан алар бири-бирин жакшы түшүнүп калышканда, белгилүү бир окуялар боюнча биргеликте иш алып баруу үчүн «укук коргоочу – журналист» деген туруктуу тандемдер пайда болду, бул учурда аткарылган иштин натыйжасы жалгыз жасаганга караганда бир топ жогору болгондугун көрсөттү.



Өздүк бюллетендин натыйжалуу иши – таасирдүү куралдардын бири

Дагы бир натыйжалуу мисал – бул, Кыргызстандагы «Адилет» укук коргоочу уюмунун ишмердүүлүгү. Коомдук бирикменин 12 жыл мурда түзүлгөн толук кандуу басылмасы, коомдук-укуктук «Укук баары үчүн» деген бюллетени бар. 2010-жыл үчүн басылма жети миң нускада орус, кыргыз жана өзбек тилдеринде чыгып, Кыргызстандын бүткүл түштүк аймагына бекер таркатылып жатат. Басылманы 2008-2009-жылдар аралыгында жетектеген Абдымомун Мамараимов өзүнүн тажрыйбасы менен бөлүшөт.



Анын биринчи жана эң маанилүү себеби – ММКнын, өзгөчө аймактык ММКнын экономикалык жактан начарлап кетүүсү.

Журналисттер «укук коргоочуларга өздөрү барып алар жасап жаткан маанилүү ишти чагылдырууга милдеттүү».

Адам укуктары идеясын алдыга жылдырууда, коомдук мааниси бар маалыматтарды калкка жана чечим чыгаруучу мамлекеттик түзүлүштөргө жеткирүүдө басылма уюмдун кубаттуу куралы болуп калды. Бюллетень ондогон бейөкмөт уюмдардын, адвокаттардын, башка дагы активисттердин пикир жана тажрыйба алмашуусу, ар кандай суроолорду талкуулоосу үчүн ачык аянтка айланды.

Журналисттердин демилгесиздигинин себептери тууралуу

Жетишкендиктер менен катар журналисттердин укук коргоочулар жана башка чөйрөдөгү өкмөттүк эмес секторго бошоң мамилеси жөнүндө да айта кетүү ашыкча болбойт.

Анын биринчи жана эң маанилүү себеби – ММКнын, өзгөчө аймактык ММКнын экономикалык жактан начарлап кетүүсү. Штаттагы кызматкерлердин жетишпестигинен улам журналисттердин иши абдан оор, бирок редакциядагы каражат чектелүү экендигин билишип, алар даттана да алышпайт. Ошондуктан, алар гонорар жана айлык акысынан башка кандайдыр кошумча пайда бере турган темаларды жана булактарды издешет (таң калтыруучу окуялар, жабык жарнама же пиар-материалдар). Редакциялар өздөрүнүн уюштуруучуларынан жана демөөрчүлөрүнөн, жарнама берүүчүлөрдөн көз каранды. Укук коргоочулар жасап жаткан долбоорунда каралган атайын учурлардан сырткары, билдирүүлөрдү жарыялоо үчүн акча сунуштай алышпайт.

Дагы бир башка себеби, көпчүлүгү, айрыкча (дагы эле) аймактык ММК алардын уюштуруучулары мамлекеттик органдар кеңири иш жүргүзө алышпайт. Көпчүлүк өкмөт адамдары жана журналисттер укук коргоочуларды оппозиционерлер деп эсептешип, алардан алыс болгонго аракет кылышат. Жок эле дегенде өздөрүнүн уюштуруучуларынын жинине тийбөөгө аракеттенишет.

Соңунда укук коргоочулар көпчүлүк коммерциялык эмес түзүмдөрдүн өкүлдөрү сыяктуу ММК менен жеткиликтүү иштей алышпайт жана алар журналисттер «укук коргоочуларга өздөрү барып алар жасап жаткан маанилүү ишти чагылдырууга милдеттүү» деп жаңылыш ойлоншат. Тилекке каршы, коммерциялык эмес тармак менен медиа бирикмелердин ортосундагы өз ара мамилелерди жакшыртууга багытталган көптөгөн жолугушуулар жана семинарлардын өткөрүлгөнүнө карабастан бүгүнкү күнгө чейин бири-бирин өз ара күнөөлөшүүгө чейин барышууда.

Аягында, ММК менен иштөөнүн экинчи тарабы жөнүндө да айтпасак болбойт. Адам укуктарынын одоно бузулуусун коомчулукка кенен жарыялоо менен, биз сөзсүз ар бир иште белгилүү бир алга жылуулар бар экенин байкайбыз. Чындыгында, бийлик аны дайыма эле оң кабылдай бербейт. Тескерисинче, көбүнчө терс көрүнүштөр жарыялангандан кийин кызыкчылыгы бар органдар процесстин катышуучуларына гана эмес, окуяны чагылдырган укук коргоочулар менен журналисттерге кысым көрсөтө башташат. Журналисттерге жана укук коргоочуларга каршы козголуп жаткан миллиондогон сот иштери мындай кысымдардын бир гана түрү.

Ошондуктан, жабырлануучулардын доо-арыздарынын үстүндө иштөөдө, маалыматты таратууда жана ММК менен иштөөдө катачылыктарды кетирбөө эң маанилүү.

Опурталдуу ката

2009-жылы жайында биздин уюм чоң жоготууга учурady. Кыргызстандын укук коргоо кыймылынын көрүнүктүү өкүлдөрүнүн бири, ак көңүл жана жаркырап-жайнаган киши – Светлана Дмитриевна Варавинадан айрылганыбызда биздин уюм туш болгон жеңилүүнүн ызасы жана оор жоготуу түбөлүк эсимде калды.

Ал 2003-жылы айыл жолундагы жер тилкесин мыйзамсыз түрдө басып алып курулуш баштаган ниети кара аялга каршы турду. Ошол учурда жергиликтүү бейөкмөт уюмдардын бири айылдыктардын жашоосун жеңилдетүү максатында көпүрө куруп жатканда бул аял ошол жолдун бир бөлүгүн тосуп алган. Светлана Дмитриевна тиешелүү органдарга кайрылып, «Укук баардыгы үчүн» бюллетенине билдирүү жазган. Бирок материалды редактирлөөдө ошол учурдагы редактор текстке мүмкүн болбогон сөздөрдү жана фразаларды кошуп салган. Жыйынтыгында бул соттук териштирүүнүн себеби болуп калган.

Мамлекеттик органдар аял жалган документтерди жасап алгандыгын көрсөтүшүп, мыйзамсыз басып алынган жерди кайтарып берип, жолду ачышты. Бирок, утулуп калган аял бюллетенде жарыяланган макала боюнча соттошо баштады. Соттошуу үч жылдан ашык созулду. Жыйынтыгында, соттун бардык баскычтарын бир канча жолу басып өтүшүп, басылма өзүнүн тарыхында биринчи жолу чоң эмес өлчөмдөгү айып төлөдү, ал эми сот тартышуусу макаланын авторунун ден соолугуна терс таасирин тийгизди.

Светлананын катуу ооруп жатканына карабастан соттук тергөөгө чакырышкан, ал жерде ага кысым көрсөтүлүп, ма-зактоого дуушар болгон. Доогер сот залында ачык эле бир канча жолу «сени көргө чейин жеткирем» деген сөздөрдү сүйлөгөн. Ал адам өз максатына жетти го дейм, анткени 2009-жылы Светлана дүйнө менен кош айтышты...

Ылайыктуу массалык маалымат каражатын талдоо

«Азия плюс» гезитинин башкы редактору Марат Мамадшоевдин сунушу боюнча, Тажикистанда укук коргоочулардын эң биринчи чече турган нерсеси – бул басма сөз каражатын тандоо. Бул биринчи кезекте укук коргоочунун алдыга койгон милдеттерине жараша болот.

«Азия плюс» гезитинин башкы редактору **Марат Мамадшоевдин** сунушу боюнча Тажикстандагы укук коргоочулардын эң башкы чече турганы – бул басма сөз каражатын тандоо маселеси. Бул биринчи кезекте укук коргоочунун алдыга койгон милдеттерине жараша болот.

Мисалы, эгер ал олуттуу маселенин тегерегинде иликтөө жүргүзүүнү кааласа шоу бизнес жаатындагы басма сөз каражаты эмес, коомдук-саясий багыттагы гезиттерге барышы керек.

Эгерде сиздин максатыңыз, мүмкүн болушунча окурмандардын көбүрөөк санына маалымат берүү болсо, анда нускасы көп ММКна кайрылганыңыз оң.

Биринчи кезекте өзүңүз бул ММКнын окурмандары кимдер экендигин тактап алууңуз керек. Сиз сунуштаган тема алар үчүн кызыктуубу? Бул гезитти депутаттар жана мамлекеттик мекемелерде иштеген кызматкерлер окушабы? Басылган материалдан кандай натыйжа чыгат?

ММК менен байланышууда укук коргоочулар жөнөкөй каталарды кетиришет. Алардын ою боюнча ММКнын негизги максаты – адамдын укугун коргоо. Ушундан улам ММК укук коргоочуларга жардам берүүгө милдеттүү дешет.

Тилекке каршы, массалык маалымат каражаттары өздөрүнүн спецификасы боюнча укук коргоочу уюм эмес, коммерциялык түзүм болуп саналат. Ушундан улам алардын башкы максаты мыйзамдарды элге таанытуу эмес, пайда табуу болуп эсептелет.

Эмне себептен журналисттер укук коргоочулар менен мамиле түзүүдөн качышат?

Биринчи себеп – макаланын ичиндеги оппозициялык маалыматтан улам таасирдүү адамдардын жинине тийип алуу коркунучу.

Биринчи себеп – макаланын ичиндеги оппозициялык маалыматтан улам таасирдүү адамдардын жинине тийип алуу коркунучу. Жогоруда айтып

кеткендей, биздин аймактагы укук бузуучулардын көбү мамлекеттик органдар. Мындай учурда, эгер ал укук бузуучулар коомдогу таасирдүү кишилер болсо, ММК алардын куйругун басып алуудан коркушат.

«Азия плюс» гезити бир канча жолу Дүйшөмбү шаардык бийликтин шаарды оңоп-түзөө боюнча планынын негизинде бузулган үйлөрдүн ээлеринин маселеси тууралуу жазган. Мажбурланып көчүрүлгөн адамдардын көбүнчөсүнө тийиштүү суммадагы жөлөкпул төлөмдөрү берилген эмес. Бул макала Дүйшөмбү шаарынын администрациясында дуу-дуу кепти туудурган. Шаардын мэри Махмадсаид Убайдуллоев республикада таасирдүү адам болгон. Акыр аягында, мэр менен чыр-чатакты ырбатпоо үчүн газета бул темада жазууну токтотту.

Ошого карабастан, үйлөрү сүрүлүп, көчүрүлүп жаткан адамдардын укуктары бүгүнкү күнгө чейин бузулуп келүүдө.

ММКнын позициясы көптөгөн укук коргоочулар үчүн коркок жана өзүмчүл болгондой көрүнөт. Ошол эле, учурда Тажиктердин ММК өздөрүн өздөрү чектөөсүнө жүйөөлүү себеп бар экенин да түшүнүү керек.

Учурда ММК сын пикирдеги маалыматтарды чыгара алышат, бирок кандайдыр бир чектен чыгып кетүүдөн коркушат. Ал чектен чыккан учурда, бийлик органдары тарабынан катуу кысымга алынышы толук ыктымал.

Эске сала кетсек, бир канча жыл мурун, тагыраак айтканда, 2004-жылы бир заматта бир нече жалпы республикалык деңгээлдеги гезиттер, борбордогу баардык басмаканалардын жетекчилери аларды басып чыгаруудан баш тарткандан улам чыкпай калышкан. Бул ачуу тажрыйба азыркыга чейин унутула элек. Басмаканалардын башчылары ММКна ачык-айкын, эгерде басма сөздүн бийлик менен мамилеси бузулса, басып чыгарбай тургандыгын билдиришкен.

Электрондук ММК тоскоолдукка туруштук бере алышпайт. Мисалы, 2005-жылы парламенттик шайлоо учурунда теле жана радиоберүү комитети тарабынан «**Гули бодом**» (Канибадам) телестанциясынын иши убактылуу токтотулган. Жабуунун себеби, ал станциянын жат адамдардын колуна түшүп калышы менен түшүндүрүлгөн. Эске сала кетсек, шайлоо учурунда «**Гули бодом**» оппозициялык маанайдагы талапкерлерди эң көп көрсөткөн канал болгон.

ММКнын позициясы көптөгөн укук коргоочулар үчүн коркок жана өзүмчүл болгондой көрүнөт.

Басылмалардын жетекчилери, эгер гезиттердин бийлик менен келишкис мамилелери болсо, анда ММКна ал гезиттерди баспай тургандыгын ачык айтышат.



Ошондой эле, ММК административдик органдардын «калыс эмес» текшерүүлөрүнөн коркушат. Биринчилерден болуп салык органдарынан. Тилекке каршы, учурда бийлик органдары кааласа, кайсыл гана ММК болбосун жабууга күчү жетерине көпчүлүк ММК ишенишет.

Экинчи себеби – сарпталган күч-аракеттин, тобокелчиликтин жана пайданын күткөндөй болбой калышы.

Маалыматты чогултуп, басып чыгаруу үчүн канчалаган эмгек каражаты керек. Андай тобокелге баруу кажетпи, анын акыры аягында тийгизген таасири канчалык болот? Ошол абдан маанилүү.

Укук коргоо темасындагы маалыматтар көбүрөөк күч-аракетти талап кылат. Кээде чыгымдар ашыкча болушу ыктымал, анткени командировкага чыгып иликтөө жүргүзүүгө туура келет. Ошондой эле, макала үчүн жазалануу, же коом тарабынан туура эмес кабылдануу коркунучу да бар.

Укук коргоочулар чыгаша жагын да эске алуусу зарыл. ММКнын маалыматты топтоо (журналисттин командировкасына кеткен чыгым) үчүн каржылаган акчасын да төлөп берүүнү ойлонуусу зарыл. Редакцияда юрист жок болгонун эске алсак, анын кызматын да төлөө талап кылынат.

Ошол эле учурда бул макалалардын пиар маалыматы катары чагылдырылышы туура эмес. Мисалы, укук коргоочулар ММКна даярдалган маалыматтын чыгарылышы үчүн акча төлөшү жөнүндө сөз да болушу мүмкүн эмес.

Массалык маалымдоо каражаттары укук коргоочулардан сүйлөмдүн кыска жана нуска болушун, журналисттердин кызыкчылыктарын эске алуусун каалашат.

Укук коргоочулар чыгаша жагын да эске алуусу зарыл.

ММК укук коргоочулардан – тактыкты, сүйлөмдүн кыскалыгын, ММК менен журналисттердин кызыкчылыктарын эске алууну – каалашат.



ММКын биз көбүнчө бир бүтүн нерсе катары карайбыз, бирок, чындыгында ММК маалыматка ар түрдүү мамиле жасаган, ар кандай жөндөм жана көз карашка ээ болгон маалымат борборлорунан жана журналисттерден турган көптөгөн элементтерди өзүнө камтыйт. ММК менен байланышууда анын татаал табиятын эске алуу зарыл. Сиздин мамилеңиз ийкемдүү жана ММКнын жана журналисттердин кызыкчылыктары менен муктаждыктарына жооп бере тургандай болуш керек. Макалаңыз бир журналист үчүн кызыксыз, ошол эле учурда, башкасы үчүн кызыктуу болушу мүмкүн. Журналисттин тандоосун билсеңиз, аны эске алуу аркылуу көптөгөн натыйжага жете аласыз.

Журналисттерди маалымат менен камсыз кылыңыз

Көңүлүңүздү жаңылыктарда эмне болуп жаткандыгына, журналисттерди кызыктырган нерселерге көбүрөөк буруңуз. Сиздин ишмердүүлүгүңүз журналистти кызыктырган темалар менен кандайча байланышат. Буларды талдоо сизден чыгармачылык мамилени талап кылат. Мисалы, жаңылыктарда сасык тумоо жөнүндө айтылса, ал эми сиздин уюмуңуз балдардын маселелеринин үстүндө иш алып барса, сиз журналистке сасык тумоону балдар укуктарынын көз карашында жазууну сунуштай аласыз. Эмдөөнү бардык балдар ала алышабы? Мектептердеги профилактикалык чаралардын жоктугу жана тамактануунун начардыгы балдардын сасык тумоого чалдыгуусуна себеп болуп жаткан жокпу деген сыяктуу.

Журналист эмне себептен, учурда болуп жаткан 10, же 20 окуя жөнүндө жазбай, сиздин темаңыз тууралуу жазуусу керек экенин түшүндүрүүңүз зарыл. Ошондой эле, журналисттин бул маселе боюнча объективдүү жазууга умтулуп, бир канча маалымат булагынан пайдалануусуна эркиндик бериш керек. Ал эми журналисттен сиздин пресс-релизиңизди бүт бойдон берээрин күтпөңүз.

Журналисттин кыска мөөнөттө жана көбүнчө оор шартта иштеп жатканын эске алуу зарыл. Ошондой эле, кээ бир темаларда жазууга тыюу салынганын да билүү кажет. Бирок, сиз курч темадагы материалдарды жазган тайбас журналисттерди жана редакторлорду таба аласыз, ошол эле учурда, сиз аларга теманы түшүндүрүп берүүңүз үчүн сизден чечкиндүүлүк талап кылынат.

ММК үчүн так жана ыңгайлуу маалымат булагы болуңуз

Журналисттерге дайыма так, кыска жана өз убагында маалымат берип, же журналист сиз менен байланышканда дайыма жооп берүүгө аракеттенүү менен өзүңүздүн «мыкты маалымат берүүчү булак» делген кадыр-баркыңызды өстүрүүгө аракеттениңиз. Ошондой эле, журналистке кошумча маалымат алуу үчүн адамдарды жана маалымат булагын сунуштаңыз. Сиздин темаңыз тууралуу макала жазганда журналисттин эстей турган биринчи адамы болушуңуз кажет. Журналистте сиздин чөнтөк жана иштеген жериңиздин телефон номери бар экенин тактаңыз.

Журналисттерге дайыма так, кыска жана өз убагында маалымат берүү менен өзүңүздүн «мыкты маалымат берүүчү булак» – делген кадыр-баркыңызды түзүүгө аракеттениңиз.

Лоялдуу пресс-пулдарды жасоо

ММК менен иштешүүдөгү негизги кадам пресс-пул даярдоо. Пресс-пул – бул тагыраак айтканда, сиздин уюмуңуз жөнүндө билген, макалага шилтемелерди алуу үчүн сиздерге байланышка чыгып турган, сиздер жөнүндө жаңылыктарды жазган журналисттердин тизмеси. Пресс-пул түзүү сизден убакытты жана күч-аракетти талап кылат. Акчалай каражаттар маалымат берүү иш-чараларын жана өнөктөштөрдү табуу үчүн уюштурулган иш-чараларды каржылоого көмөктөшөт, бирок ал өтө зарыл шарттардын бири деп айтууга болбойт.

Сиздин темаңызда, же ошого жакын темада макала жазган журналисттер менен байланыш түзүүгө аракеттениңиз. Мүмкүн болсо, алар менен жолугуп, уюмуңуз жана анын ишмердүүлүгү тууралуу маалымат бериңиз. Визиткаңызды берип, сиздин темаңыз тууралуу макала жаза турган болсо, маалымат издөөдө жана маектерди даярдоодо жардам берээриңизди билдириңиз. Журналист сизге кайрылганда, өтүнүчүн канааттандырууга аракет кылууңуз зарыл.

Эгерде сиз телефон аркылуу журналист менен байланышып жаткан болсоңуз ага телефон чалууңуздун максатын түшүндүрүңүз. Убактысы барбы, ошону билип, андан кийин кыскача өзүңүздүн уюмуңузду тааныштырыңыз. Журналист мындан кийин да маалымат алууну каалайбы, эгер кааласа, кандай формада кааларын тактап алыңыз.

Өз уюмуңуз жана анын ишмердүүлүгү тууралуу маалымат берүү максатында иш-чараларды уюштуруңуз. Бул – сиздин уюмуңуздун мүдүрү менен формалдуу эмес чай ичүү, расмий тамактануу, сиздин тематикаңыздагы маалыматтык семинарлар, долбоор ишке ашырылган жерлерге баруу же уюмуңузга жардам берген адамдар менен жолугушуу болушу мүмкүн.

Айрым уюмдар, мисалы, ар бир айда жума күнү кечинде суусундуктар жана жеңил тамактар менен кеңсесинде журналисттер менен ачык эшиктер күнү сыяктуу формалдуу эмес жолугушууларды дайыма өткөрүп турушат. Журналисттериңиздин бирге иштеген кесиптештеринин аттарын билип алышып, аларды бир эле маалымат жыйындарына эмес, салтанат, же майрамдарга чакырыңыз.

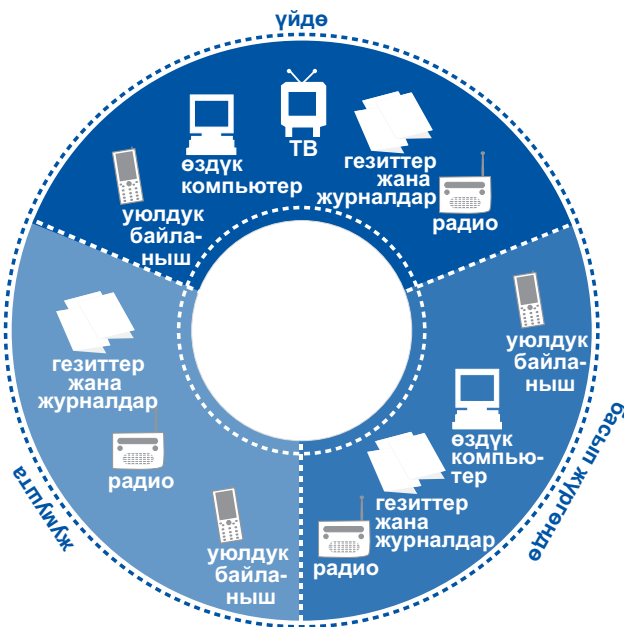
Кызыктуу маалыматыңыз болгон кезде журналисттер менен кабарлашып, алар менен дайыма байланышта болуңуз.

Журналисттер менен болгон жеке байланыш басма сөз менен өз ара натыйжалуу мамиленин маанилүү бөлүгү болуп эсептелгени менен чыныгы кесиптик мамилелер да чоң мааниге ээ. «Бул экөөбүздүн ортобузда гана калыш керек» деген сөз менен журналистке айрым жашыруун маалыматтарды ачуу аркылуу журналисттин ал маалыматты өз макаласына кошуу каалоосун жаратып, ал сизди келечекте ыңгайсыз абалга калтырышы мүмкүн.

ММКнын ар кандай түрлөрү менен иштөө

ММКнын ар бир түрүнүн – басма сөз, ММК, телеберүү, радио, же электрондук ММК – артыкчылыктары жана кемчиликтери бар. Бул айырмачылыктарды билүү сиздин иш-аракетиңиздин багытын аныктоого жардам берет. Кандай ММК менен иштээриңизди сиздин окурмандарыңыз аркылуу аныктоого болот. Мисалы, эгерде сиздин окурмандарыңыз көбүнчө жаштар болсо, анда сиз интернет ММКна көбүрөөк көңүл бурушуңуз мүмкүн. Эгерде аудиторияңыз парламентарийлер болсо, анда аларды камтыш үчүн мамлекеттик гезиттер менен иштөөгө туура келет. Албетте, сиздин окурмандарыңызды камтыбаган ММК менен иштешүүгө убактыңызды жана күчүңүздү коротпой койсоңуз да болот.

- Теле жана радио берүүлөр калктын көпчүлүк жана ар түрдүү топторун, анын ичинде, басма ММКна жетүүгө мүмкүнчүлүгү жок, мисалы, айыл жеринин, же алыскы райондордун жашоочуларын кучагына камтыйт. Телевидение жана радио ММК жаңылык жана ток-шоу сыяктуу кенен форматтагы берүүлөрдү сунуштайт. Телевидение жана радиодо убакыттык чектөө болот. жана өзү менен белгилүү компрессияны алып жүргөн үн, видеотасма, кадрга жана кайсы бир теманын кыска чагылдырылышына таянат.



- Телерадио ток-шоулар пикир алмашууларга, же саясий жана социалдык маселелерди терең анализдөөгө мүмкүнчүлүк түзсө, телевизиондук жаңылык берүүлөрү демейде визуалдык элементи бар сюжетке кызыктар.
- Басма сөз ММК маселени түшүндүрүүгө, же анализдөөгө көбүрөөк мүмкүнчүлүк берет. Бирок, басма ММКда жакшы сүрөттүн болушу, же болбошу кээде гезит бетинде макалаңыздын визуалдык элементин жайгашуусун аныктайт.
- Интернет окурман эмнени көргүсү, же окугусу келгендигин өзү чече турган визуалдык жана басма элементтин өзүн камтыйт. Айрым он-лайн жаңылыктар сайтты колдонуучуларга макалаларга ой-пикирин билдирүү, жада калса аны журналисттер менен талкуулоо мүмкүнчүлүгүн берет. Интернетте өзгөчө кырдаалдагы жаңылыктардын басма сөз, же телерадио ММКна чыкканга чейин эле жарыялангандыктан, ал жаңылыктарды берүү ылдамдыгы боюнча биринчи орунду ээлейт.

Журналист сыяктуу ойлонгонду үйрөнүңүз

Журналисттердин графиги демейде абдан жыш. Андан сырткары, алардын арасында шек саноо көрүнүшү бар. Алар дайыма жаңылыктарды издөө менен алек. Ошондуктан, журналистке жаңылык берээрден мурда ал жарыялоого канчалык кызыктуу болоорун өзүңүз аныктаганга аракет жасаңыз.

Төмөндө сиздин жаңылыгыңыз жарыялоого канчалык кызыктуу экендигин аныктоодо колдонула турган суроолордун тизмеси берилди:

- Маалымат өз убагында берилдиби?
- Аталган окуя азыр эле болуп өттүбү?
- Маалымат жаңы бир нерсе жөнүндө кабарлайбы?
- Маалыматта каршы пикир, же өзгөрүүлөрдүн элементтери барбы?
- Маалыматта эски кабардын элементи барбы (эмне үчүн ал жөнүндө келерки айда эмес, азыр айтуунун зарылдыгы бар)?
- Маалыматтын коомдо кызуу талкууланган маселелерге тиешеси барбы?
- Маалымат жергиликтүү бирикмеге кандайдыр бир таасир көрсөтө алабы?

ММК көбүнчө кризис, карама-каршылыктар, же чыр-чатактар жөнүндөгү жаңылыктарга кызыгат. Бирок, укук коргоо тематикасындагы макалалар өзүнүн жаратылышы боюнча жеңген жана жеңилген, оң жана терс каармандары бар адам драмасынын элементин камтыйт. Төмөндө журналисттер өз макалаларын жазууда колдонушкан айрым ыкмалар келтирилген. Мындай ыкмаларды колдонгон сюжет ММКнын көңүлүн бурдуруу үчүн чоң мүмкүнчүлүктөргө ээ:

- Каршылашуу – адамдар арасындагы, эл менен бийликтин ортосундагы, же башка деңгээлдеги.
- Башка адамдарга болгон кызыгуу – адамдарга башкалардын жашоосун, ийгиликтерин, кайгыларын жана жоруктарын билүү кызыктуу.
- Абал жана статистика – пайда болгон абал, жүрүм-турум жана мамилелер жөнүндөгү макалалар дайыма популярдуу, айрыкча, алар статистиканы камтыса.
- График/күнбарак – макалаңызды алдыда боло турган окуялар менен байланыштырыңыз. Мисалы, адам укуктарынын күнү (10-декабрь) маанилүү материалды жарыялоого жакшы күн болушу мүмкүн.
- Юбилейлер/баскычтар/ – өз тарыхынды «бир жылдан кийин», же «он жылдан кийин» кантип элестетүүгө болот.

- Кыска өмүр таржымал боюнча очерк – өз укугун коргоп жаткан-дарга адам жөнүндө даректүү/биографиялык/очерк сунуштаңыз.
- Өзгөчө окуя – эл аралык илимий жыйындар, массалык каршы чыгуу, же адам укуктары тармагында сыйлык тапшыруу салтанаты.
- Белгилүүлүк – эгерде сиздин тарапташтарыңыздын арасында белгилүү инсандар бар болсо, аларды өз макалаңызга кошсоңуз болот.
- «Күмөндүү өнөктөштөр», же кандайдыр бир орток иш үчүн бириккендер, мисалы, укук коргоочулар менен кызматташкан ишкер топтор.

Сюжетке жаңылык боло алган окуяларга мисал:

- Адам укуктарын көзөмөлдөө кырдаалы боюнча жаңы маалымат менен жаңы отчеттун чыгуусу.
- Сиз иштешип жаткан адамга тиешелүү болгон жаңы мыйзамдын кабыл алынуусу.
- Сиздин бирикмеңизге тиешеси бар улуттук деңгээлдеги окуя.
- Уюмуңуз жаңы долбоорду баштайт, кандайдыр бир сыйлык алат, же жаңы кызматташууну баштайт.

Сиздин жаңылыктарыңызга таасир берүүсү мүмкүн болгон башка окуяларга көз салыңыз. Эгер ММК башка маселелерди чагылдыруу менен алек болсо, айрым учурларда жаңылыктарыңызды бир нече күн кармап турганыңыз жакшы.

Сиздин уюмуңузга тиешелүү маселелер жөнүндө жазган журналисттин макалаларына көз салыңыз. Журналист мурдараак жазган темасына байланышкан окуяга да кызыгышы мүмкүн. Эгерде сиздин маселеңиз басма сөздө жакшы чагылдырылса, анда сиз аны телерадиоого жөнөтсөңүз болот. Анткени, айрым учурда телерадио кандайдыр бир маселеге ал басма сөздө жарыялангандан кийин кызыгып калышы мүмкүн.

Эгерде сиз иш-чара уюштуруп жатсаңыз, же сиз көрсөткөн окуя ММКда чагылдырылбай калса, капаланбаңыз жана журналистти күнөөлөбөңүз. Айрым учурда редактор окурмандардын көңүлүн сиздин окуяңызга караганда маанилүүрөөк деп эсептеген өзгөчө жаңылыктарга бурат. Эскирбей турган окуяларды кийинки күндөргө калтырса да болот. Эгер журналист менен мамилеңиз жакшы болсо, аны менен байланышып, окуя басылып чыгабы, же кошумча маалымат керекпи деп сурасаңыз да болот. Ал жөнүндө сурагандан коркпоңуз.

Сиздин жаңылыктарыңызга таасир берүүсү мүмкүн болгон башка окуяларга көз салыңыз. Эгер ММК башка маселелерди чагылдыруу менен бош болбосо, айрым учурларда жаңылыктарыңызды бир нече күн кармап турганыңыз жакшы.

Материалды тапшыруу мөөнөтүн эстен чыгарбаңыз

Журналист менен болжолдуу түрдө качан байланышаарыңызды билүү үчүн ММКнын тизмесин түзүү менен бирге материалдарыңыздын түрдүү ММКна бериле турган мөөнөтүн белгилеп алыңыз. Басма сөз каражаттарында иштеген журналисттер демейде даяр материалды түштөн кийин, же кечинде берүүлөрү зарыл болгондуктан, алар менен күндүн биринчи жарымында байланышкан оң. Белгилүү убакытта чыгуучу теле жана радио берүүлөрдү даярдаган журналисттер менен жок эле дегенде эфирге бир нече саат калганда байланышуу керек. Жергиликтүү каналдар өздөрүнүн берүүлөрүн бир канча апта алдыда пландашы мүмкүн болсо, улуттук телевизиондук канал берүүлөрүн бир нече ай алдын ала даярдайт.

Макаланын түрлөрү

Төмөндө эл аралык стандарттарга ылайык, маалымат макалаларынын кадимки түрлөрүнүн кыска түшүндүрмөсү берилген. Албетте, жергиликтүү кырдаал менен ММКнын практикасы айырмаланышы мүмкүн. Эгер сиз белгилүү бир ММК тарабынан жарыяланган маалымат макалалары менен тааныш болсоңуз, макалаларды ошол ММКна туура келген форматта бериңиз.

***Шашылыш билдирүү:** Бул жаңылык автомашинанын авариясынан тарта саясий келишимдерге кол коюуга чейинки коомдо, өлкөдө, же дүйнөдө болуп жаткан окуяларды баяндоону билдирет. Эгер сиздин жаңылыгыңызда кечээ, же бүгүн болгон окуя жөнүндө айтылса, ал ушул категорияга кириши мүмкүн.*

***Жаңылык анализи:** Жаңылык окуясынын маанисин анализдөөгө аракеттенип, бир катар түрдүү пикирлерди жана түшүндүрүүлөрдү кеңири колдонуу менен ага өзгөчө көңүл бөлүү.*

***Очерк:** Жаңылык макаласынан айырмаланып, макаланын бул түрү кайсы бир суроону өтө кылдаттык менен анализдеп, демейде тексти көлөмдүү болот. Алар азыркы жаңылык окуясы менен байланыштуу болууга милдеттүү эмес, бирок, сиз эмнеге бул тема аталган ММКнын окурмандарына, же көрүүчүлөрүнө кызыктуу болоорун журналистке түшүндүрүп беришиңиз керек.*

Журналисттик иликтөө: журналисттик иликтөө демейде көлөмү боюнча чоң жана журналисттен кырдаал боюнча жаңы маалымат издөөнү талап кылат. Журналисттик иликтөө адам укуктарынын бузулуусун ачыкка чыгарышы мүмкүн, ошондой эле, мисалы, коомдогу алсыз социалдык топтордун абалы жөнүндө отчет болушу ыктымал.

Комментарий/Автордук макала: Макаланын бул түрү белгилүү темага так көз карашты, же аргументти билдирет.

Качан журналисттер ката кетиришет

Баардыгы эле ката кетиришет, бирок сиз журналистке так маалыматты бериш үчүн болгон күчүңүздү жумшасаңыз, ал ката кетирип койсо, албетте, маанайыңыз чөгөт.

Алгач өзүңүздү токтотконго аракет кылыңыз: эгерде сиз журналистке телефон чалып, анын ката кетиргендигин айтып кыйкырсаңыз, анда сиздин бул журналист менен келечектеги өз ара мамилеңизге зыян гана болот. Бул кесиптештериңиздин арасында сиздин беделиңизге сокку болушу да мүмкүн.

Анын ордуна, жакшысы журналист менен байланышып, анын катасын акырын кесиптик тил менен көрсөтүңүз жана журналисттен жаңылыштыгын жарыя түрүндө оңдоосун сураныңыз, мисалы, гезиттин кийинки санында оңдоп басуусун. Эгер оңдолуп басылбаса, ал эми сиз анын оңдолуп басылышын маанилүү деп эсептесеңиз, редакторго өзүңүздүн жеке пикириңизди билдирген кат жазсаңыз болот. Биринчи журналисттин өзү менен сүйлөшпөй туруп, эч качан анын башкармасы менен байланышпаңыз.

Маселе жалаң терс мааниде чагылдырылса, эмне кылуу керек?

Журналисттер көбүнчө сын жана карама-каршылык элементтери бар темаларды издешет. Уюмуңуз басма сөз тарабынан терс кабыл алынган кырдаалды эске алып, мындай абалды чечүү үчүн атайын стратегия иштеп чыгуу зарыл. ММК кайсы бир терс нерсеге басым жасап, көңүл бурган учурлардан кутулуу үчүн колдонулган натыйжалуу ыкма болуп активдүү кадамдар эсептелет.

Адегенде, терс мааниде эмне чагылдырылгандыгын кылдат аныктаңыз. Кырдаалды чечүү үчүн кандай чараларды көрөөрүнүз жөнүндө ойлонуңуз, мисалы, көңүлүңүздү донорлорго отчет берүү жана долбоордун натыйжалуу ишке ашырылышы үчүн колдонгон чараларга буруңуз.

Албетте, айрым бир журналист макалаларын объективдүү чагылдырбай, сиздин уюмуңузга каршы маанайда болгон учурлар кездешет. Сиз ал киши менен байланышып, көбүрөөк маалымат алып келүүсүн, же абалды талкуулоону сунуштаңыз. Мындай кадам жардам бербей да калышы мүмкүн, бирок, ошентсе да, аракет кылып көрүүгө болот.

ММК менен иштешүүгө кеңештер

- ММКна ачык болуңуз. Мөөнөтүн эске алып, алардын телефон чалууларына жана суранычтарына жооп бериңиз.
 - Эгерде сиз бир нерсени билбесеңиз, аны чындап мойнуңузга алыңыз. Бирок, эгер, мүмкүн болсо, зарыл болгон маалыматты тапканга аракет жасап көрүңүз, же керектүү маалыматка ээ болгон адамдардын байланыштарын бериңиз.
 - «Комментарийсиз» деген сөздөн качыңыз. Демейде муну айткан адам бир нерсени жашырып жаткандай сезилет.
 - Эгер сиз, кандайдыр бир суроого жооп берүүгө даяр эмес болсоңуз, журналистке ал суроону тактап берээриңизди жана телефон чалып коёруңузду айтыңыз (өз сөзүңүзгө туруңуз!).
 - Журналистке эч качан жалган сүйлөбөнүз.
 - Баардык журналисттерге бирдей мамиле жасаңыз жана бир журналистти башкаларына салыштырмалуу өзгөчө көргөн оюңузду билдирбеңиз.
 - Журналисттер менен дайыма ачык сүйлөшүңүз жана «бул басма сөз үчүн эмес» деген сөздөн качыңыз.
 - Журналисттер менен маектешүүдө дайыма жай абалды сактаңыз.
 - Журналисттер менен абдан жакшы мамилеңиз болгон күндө да, басма сөздө көргүңүз келбеген нерсе жөнүндө эч нерсе айтпаңыз.
 - Терс, же майда-чүйдөсүнө чейин толук болбогон чагылдырууну жеке шылдыңдоо катары кабыл албаңыз.
 - Эгерде журналист мыкты макала жазса, аны менен байланышып, жакшы иш үчүн ыраазычылык билдирип коюңуз.
-

Эл аралык ММК тууралуу эки ооз сөз

CNN, BBC, Reuters, Associated Press же New York Times сыяктуу эл аралык ММК жана маалымат борборлору Борбордук Азияда өз журналисттери жок болгондуктан, жергиликтүү штаттан тыш иштеген кабарчылар менен кызматташышат. Ошондуктан, бул журналисттердин байланыштарын билүү сиз үчүн абдан пайдалуу. Көбүнчө, алар жергиликтүү мамлекеттик эмес уюмдардын эксперттеринен комментарий алууну жана алар менен байланыштарын кеңейтүүнү көздөшөт.

Тилекке каршы, эл аралык ММК эл аралык жаңылыктарга, саясатта маанилүү болгон адамдарга тиешелүү, көпчүлүктүн кызыгуусун туудурган маалыматтарга, энергетика сыяктуу стратегиялык маселелерге көңүл бурушат. Эл аралык ММК өлкөдө болгон улуттук шайлоолорду, чоң саммиттерди, же дүйнөлүк масштабтагы лидерлердин келишин чагылдырууга кызыктар болушат.

Ал эми адам укуктары жаатын эске алсак, эл аралык ММК эң эле мурда адам укуктарынын олуттуу бузулушуна көңүл бөлүшөт. Бирок, жергиликтүү деңгээлдеги укук коргоочулук маселесин көпчүлүктүн кызыгуусун туудурган темада, коомдук жана маданий аспектиден карап жазган, штаттан тышкары иштеген журналисттерди кызыктырышы мүмкүн.

Сиз өз уюмуңуз тууралуу эл аралык ММКнын көңүлүн бура ала тургандай кылып материал даярдай аласыз. Мисалы, эгерде сиздин өлкөңүз үчүн энергетика тармагы маанилүү болсо, анда сиз журналисттин күйүүчү май менен алектенген кампаниялар өз жумушчуларына канчалык деңгээлде калыс мамиле жасаары же нефти жана газдын чыгарылышынын айланачөйрөгө тийгизген таасири жөнүндө макала аркылуу аларды кызыктыра аласыз.

Эл аралык укук коргоо органдарынын ММК менен байланышы бар, ошондуктан алар менен мамиле куруу аркылуу эл аралык ММКын жергиликтүү жана улуттук деңгээлдеги маселелерге тарта аласыз.

Сиз англис тилиндеги сайтыңызды өз убагында жаңылап жана оптималдаштыруу менен, темаңызга байланышкан маалыматты издеген эл аралык журналисттерге чоң жардам бере аласыз.

CNN, BBC, Reuters, Associated Press же New York Times сыяктуу эл аралык ММК жана маалымат борборлору Борбордук Азияда өз журналисттери жок болгондуктан, жергиликтүү штаттан тыш иштеген кабарчылар менен кызматташышат,

Ал эми адам укуктары жаатын эске алсак, эл аралык ММК эң эле мурда, адам укуктарынын олуттуу бузулушуна көңүл бөлүшөт.



Борбордук Азияда аймактык жаңылыктарды тез-тез чагылдырып турган бир канча ММК бар. Алар [Eurasianet \(Eurasianet.org\)](http://Eurasianet.org), Ferghana.ru, [Radio Free Europe / Radio Liberty \(rferl.org\)](http://RadioFreeEurope.org) жана [Institute for War and Peace Reporting \(iwpr.net\)](http://InstituteForWarAndPeaceReporting.org). Жогорудагы ММКна макалалар штаттан тышкаркы, аймактык журналисттер тарабынан жазылат.

Медиамониторинг

Уюмуңуз тууралуу билдирүүнү жана маалыматты ММК аркылуу чагылдырууну көзөмөлдөө, ММК менен болгон мамиленин негизин түзөт. Мониторинг сиздин ММК менен болгон мамилеңиздин таасирдүүлүгүн баалоого мүмкүндүк берет. Гезиттерден уюмуңуз жөнүндө жазылган маалыматтарды кесип алып, аларды бир папкага чогултунуз. Бул волонтер, же стажер үчүн жакшы долбоор болушу мүмкүн, алар гезиттеги макалаларды кесип алып баракка чаптап, хронологиялык багытта папкага топтой алышат. Кандайдыр бир убакыт ичинде уюмуңуз жөнүндө маалыматтын көбөйүп, же азайганына, анын себептерине байкоо жүргүзүңүз. Бул маалыматтар оң, же терс маанидеби, канчалык деңгээлде так жана ал гезиттин кайсыл жерине жайгашкан (биринчи баракта же акыркы барактардын биринде).



Ошондой эле, телерадио жана электрондук ММКындагы берүүлөр да маанилүү. Бул тармак аркылуу уюмуңуз жөнүндө берилген маалыматтын кайсыл жерде жана качан эфирден чыкканын, жасаган журналисттин аты-жөнүн, маалыматтын кыскача мазмунун жазуу үчүн журнал ачууңуз кажет.

Эгерде уюмуңуз жөнүндө жакшы маалымат чагылдырылган болсо, ал тууралуу кызматчыларга, директорлор кеңешинин мүчөлөрүнө жана донорлорго айтып бериңиз. Ошондой

эле, макалаларды коомдук жайларга илүү аркылуу келүүчүлөрдү маалымат менен камсыз кыла аласыз, коллективдин көңүлү да көтөрүлөт, башкаруучулардын көңүлү сиздин ишиңизге бурулат.

ПРАКТИКАЛЫК ТАЖРЫЙБА

ММКнын көңүлүн буруу жөнүндөгү алгачкы кадам бейөкмөт уюму тарабынан болуш керек

MediaNet эл аралык журналисттер борборунун директору **Игорь Братцевдин** пикиринде, ММК менен мамиле түзүү уюмдун өнүгүүсүнүн эле эмес, өлкөдө болуп жаткан процесстерди, кырдаалды элге түшүндүрүүгө маалымат алкагын түзүп берүүнүн да мүмкүнчүлүгү болуп саналат.

Жарандык сектордун жасаган иштери анын пайдалуулугуна, кээде кайталангыс өзгөчөлүгүнө карабай, коомчулукка байкалбаган бойдон калууда. Үзгүлтүксүз көңүл борборунда болууну кааласаңыз да, турмушта андай боло бербейт – бүгүн маалымат мейкиндигинде көпчүлүк окурмандардын сүйүп окуган басылмасына айланууга умтулган маалыматтардын күрөшү күн санап күчөөдө. Тандоо улам өсүүдө, керектөөчүлөр барган сайын өздөрүнүн тандоосун күчөтүүдө, ушундай шартта маалыматтар маңызы, мааниси жагынан өзгөчөлөнүп туруусу зарыл.

Мындай шартта ийгиликке жетүүнүн жалгыз жолу – жарандык секторго ММКнын көңүлүн буруунун ыкмаларын жана куралдарын өз алдынча сунуштоо керек. Жарандык сектор «журналисттер өзгөчө таң калтыруучу окуяларга гана көңүл бөлүшөт, алар маанилүү иштер менен алектенген бейөкмөттүк уюмдардын жумушуна көңүл бөлгүсү келишпейт», – деген даттанууларын айтып келишет.

Журналисттер өздөрүнүн жеке талаптарына эмес, көпчүлүк учурда окурмандардын жана телекөрүүчүлөрдүн талаптарына жараша иштегендиги түшүнүктүү. Алар жөн гана ортомчулар, ал эми басылманын бедели түздөн-түз окурмандардан көз каранды.

Сизге кызыктуу болгон маалымат дайыма эле башкаларга да кызыктуу боло бербесин, жана маалыматты мыкты кылуу сиздин колуңузда экендигин түшүнүүнү зарыл.

Казакстандык журналисттер сыяктуу бир эле учурда ар кандай тематикалар боюнча интенсивдүү иштеген журналисттин, чындыгында, ар бир окуяны кеңири окуп билүүгө убактысы да жок.

Андан сырткары, сиз үчүн жөнөкөй элестелген нерселер, окурманга түшүнүксүз болушу мүмкүн, журналист дайыма аларга маалыматты

Сизге кызыктуу болгон маалымат дайыма эле башкаларга да кызыктуу боло бербесин, жана маалыматты мыкты кылуу сиздин колуңузда экендигин түшүнүүнү зарыл.

ыңгайлаштырып берет. Ошондуктан, журналистке факт жана комментарийлерди аларга түшүнүктүү кылып, жеткиликтүү багыт менен бериңиз. Сиздин негизги милдетиңиз – болушунча чоң аудиторияга маалымат берүү, ал эми мындай учурда ММК өзгөчө курал гана боло алат.

Эгерде бейөкмөт уюмдары маалымат берээрдin алдында жалпы маалымат рыногуна анализ жүргүзсө абдан жакшы болот. Каалаган аудиториясын таап, алардын стилин түшүнөт, укук коргоо теаматикасындагы материалдар менен таанышат.

Таркатууну сабаттуу уюштуруу

Каражат тартыш болгон шартта маалымат куралы катары жаңылыкты ММК аркылуу таратуу болуп эсептелет. Таркатуу – ММКнын бардык базасы боюнча массалык түрдө, аудиторияга жараша ММКнын түрлөрү боюнча түзүлүшү мүмкүн (иштиктүү, универсалдуу, жалтырак, табло, адистештирилген).

Сиздин билдирүүңүз кандай болбосун редакторду аны ачып окууга жана жарыялоого колдонуусуна, же сизге кошумча маалымат, же комментарий менен кайрылуусуна түрткөн биринчи сигнал болуусу керек. Ошентип, таркатылып жаткан билдирүү «каттын темасы» графасына киргизилүүсү зарыл. Графада жөн гана эмне кылгандыгыңыз жана кандай иш-чараларды өткөргөнү жаткандыгыңыз жөнүндө анонс маалымат жазуу анча натыйжалуу эмес.

Таркатууда сиз эки жолду колдонсоңуз болот: иш-аракетиңиздин бардык жаңылыктарын таркатуу, же аны ММКнын көңүлүн көбүрөөк бурган бир топ маанилүү окуяларга гана колдонуу.

Эки учурда тең жаңылыкты кайсы кызыктуу бурчу менен бериш керек деп ойлонуу керек. Бейөкмөттүк уюмдардын жаңылыгы ММК үчүн кызыктуу боло турган маанилүү окуя алгачкы күндөн эле боло бербестигин эске алуу зарыл. ММКна бир нече жолу кызыксыз материалды жөнөтүү менен керексиз маалымат катары жок кылынган билдирүүлөрдүн катарына дароо түшүп калуу мүмкүн экендигин эске алуу керек.

Таркатууда каттын темасы жөн гана – «маалымат жыйынынын жарыясы» деп түзүлгөн учурлар болот. Ишеничтүү кызыктуу маалымат булагы катары редактор жана журналист тарабынан адресантка сый мамиле болгон шартта гана, бул файл ачылат, андай болбогон учурда, жокко чыгарылышы толук ыктымал.

Таркатуу максатында жаңылык жазууда дагы бир маанилүү нерсени эске алуу керек. Ошол учурдагы жеке окуяны гана чагылдырып коюу эмес, жаңылыкты айтып берүү – аны өлкө масштабында көрсөтүү, өлкө боюнча статистикалык көрсөткүчтөр жана фактылар менен бекемдөө маанилүү. Ошонун өзү менен жекелик – ар бирине тиешелүү болгон масштабдуу маселенин майда бөлүгү экендигин белгилейсиз. Коом үчүн социалдык коркунучту ашкерелеген жаңылык фактысы – масс-медиада талап кылынуучу аргумент болуп калат.

Кыргыз Республикасынын ММКна түшкөн даттанууларды териштирүү комиссиясынын төрагасы [Александр Кулинский](#), ММК менен иштешип баштаардан мурда кайсы гана бейөкмөттүк уюм болбосун ага ММК эмне үчүн керек экендигин түшүнүүсү зарыл экендигин белгилейт. Мамлекеттик эмес сектордун өкүлдөрү ММК алардын жумушун коомго айтып берүү үчүн керек деп көп айтышат. Бирок, жалпысынан ММК бейөкмөт уюмдарга ал үчүн гана керек эмес.

ММК бейөкмөттүк уюмдарга эки максатка жетүү үчүн керек:

- 1) ММК аркылуу коомчулукка бейөкмөттүк уюмдардын иш алып барып жаткан маселеси жөнүндө маалымат берүү үчүн;
- 2) ММК аркылуу катардагы маалымат колдонуучуларга (окурман, угарман, көрөрман), чечим кабыл алуучу адамдарга (мисалы, саясатчылар) карата өзүнүн оң образын жаратуу. Кыскасын айтканда, бейөкмөттүк уюмдар аркылуу өзүнүн брендин жаратат.

Кыргызстандагы бейөкмөттүк уюмдардын кээ бирлери гана өздөрүнүн ММК менен иштешүүсүн так түшүнгөндүгү менен мактана алат. Көбүнчө бейөкмөттүк уюмдар пресс-релиздерди кантип жазуу жана таркатуу, редакцияга факс жөнөтүү ж. б. менен алек. Бирок, чындыгында бул болгону «бейөкмөттүк уюмдардын маалыматтык стратегиясы» деп аталган чоң механизмдин кичинекей гана бөлүгү болгон адаттагы техникалык маселелер болуп саналат.

Бейөкмөттүк уюмдардын маалымат стратегиясы

Бейөкмөттүк уюмдардын маалымат стратегиясы төмөндөгүлөрдү камтыш керек:

- 1) Маалыматтык максаттар. Бейөкмөттүк уюмдар коомго ММК аркылуу бул, же тигил маалыматты эмнеге айтып берип жатканды-

гын түшүнүшү керек. Кыргызстандагы бейөкмөт уюмдар көбүнчө өздөрүнүн ишмердүүлүгү жөнүндө айтышат. Бирок, милдет анда эмес, элге зарыл болгон маалыматты жеткирүүдө турат. Ал үчүн бейөкмөт уюмдар кандай маалымат маанилүү болуп эсептелээрин билиш керек. Укук коргоочу бейөкмөт уюмдары үчүн тегерек үстөл өткөрүүдөгү башкы максат: ММКда бул иш-чаранын өткөрүлүшүн жөн гана чагылдыруу эмес, ММКда тегерек үстөлдө каралган тематиканы көтөрүүгө жетишүү болушу керек. Андан сырткары, карапайым элге бул, же тигил шартта кандай кадамдарды жасоону түшүндүрө билүүсү керек. Мисалы, кыйноолор тууралуу сөз кылып жатып укук коргоочу уюм маселени дегеле бүткүл коомчулуктун, депутаттар, саясатчылардын деңгээлинде талкууга алып чыгуу милдетин коёт. Катардагы адам Кыргызстанда кыйноолор бар экендигин көп биле бербейт. Мындай билдирүүлөр ага кызыктуу боло бербейт. Ал мындай жагымсыздыктан инстинктивдүү түрдө кутулууга аракет кылып, тематиканы кабыл алуудан оолактап калат. Бирок, жабыркаган адамдын кейпине туш болбоо үчүн өзүн кандай алып жүрүү тууралуу материалда практикалык кеңеш болсо, анда маалымат колдонуучу ага көңүл бурат жана өзүн алып жүрүүнүн эрежелерин эстеп калганга аракет жасайт;

- 2) Маалыматтык максатка жетүүнүн жолдору. Бул коомдук пикирге таасир берүүчү ыкмалардын тобу: стандарттуу пресс-релиздер, маалыматтык жыйындар, таркатуулар, пресс-турлар, иш-чаралар, акциялар. Адатта, Кыргызстандагы бейөкмөттүк уюмдар пресс-релиз, маалыматтык жыйындар жана иш-чаралар менен чектелишет (тегерек үстөлдөр, семинарлар, тренингдер). Бейөкмөт уюмдар көбүнчө маалымат берүүлөрдүн сыртында калып, гезит беттерине кирбей калышат. Эмнеге? Анткени, алар кызык эмес. Маалымат менен иштөөдө, ММК жана алар аркылуу бүткүл коомчулук тарабынан кабыл алына тургандай стандарттуу эмес мамиле зарыл. Азыркы күнгө чейин гендердик бейөкмөт уюмдардын 8-мартка арналган акциясын бардыгы эстешет. Аялдардын майрамынын алдында алар Жогорку Кеңештин (парламент) мурдагы чакырымынын депутаттарын куттукташкан. Анда бир да аял болгон эмес. Ошондуктан, гендердик кыймылдын активисттери парламентте аял депутаттар жок болгондуктан биз эркек депутаттарды куттуктайбыз деп чыгышкан. Бул акция Бишкектеги бардык ири ММКында, болгондо да бекер чагылдырылган. Ошентип, гендердик бейөкмөттүк уюмдар Кыргызстандагы гендердик теңдик маселесине жогорку мамлекеттик бийлик деңгээлинде коомчулуктун көңүлүн бурууга жетишишкен.

Маалымат мейкиндигин аныктоо

Бул өлкөнүн маалымат мейкиндигин жана өзүнүн мүмкүн болгон өнөктөш ММКын аныктоо. Кыргызстанда бейөкмөттүк уюмдар ММКнын саясий багытын, камтыган аудиториясын, нускасын ж. б. эске албай туруп, көп учурда эң ири басылмалар, же телеканалдар менен кызматташууга аракет кылышат. Бул өз күчтөрүн курулай нерсеге жумшоо менен барабар. Басууга мүмкүн болбогон нерсени басканга аракет кылба. Маалыматтык стратегияга жараша кандай ММК менен, качан жана кантип иштөөнү аныктап алуу зарыл.

Кыргызстанда ММК тарыхый эки лагерге – оппозициялык жана мамлекеттик болуп бөлүнгөндүгү сыр эмес. Алардын катышы дайыма өзгөрүп турат. Учурдагы тарыхый этапта оппозициядагы ММК мамлекеттик ММКна караганда бир топ аз. Акыркыларынын өлчөмү өсүүдө. Бирок дагы талыкпай иштөө керек. Ошондуктан, бейөкмөттүк уюмдар пресс-карта түзүп алышы зарыл. Бул негизги параметрлери көрсөтүлгөн ММКнын тизмеси: ММКнын түрү, байланыштары, жетекчилер жана кызматкерлер жөнүндөгү маалыматтар, камтыган аудиториясы, нускасы ж.б. Мындай пресс-карта эмнеге керек? Кайсы ММК бейөкмөттүк уюмдар менен дос, кайсынысы андай эмес экендигин аныктоо үчүн; ММКна кандай мамилелерди табуу мүмкүн ж. б.

Кыргызстанда ММК тарыхый эки лагерге – оппозициялык жана мамлекеттик болуп бөлүнгөн.

Пресс-карта

ММКнын түрү жана аты	Аудиториясы (рейтинги, нускасы)	ММКнын байланыш даректери	ММКнын жетекчилеринин аты-жөнү	ММКнын журналисттеринин аты-жөнү
«Наша правда» гезити Аптасына бир жолу шаршемби күнү чыгат. Номерди берүү ар шаршемби саат 18-00 гө чейин.	Нускасы 10миң Бишкекте таратылат (50% нуска), Чуй областы (30% нуска), Ош облусу (10% нуска), Талас, Ысык-Көл облусу (10% нуска). Жарнама болжолдуу 15% аянтты ээлейт – жарнама берүүчүнүн кадырбаркы жогору	г. Бишкек, Копытин көч, 12, телефон факс электрондук почта	уюштуруучу Чаянов Айдар Искендерович Туулган күнү 16. 04. 1976, телефон, факс, электрондук почта башкы редактор жооптуу секретарь	журналист Юсуфов Искандер Хакимович Туулган күнү, телефон, факс, электрондук почта

Алар сизге ким сиздин маалымат өнөктөшүңүз, ал эми кайсынысы маалымат душманыңыз экенин билүүгө көмөк көрсөтөт. Өзгөчө сөз эркиндиги жокко эсе болгон Кыргызстандын шартында, бейөкмөттүк уюмдар үчүн бул нерсени билүү өтө маанилүү.

Бейөкмөттүк уюмдар пресс-карталардын эмне үчүн керек болгонун көп сурашат. Алар сизге ким сиздин маалымат өнөктөшүңүз, ал эми кайсы-

нысы маалымат душманыңыз экенин билүүгө көмөк көрсөтөт. Өзгөчө сөз эркиндиги жокко эсе болгон Кыргызстандын шартында, бейөкмөттүк уюмдар үчүн бул нерсени билүү өтө маанилүү. Ар бир графаны карап чыгалы:

- 1) ММКнын аттары жана түрлөрү. Графада ММКнын аталыштары гана эмес, маалыматты берүү мүнөзү – ММК качан чыгат, соңку маалымат качан берилет, ушулар сыяктуу маалымат камтылат. Бул маалыматтар сиздин иш-чараларыңызды өнөктөш ММКнын катышуусуна жана сапаттуу чагылдыруусуна ыңгайлуу болгон убакытка пландоонузга жардам берет;
- 2) Аудиторияны камтуу (нускасы, бедели). Кыргызстанда бирдей маалымат мейкиндиги жана жалпы улуттук деңгээлдеги ММК жок, ошондуктан, окурмандардын көбүрөөк санын камтыган кайсы ММКын өнөктөш кылуу керек деген суроо туулат. Мамлекеттик эмес уюмдар көбүнчө УТРКны жана Бишкекте жайгашкан бир катар гезиттерди тандашат. Ошол эле учурда, аймактарда берилүүчү маалымат менен борбор шаарга бериле турган маалыматтын айырмасы чоң экенин унутуп калышат. Ошол себептен борбордогу ири ММК менен иштешкенге караганда аймактагы белгилүү бир чакан ММК менен иштешүү жакшы натыйжага алып келет. Телеберүү жана радионун алдында бир канча тоскоолдуктар бар, анын бирөөсү электр кубаты. Бардык учурда жана бардык жерде электр энергиясы жок болуп калышы мүмкүн, мындай учурда маалымат көрүүчүгө, же угуучуга жетпей калат. Гезит үчүн бул нерсенин кажети жок, аны шам чырак менен, же күндүзү окуй алышат. Буларды өнөктөш ММКын тандоодо эске алуу зарыл;
- 3) ММКнын байланыш дареги. Бейөкмөт уюмдар ММКын табуунун жолун билүүсү кажет;
- 4) ММКнын жетекчилеринин аты-жөнү жана алар жөнүндө кошумча маалымат. Бул графада чечим чыгара турган адамдар жөнүндө маалымат болушу кажет. Алар: ММКнын кожоюну жана жетекчилери же жаңылыктар бөлүмүнүн башчылары. Жогоруда айтылган адамдардын чөнтөк жана иш телефон номерлерин (үйүнүн телефон номерин да) жана анын туулган күнүнө чейин билүү керек. Бул маалыматтар алар менен иштешүүдө пайдалуу болот. ММКнын ээлери жана жетекчилери да биз сыяктуу адамдар, аларга да көңүл буруп, жакшы мамиле жасалса кубанышат;
- 5) Журналисттин аты-жөнү жана ал тууралуу кеңири маалымат. Бирге иштешип жаткан жана келечекте мамиле курула турган журналисттер жөнүндөгү маалыматты камтыйт.

Түрдүү журналисттер менен иштешүү

Журналисттердин курамы менен иштешүүдө, редакциянын ичинде журналисттердин шарттуу түрдө 3 катмарга бөлүнөөрүн эске алуу кажет:

а) «жашылдар».

- Бул 3, 4 жылдан көп эмес иштеген башталгыч журналисттер.
- Алар кандай гана иш болбосун жасоого даяр.
- Алар кандайдыр бир нерсени берүүнү каалаган адамдарга жардам берүүгө даяр, ушундан улам өздөрү жапа чегишет.
- Алардын өздөрүнүн маалымат булактары жок, иш-чара уюштуруп, чакыра турган болсонуз, сөзсүз келишет.
- Сиздин темаңыз аларга жагышы мүмкүн, бирок редакциядан аны сиздикине эмес, өздөрүнүн көз карашы боюнча маанилүү болгон иш-чарага жөнөтүп коюшу мүмкүн.

б) «ортоңкулар».

- 5, 6 жыл иштеген журналисттер.
- Алар ар кандай темаларга бара беришпейт, алардын өздөрүнүн темалары бар.
- Алар абалды анализдей алышат, ыйлап жаткан кары кемпир оор кылмышта күнөөлүү болушу мүмкүн экенин билишет. Кээ бир учурларда сезимге алдырып коюшу мүмкүн.
- Аларда өздөрүнүн маалымат булактары бар, ошол эле учурда, байланыштарын кеңейтүү менен алек болушат.
- Сиздин темаңыз аларга жагып калышы мүмкүн, мындай учурда редакцияга, бул иш-чарага сөзсүз түрдө баруу кажет экенин далилдей алышат.

в) «ардагерлер».

- Бул тармакта 6 жылдан кем эмес иштегендер.
- Алардын өздөрүнүн темалары бар, редакцияда башка адам бул теманы ала албайт.
- Эч кимге ишенишпейт. Бой көтөрүү – алардын негизги кредосу.
- Маалымат издешпейт, маалымат өзү келип турат, анткени, аларда маалымат желеси бар.
- Эгерде сиздин темаңыз аларды кызыктырса, анда иш оңунан чыкты деп эсептей бериңиз, анткени, алар сөзсүз түрдө иш-чараңыз жөнүндө жазышат.

Журналисттердин кайсы катмары менен иштешүү керек?

- «жашылдар» мененби? Бул келечекке коюлган кадам, ар бир жашыл «ардагер» болот.
- «ортоңкулар» мененби? Көңүлүн өзүнүзгө бура алсаңыз, алар сиздики.

- «ардагерлер» мененби? Кызыктыруу кыйын, бирок, колдон келчү иш. «Ардагерлер» дайыма сиздин иш-чараңыздан терс көрүнүштү табат жана ал тууралуу сөзсүз түрдө жазаарын эске алыңыз.

ПРАКТИКАЛЫК ТАЖРЫЙБА

Кээ бир адамдардын маселесин чечүү жетишсиз экенин түшүндүк, анткени мындан система өзгөрүп кетпейт, ошондуктан көйгөйлөр да азайбай кала берет.

Адам укуктары боюнча борбордун (Тажикстан) юристи **Абдуллаева Нандиранын** айтуусуна караганда, коомдук уюмдардын ММК менен болгон жакшы мамилеси, уюмдун максатын орундатууга, коомдук маселелерди натыйжалуу чечүүгө жана өз иш-чаралары тууралуу калкка маалымдоого көмөк көрсөтөт.

Жогоруда айтылган борбордун мисалын алсак, биз узак убакыт боюу Тажикистандын үч аймагында акысыз укуктук жардам көрсөттүк, бир канча убакыт өткөн соң кээ бир адамдардын маселесин чечүү жетишсиз экенин түшүндүк, анткени, мындан система өзгөрбөйт, ошондуктан, көйгөй да азайбай кала берет. Ушундан улам уюмубуз акысыз тейлөө түйүнүн кыскартууну чечти, натыйжада акысыз укуктук көмөк көрсөтүү жерлеринин бири аналитикалык борборго айланды. Бул аналитикалык борбор жөн гана өнөктөш бейөкмөттүк уюмдардан жана аймактардагы офистерден маалымат топтоп, аны иштеп чыгуу менен тим болбостон мыйзамдагы кемчиликтерди ачыкка чыгарган отчетторду, изилдөөлөрдү, эң кыйын болуп эсептелген соттук жана башка иштерди иликтеген. Ушул баскычта ММК менен болгон мамилебиз жакшырды. Аналитикалык борбордун чыгарган тыянактарын басма сөз жана электрондук ММКда басып чыгара башташты, бул аркылуу мамлекеттик органдардын жана коомдун көңүлүн Тажикистандагы адам укугун коргоо жана анын тегерегинде иш жүргүзүү багытындагы маселелерге бура алды.

Соттук тергөөлөрдүн үстүнөн мониторинг жүргүзүү учурунда адам укуктарын коргоо борбору ММК аркылуу ар түрдүү соттук темадагы маалыматтарды коомго чагылдырган. Ошол эле учурда уюм бирге иштешкен журналисттердин өз тандоолоруна, кызыкчылыктарына көңүл бөлгөн. Уюм журналисттерди тандоодо төмөнкү нерселерге басым жасайт. Биринчи кезек журналист соттук теманы, же адам укуктарын жакшы билиши керек, калыс жана тапкыч болушу абзел. Басма сөз каражатын тандоодо анын нускасына, окурмандардын курамына, белгилүүлүгүнө жана тематикалык багытына карайбыз. Ошол эле учурда каржы маселеси да негизги маселелерден болуп эсептелет. Тематикалык макалалардын

тизмеги логикалык ырааттуулугуна жараша түзүлөт. Мониторинг иш-аракеттерин баштоодо соттук тергөөлөрдүн өзү эмне экенин, анын максатын жана Тажикистандын эл аралык документтер боюнча милдеттүү түрдө жасай турган нерселери менен болгон байланышы тууралуу маалыматты ММК аркылуу берген. Кийинки чыккан макалаларда анализ жүргүзүлүп жаткандыгы жөнүндө айтылды, акыркы макалада болсо окурмандарды изилдөөнүн жыйынтыгы менен тааныштырдык. Мындан тышкары изилдөөнүн жыйынтыгы пресс-релиз түрүндө өлкөбүздөгү белгилүү ММКна жөнөтүлдү, ошондой эле, кызыккан адамдар менен ММКнын өкүлдөрү үчүн тегерек стол уюштурулган. Анализдин жыйынтыгы чыккан күнү, анын эртеси биздин иш-чарабыз жана анын жыйынтыгы тууралуу бардык жергиликтүү, бир канча чет элдик ММК тарабынан чагылдырылды.

ММК менен кызматташуу канчалык деңгээлде ийгиликтүү болгонун, гезит жарыяланган макалаларды окуп өз оюн билдирген сот, адвокаттардын сөзүнөн биле алдык.

- Иш-чараңыз белгилүү бир датага туш келип калса, анда анын чагылдырылышы үчүн көп күч аракет жумшабай эле койсоңуз болот., Журналисттин сиз жөнүндө кабары болсо, анда алар жашоонун өз агымы менен эле сөзсүз иш-чараңызга катышышат. 2007-жылкы акцияны Эл аралык мигранттар күнүнө белгилегенбиз, шашкандан даярдалган пресс-релиздерди алдын-ала жөнөтүүнү унутуп калыптырбыз. Ошого карабастан, иш-чаранын башталышына бир саат калганда тааныш журналисттерге чалып чакырганбыз. Аз убакытка карабастан бир канча ММКнын өкүлдөрү жана чакырылбай калган журналисттер да келишкен.
- Эгерде сиздин иш-чараңызга мамлекеттик органдардан маанилүү адамдар катышып жатса, ММК буга сөзсүз түрдө келет. Исфара районунда аялдардын укуктары тууралуу тегерек стол уюштурганбыз. Облустук деңгээлдеги ММК районго келбейт деп ойлогонбуз, бирок бизди таң калтырган нерсе болду. Областтык ММКнын өкүлдөрү иш-чарабызга катышышты, анын себеби, аларга бул иш-чарада облустук администрациянын таасирдүү адамдары боло тургандыгы маалымдалган.

- ММК иш-чаранын көрүнүшүнө көбүрөөк көңүл бурушат, ошол себептен иш-чараңызды тематикалык плакат жана банерлер менен камсыз кылганыңыз оң.
- Иш-чараңызга фотокорреспонденттер катышпай калышы ыктымал, ошол эле учурда журналистке сүрөт керек болуп калышы мүмкүн. Ошондуктан, баардык өткөргөн иш-чараларыңызды сүрөткө тартып коюңуз.

Түркмөнстан жана Өзбекстан: Укук коргоочу бейөкмөттүк уюмдар менен журналисттердин кызматташуу мүмкүнчүлүктөрү

Бүгүнкү күнгө чейин адам укуктарынын бузулуп жатканы, Түркмөнстан жана Өзбекстандын бийлиги ага каршы ойлонгондор менен күрөшүп келе жатканы, эркин ММКнын жоктугу бейөкмөттүк уюмдардын медиакурулуштар жана журналисттер менен байланышуу мүмкүнчүлүгүн азайтып жатат. Бул өлкөлөрдө бийлик учурдагы режимди сындаган адамдарды, журналисттерди, ошондой эле, бейөкмөт уюмдардын мүчөсү болгон активдүү адамдарды жөнөкөй темадагы, мисалы, билим алуудагы жаңылануулар, же карылардын укугун коргоо – иш-аракеттерине чейин көзөмөлдөйт.

Атайын кызматка көп ыйгарым укуктар берилген. Ал журналисттердин жана активдүү кишилердин телефон аркылуу сүйлөшүүлөрүн, каттарын, барган жери жана жолуккан адамдарына чейин көзөмөлдөп турат. Интернет тармагын да көзөмөлдөө максатында атайын жабдык алууга көптөгөн акчалай каражаттарын сарпташууда.

Маалымат коопсуздугу

Түркмөнстан жана Өзбекстандагы кабарчылар менен байланыш түзүүдө, жөнөтүлгөн жана алынган маалыматтын корголушуна өзгөчө көңүл буруш керек.

Учурда дүйнөлүк практикада технологиялык кыйынчылыктарды камтыган бир канча система бар, муну менен маалыматты коргой ала турган өзүнүздүн системаңызды түзө аласыз.

Бул система менен корголгон каттарды жөнөтүү жана кат алуулар бийликтин жөнөткөн адамга каршы репрессивдүү чараларды колдонуусуна жетиштүү. Андан сырткары, эгер укук коргоочу бейөкмөттүк уюмдар менен кызматташтыгы бар журналист өзүнүн компютеринде жөнөкөй Word

шарттуу белгиси (парол) менен бекитилген маалыматты сактаса, анда жергиликтүү атайын кызматтын мыйзам алдындагы актыларына ылайык, кылмыш иши козголгон мезгилде ал тергөөнүн жүрүшүндө бардык коддорду айтууга милдеттүү жана анын маалыматы ачылат.

Маалыматты коргоонун системалары

Түркмөнстан жана Өзбекстан боюнча иш алып барган IWPRдын долбоорунун тажрыйбасына таянып, бул өлкөлөрдүн журналисттери менен кызматташууда маалыматты коргоонун активдүү жана пассивдүү системаларын колдонуу, интернет аркылуу маалыматты кезек менен берүү ыкмасы жана билдирүүнү шарттуу белги менен сактоо системасында иштөө сунушталат.

Маалыматты коргоонун пассивдүү системасы укук коргоочу бейөкмөттүк уюмдардын активистинин жана аны менен кызматташкан журналисттин компютериндеги файлдарды коопсуз сактоого жана өчүрүүгө негизделген.

Маалыматты коргоонун активдүү системасы электрондук билдирүүлөрдү алмашуудагы кемчиликтерден качууга мүмкүнчүлүк берет. Бекитилген файлдар, жазылган тексттер көңүлдү бура албайт, табылган файлдар ачылбайт, ал эми, өчүрүлгөндөр үчүнчү адамдар тарабынан калыбына келтирилбейт.

Бирок, бул системанын кемчилиги, анын колдонуучулары «бетме-бет» даярдыктан өтүш керек жана алар өзүнчө персоналдык компютерлер менен камсыз болуулары кажет. Андан сырткары, дайыма жакшыртылып турууну талап кылгандыктан, система коопсуздуктун 100 пайыздуу кепилдиги катары каралбаш керек.

Ортомчулар менен иштөө

Түркмөнстан жана Өзбекстандагы журналисттер менен кызматташуунун башка коопсуз жолу – ортомчулар, башкача айтканда, маалыматты коопсуз берүү тармагындагы тажрыйбалуу адамдар.

Коопсуздуктун эң негизги шарты болуп байланыша турган журналисттин чыныгы аты-жөнүн билген, болушунча чектелген адамдардын чөйрөсү эсептелет. Чет өлкөдө маалымат келип жаткан адамдын лакап атын гана билишет.

Маалыматты коргоонун пассивдүү системасы укук коргоочу бейөкмөттүк уюмдардын активистинин жана ал менен кызматташкан журналисттин компютериндеги файлдарды коопсуз сактоо жана өчүрүүгө негизделген.

Коопсуздуктун эң негизги шарты чөйрөдөгү адамдардын өтө чектелүү санынын болушу менен шартталат.

Журналисттерди кантип семинар жана тегерек үстөлдөргө коопсуз чакырууга болот?

Журналисттерди чет өлкөгө семинар жана тегерек үстөлдөргө чакырууга болот, бирок мындай учурда коопсуздукту камсыз кылган эрежелер сакталыш керек:

- ал өзү чакырылган өлкөдөн жалгыз болуш керек, эгерде, кимдир бирөө менен болсо, ал экөө бири-бирине ишенээрин жана чет өлкөдөгү иш-чараларда чогуу болууга каршы болбогондуктарын уюштуруучулар күн мурунтан билүүсү зарыл;
- мейманканада журналист ойдон чыгарылган ысым менен катталганга акысы бар, эгерде ага коркунуч болбосо, ал эми өзүнүн ысымы менен каттоодон өткөн учурда мейманкананын администрациясына өзүнүн атын эч кимге айтпоосун эскертип коюу керек;
- жолугушуунун өзүндө Түркмөнстандан чакырылган журналист ойдон чыгарылган ат менен катышууга укуктуу. Өзбекстандык журналисттер көбүнчө ачык чыгышат;
- эгерде жолугушууга пресса чакырылса, анда чет өлкөлүк ММКнын кабарчыларын түркмөнстандык жана өзбекстандык кесиптештеринен коргоо зарыл, албетте эгерде алар өздөрү ойдон чыгарылган ат менен интервью берүүнү каалабаган учурда;
- чет жердеги укук коргоочу иш-чараларында Түркмөнстандын жана Өзбекстандын журналисттерин сүрөткө тартууга тыюу салынган.

Журналисттерди чакырууда алардын бир жерден экинчи жерге баруу багытын тактап алып жана аларга коопсуз жолду камсыз кылып берүү зарыл. ММКнын бардык кызматкерлери атайын кызматтын катуу көзөмөлүндө болгондуктан, иш-чарадагы саякатты журналист үчүн үчүнчү өлкө аркылуу тандоо каралган. Визанын уюштурулуусу жеке адамдар тарабынан жүргүзүлөт. Чыгуунун башка бардык аракеттери бийликтер үчүн өтө шектүү болот жана алар тарабынан болушунча көзөмөлгө алынат.

Чакырган тарап билеттерди сатып алып жаткан учурда журналисттин бир жерден экинчи жерге баруусуна негизи жок көңүл бурдурбаш үчүн, төлөө документтеринде уюштуруучу уюмдун аталышын атайын белгилебей коюу керек.

Эгерде Түркмөнстандагы жана Өзбекстандагы журналисттер менен кызматташууну түзүп алган болсоңуз, төмөнкү эрежелерди сактоо сунушталат:

- аларга телефон чалбоо керек – сүйлөшүүлөрүңүз жазылып калышы мүмкүн,
- электрондук кат жазышууда паролдун жана шарттуу белгилердин системасын колдонуу зарыл. Сырды толугу менен сакташ керек,
- журналисттерден массалык түрдө сурамжылоо жүргүзүүнү жасабаш керек, кабарчы айткан адамдын аты, фамилиясы жана кызматы толугу менен белгиленишин талап кылбоо кажет (эгер, респондент өзү ачык жарыяланууну каалабаса), анткени, ал адамдарды ыңгайсыз абалга калтырышы мүмкүн, же ал боюнча авторду чыгарып салышы мүмкүн; эч качан потенциалдуу маалымат берүүчүнүн телефон номерин кайсы бир жол менен таап алып ага үй же мобилдик телефондон чалууга болбойт – алардын баары белгиленет, жана ошондой эле, угулат; эл аралык уюмду, же өлкөдө укук коргоочу катары белгилүү болгон кишинин, белгилүү маалымат борборунун редакторунун, же чет өлкөдө жашаган оппозиционердин атын белгилеп акча которууга болбойт (гонорар), акча которуу маселеси чыкса, атайын кызмат тарабынан ал жөнүндө чындыкка жакын легенданы айтып коюу мүмкүн болгондой жеке адам болуш керек.

Журналист жагымсыз абалга кабылган учурдагы сиздин иш-аракет

Эгер журналист кырсыкка кабылса, анда шартка жараша иш жасоо керек жана мүмкүнчүлүккө жараша анын жакындары менен сүйлөшүү зарыл.

Эгерде иш журналисттин кесиптик иш-аракети менен байланыштуу болсо (мисалы, аны мазактоодо, же өлкөсүн сатууда айыпталып жатса), бул окуяны кенен жайылтып айтуу зарыл. Кээде бийлик эркиндикти басынтуучу катары көрүнүүдөн коркот. Журналисттин таламын бардык мүмкүн болгон укук коргоо уюмдары, батыш өлкөлөрүнөн таасирдүү адамдардын талашканы өтө маанилүү.

Бирок, башка учурларда жакшысы убакытты күтүү жана болуп өткөн нерсе жөнүндө дароо ызы-чуу салбоо зарыл. Бийлик журналистти убактылуу кармап, оозеки эскертүү берүү менен чектелип, аны менен өздөрү бир пикирге баруулары мүмкүн. Көбүнчө, журналисттер менен кызматташууда тигил, же бул учурларда эмне кылуу керектигин сизге беришет.

Эгерде иш журналисттин кесиптик иш-аракети менен байланыштуу болсо (мисалы, аны мазактоодо, же өлкөсүн сатууда айыптап жатса), бул окуяны кенен жайылтып айтуу зарыл. Кээде бийлик эркиндикти басынтуучу катары болуп көрүнүүдөн коркот.

Мисалы, Түркмөнстандын батышындагы Балканабад шаарынын жашоочусу [Гурбангулу Дурдыгулыев «Азаттык» радиосунун](#) түркмөн кызматы менен иштешкендиги үчүн психикалык дарылануучу жайлардын бирине жайгаштырылган. АКШнын таасирдүү сенатору жана конгрессмендеринин бул ишке кийлигишүүсү менен гана Дурдыгулыев психикалык дарылануучу жайдан чыгарылган. Ушундай эле көрүнүштөр, эл аралык бирикмелердин басымы менен түрмөдөн чыгарылган башка түркмөн активисти – Валерия Пальга, өзбек журналистти Умида Ниязовага жана укук коргоочу Муктабар Тажтибаевага таандык. Сейрек учурларда журналисттерди өлкөдөгү балээден куткарып жана аларга саясий башпаанек берүү зарыл.



Пресс-релиздер, пресс-анонстор жана маалымат жыйындары ММКнын көңүлүн буруунун жайыл-тылган каражаты.

Пресс-релиздер, пресс-анонстор жана маалымат жыйындары ММКнын көңүлүн бурууда кеңири жайылтылган каражат болуп саналат.

ПРЕСС-РЕЛИЗ

Пресс-релиз журналисттердин макала жазуусуна негиз түзүп, алардын жумушун бир топ жеңилдетет. Пресс-релиз качан сиздин жаңылыгыңыз болгон учурда жана таркаткыңыз келген маалымат так жана ишенимдүү экендигине ынанган учурда гана колдонулушу керек. Пресс-релиз фактылык маалыматты камтуусу зарыл: бул сиздин уюмунуздун жарнамасы эмес.

ММК күн сайын көп сандагы пресс-релиздерди алышат, ошондуктан, сиздин пресс-релизиниз башкалардын жанында өзгөчөлөнүп туруусуна жетишүүңүз зарыл. Пресс-релизиниз журналисттин макала жазуусуна керек болуучу бардык маалыматты камтуусу зарыл. Ошондуктан, кандай көрүнүштө басылаарын кааласаңыз, ошондой жакшы жаңылык макала-сын жазып бериңиз. Айрым ММК сиздин пресс-релизинизди эч кандай өзгөртүүсүз жарыялашы мүмкүн.

Пресс-релиз бир беттен турганы оң – ашып баратса эки бет. Эгерде, сизде бир эле абзацка ылайык маалымат бар болсо, анда бул сизде кызыктуу маалымат жок экендигин көрсөтүшү мүмкүн.

Өзүңүздүн жаңылыгыңызга ММКнын көңүлүн бурууга жардам бере турган ыкмалар жөнүндө ойлонуңуз. Мүмкүнчүлүккө жараша пресс-релизди коомдук бирикмелер көңүл бурган окуяларга жана социалдык маселелерге байланыштырганга аракет жасаңыз. Чындыгында, окуянын өзгөчө жана адаттан сырт жактарына көңүл буруңуз.

Кээ бир учурда түрдүү аудиторияны камтуу үчүн бир канча пресс-релиздерди жазууга туура келет. Электрондук ММК үчүн пресс-релиздер кыска болушу мүмкүн, мисалы, эки, же үч абзац. Жергиликтүү ММК үчүн жазылган пресс-релиз аталган маселенин ырааттуулугун жергиликтүү бирикмеге айтып бериш керек.

Пресс-релиздин тилин тагыраак жана жандуу кылуу үчүн активдүү этишти колдонуңуз. Мындан сырткары, пресс-релизиниз кыска болуп, анда жаргондук сөздөр болбоого тийиш. Кооздолбогон жана ой-жорумдар кошулбаган фактыларды келтириңиз. Пресс-релиздер үчүнчү адамдын атынан жазылат: Мисалы, «Уюм жаңы долбоордун үстүндө иштеп баштады»

деген «жаңы долбоор башталган...» дегенге караганда жакшыраак угулат. Маалымат берүүдө керектүү гана сөздөрдү колдонуңуз, кооздоонун ке-реги жок.

Кызыктуу салыштыруулар, баалар жана рейтингдер, тарыхый баяндамалар, божомолдоолор жана белгилүү адамдар катышкан окуялар менен камтылган пресс-релиздер ММКнын көңүлүн бура алат.

Сиз пресс-релизди төмөнкү учурларда колдоно аласыз:

- Жаңы иш-чаралар жөнүндө билдирүүдө;
- Сиздин ишмердүүлүгүңүздөгү соңку жыйынтыктар, же өзгөрүүлөр менен тааныштырууда;
- Жаңы технологиялар колдонулган, же өзгөчөлөнгөн таасирдүү иш-чараларга басым жасоодо;
- Жакында кабыл алына турган, же кабыл алынган мыйзамдардын сиздин уюмуңузга жана жеке адамдарга тийгизе турган таасири тууралуу билдирүүдө;
- Сиздин уюмуңуз кандай сыйлыктарды алды, же тапшыра тургандыгы тууралуу берүүдө;
- Сиздин уюмуңузга эл аралык деңгээлдеги эксперттин келээри тууралуу маалымдоодо;
- Сиздин уюмуңуз жана иш-чараңыз менен байланышкан өзгөчө күн тууралуу билдирүүдө (Эл аралык аялдар күнү, Эл аралык адам укуктарынын күнү ж. б.).

Пресс-релиздин түзүлүшү:

- Дайыма пресс-релизди стандарттык форматта жасоого аракет кылыңыз. Пресс-релиздерди уюмунуздун өзүнүн бланктарына чыгарыңыз.
- Темасы кыска жана кызыктуу болушу кажет, ошол эле учурда макаланын негизги маанисин берип туруш керек. Пресс-релизди жазып бүткөн соң анын темасын жазыңыз. Тема журналисттер окуганда кеп эмне тууралуу болоорун биле алгыдай түшүнүктүү болуусу зарыл.
- Биринчи абзацта чыгарылган күнүн жана жайгашкан жериңизди бериңиз.
- Тема менен киришүү абзацынын ортосунда 1, 4 сүйлөмдөн турган абзац-резюмени жайгаштырсаңыз болот.
- Биринчи (киришүү абзац) эки, үч сүйлөм менен окуяны жана маанилүү маалыматты берүү зарыл. Ал маалымат – ким, эмне, качан, кайсыл жерде жана эмне үчүн деген суроолорго жооп берүүсү керек. Ошон-

дой эле «Эмне себептен бул башкалар үчүн кызыктуу болушу керек?» деген суроого жооп бериңиз.

- Экинчи абзац цитатаны камтыйт, бул макалага өзгөчөлүк берет. Цитата маанилүү нерсени берип, ошол эле учурда негизги билдирүү менен байланышып турушу кажет. Бирөөнүн учкул сөзүн берээрден мурда, анын уруксаты барбы, же жокпу, тактап алыңыз.
- Көмкөрүлгөн пирамида принцибин колдонуп жазыңыз, ар бир кийинки абзацка кененирээк маалыматты жана түшүндүрмөлөрдү камтууңуз зарыл. Ошондой эле, учкул сөздөрдү, сандарды жана белгилүү бир мисалдарды кошуп берсеңиз болот.
- Абзацтардын кыска болгону жакшы (бир абзацта 3төн 5ке чейин сүйлөм).
- Акыркы абзац маалыматтык жактан анча маанилүү эмес билдирүүнү, же болбосо маалыматтын жалпы кыскача мазмунун камтуусу зарыл.
- Пресс-релиздин акырында дайыма уюмуңуз жана иш-чараларыңыз тууралуу (бир, же эки катар) маалымат бериңиз.
- Басылмалардын суроолоруна жооп берүүгө жооптуу адамдын телефон номерлерин жазууну унутпаңыз.

«КӨМКӨРҮЛГӨН ПИРАМИДА»



Алдын ала жасалган пресс-релизди жакшылап текшериңиз. Жазылган фактыларды жана сандык көрсөткүчтөрдү тактаңыз. Грамматикалык жана орфографиялык каталарын текшериңиз, мындай каталар сиздин тайкы тажрыйбаңызды көрсөтөт.

Пресс-релизди чыгаруу

Ошентип, сиздин пресс-релизиниз даяр. Аны кимге жөнөтүшүңүз керек?

Сиз пресс-релизинизди ылайыктуу окурман экендигин билбей туруп эле, бардык ММКна жөнөтсөңүз, анда сиздин пресс-релизиниздин натыйжасы анча жакшы болбойт. Ошондуктан, пресс-релизинизди сиз иликтеген маселеге кызыккан журналисттерге гана жөнөтүңүз. Алардын дареги сиздеги ММКнын тизмесинде болуусу шарт. Эгерде кайсы бир ММКда иштеген, сиздин тематикаңызда жазган журналисттин аты-жөнүн билбесеңиз, анда ошол ММКна телефон чалып, журналисттин аты-жөнүн билсеңиз болот.

Пресс-релиздериңизди ММКнан бөлөк сиздин жаңылыктарыңызга кызыгуусун билдирген өнөктөш уюмдарга, эл аралык уюмдарга, донорлорго жана мамлекеттик жетекчилерге жөнөтө аласыз.

Эгерде пресс-релизди электрондук кат түрүндө жөнөтө турган болсоңуз, анда баарына коллективдүү түрдө жазып жөнөтпөй, ар бирине даректүү кылып жөнөткөнүңүз оң.

Эгерде пресс-релизди электрондук кат түрүндө жөнөтө турган болсоңуз, анда баарына коллективдүү түрдө жазып жөнөтпөй, ар бирине даректүү кылып жөнөткөнүңүз оң.

Пресс-релизди жөнөткөн соң

Эң маанилүү пресс-релиздерди жөнөткөндө, бул жаңылык кээ бир журналисттерге кызыктуу деп ойлосоңуз, анда пресс-релиз жөнөтүлгөндөн кийин журналисттерге телефон чалыңыз. Жөн гана пресс-релизди алып албаганын суроо менен тим болбостон, жаңылык тууралуу кыскача айтып бериңиз, маалымат аларды канчалык кызыктыраарын, кошумча маалымат керектигин, же керек эместигин суроо зарыл.

Сиз чыгарган пресс-релиздеги маалыматтын баары эле ММКнан бериле бербейт. Ошондуктан, сиздин иш-чараңыз тууралуу ММКда берилген макаланы журналист пресс-релиздин негизинде канчалык деңгээлде кыкыктуу жана так кылып жаза алганын анализдөө керек.

Пресс-релизди жазууда жана аны таратууда эң көп кетирилүүчү каталар:

- Жаңылыкты эмес жөнөкөй маалыматты камтыган нерселерди жөнөтүү.
- Пресс-релиз негизги суроолорго – ким, эмне, кайсыл жерде, качан жана эмне себептен (мисалы, пресс-релизде иш-чаранын кайсыл жерде өтүшү жазылган эмес) – деген суроолорго жооп берген маалыматты камтыбайт.
- Эң маанилүү маалыматтын пресс-релиздин акырында берилиши.
- Журналисттердин суроосуна жооп берүүчү жооптуу адамдын телефон номерлеринин берилбегендиги.
- ММКнын көңүлүн буруу үчүн ашырып айтуу, же негизги фактыларды так бербөө.
- Грамматикалык жана орфографиялык каталар.

ПРЕСС-РЕЛИЗДИН ҮЛГҮСҮ

Темасы

Абзац-резюме 1-4 сүйлөм.

Өтө турган жери жана күнү – киришүү сүйлөмү жаңылыкты жана эң маанилүү маалыматты камтыш керек.

Кийинки абзацтар эки, үч сүйлөм менен окуяны жана маанилүү маалыматты бериши зарыл. Ал маалымат – ким, эмне, качан, кайсыл жерде жана эмне үчүн деген суроолорго жооп бериши керек. Эгерде темага ылайыктуу сандык көрсөткүчтөр бар болсо, аны да кошсоңуз болот.

Экинчи, же үчүнчү абзацта темага жараша белгилүү эксперттин айткан сөзүнөн үзүндү бериңиз.

Калган абзацтарда теманын маңызын ача турган маалыматты кеңири берсеңиз болот. Анча маанилүү эмес маалымат пресс-релиздин акырында жазылышы керек.

Сиздин уюмуңуз тууралуу маалыматты бир канча сүйлөм менен кошуп коюңуз.

Кошумча маалыматты төмөнкү даректен ала аласыз: Кошумча маалыматты бере турган адамдын аты-жөнүн, телефон номерин жазыш керек.

ПРЕСС-АНОНСТОР

Пресс-анонстор бул ММКын алдыда боло турган иш-чара менен тааныштыруучу жарнамалар. ММК үчүн жазылган билдирүү иш-чара тууралуу кыска жана негизги маалыматты камтышы керек. Алар негизги: Эмне? Кайсыл жерде? Качан? Эмне себептен? Кантип? деген суроолорго жооп берүүсү зарыл. Иш-чарада фото сессия болсо, аны да айтыш керек. Пресс-анонсто байланыш телефондорун берүү кажет. Анткени, эгерде, ММКда кандайдыр бир суроо туулса, алар жооп ала тургандай болушу керек. Бул маалыматка ММКнын алдын ала каттоодон өтүүсү тууралуу маалыматты да берүү зарыл.

Пресс-анонсторду ММКна иш-чара башталаардан бир нече күн алдын жөнөтүп, журналисттерге телефон чалып тактаңыз.

Пресс-анонсторду ММКна иш-чара башталаардан бир нече күн алдын жөнөтүп, журналисттерге телефон чалып тактаңыз.

ММК ҮЧҮН ПРЕСС-АНОНСТОРДУН ҮЛГҮСҮ

Күнү

Байланышуучу адам (аты жана телефон номери)

Темасы (ММК чакырылган иш-чаранын аталышы)

Иш-чаранын жана анын максатын баяндаган кыскача бир эки сүйлөмдөн турган билдирүү; журналисттер үчүн бир канча талапты жазыңыз(мисалы, каттоодон өтүү тууралуу талаптар)

Ким:

Иш-чаранын негизги топтору жана катышуучуларын атап чыгуу.

Эмне:

Бир канча сөз менен иш-чаранын убактысын, башталышын жана бүтүшүн берүү.

Кайсыл жерде:

Иш-чаранын өткөрүлө турган жерин так көрсөтүңүз.

Эмне себептен бул иш-чара уюштурулуп жатканы тууралуу кыскача билдириңиз. Эгерде журналисттердин маалымат ала турган веб-сайты бар болсо, анда ошол жерге шилтеме жасасаңыз болот.

МААЛЫМАТ ЖЫЙЫНЫ

Маалымат жыйыны сиздин маалыматыңызды көптөгөн ММКна жеткирүүнүн натыйжалуу ыкмасы, бирок, кээ бир учурда уюмдар аны жакшы түшүнбөй туруп эле маалымат жыйынын өткөрө беришет. Маалымат жыйыны адамды чарчатып, тажатуучу иш-чара болбош керек. Маалымат жыйынын качан сизде чындыгында маанилүү, кызыктуу кабарыңыз бар болсо гана өткөрүңүз.

Эгер чагылдырылуучу маселе өзгөчө татаал болуп, же ал ар тараптуу козголсо, анда мындай учурда маалымат жыйынын өткөрүү ылайыктуу формат болуп саналат. Бирок, маалымат-жыйынына жалаң гана эксперттер чакырылса, анда ал кызыксыз болуп калышы ыктымал. Эгер сиздин бенефициарларыңыз сыяктуу «чыныгы адамдар» катышса, алар маалымат жыйынын дагы кызыктуураак кылышы мүмкүн, бирок, алар ММКнын алдында өздөрүн эркин сезүүсү зарыл. Сиздин маалымат жыйыныңыз телекамералар жана гезит сүрөтчүлөрү үчүн кызыктуу көрсөтмө элементтерди да камтышы керек экендигин эстен чыгарбаңыз.

Логистиктин көз карашынан алганда маалымат жыйынын жеткиликтүү шарттары бар пресс-клубдарда, же башка бөлмөлөрдө өткөрүү өтө ыңгайлуу. Бирок, эгер сиз журналисттердин көңүлүн башка бир жаңы нерсе менен өзүңүзгө бургунуз келсе, анда маалымат жыйынын сиздин маселениз менен байланышы болгон башка жерде өткөрүүнү караштырыңыз. Сиз тандап алган жер ММКна белгилүү жана телеге тарткан топтордун техникалык талаптарына жооп берүүсү зарыл.

Маалымат-жыйыныңыздын датасын аныктоодо журналисттер менен жана башка байланыштагы адамдар менен кеңешиңиз, ошондой эле күнбаракты карап сиздин маалымат-жыйыныңыз ММК үчүн болгон башка иш-чаралар менен бир мөөнөткө коюлбагандыгын тактаңыз.

Маалымат жыйыныңыздын датасын аныктоодо журналисттер менен жана башка байланыштагы адамдар менен кеңешиңиз, ошондой эле, күнбаракты карап, сиздин маалымат жыйыныңыз ММК үчүн болгон башка иш-чаралар менен бир мөөнөткө коюлбагандыгын тактаңыз.

Албетте, өзгөчө окуялар сиздин маалымат жыйыныңыздан журналисттердин көңүлүн алагды кылган учурлардан качып кутула албайсыз. Мындай көрүнүштөр орун алганда маалымат жыйыныңызды башка күнгө жылдырсаңыз болот. Эгер башка күнгө которуу кеч болуп калса, анда сиздин маалымат жыйыныңызга катыша албай калган журналисттерге пресс-релиз жөнөтүүнү унутпаңыз жана телефон чалып, алардын алгандыгына ынаныңыз. Мындай шартта, журналисттер сиздин иш-чараңыз тууралуу жаңылык түрүндө жазган учурлар көп эле кездешет.

Маалымат жыйынын өткөрүү үчүн

Бир жума мурда:

- Маалымат жыйыны өткөрүлө турган жерди эртерээк сүйлөшүңүз;
- Катышуучулардын тизмесин тактаңыз, сөз сүйлөй турган адамдардын катарын пландаңыз жана эки ой кайра кайталанбаш үчүн сөз сүйлөөчү адамдардын материалын ошол адам менен кошо талкуулаңыз;
- Сөз сүйлөгөн адамдардын маалымат жыйыны бүткөндөн кийин маектешүүгө калуусун өтүнүңүз;
- Керектүү каражаттардын бар экендигин тактаңыз (микрофондор жана колонкалар, трибуна, арткы фон, стенддер жана башка көрсөтмө материалдар);
- Алдын ала отургучтарды жайгаштырууну ойлонунуз (отургучтарды театрдагыдай кылып, ортодо бир чоң жол коюп жайгаштырса жакшы болот);
- Трибунага жарык жакшы берилээрин жана телевидениеден келип тартууда жарык кылуу үчүн керектүү электр энергиясы бар экенин текшерип көрүңүз;
- Кире бериштин жанына журналисттерди каттоо жана материалдарды таркатуу үчүн стол коюп коюңуз;
- Сөз сүйлөөчүлөрдү суу менен камсыз кылыңыз;
- Маалымат жыйынын ыңгайлуу убакытка белгилеңиз (шейшемби күндүн биринчи бөлүгүнө, шаршемби же бейшембиге);
- Модераторду дайындаңыз;
- ММК үчүн билдирүү жана апта ичинде өтө турган иш-чаралардын тизмесин даярдап, аны маалыматтандырууну каалаган ММКна, топторго жана адамдарга жөнөтүңүз (өнөктөш уюмдар, донорлор, эл аралык уюмдар ж. б.). ММКна жөнөтүлгөн билдирүүдө маалымат жыйыны качан жана кайсыл жерде өтөөрүн жазууну унутпаңыз;
- Сөз сүйлөгөн адамдардын докладдарын кошуп басма сөз үчүн билдирүү даярдаңыз.

Бир күн мурда:

- Сөз сүйлөй турган адамдар менен алардын кезегин жана айта турган сөздөрүнүн негизгилерин тактап алыңыз;
- ММКна чалып, катышуучулардын тизмесин аныктаңыз;
- Ижарага алынган бөлмөнү бир сыйра карап чыгып, техникалык маселелерди чечиниз;
- Катышуучулар менен сөз сүйлөөчүлөргө аттары жана ээлеген кызматтары жазылган бейжиктерди даярдаңыз; ошондой эле, сөз

сүйлөй тургандардын аттары жазылган табличкалар да даяр болушу керек;

- Басма сөзгө бериле турган маалыматты даярдаңыз; сизде алардын кошумча көчүрмөлөрү да болушу кажет;
- Маалымат жыйынынын негизги ураанын камтыган пресс-релизди даярдаңыз.

Маалымат жыйыны күнү:

- Дагы бир жолу бөлмөнү текшерипиз;
- Журналисттерге жана редакторлорго телефон чалып, иш-чара тууралуу эскертиңиз;
- Сөз сүйлөөчүлөр менен маалымат жыйынынын жүрүшүн машыгып көрүңүздөр;
- Маалымат жыйынынын суроо-жооп бөлүмүн баштоо үчүн тааныш журналистке сөз бериңиз.

Маалымат-жыйыны учурунда:

- Журналисттердин каттоодон өтүүсүн камсыз кылыңыз;
- Даярдалган маалыматтарды, сөз сүйлөй турган адамдардын тизмесин жана пресс-релиздерди журналисттерге таркатып бериңиз;
- Модератордон маалымат жыйынды ачууну, сүйлөй тургандарды тааныштырууну жана журналисттердин өз суроосун берүүгө жардам берүүнү өтүнүңүз;
- Чектелген убакыттан чыкпоого аракет кылыңыз (маалымат жыйыны 30-45 мүнөттөн ашпаш керек);
- Маалымат жыйынын сүрөткө жана тасмага тартыңыз.

Маалымат-жыйыны бүткөндөн кийин:

- Эгерде керек болсо, сөз сүйлөгөндөрдүн ар бири менен маек курууга макулдашыңыз;
- Пресс-релизди таратыңыз (аны эгерде, маалымат жыйыны башталаардын алдында таркатсаңыз, журналисттерде катышууга кызыгуу жоголот);
- Маалымат жыйынына катыша албай калган, бирок, иш-чараңызга кызыккан журналисттерге чалып, жаңылык тууралуу билүү үчүн маектешүүнү сунуштаңыз;
- Маалымат жыйынына катышкан журналисттерге чалып, кошумча маалымат керекпи, ошону сураңыз;
- Маалымат жыйынын келечекте колдоно ала турган тажрыйба алыш үчүн анализдеңиз;
- Маалымат жыйыны тууралуу ММКда жазылган нерселерге байкоо жүргүзүңүз.

Маалымат жыйынын өткөрүүдө көп кездешүүчү каталар:

- Маалымат жыйындын темасынын так аныкталбагандыгы;
- Журналисттерге кеч кабарлоо;
- Сөз сүйлөй тургандардын көптүгү (алардын санын үч, төрттөн ашырбоого аракет кылыңыз);
- Сөз көпкө созулбаш керек (бир адамга 5 мүнөт бериш керек);
- Маалымат жыйындын темасына тиешеси жок белгилүү адамдарды чакыруу;
- Техникалык терминдерди түшүндүрмөсүз колдонуу;
- Журналисттерди каттоодон өткөрбөө жана алар жаза турган теманы тактабоо.

ММК МЕНЕН ИШТЕШҮҮНҮН ЖОЛДОРУ

Маалымат жыйындары жана пресс-релиздер ММКна маалымат таратууда маанилүү, бирок журналисттер менен байланышуунун мындан башка да жолдору бар.

Окуяларды телефон аркылуу сунуштоо

Телефон аркылуу маалыматты сунуштоо ММК менен байланышуунун маанилүү талабы болуп эсептелет. Ал үчүн белгилүү бир тажрыйба талап кылынат. Журналисттердин жумуштары көп экендигин эске алып, бир канча мөөнөттүн ичинде алардын көңүлүн өзүңүзгө бура алышыңыз кажет. Телефон чалардын алдында айта турган сөздөрүңүздү даярдап, же бирге иштеген адамга айтып, машыгып алыңыз. Телефон чалган учурда:

- Дайыма журналисттен азыркы убакыт сүйлөшүү үчүн ыңгайлуубу, же кийинирээк чалайынбы деп, сураңыз;
- Журналистке бергиңиз келген окуянын эң негизги бөлүмдөрүнө токтолуңуз;
- Эгерде журналистти алгачкы ой кызыктырбаса, бул же башка маалыматты эки-үч көз карашта берүүгө даяр болуңуз;
- Журналистте пайда болгон бардык суроолорго жооп бериңиз. Эгерде сиз азыр журналисттин суроолоруна жооп бере албай калсаңыз, кеч болсо да жооп бериңиз;

- Телефон чалууларыңызды журналга жазып коюңуз, бул сизге аны анализдөөгө өбөлгө түзөт.

Кат жазуу (же e-мейл каттары) да журналисттерге окуяны сунуштоонун бир жолу болуп эсептелет. Мындай сүйлөмдөр кыска жана темага ылайыктуу болуусу кажет. Сиздин милдетиңиз журналист жана редакторго бул тема алар үчүн эмне себептен кызыктуу болоорун түшүндүрүү.

Өзгөчө, же бир гана гезитте жарыялануучу маалымат

«Өзгөчө маалыматтар» термини бир гана ММКда басылып чыгарылган макалага колдонулат.

«Өзгөчө маалыматтар» термини бир гана ММКда басылып чыгарылган макалага колдонулат. Өзгөчө маалыматты, эгерде бул сизде гана бар жаңылык болсо, анда журналист, же ММК менен болгон мамилеңизди чыңдоо үчүн сунуштай аласыз. Журналистке телефон чалганыңызда өзгөчө маалыматты сунуштап жатканыңызды айтыңыз, бул анын сиздин билдирүүңүзгө болгон кызыгуусун күчөтөт. Эгерде журналист ушул маалыматты жазууга макул болсо, анда ал басып чыгарылмайынча башка журналисттерге бербешиниз керек.

Эгерде окуя маанилүү жаңылыкты камтыса, анда көптөгөн ММК ал тууралуу басып чыгарууну каалайт, мындай учурда сизге маалыматты өзгөчө билдирүү катары сунуштоонун кереги жок.

Эгерде окуя маанилүү жаңылыкты камтыса, анда көптөгөн ММК ал тууралуу басып чыгарууну каалайт, мындай учурда сизге маалыматты өзгөчө билдирүү катары сунуштоонун кереги жок. Журналист өзү сизге өзгөчө маалыматты алуу максатында кайрылган учурда, ал маалымат башка басма сөз каражаттарына да кызыктуу болушу мүмкүн деп ойлосоңуз, анда сунушуна макул болбой койсоңуз болот.

Келечектеги мүмкүнчүлүктөр үчүн журналисттер менен мамилени өнүктүрүү максатында атайын иш-чараларды уюштуруу зарыл, бул аркылуу журналисттерге иш-аракетиңиз тууралуу маалымат бере аласыз, ошондой эле, мындан кийин сиз менен байланышканда өздөрүн эркин сезишет.

Пресс-саякат

Кээде, бир нерсеге байкоо жүргүзүүнүн натыйжалуу ыкмасы аны өз көзүңүз менен көрүү мүмкүнчүлүгү болуп саналат.

Кээде бир нерсеге байкоо жүргүзүүнүн натыйжалуу ыкмасы аны өз көзүңүз менен көрүү мүмкүнчүлүгү болуп саналат. Журналисттерде көбүнчө укук коргоо темасындагы макалаларды жазганда, темага байланыштуу окуяларга барууга мүмкүнчүлүгү жок болот. Сиз демилгени колго алып, өзүңүз укук бузуу орун алган жерге журналисттерди алып барып, жабыр тарткандар менен жолуктура аласыз. Мындай саякатка мисал катары журналисттердин юридикалык жактарга баруусу; уюмуңуз та-

рабынан колдоо көрсөтүлгөн качкындардын жашаган жерлерине, өз укугун ийгиликтүү коргой алган бирикмелерге, же окуучуларды өз укуктары менен тааныштырган мектептерге барууну келтирүүгө болот.

Ошондой эле, бара турган жерлериңиздеги адамдарга бараарыңызды алдын-ала билдирип, аларды ММКна маек берүүгө макулдугун алышыңыз кажет. Эгерде сиз мектеп, түрмө, оорукана, же балдар үйү сыяктуу мамлекеттик мекемелерге бара турган болсоңуз, журналисттер менен бирге барууга тиешелүү баардык уруксаттардын алынганын тактап алыңыз.

Ийгиликтүү пресс-саякатты жасоо үчүн кеңештер:

- Журналисттерди бир нече апта мурда чакырыңыз, анткени, бул иш-чарага катышуу үчүн алар редактордун макулдугун алышы кажет, ал убакытты талап кылат;
- Транспорт уюштуруңуз (мисалы, кичи автобус).
- Мүмкүн болсо темага байланыштуу бир канча жерге журналисттерди алып барыңыз, бул алардын макалаларына ар тараптуулукту берет;
- Пресс-саякат учурунда карманууга тийиш болгон эрежелерди тактаңыз, ошолордун аткарылышын камсызданыз, мисалы, кээ бир жерлерде камерага тартууга тыюу салынган;
- Журналисттердин көңүлүн бура ала турган жерлерди тандаңыз. Иш бөлмөлөрүндө чектен ашык жолугушууларды жасоодон алыс болуңуз. Журналисттерге жашоодо болуп жаткан нерселерди көрүү жана адамдар менен сүйлөшүп, маалымат алуу мүмкүнчүлүгүн бериңиз.
- Пресс-саякат учурунда журналисттер жолуга турган адамдар менен алдын-ала жолугуңуз, же сүйлөшүңүз. Бул адамдар саякаттын максатын, саякат аркылуу бергиңиз келген негизги билдирүүлөрдү жана бул жерде өзүнүн ордун, журналисттердин бере турган суроолорун түшүнүшү абзел.
- Журналисттерге иш-чаранын программасын, жолуга турган адамдардын жана уюмдардын байланыш телефондорун жана өзүңүздүн уюмуңуз тууралуу маалыматты бериңиз;
- Программага бир жерге баруу жана кайтуу, кофе-брейк жана тамеки тартуу убактыларын жазуу кажет. Журналисттерди түшкү тамак жана суу менен камсыз кылыңыз.
- Тележурналисттерге аппаратура коюу үчүн көбүрөөк жай жана тартуу үчүн убакыт талап кылынаарын эске алыңыз;
- Фотоаппарат бар болсо иш-чараны тартып алганыңыз оң, анткени, басма сөз каражаттарынан келген журналисттер сүрөткө тарта албай калган болсо, аларды сүрөт менен камсыз кыла аласыз.

«Пресс-ланчтар»

Жөнөкөй адамдар сыяктуу эле журналисттердин да курсагы ачышы мүмкүн, иш-чара учурунда тамактанып туруу мүмкүнчүлүгү болсо абдан жакшы болмок.

Жолугушуунун бул форматын эл аралык эксперттердин презентациясын көрсөтүүдө, отчеттун чыккандыгын жана жаңы долбоордун ишке киргизилгендиги тууралуу билдирүүдө, же учурдагы окуянын бир канча эксперт тарабынан талкуулангандыгы тууралуу берүүдө колдоно аласыз.

Жөнөкөй адамдар сыяктуу эле журналисттердин да курсагы ачышы мүмкүн, иш-чара учурунда тамактанып туруу мүмкүнчүлүгү болсо, абдан жакшы болот. Бул сиз үчүн ашыкча чыгым болушу ыктымал, бирок эрте мененки тамак, пресс-ланч, же пресс-чай ичүү журналисттердин бир тема тууралуу брифинг жана талкуулоо уюштурушуна өбөлгө түзөт. Бул сыяктуу иш-чаралар маалымат жыйынына караганда журналисттер менен жакшыраак мамиле түзүүгө жана кеңири суроолорду талкуулоого мүмкүнчүлүк берет. Журналисттер өзгөчө иш-чараларга жана жөн гана маалымат алууга караганда талкууга катышканга жогору баа беришет.

Жолугушуунун бул форматын эл аралык эксперттердин презентациясын көрсөтүүдө, отчеттун чыккандыгын жана жаңы долбоордун ишке киргизилгендиги тууралуу билдирүүдө, же учурдагы окуянын бир канча эксперт тарабынан талкуулангандыгы тууралуу берүүдө колдоно аласыз. Маалымат жыйыны сыяктуу эле, катышуучуларга маалымат жана пресс-релиздерди таратып берүүнүз кажет.

Сиздин иш-чараңыздын ийгиликтүү болушуна көмөк көрсөтө турган сунуштар:

- Алдын ала журналисттерден иш-чаранын темасы кызыктуубу, ошону сурамжылаңыз; терс учурда алар келбей коюшу ыктымал.
- Иш-чараны журналисттерге ыңгайлуу учурга белгилеңиз.
- Топтогу журналисттердин саны онго жакын болушу керек.
- Журналисттерге иш-чара тууралуу эстетүү жана келүүгө кызыктыруу максатында бир күн мурда жана ошол күнү эрте менен телефон чалыңыз (кээ бир журналисттер акыркы мүнөттөрдө келбей калаарын айтышы мүмкүн, буга да даяр болуңуз).
- Сөз сүйлөй тургандарга сөз берүү жана журналисттердин суроосун кабыл алууга тажрыйбалуу модераторду белгилеңиз.

Журналисттер үчүн семинарлар

Эгер журналисттер сиздин маселениз тууралуу анча билишпейт деп ойлосоңуз, анда ошол маселе боюнча кеңири маалымат берген семинарларды өткөрсөңүз болот. Иш-чарага сүйлөшүүгө мүмкүн болгон өкмөттүк кызматкерлерди, же эксперттерди чакыруу менен семинарды журналисттер үчүн кызыктуу кылып өткөрүңүз. Каралуучу маселениз жөнүндө материал жана журналисттер өздөрүнүн макалаларын даярдоодо колдонуу-

чу шилтемелер жана маалымат булактары камтылган байланыш тизмесин даярдап коюңуз.

Иш-чараны кантип ММКна кызыктуу жана жеткиликтүү кылуу керек

Иш-чара уюштурууну пландап жатып, ал канчалык деңгээлде ММК үчүн маанилүү экендигин ойлонуңуз. Ошол күнү, же ошол аптада өтүп жаткан башка иш-чаралардан сиздин иш-чараңызды өзгөчөлөнтүү үчүн ага сиздин чыгармачыл мамилеңиз талап кылынат. Сиздин иш-чараңызга ырбий берүүлөрүн кошууга болобу? Иш-чарага бири-бири менен пикир алышуучу эксперттерден сырткары өзүңүздүн бенефициарларыңызды кошо аласызбы?

Сиздин иш-чараңызды акы төлөнүүчү ММК таратуу мүмкүнчүлүгүн да карасаңыз болот. Сиздин иш-чараңызды жарыялаган, же эфирден берген ММКна ошол ММКнын логотибин сиздин иш-чараңыздын басма материалдарына, же банерге жайгаштыруу менен аны жарнама кыла тургандыгыңызды билдириңиз.

Эгер сиз кайсы бир ММК менен өнөктөш болсоңуз, анда албетте, башка ММК бул окуяны чагылдырбашы мүмкүн. Бирок ММКнын сиздин иш-чараңызга катышуу артыкчылыгы бир аз кооптонууну жаратышы ыктымал.

Иш-чараны пландоодо көптөгөн түрдүү учурларды эске алуу зарыл, бирок өзгөчө маани берип, пландоо ийгиликтүү жыйынтыкты камсыздайт.

Төмөндө иш-чараны пландоонун текшерүү-баракчалары берилген, бирок ар бир иш-чаранын өзүнүн өзгөчөлүктөрү бар, ошондуктан, бул тизме ушуну менен бүтүп калбайт:

- Иш-чараңыздын максатын жана бергиңиз келген негизги маалыматты аныктаңыз.
- Иш-чараңыздын программасын иштеп чыгыңыз, ал бардык катышуучуларга маалым болушу кажет.
- Негизги маселелердин аткарылыш мөөнөтүн камтыган график түзүңүз.
- Иш-чараңыз өтө турган жерди тандап, аны ижарага алып коюңуз; катышуучуларды жайгаштыруу, сахна жана подиум, үн жабдыктар тууралуу маселелерди чечүү үчүн ал жерди алдын ала карап чыгыңыз.

Иш-чараны пландоодо көптөгөн түрдүү учурларды эске алуу зарыл, бирок өзгөчө маани берип пландоо ийгиликтүү жыйынтыкты камсыздайт.

- Катышуучулардын тизмесин түзүңүз жана аларга байланыштуу маалыматтарды да жазыңыз.
- Сөз сүйлөй тургандарды жана алардын сүйлөө кезегин тактаңыз.
- Иш-чаранын жүрүшүндө жардам бере турган кесиптештерди, же ыктыярчыларды белгилеңиз.
- Жогорку кызмат орундарын ээлеген адамдар жана чоң мансаптагы коноктор үчүн орун белгилеңиз.
- Эгерде иш-чараңыз сыртта өтө турганы белгиленген болсо, жамгыр жааган учурда аны кайсыл жерде өткөрүүгө ыңгайлуу экендигин тактап коюңуз.
- Сүрөткө жана тасмага тарта турган адамды аныктаңыз.
- Тамак жана кофе-чай менен камсыздаңыз.
- Катышуучуларды күн мурунтан чакырыңыз.
- Эгерде коомчулуктун да катышуусун кааласаңыз, иш-чараңыз тууралуу маалыматты гезиттерге, же электрондук ММКна жайгаштырыңыз.

Маалыматтык маселелер:

- ММКын маалымдандыра турган маалыматты жөнөтүңүз, ал журналисттердин каттоодон өтүүсү тууралуу билдирүүнү да камтыш керек.
- Иш-чара өтө турган күнү таратыла турган пресс-релизди да даярдап коюңуз.
- Басма сөз үчүн билдирүүнү даярдаңыз, ал төмөнкү маалыматтарды камтыш керек: иш-чараңыз жана сиздин уюмуңуз тууралуу жана көтөрүлгөн маселе жөнүндө маалыматты, сөз сүйлөй тургандардын өмүр баянын, сөздөрүн жана пресс-релизди.
- Бөлмөдө ММКнын өкүлдөрү үчүн орун белгилеңиз, ал жер сүрөткө жана тасмага тартууга, ошондой эле, басма сөз жана радио кызматкерлеринин иш-чаралары тууралуу жазууга ыңгайлуу болушу керек.
- Иш-чараңызды сүрөткө жана тасмага тартууда көрк бере турган ачык түстөгү уюмуңуз тууралуу логотип жана девиз жазылган баннерлер менен кооздосоңуз болот.
- Иш-чараңызда журналисттерге суроо берүү жана жооп алуу мүмкүнчүлүгүн берген бөлүк болобу, ошону ойлонуңуз; эгер болсо, анда модераторду тандаңыз жана канча убакыт бөлүнөөрүн аныктаңыз.
- Журналисттерге маалымат таратуу үчүн бир жерди, же столду белгилеңиз.

Иш-чара бүткөн соң:

- Уюмуңуздун веб-сайтына иш-чаранын сүрөтү жана ал тууралуу маалыматты жайгаштырыңыз.
- Дагы бир жолу ММКна чалып, кошумча маалымат керекпи, ошону сураңыз.

Редакторго кат жана ой-пикир макалалар

Редакторго кат - газетада сиздин уюмуңуздун бир маселе тууралуу көз карашына каршы маанидеги макала чыккан кезде ага жооп катары жазылат. Кат жазаар алдында ММКна чалып, редакторго жазылган каттарды кабыл алып жана басып чыгарарын сурап, тактап алыңыз. Эгерде редакция ушундай каттарды басып чыгарса, анда тексттин көлөмү канча болушу жана кимге жөнөтүлүш керектигин тактаңыз.

Катыңыздын биринчи абзацында жооп берип жаткан макаланы жана анын авторунун атын, ошондой эле, өзүңүздүн карманган көз карашыңызды жазыңыз. Катыңыздын кыска жана нуска, темага байланыштуу болушу кажет экенин унутпаңыз. Журналистти жана гезитти тилдебей, адистик тондо жазыш абзел. Катты өзүңүздүн уюмуңуздун, белгиси бар кагазга чыгарыңыз жана атыңызды, кызмат ордуңузду жазып коюңуз.

Өз оюңузду газета аркылуу билдирүүнүн дагы бир жолу көз карашыңызды камтыган макала берүү болуп эсептелет. Гезиттин редакциясы менен байланышып макаланын көлөмү тууралуу жана кимге жөнөтүлүшү керек экенин билиңиз. Тема гезиттин аудиториясы үчүн актуалдуубу жана окурмандардын көңүлүн бура алабы, мисалы, макала учурда болгон окуяга, же бул гезитте басып чыгарылган темага байланыштуу болушу мүмкүн.

Алгач билдиргиңиз келген маалыматты тактап алып, андан кийин аны бир-эки сүйлөм менен бериңиз. Макаланын башында карманган пикирлериңиз жөнүндө айтып, кийинки абзацтарда далилдөөчү фактыларды келтириңиз. Уюмуңузду жана анын иш-аракеттерин түшүндүрүп жазыңыз. Макаланын акырында атыңызды жана кызмат ордуңузду жазып, уюмуңуздун белгиси бар баракка басып чыгарыңыз. Макалаңызды уюмуңуз тууралуу маалыматты камтыган кошумча кат менен чогуу жөнөтүңүз. Макала жөнөтүлгөн соң бир канча күндөн кийин редакцияга чалып, кат алындыбы жана макала басып чыгарылабы, ошону билиңиз.

Алгач билдиргиңиз келген маалыматты тактап алып, андан кийин аны бир эки сүйлөм менен бериңиз

ММК үчүн отчетторду чыгаруу боюнча сунуштар

Журналисттерге азырынча басып чыгарууга уруксат эмес болгон отчеттун көчүрмөсүн расмий түрдө белгиленген күндөн бир апта мурда жөнөтүңүз. Бул маалымат менен таанышып чыгуу мүмкүнчүлүгүн берет. Ошондой эле отчет терминдердин түшүндүрмөсүн камтыйбы, аны тактаңыз, эгерде керек болсо, сөздүк да кошуп коюңуз.

Отчетто негизги пункттарын белгилеген кыска резюме болушу кажет.

Эгерде отчетто сунуштар берилген болсо, аны табуу жеңил болуусу үчүн отчеттун башына жайгаштыруу зарыл. Отчетторду чыгаруу тууралуу пресс-релиз негизги жыйынтыктарды жана сунуштарды камтыш керек.

Веб-сайтыңыз аркылуу ММКын камтуу

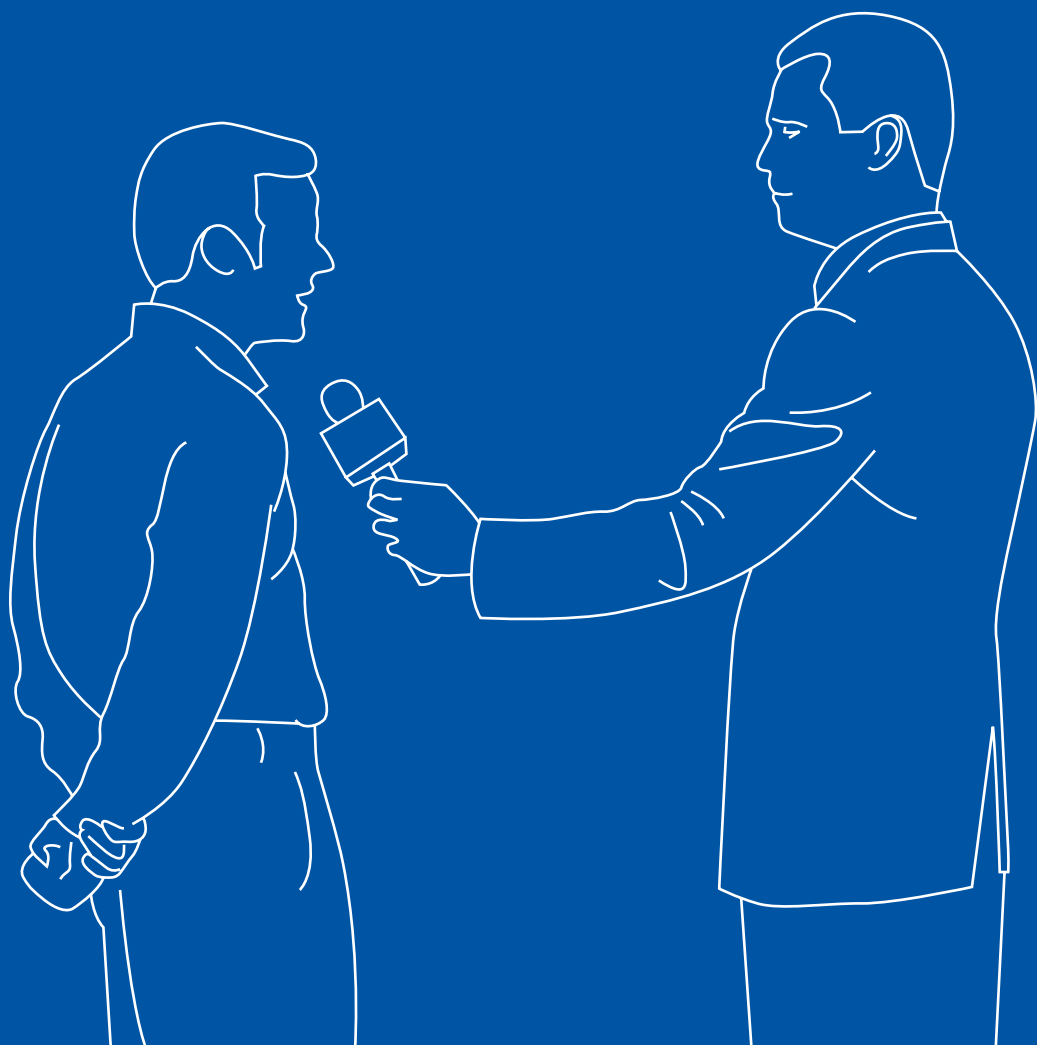
Эгерде сиздин уюмуңуздун веб-сайты бар болсо, анда муну ММКын камтуунун дагы бир каражаты катары карасаңыз болот. Көптөгөн веб-сайттарда ММК үчүн атайын бөлүмдөр бар. Алар үчүн бөлүм төмөнкү маалыматтарды камтышы мүмкүн:

- ММК менен иштеше турган адамдын байланышуу маалыматын;
- Пресс-релиздерди;
- Иш-чаранын убагын;
- Маск бере ала турган эксперттер тууралуу кыскача маалыматты;
- Жакында тартылган тасманы;
- Бар болгон отчеттордун тизмесин;
- Көп берилген суроолордун тизмесин.

Веб-сайттардын негизги куралы – анын жөнөкөйлүгү. Колдонуучулар керектүү маалыматты оңой-олтоң табуу мүмкүнчүлүгүнө ээ болушу керек.

Бейөкмөт уюмдар медиаконтенттин түзүүчүсү катары

Кээ бир учурларда бейөкмөттүк уюмдар медиаконтентти өздөрү түзүшү мүмкүн. Ага мисал катары айрым учурларда кайсы бир бейөкмөттүк уюмдун лидеринин кандайдыр бир теле, же радиоберүүнү өзү алып барган учурду айтууга болот. Анда учурдагы маанилүү тема талкууга алынат. Кээ бир мамлекеттерде бейөкмөттүк уюмдар укук коргоо жана социалдык тематикадагы көңүл ачуучу программаларды иштеп чыгуу үчүн ММК менен кызматташышат. Мисалы, Никарагуадагы [Puntos de Encuentro](#) деп аталган бейөкмөттүк уюм жума сайын жарым сааттан берилүүчү «[Алтынчы сезим](#)» деген аталыштагы самындуу операны тартат. Анда расизм, үй-бүлөдөгү кордук жана башка көйгөйлөр чагылдырылат. Бул түрмөктүү берүү өтө белгилүү жана Борбордук Американын бир канча мамлекеттеринде көрсөтүлөт.



Маектешүү – ММКна сиздин билдирүүнүздү коомчулукка жеткирүүнүн эң сонун мүмкүнчүлүгү. Сизден дал ошол журналист мурда интервью алган болсо да, же аңгемелешүүнүн темасы сизге абдан тааныш болуп жана ал жөнүндө маектешип жатканда сиз өзүңүздү ишенимдүү сезээринизге ынанып турсаныз да, маекке алдын-ала даярдык көрүү өтө маанилүү. Эгерде, сиз бир мекеменин коомчулук менен иштешүү адиси болсоңуз жана сиздин башчыңыз маек бере турган болсо, сиз ар бир суроону аны менен бирге талдап жана анын жоопторуна сын берүү менен маектешүүгө мыкты даяр болууга жардам бере аласыз. Мындай даярдык, жада калса, тажрыйбалуу адистерге да керек.

ММК үчүн маек берүү сиздин маалыматыңызды коомго жеткирүүнүн эң ыңгайлуу мүмкүнчүлүгү.

Маектешүүнүн түрлөрү

- Алдын-ала даярдалбаган маек: журналист күтүүсүздөн сизге телефон чалды жана анын суроолоруна сиз тезинен жооп беришиңиз керек. Журналист даяр материалды атайын бир мөөнөттөрдө тапшырууга милдеттүү экенин эске алып, суроолорго дароо жооп берүү оң. Эгерде, сиз керектүү бардык маалыматтарга ээ болбосоңуз, журналисттин материалды тапшырууга канча убактысы бар экенин сурап, жоопсуз калган суроолорго кийин кайра кайрылууну өтүнүңүз.
- Сиздин демилгеңиз менен түзүлгөн маек: сиз журналистке өзүңүз байланышып, маек алууну өтүнөсүз. Мындай учурда, журналистке сиз сунуштап жаткан маектин темасын тактап, туура жана так түшүндүрүңүз. Суроолор бардык учурда эле сиз каалаган темага гана байланыштуу боло бербейт. Сиз журналистке негизги темаңызга тиешелүү болгон суроолордун тизмесин алдын-ала жиберип койсоңуз да болот.
- Журналисттин демилгеси менен уюштурулган маек: журналист сизге маек алуу максатында өзү кайрылат. Албетте, мындай убакта боло турган маекке даярданууга сиздин убактыңыз болот. Журналисттен аңгемелешүү кайсы темада болоорун жана мүмкүн болсо, болжолдуу суроолорду билип алыңыз.



Маекке чейин

Аталган ММК жана журналист жөнүндө кабар алыңыз. Журналист канчалык денгээлде сиздин уюм жана талкуулануучу суроо жөнүндө кабардар? Журналисттин ыңгайсыз, же темага тиешелүү эмес суроолорду күтүүсүздөн бере турган адаттары белгилүүбү? Аталган ММКнын кандайдыр бир туруктуу саясий багыты барбы? ММКнын аудиториясы кандай?

Сиздин айта турган негизги оюңуз аудиторияга жеткиликтүү болобу, же аны келечекте өзгөртүү керектигин, же керек эместигин талдап көрүңүз.

Журналист сизден интервью алууну кааласа, маекке даярдануу үчүн төмөнкү суроолорго жооп табыңыз:

- Маектин темасы кандай?
- Бул макала үчүн дагы ким интервью берет?
- Теле, же радиоберүү болсо, анын форматы кандай?
- Сиз угуучулардын, же көрөмандардын суроолоруна жооп беришиңиз керек болобу?
- Макала басма сөз бетинде жарык көрө турган болсо, сиздин сүрөтүңүз керек болобу?

Маектин башкы темасын талкуулоого өзүңүздү ылайыктуу талапкер деп эсептебесеңиз, сиз өзүңүздүн ордуңузга башка бирөөңү сунуштай аласыз. Ал эми, сиздин негизги оюңузду коомчулукка жеткирбей турган, журналисттин жеке өздүк мотивдери бар деп ойлосоңуз, маектен баш тартууга укугуңуз бар.

Маектешүүгө даярданып жатканда коомчулукка жеткире турган негизги үч ойду тактап алыңыз. Иштеген уюмуңуз жана сиз талкууга ала турган тема боюнча маалыматтарды карап чыгыңыз. Айта турган кабарыңызды ар башка ыкма менен берүүгө аракеттениңиз. Оюңузду жеткиликтүү берүү үчүн ар кандай үлгүлөрдү жана чыныгы болгон окуяларды мисал кылыңыз.

Сиздин мекемеңиз жана аталган маселе тууралуу бардык маалыматтарды чогултуп, андан кийин кесиптешиңиз менен бирге карап чыгыңыз. Сизге кандай суроолор жагымсыз болоорун сурап, так ошолорго жооп берүүгө даяр болуңуз. Суроолорго темадан алыстап кетпей, туура жана так жооп берүүгө аракеттениңиз. Эгерде, жоопторуңуз созулуп кете турган болсо, журналист сиздин оюңуздун маңызын жоготуп жиберши, же анын чыдамы кетип, маектин кызыгы таркап кетиши мүмкүн.

Аңгемелешүү сиздин мекемеде өтүп жатса, кабылдамаңыз жагымдуу таасир калтырып жатканына ынаныңыз. Мүмкүнчүлүк болсо, уюмуңуздун логотибин да көрсөтүүгө аракет кылыңыз.

Маектешүү мезгилинде

- Төмөндө маектешүү учурунда эске алуучу бир нече сунуштар келтирилген.

Маекке даярдануу учурунда маектешүү мезгилинде бергиңиз келген эки, үч негизги идеяны тандап алыңыз.

- Маекке чейин бир нече күн бою күндөлүк жаңылыктарды кунт коюп угуп, окуп чыгыңыз. Журналист учурда болуп жаткан көйгөйлөр боюнча суроо узатса, алар жөнүндө сиз кабардар болушунуз абзел.
- Сиз көпчүлүккө жеткирүүнү каалаган негизги үч оюңузду алдын-ала тактап, аларга байланыштуу статистикалык фактыларды, же мисалдарды келтириңиз.
- Маекке кечикпеңиз. Теле, же радио берүүгө эрте келсеңиз да болот.
- Өздүк архивиңиз үчүн маектешүүнү тасмага тартып алыңыз (бирок бул жөнүндө журналистке маалымдап коюушунуз зарыл).
- Журналист атайын сиздин ачууңузду келтирип, жаңылыштырса да, өзүңүздү токтоо кармай билиңиз. Акыркы сөз журналист тарабынан айтылаарын унутпаңыз.
- Сиз журналистке эмес, сизди угуп, же көрүп жаткан аудитория үчүн сүйлөп жатканыңызды эстен чыгарбаңыз.
- Өзүңүздү сылык жана кичи пейил алып жүрүңүз.
- Ар бир суроону кунт коюп угуп, жооп берүүнүн алдында кичине тыным алыңыз, эч шашылбаңыз.
- Маекти бир нукка салып туруңуз. Суроолор темадан алыстап бара жатса, «бул жакшы суроо, бирок биз унутпашыбыз керек...», «мен дагы бир жолу белгилеп кетким келет...» деген сыяктуу фразаларды колдонуп, негизги оюңуздан четтебеңиз.
- Журналисттин жана аудиториянын көңүлүн өзүңүзгө буруу үчүн «бул жерде үч маанилүү учурлар бар...» деген формулировкада өзүңүздүн жообонузду бериңиз.
- Оппоненттериңиздин көз караштарын иликтеп, аларды кандайча колдонууга болоорун ойлоңуз.
- Маектешиңиздин сизди түшүнбөй жатканын, же тема ага кызыксыз болуп жатканын көрсөтүүчү тышкы белгилерге (көз караш, жүздөгү ымдоолор) көңүл буруңуз.
- Журналист фактыларды туура эмес берип жатса, оңдоп коюудан качпаңыз.

Маектешүү мезгилинде эмне кылбоо керек.

- Журналист сиз күтпөгөн суроо узатса, ашыкча тынчсызданбаңыз. Колуңуздан келишинче жооп берүүгө аракет кылыңыз.
- Түшүнүксүз болгон суроону түшүндүрүп берүүнү өтүнүңүз.
- Адистик терминдерди колдонуңуз.
- Сиз так билбеген фактыларды, же сандык көрсөткүчтөрдү айтпаңыз.
- «Ооба», же «жок» деген жооптор менен чектелбестен, толук жооп бериңиз.

Басылмалар, теле жана радио берүүлөр үчүн маектердин өзгөчөлүктөрү

Басма ММК үчүн маек

Газета жана журналда иштеген журналист сизден маек алып жатканда теле-, же радио берүүдөгү маекке караганда убакыттын кененирээк экенин жана теманын майда-баратына чейин токтолууга туура келээрин эсиңизден чыгарбаңыз. Журналист сизден кошумча башка материалдарды алууга да кызыкдар болушу мүмкүн. Маегиңизди толуктоочу сүрөттөр, диаграмма, же карталар жана башка материалдарды сунуштасаңыз болот. Сиз өз убагында жооп бере албай калган суроолор боюнча журналист кайрадан байланышка чыгышы мүмкүн. Кээде макала басылып чыгаар алдында, журналист сизге материалдын алгачкы үлгүсүн бир сыйра карап, оңдоп чыгууга да бере алат.

Радио маек

Программанын форматына жараша радио маек ар кандай формада болот. Маек жаңылыктардын түрмөгүндө болсо, сиз бир, эки жарыя айтууга гана үлгүрөсүз. Бул учурда өз билдирүүнүздү кыска жана нуска берүү өтө маанилүү.

Программа оюн-зоок сыяктуу көбүрөөк убакытка созулса, маанилүү кабарыңызды дароо жарыялоого шашылбаңыз. Эч качан маекти маанилүү жаңылыктан баштабаңыз.

Радиодо жөнөкөй пикир алышуу сыяктуу маек курууга туура келет. Жеке оюнузду түшүндүрүү үчүн өзүңүздүн окуяларыңызды мисал катары айтып берүү маанилүү.

Радио маекте аудитория сизди көрбөгөндүктөн, «окуянын көрүнүшүн сөз менен сүрөттөп берүүгө» туура келет.

Алып баруучу Мекемеңиздин аталышын жана байланыш телефондорун, веб-сайттын даректерин маектин башында жана аягында айтпаса, өзүңүз белгилеп өтүңүз. Маектин башталышында да, соңунда да алып баруучуга ыраазычылык билдиргениңиз оң.

Радио маекте аудитория сизди көрбөгөндүктөн, «окуянын көрүнүшүн сөз менен сүрөттөп берүүгө» туура келет.

Телеберүүдөгү маек

Телеберүүдө сиздин сырткы көрүнүшүңүз өтө маанилүү ролду ойнойт. Камеранын алдында кескин кыймылдарды жасабаңыз, колунузду ашыкча жаңсоодон жана ымдоолорду жасоодон алыс болуңуз. Камера жөнүндө унутуп, өзүңүздү эркин алып, түз отуруңуз.

Ачык түстүү сүрөттөрү, сызыктары бар кийимдерди кийүүдөн жана жалтырак буюмдарды тагынуудан алыс болуңуз. Ак түстөгү кийимдер абдан ачык көрүнөт. Андыктан, ак кийинүү сунушталбайт. Аялдар үчүн ачык бир түстөгү кийимдерди сунушташат. Эркектер үчүн боз, же кара көк костюм шым, ачык түстүү көйнөк жана бир өңчөй галстук кийүү сунушталат. Эгер, сизди түз эфирге чыгуучу программага маек берүүгө чакырышса, анын форматын изилдеп чыгыңыз. Программа учурунда сиз креслодо отурасызбы, же столдобу? Сиз туруп турасызбы? Сиз журналист менен гана түз эфирге чыгасызбы, же дагы башка катышуучулар болобу?

Канчалык көп даярдансаңыз, түз эфирде өзүңүздү ошончолук ишенимдүү алып жүрөсүз.

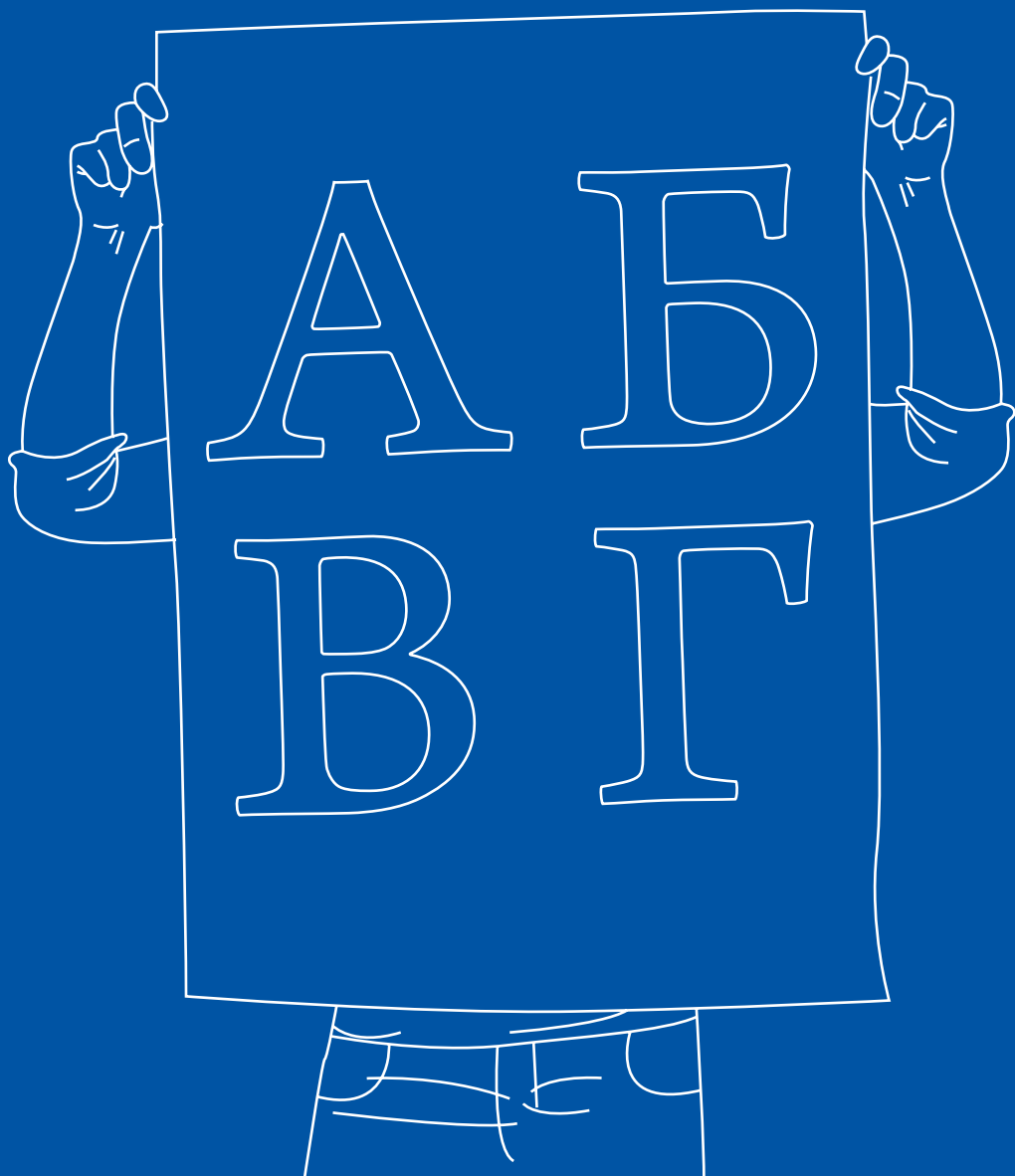
Маектен кийин

Журналистке бирге иштешкениңиз үчүн ыраазычылык айтып, кийин да байланышууга, керек болгон суроолорго жооп берүүгө жана кызматташууга даяр экениңизди билдириңиз.

Маектен кийин анын жазганын карап чыгып, оюңузду канчалык деңгээлде аудиторияга жеткиргениңизди талдаңыз. Сиздин негизги оюңуз баардыгына жеткиликтүүбү? Ал так жана туура түшүндүрүлгөнбү? Журналист сиздин оюңузду башка нукка буруп жиберген жокпу? Анын ыңгайсыз суроолору сизди жагымсыз абалга калтырган жокпу?

Маек түз эфирде жүргөн болсо, телеберүүдө иштегендерден программанын көчүрмөсүн сурасаңыз болот.

Сиздин маегиңиз жарыкка, же түз эфирге чыккан соң, комментарийлериңиздин так туура жана керектүү өңүттө берилгенине көз салыңыз. Сөздөрүңүз туура эмес колдонулса, журналист менен байланышып, өз оюңузду билдирүүдөн качпаңыз. Эгерде, кабарчы сиздин оюңуздан туура эмес жыйынтык чыгарса, аны күнөөлөөдөн мурда, биринчи учурда өзүңүздүн билдирүүңүздүн түшүнүктүү жана жеткиликтүү болгонуна ынаныңыз.



ММК менен иштешүү коомчулук менен байланышуунун маанилүү аспекти-леринин бири. Бирок, бул сиздин билдирүүнүздү коомчулукка жеткирүүчү жалгыз ыкма эмес. Максаттуу аудиторияны камтуу үчүн башка ыкмалар да бар. ММК кандайдыр бир себептерден сиздин ишмердүүлүгүңүздү чагылдыруудан баш тартып, сиз маалымат таркатуу жагынан обочолонуп, байланыштарыңыз үзүлгөн шарттарда ал ыкмалар өзгөчө мааниге ээ болушат.

Айрым укук коргоочу уюмдар дүйнө жүзү боюнча адамдардын мамилелерине жана жүрүм-турумдарындагы өзгөрүүлөргө кол-кабыш кылуу максатында тармактык маркетингдин жолдорун колдонушат. Тармактык маркетинг коммерциялык маркетингдин ыкмаларын социалдык өзгөртүүлөрдү жасоо үчүн колдонууну түшүндүрөт. Тармактык маркетингдин чегинде жүргүзүлгөн иш-чаралар постер, жарнамалык такта, телеберүүдөгү жарнама жана башка бейсболка, футболка сыяктуу маалымат таркатуучу материалдарды колдонушат.

Жаңы технологиялар укук коргоочу уюмдарга ортомчусуз чоң аудиторияны кучагына алуу үчүн мүмкүнчүлүктөрдү ачат. Мындай мүмкүнчүлүктөр тууралуу төмөнкү бөлүмдө кененирээк каралат.

Айрым укук коргоочу уюмдар дүйнө жүзү боюнча адамдардын мамилелерине жана жүрүм-турумдарындагы өзгөрүүлөргө кол кабыш кылуу максатында социалдык маркетингдин жолдорун колдонушат

КООМЧУЛУККА МААЛЫМАТ ЖЕТКИРҮҮЧҮ МАТЕРИАЛДАР

Мыкты адистер тарабынан даярдалган маалымат таркатуучу материалдар коомчулук менен байланышуунун негизин түзөт. Алар басма сөз үчүн маалыматтар түрмөгүн даярдап жатканда сөзсүз түрдө колдонулушу керек. Аны менен бирге, тышкы аудитория менен маалыматташып жатканыңызда кол алдыңызда болуп, бардык учурда кереги тиет.

Жарыкка чыгуучу бардык материалдарда сиздин уюмуңуздун логотиби жана девизи бар экенин текшериниз. Сиздин уюмуңуздун кадыр-баркын бекемдөө үчүн ал материалдар толугу менен бир үлгүдө даярдалышы зарыл. Ар бир маалымат материалы басылып чыгаар алдында, негизги аудиторияңызды талдап чыгып, сиздин материалдар алардын керектөөсүнө жана каалоолоруна төп келээрин текшерип чыгыңыз. Аудиторияңызды толугу менен камтууда максатыңызга жеткениңизди билүү үчүн аудиторияңыз менен байланышып, алардын оюн билиңиз.

Сиздин материал бул маселе боюнча эксперт тарабынан эмес, көпчүлүккө түшүнүктүү жөнөкөй тил менен жазылгандыгына көз салыңыз. Материалдын коомчулукка жеткиликтүү болоорун аныктоо үчүн «жөнөкөй» адамдарга окуп чыгууга бериңиз.

Мыкты адистер тарабынан даярдалган маалымат таркатуучу материалдар коомчулук менен байланышуунун негизин түзөт.

Маалымат бюллетени

Электрондук жана басма түрүндө таркатылуучу маалымат бюллетени сиздин ишмердүүлүгүңүздөгү соңку жаңылыктар жана сиз иштеп жаткан маселелердин үстүндөгү өзгөрүүлөр жөнүндө коомчулукту кабардар кылуучу натыйжалуу ыкма. Маалымат бюллетенин жарыкка чыгуу мөөнөтү сиздин акча каражаттарыңыздын көлөмүнө жана уюмуңузда жаңылыктардын жаңыланып турушуна байланыштуу. Сиз маалымат бюллетениңиздин потенциалдуу окурмандарынын арасында изилдөө жүргүзүп, алар кайсы мөөнөттөрдө жана кандай түрдө (электрондук же басма) маалымат алууну каалашарын аныктап алсаңыз болот. Электрондук маалымат бюллетени убакытты жана таркатуу каражаттарын үнөмдөөгө шарт түзөт, бирок аны даярдоого көп аракеттер жумшалат.

Адистик деңгээлдеги маалымат бюллетенин даярдап чыгаруу өтө оор тапшырма. Андыктан, аны туруктуу түрдө басып чыгарууга уюмуңуздун мүмкүнчүлүктөрүн реалдуу баалаңыз.

Китепче (брошюра)

Китепче кооз көрүнүшү, алымдуу жана мыкты жазылган мазмуну менен өзгөчөлөнүп турушу керек. Китепчеге мүмкүн болгон көлөмдө маалыматты киргизүүнү каалоо менен чоң жаңылыштык кетирүү коркунучу бар. Бардык учурларда маалыматтарды кылдаттык менен талдап, негизги идеяны жана фактыларды гана камтыган маалыматтарды жайгаштырууга аракет кылыңыз. Китепченин негизги максаты – болушунча көп суроого жооп берүү эмес, негизги жалпы маалыматты камтуу. Дагы бир башкы элемент катары сүрөттөр колдонулат. Негизги жаңылыктарды чагылдырган гана сүрөттөрдү тандаңыз.

Маалымат баракчасы

Сиздин уюмуңуз жөнүндөгү, же кандайдыр бир маселеге арналган маалымат баракчасы – коомчулук менен байланышууда пайдалуу курал боло алат.

Маалымат баракчасынын кыска болушуна (1, 2 барак) жана сиз колдонгон статистикалык маалыматтардын акыркы жолу жаңыланган датасын так көрсөтүүгө көңүл буруңуз.

Ийгиликтердин тарыхы

Ишмердүүлүгүңүздөгү айрым жетишкендиктерди чагылдырган ийгиликтер тарыхый сүйлөгөн сөздө, китепчеде, веб-сайтта, жылдык отчеттордо, же дагы башка жерлерде колдонулушу мүмкүн. Жетишкендиктер тууралуу сөз болгондо башкы каарман жана анын жашоосундагы орчундуу окуялар тууралуу айтылса, өзгөчө кызыктуу болот. Ар дайым окуянын каарманынын сүрөтүн кошо жарыя кылыңыз. Ийгилик тарыхтарын китепчеде, же көпчүлүк элдин алдында сүйлөп жатканыңызда колдонсоңуз болот.

Постерлер

Постерлер биринчи учурда визуалдык байланышуунун куралы. Анда өзгөчө басым сүрөттөргө жана графикага жасалып, кара сөз жокко эсе болушу зарыл. Кара сөздөр кичинекей шрифтер менен жазылбашы керек, ал эми постердин көрүнүшүндө ашыкча бөлүктөрдүн жок болгону туура. Постерге сөзсүз түрдө уюмунуздун байланыш маалыматтарын жана веб-сайттын даректерин жазууну унутпаңыз.

Постерлер 2004-2005-жылдарда Чечниядагы жаңжалда каза тапкандардын санын коомчулукка кабардар кылуу максатында жүргүзүлгөн Орусиялык укук коргоочу «Мемориал» тобунун «Канча» кампаниясында чечүүчү роль ойношкон.

Колуңузда мыкты деңгээлде даярдалган материалдар турганда, кийинки кадам аларды көздөгөн аудиторияңыздын арасында жайылтуу. Көздөгөн аудиторияны толугу менен камтууга ылайыктуу иш-чараларды жана жерлерди туура тандаңыз. Ал үчүн баардык каалоочулар көпчүлүк менен жолугуп, маалымат алмаша турган тегерек столду өткөрсөңүз, же көздөгөн аудиторияңыз бара турган концерт жана фестивалдарга барсаңыз болот.

Сүрөттөр жана видеоматериалдар

Заманбап технологиялардын жетишкендиктеринин аркасында сиздин мекеменин ишмердүүлүгүн сүрөткө, же видео-го тарттыруу үчүн ММКна көз каранды болбостон, аны өз алдынча көпчүлүккө тарката да аласыз. Кийинки бөлүмдө сүрөттөрдү жана видеоматериалдарды он-лайнга жайгаштыруунун бир нече ыкмалары айтылган.



Сүрөттөр бардык басма материалдар үчүн жана өзүңүздүн мекемеңиздин веб-сайтына жайгаштыруу үчүн керек болушу мүмкүн. Төмөндө сүрөткө жакшы тартып алуунун бир нече жолдору берилген:

- Фотоаппаратты так багыттаңыз.
- Мыкты чагылдыруунун опциясын тандаңыз (300 DPI дан кем эмес).
- Сүрөткө тартып жаткан адамдын, же буюмдун бир капталынан түшкөн кадимки табигый жарык эң ыңгайлуу.
- Ар кайсы өңүттөрдөн тартууга аракет кылыңыз. Адамдын, же буюмдун бети сөзсүз түрдө борбордо гана боло бербеши керек.
- Сүрөттө ашыкча элементтерден алыс болуңуз.
- Сүрөткө кайталап тартуудан тартынбаңыз. Көп сүрөттүн ичинен эң жакшы бирөөсүн тандап алуу оңой болот.
- Сезимге алдырган учурларын же кыймылдарды кармап калууга аракет кылыңыз (бул үчүн убакыт жана чыдамкайлык керек!).
- Өзүңүздүн сурооңузду адамдык жүзүн көрсөтүңүз. Адамдык кадыр-баркты жана жеке жашоону сыйлаңыз. Сүрөткө тартып алуу алдында уруксат алыңыз.
- Конференцияда, же тегерек столдо отурган адамдардын тобун тартып алуу туура эмес. Мындай сүрөт керек болсо, анда катышуучулар сүйлөп жатканда, же талкуу кызыган учурда сүрөткө тартып алса болот.
- Коомдук иш-чара маалында тартылган сүрөттү жарнама ниетинде колдонуунун алдында, андагы адамдардын уруксатын алыңыз.
- Ыңгайсыз абалга туш келип калган адамдарды сүрөткө тартаардан мурда алардын жеке жашоосун сыйлаңыз. Кичинекей балдардын сүрөтүн бир нерсе үчүн колдонуунун алдында алардын ата-энесинен уруксат алууну унутпаңыз.

Коомчулукту тартуу максатында уюштурулуучу иш-чаралар

Маалымат берүү максатында уюштурууну каалаган иш-чараны өткөрүүнү, таркатууну көздөгөн маалыматтын түрүнөн, анын көздөгөн аудиториясынан, учурдагы акча каражаттарынан жана сиздин ой-кыялыңыздан көз каранды.

Эгер, иш-чара чыгармачылык жана уюштуруучулук менен кызыктуу өткөрүлсө, сиз ММКнын да көңүлүн бура аласыз. Мындай иш-чара жана кечелерди өткөрүү боюнча төмөндө бир катар сунуштар берилген:

- «Көчө театрын» көрсөтүү (аудитория карап отуруп кандайдыр бир тема, баланын укуктары, же үй-бүлөлүк зордук-зомбулук сыяктуу көйгөйлөр, чыныгы турмуш жөнүндө түшүнүк ала алат).
- Сүрөттөрдүн көргөзмөсү, көркөм көргөзмө же адам укуктары жөнүндө тасмалардын фестивалы.
- Концерт (мисалы, 2005-жылы «Жаштар Европадагы зордук-зомбулукка каршы» бейөкмөттүк уюму жаштардын фашисттик уюмунун концертинин уюштурулушуна жана жаштар лагерине карата каршы турушкан).
- Студенттер арасында сочинениелердин, сүрөттөрдүн, укук коргоо тематикасындагы сүрөттөрдүн сынагы (мисалы, «Эркиндиктин үнү» бейөкмөт уюму Кыргызстанда кыйноолорго каршы студенттер арасында сочинениелердин жарышын өткөргөн).
- Балдардын эл аралык күнү, майып адамдардын эл аралык күнү сыяктуу дүйнөлүк деңгээлдеги окуяларды майрамдоо. Мисалы, 20-июнь – Качкындардын дүйнөлүк күнүндө Европалык бейөкмөттүк уюм «UNITED for Intercultural Action» («Маданияттар аралык кызматташуу үчүн») Европанын чек арасына өтүп кетүүгө аракет кылууда, же иммигранттык саясаттын негизинде каза тапкан адамдардын тизмесин таркатат.
- Өз ниеттери менен бириккен каалоочулар тарабынан коомдук бакчаны жана башка жайларды тазалоо сыяктуу уюштурулган иш-чаралар.
- Кан тапшыруу акциялары, же муктаж болгондорго тамак-аш, кийим-кече чогултуу сыяктуу гуманитардык ишмердүүлүктөр.
- 5 чакырымга чуркоо марафону же футбол ойноо сыяктуу спорттук иш-чаралар.
- Сыйлыктарды уюштуруу жана аларды тапшыруу, мисалы, Орусиялык бейөкмөттүк уюм «Мемориал» өзүнүн укуктарын сактай алган жарандарга «Алтын тикен» сыйлыгын арнашкан.
- Мектеп, университет, клуб жана башка коомдук мекемелерде адам укуктарын коргоо тематикасында лекцияларды өткөрүү.
- Кандайдыр бир теманын чегинде коомдук дебаттарды жүргүзүү. Мисалы, Сербиядагы «Citizens' Pact for South East Europe» («Түштүк-батыш Европадагы жарандык пакт») бейөкмөттүк уюм жыл сайын музыкалдык фестивал өткөрүп, жергиликтүү бейөкмөт уюмдардын, андан кийин дискриминация жана жаштар дуушар болгон башка маселелерди талкуулоого чакырат.

Элчилердин ордундагы атактуулар

Мекемеңиздин ишмердүүлүгүнө ырчылар же атлеттер сыяктуу атактууларды чакыруу көпчүлүктүн көңүлүн тартат. Сиздин максаттуу аудиторияңыздын арасындагы белгилүү болгон атактуу уюмдарга кайрылыңыз. Мисалы, Британияда «Football Against Racism» («Футбол расизмге каршы») уюму «Show Racism the Red Card» («Расизмге кызыл карточка көрсөт») кампаниясын жүргүзөт. Анда жүздөгөн кесипкөй футболчулар менеджерлери менен бирдикте расизмге каршы жарыялары менен чыгышат.

Алар өзүдөрүнүн кабарларын жайылтуу үчүн көркөм тасмаларды, постерлерди, журналдарды жана башка материалдарды колдонушат.

Сиздин маалыматыңыздагы атактуу инсан, белгилүү сөзмөр (оратор) болушу мүмкүн. Мисалы, үй-бүлөлүк зордук-зомбулуктун курманы болгон орус ырчысы Валерия зордук-зомбулукка каршы иш-чараларга катышып, өзүнүн окуясын жаздырууга да макул болгон. Анын мисалы 2005-жылы Amnesty Internationalдын маалымат жыйынында да талкууга алынган.

Атактуулар менен кызматташуунун өз оорчулуктары бар экенин жана алар сиздин мекемеңизге бөлө алган убакыты жана көңүлү да абдан чектелүү экендигин эч унутпаңыз.

ММКна төлөнгөн иш-чаралар

Айрым уюмдар басма сөздүн, радионун, же телеберүүнүн акча төлөнүүчү жарыяларына кайрылышат. Бул аталган уюмдардын коомчулукту кабардар кылуучу ишмердүүлүгүнүн бир бөлүгүнө кирет. Эгер, сиз мындай вариантка кызыксаңыз, сизге жарнаманы, же радио жана телеберүүдөгү жарнамалык роликт иштеп чыгуучу коомчулук менен байланышуу жана жарнама жаатындагы адистерди жалдоо туура болот. Мындай жарнаманы даярдоо үчүн акча каражаттары көп чыгымдалат. Социалдык жарнамаларды акысыз, же арзан жайгаштыруу өлкөнүздөгү ММК боюнча мыйзамга байланыштуу. Бардык учурда басма сөздөгү, же теле-, радиоберүүдөгү жарнаманын акысын төлөөгө каражат сактап коюнуз.

«Voice of Freedom» коомдук фондунун төрагасы, «Эркиндиктин үнү» укук коргоочу басылманын башкы редактору жана 2008-2009-жылдардагы «Укук баардыгы үчүн» бюллетенинин жетекчиси **Абдумомун Мама-раимовдун** айтуусунда, ММКсыз укук коргоочулардын иштеши мүмкүн эмес, Бирок, масс-медиа – адам укуктарын коргоо жана өнүктүрүү идеяларын жүргүзүүчү жападан жалгыз курал эмес.

Сиздин маалыматыңыздагы атактуу инсан, белгилүү сөзмөр (оратор) болушу мүмкүн.

Атактуулар менен кызматташуунун да өз оорчулуктары бар экенин жана алардын сиздин мекемеңизге бөлгөн убактысы жана көңүлү да абдан чектелүү экендигин эске алыңыз.

Милиция кызматкерин күлгөнгө мажбурла

Албетте, кээ бир иш-чаралар демилгечилердин кудурети жетпегендей бир топ каражатты талап кылат. Бул учурда бир нече уюмдар биригип, каражат чогултуп, биргелешкен иш-чара өткөрүү тажрыйбасы абдан пайдалуу. Ага мисал катары, республикалык деңгээлде өткөрүлгөн укук коргоочу «Эркиндик үнү» түйүнүнүн кыйноого каршы маалымат кампаниясын атасак болот.

Жыл сайын зордук-зомбулук курмандыктарын колдоонун эл аралык күнүндө ОПЗО «Справедливость» жана «Voice of Freedom» коомдук фонду республикалык кампаниясынын алкагында атайын акциялар өтөт. Демилгечилер милиция органдарынын кеңселерине, прокуратура жана сот мекемелерине барып кыйноого каршы күрөшкө үндөгөн футболка, күнбара, плакат жана башка буюмдарды белек кылат. Ал жолугушууларда атка минерлер менен кыйноо маселеси жөнүндө маек куруп, ага каршы күрөшүүнүн маанилүүлүгүн түшүндүрөт.

Кыйноого каршы шаар боюнча плакат илүү топ менен болуп, жолоочулардын көңүлүн өзүнө тартууга багытталат. Мында плакат тараткан адамдар атайын окшош кийимдерди кийишет. Мүмкүнчүлүккө жараша мындай футболкалар коомчулук көп чогулган жерде узак убакыт кийүүгө каршы болбогон ыктыярдуу адамдарга берилет.

2008-жылы биз студенттер арасында Эл аралык адам укугунун күнүнө арналган КВН өткөрдүк. Иш-чаранын максатын түшүндүргөндөн кийин мелдештин катышучулары сахнада адам укугун коргоо тармагындагы коомдук маселелерди чагылдырууга аракет кылышты. Салтанатка жергиликтүү бийликтин, укук коргоо органдарынын өкүлдөрү, студенттер жана Жалал-Абад шаарынын тургундары катышышты. Жык толгон залда укук коргоочулар менен катар милиция кызматкерлери да өздөрүнө каршы даярдалган сын-тамашаларга чын дилинен каткырып отурушту.

Бул жерден жаш көрүүчүнүн пикирин атап өтүүнү чечтим: «... мен биринчи жолу милициянын мындай катуу каткырып күлгөнүн көрдүм!» Менин жеке оюм боюнча, биз, милиция кызматкерлери кыжырлуу жана кабагы суз деген көндүмдөн арылышыбыз керек, биринчи кезекте ал көндүмдү милиция органдары өздөрү жоюуга аракет кылышы зарыл. ММКтары менен байланыш түзүүдө да, укук коргоо кызматкерлери сын макала жазган журналисттерди душман катары көрбөй, аларды сыйлоого тийиш.

Мындай иш-чаралар чоң каражатты гана талап кылбастан, убакыт жана аркеттерди, уюштуруучулук жөндөмдүүлүктү да талап кылат. Андыктан алар демилгечилер арасында абдан белгилүү болуп, калктын, өзгөчө жаштардын укуктук аң-сезим деңгээлин жогорулатууда үзүрлүү натыйжаларды алып келет. Эң башкысы, мындай ишкердүүлүк бийликти калк менен жакындатып, коомдун түрдүү топторунун ортосундагы мамилени жакшыртат.

Жогорку окуу жайлардын студенттеринин жана жогорку класстардын окуучуларынын арасында адам укугу боюнча эссе жазуу абдан кызыктырды. Анда өлкөнүн түштүк аймагынан жаштар катышып, бир нече чыгарманын ичинен эң мыктылары атайын байгеге татыктуу болуп, «Жалпы укук» бюллетенинде басылып чыккан. Бул учурда ММКтарынын жардамы абдан тиет. Иш-чара канчалык кызыктуу жана кеңири чагылдырылса, ошончолук үзүрлүү натыйжага ээ болобуз.

Тилекке каршы, акыркы убакта жабыркагандар жана алардын туугандары иштин терс натыйжасынан коркконунан өз көйгөйлөрү менен бөлүшкүлөрү келбеген кырдаалга кабылган көп учурлар болууда. Андан да жаман жери, алгач арыз жазып, кийинчерээк өзүнүн көрсөтмөлөрүнөн жана укук коргоочулардын кызматынан баш тарткан учурлар да катталат. Мындай жагдайда ММКтардагы макалалар сотто көп талаш-тартыштарды жаратат. Мында маалыматты таратуунун башка жолдорун издеп колдонууга туура келет.

Андрей Гришин «Талмас» республикалык казак кыймылынын тажрыйбасын буга мисал катары келтирет.

Жарым жыл мурун эле «Талмас» деген ат казакстандыктарга тааныш эмес эле. Бул уюмдун уюткусун башка «Шанырак» уюмунун мүчөлөрү түзүп, максаттуу аудиторияны өзү менен алып келген. Алар куруучулук кызып турганда мамлекеттик керектөөгө деген шылтоо менен жеке менчик кыймылсыз мүлкүнөн айрылган адамдарга жардам көрсөтө баштаган. «Талмастын» кардарлары-шылуун курулуш компанияларынын үлүштүк курулуш түзмөктөрүнө кирип алып алданган, же алгач турак-жай сатып алууга банктан карыз акча алып, экономикалык каатчылыктын айынан ири банк насыяларын төлөөгө дарманы келбей калган курмандыктар. Мындай адамдар өлкө боюнча жүз миңге жакын болуп чыкты. Бул алардын үй-бүлөө мүчөлөрүн санабагандагы көрүнүш. Бийлик дагы алардын маселесин чечүүгө аракеттерди кылат, бирок башкармалар тарабынан өзгөчө демилге байкалбай, мээлүүн иш алып барышууда. Ал эми жабыркагандар менен мамлекет башында тур-

ган кээ бир жетекчинин кызыкчылыгы кайчылашып калса, анда үн дебей четке чыгып калышууда.

«Талмасчылар» кесипкөй бекер юридикалык жардамдан бөлөк жабыркагандардын баарын бириктирүү аракетин кылышууда. Анткени алардын пикиринде, курмандыктардын саны абдан көп болуп, укук бузуулар глобалдуу тутумдуу мүнөзгө ээ. Аны чечүүгө үч юристтин алы жетпейт. Бирикмеде милдеттер так бөлүнүп калды. – юристтер өз адистиги боюнча иш алып баргыча, жетекчи PR адистигин мойнуна алды. Ал эми бардык жаңы идеялар алардын чакан командасынын биргелешкен ишинин үзүрү.

Бир жылдын ичинде «Талмастын» жаңылык киргизбеген бир да жумасы болгон эмес. Алар мамлекеттен жана шылуун курулуш компанияларынан бир топ ишти утуп чыкты. Азыр «Талмастын» максаттуу аудиториясынын көйгөйлөрү эң жогорку деңгээлде талкуулана баштады. Алар чечилүүдөн алыс болгон күндө да, жок дегенде аракеттер жасалып, бийлик аны менен эсептешип, өз саясатынын натыйжаларынан кооптонуп, сүйлөшүүлөргө барууга аргасыз болот.

Ошентип, бир жылдын ичинде бул уюм мамлекеттик мекемелердин, курулуш компания жана банктардын ондогон митингдери уюшулуп, журналисттер үчүн көп кабаттуу үйлөрдүн урандысында эки брифинг жүрүп, анын өрттөлүшүндө курулуш компаниялары негиздүү түрдө шектүү деп табылган; (Эки учурда тең үзүрлүү натыйжалар болгон); «Талмастын» демилгечилеринин жардамы менен үйү жок офицерлердин СВ-БОМЖ кыймылы түзүлгөн. Аларга мыйзам тарабынан турак-жай каралган, бирок кайсы бир себептер менен албай калышкан. Кыймылдын уюшулушу менен көбү турак-жайга ээ болду; Алматынын акиминин орун басары жоопкер катары чакырылган сот отуруму болду. Ошону менен бирге 2009-жылдын ичинде эле «Талмастын» чыгааны уюштурган каршылык акциялары үчүн он жолу административдик камакка алынып, «Куат» курулуш корпорациянын күзөтчүлөрү тарабынан уюмдун демилгечилери сабалган. Көзөмөлдөгү ММКтарынын жардамы менен кара PR толкуну жүргөн. Ошентип, бир уюм үчүн маалымат себептер өтө көп болгон. Ага карабай «Талмас» уюму өзүн эмгекчил, натыйжалуу, укук коргоочу уюм катары элге тааныткан. Ал жеңиши тобокелчилик жана чыдамкайлуулуктун натыйжасынан келди. Биздин тема боюнча айтсак, «Талмас» бренди казак коомчулугунун көп деңгээлдеринде таанымал болуп, журналисттер сураптай эле жума сайын уюмдун кеңсесине жаңылык издеп каттап турушат.

Тажрыйбага таянсак, ММКнын катышуусуз деле, каалаган аудиторияга өз идеяңды, же белгилүү бир маалыматты ийгиликтүү жеткирсе болот.

Тажрыйбага таянсак, ММКнын катышуусуз деле, каалаган аудиторияга өз идеяңды, же белгилүү бир маалыматты ийгиликтүү жеткирсе болот. Мисалы, жергиликтүү калк ММКтары же башка байланыш булактарынан маалымат алууга мүмкүнчүлүгү жок болуп калат. Тажикстанда мындай ыкмаларды бейөкмөт жана эл аралык уюмдар айыл калкы, эмгек мигранттары, аялдар ж. б. менен иштөөдө колдонот. Так маалымат ишин «outreach» термини менен белгилешет, ал калктын жабыркаган катмарына маалымат жана башка жардамдардын социалдык багыттагы программасын түзөт.

Төмөн жакта, биздин оюбузча, жергиликтүү бейөкмөттүк уюмдардын белгилүү бир маалыматты же идеяны калктын аң-сезимине жеткирүү боюнча популярдуу маалымдоо ыкмалары берилген.

Бул бөлүмдө **Нодира Абдуллаева** коомчулукка идеяны жеткирүү үчүн төмөнкү ыкмаларды колдонууну сунуштайт:

Маалымат сессиялары. Мында адистердин тобу алыскы аймакка (алыскы айыл жергесине) чыгып, жергиликтүү калк менен 1, 2 сааттык жолугушуу уюштурат. Бул жолугушуунун жүрүшүндө уюмдун адистери калкты кызыктырган суроолорго жооп берип, жарандарга маалымдоочу катары кызмат кылат. Бул сессиянын үзүрдүүлүгү адистердин кесипкөйлүгүнөн, мерчемделген иштин мүнөзүнөн, жүрүп жаткан маалымдоонун максатынан көз каранды болот. Адистердин кесипкөйлүүлүгү калк арасында уюмдун кадыр-баркка ээ болуусуна шарт түзүп, берилген маалымат зарыл жана керектүү экенин калкка жеткирет. Бир жолку сессия менен идеянын тууралыгын далилдөө өтө кыйын, анын үстүнө калк арасында мурдатан бери көнүмүш ой-пикирлер боло турган болсо, калктын басымдуу бөлүгүн тартуу максатында сессияларды үзгүлтүксүз жүргүзүп туруу керек. Ийгиликтүү өткөн сессиялар уюмдун аброюна оң таасирин тийгизип, коомдо ал уюмга карата оң мамилени жаратат.

Көчмө кинотеатрлар. Бейөкмөт уюмдар көп учурларда кандайдыр бир маселени чагылдырууда, ал окуяга туштап башка маалымат иштеринин түрү менен бирге даректүү фильмдерди көрсөтөт. Адам укугунун борбору жумуш миграциясы боюнча маселени козгогон маалымат сессияларында тажик эмгек мигранттарынын турмушу жөнүндө даректүү фильм көрсөтүү менен баштайт. Тажрыйба көрсөткөндөй, фильмдин аудиторияга тийгизген таасири зор. Аны көрүп бүткөн эл менен талкуу жүргүзгөндө, кызыктуу талаш-тартыш ойлор айтылып, аудиториянын укуктук аспек-

терге болгон бүйрү кызыйт. Калк маалыматты жакшы кабыл алат. 2008-жылы Мигранттардын эл аралык күнүнө арналып, бейөкмөттүк уюмдар адам укугу боюнча Борбор Имран бейөкмөт уюму менен бирдикте Согди областынын аймактары боюнча көчмө кинотеатрларды уюштуруп, калкка миграция боюнча «Едем Москвада», «Бояд дони» (Билишиң керек), жана адамдарды кулчулукка сатуу боюнча «Никоб» (Маска), «Кийинки ким?» аттуу даректүү фильмдерди көрсөткөн. Фильмди көрүп бүткөн соң адистердин баяндамалары жана кеңештери менен талкуулар уюштурулган.

Мобилдүү театрлар. Бул ыкма ТВ жана радио аз уккан жерде натыйжалуу. Турмуштан алынган кырдаалдарды оюн аркылуу көрсөтүү менен белгилүү маалымат берилип, кандайдыр-бир маселеге болгон мамиле түзүлүп же оңдолот. Сахналаштырылган оюнду көргөн соң талкуулар уюшулуп, негизги маалымат берилет. ВИЧСПИДди алдын алуу боюнча маселенин тегерегинде иштеген бейөкмөт уюмдар бул ыкманы көп колдонуп, ал аркылуу өлкөнүн аймактарына маалымат жеткирүүгө аракет кылышат.

Маалымат дубал кагаздары. Маалымат дубал кагаздары эл көп каттаган жерлерге - базар, мамлекеттик органдардын имаратына (милиция, сот, акимиат), мектеп, бейтапкана жана башка жерлерге илинет. Адам укугу боюнча Борбор маалымат кагаздарын Тажикстан Республикасынын Согди областынын ИИМинин Миграция кызматынын имаратынын жанына, ошондой эле өлкөнүн түндүгүндөгү чек ара түйүндөрүнө илип койгон. Тажрыйба көрсөткөндөй, мигранттар Миграциялык кызмат имаратынын жанында жооптуу адамдар менен жолугушуу кезегин күтүп, же паспорт алууга документ чогултуп келгенде, дубалда илинген маалымат менен таанышышат. Андан башка маалымат дубал кагаздарынын колдонушунун калкка маалымат жеткирүүдөгү үзүрлүү бир мисалы болуп, «Айлана-чөйрөнү коргоо боюнча жаштар тобу» аттуу бейөкмөттүк уюмдун негизинде түзүлгөн Согди Экологиялык Орхусс-Борборунун тажрыйбасын айтса болот. Уюмдун жетекчисинин билдирүүсүндө, дубал кагаздары калктын экологиялык көйгөйлөр боюнча аң-сезимин жогорулатууга жана коомчулуктун көңүлүн жаратылышты коргоо маселелерине бурууга көмөк түзөт. Бул маалымдоо ыкмасынын негизги шарты, маалыматты улам жаңырытып туруу керек. Ал шарт аткарылбаса, жарандар эски же кызыксыз маалымат алып, калышы мүмкүн, ал өз кезегинде уюмдун аброюна шек келтирип, кадырын түшүрөт.

Акциялар. Кандайдыр бир белгилүү күнгө тушталат, же маселеге көңүл бөлүү максатында жасалат. Акциялар музыкалык концерт жана сахналык оюндар менен коштолот. Анын танаписинде аудиторияга негизги маалыматтык идея айтылат. 2008-2009-жылдары адам укугу боюнча борбор мигринттардын эл аралык күнүнө арнап, Хожент шаарында кеңири көлөмдөгү маалымат акцияларын уюштурган. Акция учурунда областтын белгилүү аткаруучуларынын катышуусунда бекер концерт өтүп, Ходжент шаардык музыкалык орто окуу жайы жана К. Худжанди атындагы театрынын актерлору тарабынан сахна оюндары коюлган. Эмгек миграциясына арналган викторина-мелдештер уюшулган. Бул акциянын жүрүшүндөгү негизги маалымат, 1990-жылдын 18-декабрында БУУнун Башкы Ассамблеясы Эмгек мигранттар жана алардын үй-бүлөөсүн коргоо боюнча эл аралык конвенция кабыл алынышы, ал эми Тажикстан бул Конвенциянын катышуучусу катары, эмгек мигранттарын коргоп жана колдоого милдеттеме алганын билдирүүсү болду. Бул акцияны өткөрүү менен бирге, карапайым калктын жана мамлекеттик органдардын назарын эмгек мигранттарынын көйгөйлөрүнө бурууга аракет жасалган. Тагыраак айтканда, социалдык көйгөйлөр, болочок мигранттардын кыйынчылыктары жана эмгек миграциясындагы тобокелчилик ж. б.

Калкты маалымдоо менен алек болуп, адам укугу боюнча Борбор өзү үчүн бир нече зарыл сабактарды алды:

- *Ар бир уюм алдын-ала мамлекеттик органдардын колдоосу менен куралданса маалымат кампаниясы ийгиликтүү өтөт. Адам укугу боюнча Борбордун тажрыйбасында Согди областында мигранттарды маалымдоо боюнча иш-чара жергиликтүү органдардын областтык башкармалыктан кат түрүндөгү уруксат алып келүүсүн талап кылгандыгы үчүн ишке ашпай калган. Мамлекеттик органдардын өкүлдөрү бул маселенин зарылдыгын түшүнгөнү менен жогорку органдардын уруксатысыз мындай иш-чаранын өтүшүнө шарт түзүп бере албаганын билдиришти. Бул окуядан кийин биз областтык башкармалыктан алдын-ала, боло турган иш-чарага каршылыгыбыз жок, жана демилгени колдойбуз деген кат түрүндө билдирмеси бар документти даядап жаттык.*
-

-
- *Маалымат компаниясына атка минерлерди да чакыруу зарыл. Бул мамлекеттик органдар менен байланыш түзүүгө көмөк түзүп, калкты кызыктыруучу суроого жоопту мамлекеттик кызматчынын оозунан угууга түрткү болот. Маалымат компаниясы үзүрлүү өтүшү үчүн визуалдык маалымат материалдарын-буклет, чакан китепче, даректүү фильми бар диск, баракчаларды ж. б. колдонуу зарыл.*
-

Сиз маалымат компаниясына ММКтарды колдонбосоңуз да, ийгиликтүү өткөн маалымат акция журналисттерди көңүл кош калтырбайт, анткени, ал ТВ жана прессада чагылдыруу маалымат булагынын жаңы түрүнө айланат.

VII БӨЛҮМ

УКУК КОРГООЧУ БЕЙӨКМӨТ УЮМДАР
ҮЧҮН ЖАҢЫ ТЕХНОЛОГИЯЛАР



Жаңы технологияларды күндөлүк жумушта кандайча колдонууга боло-орун kloop.kg порталынын негиздөөчүсү Бектур Искендер айтып берет.

Веб 2.0 деген эмне?

Веб 2.0 термини өзүнүн маңызын так чагылдырат. Аны түшүндүрүү эң эле жөнөкөй.

Интернет жаңы пайда болуп жатканда, адамдар ага эски ыкмаларды колдонууну уланта беришкен. archive.org веб-сайтына кирсеңиз, дүйнөнүн бардык веб-сайттарынын эски үлгүлөрүн көрө аласыз. Мисалы, yahoo.com сайтынын 1996-жылкы көрүнүшүн да байкасаңыз болот. Бул веб 1.0 дин айкын мисалы (ал учурда мындай аталышты эч ким колдонгон эмес, ал эскиге жаңыча аталыш).

Ал учурда Yahoo дүйнөдөгү эң ири издөөчү система болуп (Google жок болгон убакта), эскирген китепканага окшош түзүлүшкө ээ болгон. Издөө мүмкүнчүлүктөрү чектелүү жана жыйынтыксыз натыйжаларды берчү. Ошондуктан, тематикалык рубрикалардын чоң көлөмү веб-сайттын негизин түзүп, бул дүйнөлүк өтө чоң каталог катары колдонулган. Ар бир бетте бирден гана категория камтууга мүмкүн болгондуктан, бул белгилүү бир көйгөйлөрдү жараткан. Анткени, көптөгөн сайттар бир эле убакта бир канча категорияга тиешелүү болуусу мүмкүн эле. Адамдар интернетке чыныгы жашоодогу ыкмаларды колдонушкан. Чындыгында, Yahoo андай китепканадан көп деле айырмаланчу эмес, китепти текчелерди аралап сыртындагы аталышынан издөө сыяктуу эле.

Веб 2.0 1990-2000-жылдары пайда болгон. Ал мезгилде алгач форумдар популярдуулукка ээ болуп, веб-сайттар комментарий берүү функциясын өздөштүрө баштаган. Андан соң, блогдордун пайда болушу менен адамдар эмнени кааласа, ошону интернетке киргизүүгө мүмкүнчүлүк алышты. Өздөрүнүн сайттарын түзүп, Интернетке кол жазмаларын киргизе башташты жана мунун баары жеңил, оңой болуп калды. Мына ошол веб 2.0нин маңызы – кайсы бир милдеттүү адамдардын тобу тарабынан эмес, биринчи иретте колдонуучулар тарабынан түзүлгөн интернет экендигинде.

Блогдордун киргизилиши

Блогдор – веб 2.0нин негизин түзөт. Блогдордун так термини азыркы күнгө чейин тактала элек. Алгач башкы идея – түйүндө адамдарга өз баракчаларын ачуу мүмкүнчүлүгүн берүү болгон. Орус тилинде биринчи

Блогду «колдонуучунун жеке баракчасы» деп атоо туура болбойт. Интернетте блогдордун пайда болуусунан тарта эбегейсиз көлөмдөгү бириктирилген жана жамааттык блогдор пайда болду.

«түйүн күндөлүгү» деген термин активдүү колдонулган, кийин блогдор «күндөлүк» болбой калган үчүн бул термин бат жоголуп кетти. Блогду «колдонуучунун жеке баракчасы» деп атоо туура болбойт. Анткени, интернетте блогдордун пайда болушу менен эбегейсиз көлөмдөгү бириктирилген жана жамааттык блогдор пайда болду. Алардын айрымдары таң калтырарлык сандагы адамдар тарабынан түзүлгөн.

Ошентсе да, блогдорду башка баракчалардан кайсы бир нерсе айырмалап турушу керекпи? Блогдорго тиешелүү болгон бир нече мүнөздөмөлөрдү бөлүп көрсөтүүгө болот. Биринчиден, адатта блогдор өтө жөнөкөй тил менен жазылат. Аларда кыйыр эмес, жөнөкөй тилде жазылган билдирүүлөргө уруксат берилгендиктен, адамдар расмий супсак тил менен жазышпайт. Экинчиден, блогдордун жазуулары сөзсүз түрдө бат-бат жаңыланып турат. Көпчүлүк учурларда алар тескери хронологиялык иретте тандалып алынган. Үчүнчүдөн, блогдордо комментарий берүү функциясы бар.

Блогдорду окумдуу кылууга айрым кеңештер

- Блог чындыгында тез-тез жаңыланышы керек! Колдон келсе, күн сайын.
- Кросс-постинг менен иштеңиз, башкача айтканда, блогуңуздагы бардык жазуулар дароо анын башка платформасындагы дубликаттарында чыкчудай кылып түзүңүз.
- Жазууларда маңыздуу баштапкы сөздөрдү белгилеп колдонуңуз. Google сыяктуу издегичтерде сиздин жазууңузду табуу жана издөөнүн жыйынтыгында алдыга алып чыгууга жеңил болот.
- Баш темаларына өзгөчө көңүл бурулат. Мисалы, эгерде, Оштогу Сулайман тоо жөнүндө сөз болуп жатса, баш темаңызга «Сулайман», «тоолор», «Ош» деген сөздөрдү катыштырууга аракет кылыңыз. Бул жерде издегичтер сиздин жазууңуз эмне жөнүндө экендигин жана аны таап, кайсы колдонуучуларга берүү керек экендигин оңой түшүнүүсүнө шарт түзүлөт.
- Графикалык жана визуалдык куралдарды көбүрөөк колдонуңуз. Сүрөт, видео, таблица жана диаграммаларды жарыялаңыз.
- Кыска жазыңыз. Интернет колдонуучулар узун жазууларды жаман көрүшөт, же аларды окугусу келишпейт.

Онлайн-бирикмелери: кайда блог түзүү жакшы?

Бардык нерсе уюмуңуздун кайсы аудиторияга иштеп жаткандыгынан көз каранды. Кыргызстанда аудиториянын төлөө мүмкүнчүлүгү өзгөчө ролду ойнойт. Өлкөдө чет өлкөлүк веб-сайттарга киргендиги үчүн адамдар көбүрөөк акча төлөшөт. Андыктан, жергиликтүү блог платформасына киргениңиз жакшы.

Жергиликтүү платформада блогуңузду көбүнчө жергиликтүү колдонуучулар окушат. Кыргызстанда блог платформалары аз. Мен алардын бирөөсүнүн түзүүчүлөрүнөнмүн, ошондуктан, мен алгач өзүмдүн колум тие электерден айтып өтөйүн.

Бул биринчиден, Кыргызстандагы өтө популярдуу Diesel.Elcat.kg (*Diesel.kg* менен алмаштырбаңыз) блогдук платформасы.

Diesel.Elcat.kg Кыргызстандагы бардык маалымат агенттиктерин бириктирип туруп салыштырса да, өтө популярдуу, Кыргызстанда түзүлгөн сайттардын эң көп колдонулганы. Анын ичинде блог ачсаңыз кыргызстандыктардын көңүлү сизге гана бурулду деп эсептей бериңиз. Кемчилиги катары төмөнкүлөрдү белгилөөгө болот: «Дизелдин» бардык блогдорунун дизайны бирдей, форумдун негизги бетине блогдун жазуулары чыкпайт.

Башка блог порталы – *Blogs.kg*. Ал 2009-жылы пайда болгон жана негизинен «айтишниктердин» арасында белгилүү. Ошондуктан, уюмуңуз ушул биримдик менен байланышта болсо, ошол жакта блог ачыңыз. Кемчиликтери – колдонуучулардын өтө тар биримдиги, активдүүлүктүн төмөндүгү.

Акырында мен түзгөн – *Kloop.kg*. Артыкчылыктары – блогду кайра түзүү жана жеке жасалга тандоо боюнча мүмкүнчүлүктөрдүн көптүгү. Кошумча функциялардын көп санда болуусу. Аудиториясы да көп, порталга ар бир айда 100миң адамдын тегерегинде киришет (2010-жылдын май айындагы маалымат). Кемчиликтери – блогду башкаруунун татаалдыгы. Түшүнүктүү эмес сөздөрдүн («виджеттер», «плагиндер») колдонулуусу жаңы колдонуучуларга кыйындык жаратат. Ошондой эле, сервер ар күнү кечинде токтоп калат.

Кыргызстанда белгилүү болгон чет өлкөлүк бир канча блогдук платформалар бар. Бул, албетте, «Тирүү журнал», *livejournal.com*. Бул орус тилдүү интернетте эң белгилүү эки платформанын бирөөсү. Ошондуктан, эгерде уюмдун аудиториясы КМШнын жашоочулары болсо, анда “Тирүү журнал” туура тандоо.

Көп сандаган кыргызстандыктар *Mail.rudazы* блогдордо отурушат. Бул негизинен окуучулардын жана студенттердин аудиториясы. Бул блогдорду көпчүлүгү олуттуу эмес деп эсептешет. Алардын арасында «олуттуу» журналдарды чанда кездештирүү мүмкүн. Бул негизинен, колдонуучулар айткандай, «лытдыбр» – жеке турмуш жөнүндө жазуулар. Бирок, эгерде сиздин уюмуңуз окуучулар менен иштесе, анда *Mail.rudazы* блогдорду сиз туура тандагансыз.

«Кросс-постинг» кенен аудиторияны камтуу үчүн гана маанилүү эмес, аны менен блогдоруңуздун арасында автоматтык түрдө шилтеме түзүлөт.

Эми «кросс-постингге» келели. Бул менин негизги кеңешим – бир эле блогду бир учурда бир нече платформага киргизиңиз. Мындай нерсе **Kloop.kgde** мүмкүн. Анда бардык жазууларыңызды «Тирүү журналга» көчүрүүгө мүмкүндүк берген функция бар. Бул сыяктуу функциялар **Mail.ruda** бар. «Кросс-постинг» кенен аудиторияны камтуу үчүн гана маанилүү эмес, аны менен блогдоруңуздун арасында автоматтык түрдө шилтеме түзүлөт. Бул издегичтер үчүн маанилүү. Сиздин блогуңузга канчалык көп шилтеме жасалса (муну блогдун эгизи жасап жатса да), анын алдыңкы жыйынтыктарда орун алуу мүмкүнчүлүгү ошончолук жогору. Мисал үчүн, **google.kgde** «авиакырсык Бишкек» же «ЖЖнын блокировкасы» деген сөз айкаштарын терсеңиз, бул биздин материалдарыбызды издөөнүн биринчи беттерине чыгуусу үчүн **Kloop.kgde** аракет кылып жаткандыгыбыздын мисалы.

Тармактык түйүндүн сайттары

Тармактык түйүндөрдүн дегеле эмне кереги бар? Таанышуу үчүн. Муну баалабай коюуга болбойт. Аларды романтикалык таанышуу катарында гана эмес, ишкердик максаттар үчүн да колдонууга болот.

Фейсбук

Немец теле жана радио компаниясы **Deutsche Welle**dezu Матис Винклер мени «фейсбукта» таап алган. Анын башкармалыгы жергиликтүү онлайн-бирикмелер менен жолугуу тапшырмасын бергендиктен, анын Кыргызстанга келүүсү керек болгон. Матис мени досторуна кошуп, мага кат жиберген, жолугууну сунуштаган, анан мен макул болдум. Бул бир жылдан ашыгыраак убакыттан бери уланып жаткан кат алышуу **Deutsche Welle** менен **Kloop.kg**нин шериктештигине алып келди. Бул шериктештик «фейсбукта» бири-бирибизди дос кылып белгилеп коюунун натыйжасында жаралды. **Facebook** башка тармактык түйүндөргө салыштырмалуу ушунусу менен жакшы. Анын аудиториясы глобалдуу, сиз дүйнөнүн бардык жеринен адамдарды таба аласыз. Чындыгында, ал үчүн англисче билүү керек. «Фейсбукта» «керектүү» адамдарды табуу куралдары абдан ыңгайлуу. Аларды иштеген жеринен, жаш курагынан, жашаган жеринен тапсаңыз болот. Кандай ыңгайлуу болсо ошондой! «Фейсбукта» долбооруңуз үчүн бирикме, топтор, фанаттык баракчаларды түзүү оңой жана адамдарды тартуунун куралдары абдан ыңгайлуу.

Эң негизгиси, «Фейсбукта» көп сандагы кошумча оюн-зоок тиркемелерине алаксыбаш керек. Албетте, «фейсбуктун» кыргызстандык аудиториясынын өзгөчөлүгүн түшүнүүнү зарыл. Фейсбук алгач англис тилинде

гана бар болчу. Ошондуктан, жергиликтүү аудиториянын негизин англис тилдүү бишкектиктер, же чет өлкөдө жашаган кыргызстандыктар түзөт. Англисче билбеген кыргызстандыктардын арасында россиялык **«В кон-такте»** жана **«Одноклассники»** түйүндөрү көбүрөөк популярдуу.

Twitter

Twitter.com кызматы – бул Интернеттеги акыркы төңкөрүш. Анын идеясы ушунчалык жөнөкөй, ошол эле учурда, түшүнүксүз. Алгач аны түзүүчүлөр өздөрү дагы жакшы калыптандыра алган эмес дешет.

«Твиттердин» маңызы жөнөкөй – сиз өзүңүзгө эккаунт аласыз жана узундугу 140 белгиден ашпаган билдирүү жазасыз. «Твиттердин» башкы суроосу «Эмне болуп жатат?».

Негизинен, «микроблоггингдик» кызмат деп аташкан «твиттердин» алгачкы маңызы, учурда жасап жатышкандай, колдонуучуларды жазууга шыктандыруу болгон.

Башка тармактык кызматтар сыяктуу эле, «твиттерде» да дос кошсо жана алардын кыска билдирүүлөрүн байкаса болот. Сизди досторуна кошкондо (же «твиттерьяндар» айткандай «кармап алышса»), ал адамдар сиздин билдирүүңүздү байкап турушат дегенди билдирет.

Адамдар дароо кеңири аудиторияга кыска билдирүүлөрүн бере алгандыгынан «твиттердин» маңызы капыстан өзгөрүп кетти. Колдонуучулар эмне кылып жаткандыктары жөнүндө эле жазбастан, бүтүндөй кампаниялар башталып кетти. «Твиттер» аркылуу элдерди бир жерге бат чогултуп, акыркы жаңылыкты бат айтуу оңой.

«Твиттерди» саясий колдонуунун мисалдары катары Молдовадагы (парламентке жаңы шайлоону алып келген) жана Ирандагы митингди айтса болот.

Албетте, «твиттер» митинг уюштуруу үчүн гана керек деп ойлоого болбойт. Бири-бирине байланышкан жетишээрлик аудиторияны жыйнап, өзүңүздүн блогунузду «твиттер» аркылуу белгилүү кылып алсаңыз болот.

Мисалы, **twitterfeed.com** кызматы бар? Ал аркылуу «твиттердеги» эккаунтуңузда блогдоруңуздун бардык темаларын автоматтык түрдө жарыялоону уюштурууга болот. Мындай жол менен сиз биринчиден, өзүңүздүн баракчаңызга толгон-токой шилтемелерди түзө аласыз (бул

издөөлөрдүн жыйынтыгына пайдалуу экендигин дагы бир жолу эсиңизге сала кетейин), экинчиден, сиздин блогуңузда жаңыдан пайда болуп жаткан колдонуучуларды учуратасыз жана дайыма блогуңуздагы өзгөрүүлөр тууралуу адамдарга билдирип туруу кажет.

Чөнтөк телефондорун колдонуу

«Твиттердин» жакшы жагы, кыска билдирүүлөрдү чөнтөк телефон аркылуу жөнөтө аласыз. Чындыгында, бул Кыргызстанда кеңири таркалган эмес жана билдирүүлөрдү британиялык номерге жөнөтүүгө туура келет. Кыргызстанда «твиттерге» кат жөнөтүү үчүн өздүк шлюз ачылса, анын популярдуулугу мүмкүнчүлүктөрү сыяктуу эле өсөт.

Ошого карабастан «твиттерге» билдирүү жөнөтүү жолу өтө жөнөкөй. Ал үчүн +44 762 4801423 номерине «START» сөзүн жазып жөнөтөсүз. Кийин өзүңүздүн колдонуучу атыңызды жана кодуңузду тактап, ал номерден «твиттеринизди» кат аркылуу жөнөтө аласыз. Жаңылыктар бат жетет, андыктан өтө ыңгайлуу. Ошондой эле, чөнтөк телефондорунун кызматына ээ болгон көпчүлүк адамдар тарабынан колдонулат.

Сүрөт жана тасмалар менен алмашуу

Кыргызстандын интернетинде сүрөттөр жана тасмаларга байланыштуу маселе көп туулат. Тышкы трафик колдонулгандыктан, абдан кымбат. Сиз бир күн [YouTube.com](https://www.youtube.com) отурсаңыз, төлөй келгенде көп чыгымга дуушар болосуз жана бул трафик боюнча эсептелет (азырынча бул интернеттин акчасын төлөө үчүн эң көп колдонулган жол).

Эгерде, сизде арзан чексиз интернет бар болсо, анда ал дүйнөнүн ар кандай көлөмдөгү сайттарын ачууда төмөн ылдамдыкта иштейт. Тасмаларды ачуу жана көчүрүү абдан көп убакытты талап кылат.

Сүрөт жана тасмалар менен алмашууда жергиликтүү сервистерди колдоно аласыз. Кыргызстандагы эң чоң сүрөт менен алмашуу кызматын көрсөткөн веб-сайт – fotoiya.com. Бул сайттын кемчилиги – чыгармачылыкка таандык сүрөттөрдүн жайгаштырылуусу. Репортаждык сүрөткө эч ким каршы чыкпайт.

Бирок, бул жерде сүрөттүн сулуулугуна көңүл бурулуп, аны чыгармачылык эмгек катары карашат.

Кыргызстанда жаңылыктар үчүн сүрөт табууга жогоруда айтылган блогдор гана жардамчы боло алат. Бирок, баарынын бир кемчилиги – маалыматты издегенде колдонуучулардын эң жакшы сүрөттөрү өзүнчө галлереге бөлүнгөн эмес.

Тасмалар жагынан Кыргызстандагы эң белгилүү веб-сайт Blive.kg. Сизден сырткы трафики колдонгонунуз үчүн акча алынбайт. Тилекке каршы Blive.kg да Кыргызстандагы башка сайттар сыяктуу бир кемчилиги – кыргызстандыктар чет элдик веб-сайттардан ала албаган көптөгөн тасмалар уурдалып алынган.

Албетте, чет элдик тасмалар жергиликтүү тасмалардан кызыктуураак. Ошондуктан, Blive.kg де биринчиликке чыгыш үчүн эң кызыктуу тасманы коюу кажет. Веб-сайттын жакшы тараптарынын бири – кандай гана тасма болбосун сайтка киргизсе болот. Ал чөнтөк телефонго тартылган учурда деле, эгерде, ал чындыгында эле өтө кызыктуу болсо, анда ал адамдардын кызыгуусун жарата алат.

Википедия

Wikipedia.org – өтө чоң көлөмдөгү энциклопедия жана ал колдонуучулар тарабынан түзүлөт. Кээ бир адамдардын айтымына караганда, өзгөчө англис тилиндегиси белгилүү «Британник» энциклопедиясынан да чоң жана тагыраак.

Англис тилиндеги «Википедияда» тактыкты камсыздоо үчүн бир канча миң модератор иштейт. Алар сайтта болуп жаткан өзгөрүүлөргө күнүтүнү көзөмөл жүргүзүшөт. Кыргыз тилиндеги «Википедия», тилекке каршы, абдан кичинекей жана бир канча жолу интернет бузуучуларга туш болгон.

«Википедия» колдонгон интернет жолу «вики» деп аталат жана ал акысыз колдонулат. Сиз өзүңүздүн вики-сайтыңызды жана энциклопедияңызды ачып алсаңыз деле болот. Бирок, ал аны актай алыш керек.

Бир тармактуу вики-энциклопедиянын үлгүсү катары CongressPedia.com – америкалык конгресс тууралуу энциклопедиясы каралат. Бул жакта ушул уюм тууралуу «Википедияга» караганда көбүрөөк маалымат бар.

Почтаны кандайча колдонсо болот?

Электрондук почтада акыркы жылдары көптөгөн өзгөрүүлөр болду. Өзгөчө **Google** корпорациясы 2004-2005-жылдары **Gmail** (www.gmail.com) жаңы почталык кызматты ишке киргизишкен.

Анын өзгөчөлүгү эмнеде деген суроо пайда болбой койбойт. Көзгө алгылыктуу белгилерин атап кетели. Форумдагыдай бир темадагы каттар бир тизмеге тизилет. Ошондой эле, 2005-жылы почта ичинде издөө кызматы киргизилген. Ал биз билген издөө кызматы Googleдун негизинде түзүлгөн. Почтада сиздер «гугулдун» башка кызматтарынан пайдалана аласыздар. Мисалы, **Google Calendar** («гугл-күн барагы») же **GoogleDocs** («гугул-документтери»).

Биз билбеген кызыктуу нерселердин биринчиси, бул коргоо тууралуу маалыматтар. Эгерде, сиз <https> режимин күйгүзгөн болсоңуз (бул белгилүү бир толкунга коюу жогорку оң тараптагы бурчунан жасалат), **Gmail** почтасын сындырып кирүү өтө кыйын. Gmail почтасын колдонуучулар өз ара чат аркылуу маск кура алышат. Чат – байланышуунун өтө ыңгайлуу жолу. Мисалы, мен чатта бир ай ичинде 20 миң сап сөз жазам, иштеримдин көбүнчөсүн чат аркылуу бүтүргөн болом. Айта кетсем, бул почтаны дүйнө боюнча көптөгөн адамдар бардык континенттерден колдонушат.

Жогоркуларга кошумчалай кетсек **Gmail** ондон ашык тилдерге ылайыкталып жасалган. Алардын ичинде орус тили да бар. **Google** бул кызматты ишке киргизгенде, атаандаштарын кыйын абалда калтырышкан. **Gmail** деги кызматтын каражаттары кийинчирээк башка сайттарда, **Yahoo.com** жана майкрософттун почтасы **Hotmail.com** до да колдонула башталган.

Тиркемелер

БАЙЛАНЫШ СТРАТЕГИЯСЫНЫН ҮЛГҮСҮ

БИЛДИРҮҮ ТҮЗҮҮ БАРАКЧАСЫ

КООМЧУЛУК МЕНЕН БАЙЛАНЫШУУ
БОЮНЧА ИШ-ЧАРАЛАРДЫН КҮНБАРАГЫ

ПАЙДАЛУУ БУЛАКТАР

КОЛДОНУЛГАН АДАБИЯТТАР ТИЗМЕСИ

Жалпы маселелер	Сиз иштеп жаткан жалпы маселелер:
Максаттар	Башкы маселелерге негиз болуучу, оңой өлчөнүүчү каражаттар:
Кырдаалга баа берүү	Учурдагы сиздин уюмуңуз колдонуп жаткан кызматташуу иш-чараларына эки тараптуу баа берүү. Сиз жетектеген уюмдун башка уюмдар менен кызматташуусундагы күчтүү жагын жана кемчиликтерин анализдөө:
ММКын баалоо	ММКнын абалы, кайсыл ММК кандай аудиторияны камтуусу тууралуу маалымат жана чыгаша жагынан алганда кайсыл ММК менен кызматташуу ыңгайлуу жана натыйжалуу.
Көздөгөн аудитория	Көздөгөн аудитория, өзүңүздүн максаттарыңызды жүзөгө ашырууда зарыл болгон аудитория. Билим бергиңиз, таасир бергиңиз же ой-пикирин өзгөрткүңүз келген топ.
Убакыт графиги	(көбүнчө бир жыл)
Каражаттар/ыкма	Көздөгөн аудиторияны тартуу максатында өткөрүүнү пландап жаткан иш-чараларыңыз. Ага коомдук иш-чаралар, билдирүүлөр, отчеттор, веб-сайттар сыяктуу коомчулукка маалымат берүүнүн башка түрлөрүн кошууга болот:
Негизги темалар	Бир же эки маанилүү суроолор.
Негизги маалыматтар	Негизги суроолордун айланасындагы аудиторияңызга түшүнүктүү болгон кыскача жана жеткиликтүү маалымат:
Бюджет	Иш-чараңызга сарпталуучу акча каражаты:
Күн барак	Иш-чараңыздын качан өткөрүлүшүн көрсөткөн так план:
Мониторинг	Байланышуу боюнча өткөрүлгөн иш-чараларыңыздын жыйынтыгын аныктоодо колдонулуучу ыкмалар:
Өнөктөштөр	Стратегияңызды жүзөгө ашырууда кызматташкан өнөктөштөр:

МААЛЫМАТ ТҮЗҮҮ БАРАКЧАСЫ

Билдирүүңүз аркылуу кандай максатка жетүүнү каалайсыз?

Билдирүүңүздө кандай теманы, суроону же маселени козгогуңуз келет?

Билдирүүңүздүн көздөгөн аудиториясы кайсы?

Сиздин көздөгөн аудиторияңыз бул тема, суроо же маселе тууралуу эмнени билүүсү керек?

Көздөгөн аудиторияңызга бергиниз келген ойду жеткирүүнүн кыска жана так жолу кандай? Бир эки сүйлөм менен түшүндүрүңүз.

Сиздин билдирүүңүз:

Текшерүү баракчасы (Чек-лист). Бул билдирүү:

- Такпы (апыртылган эмеспи)?
- Бул тармакта адис эмес адамдарга түшүнүктүүбү?
- Көздөгөн аудиторияңызга тушунүктүүбү?
- Макала катары жазууга болобу?
- Уюмуңуздун негизги максаттары менен байланыштуубу?

Билдирүүңүздү коомго жеткирүү үчүн кандай маалыматтар керек?

Билдирүүңүзгө кандай лозунг/өзгөчө фраза сунуштай аласыз?

Сиз камтыгыңыз келген, бирок ал үчүн билдирүүңүздү бир аз өзгөртүүгө туура келген, башка көздөгөн аудиторияңыз барбы?

Ушул көнүгүүнү башка негизги маселелер үчүн да жасап көрүңүз. 3, 4 билдирүүдөн ашык билдирүү жасабаңыз. Анткени, ал аудиторияны адаштырып же алардын кызыгуусун жоготот.

КООМЧУЛУК МЕНЕН БАЙЛАНЫШУУ ИШ-ЧАРАЛАРЫН ЖҮРГҮЗҮҮ БОЮНЧА КҮН БАРАКТЫН ҮЛГҮСҮ						
1 Ай сайын чыга турган маалымат бюллетенинин мазмунун пландап баштаңыз	2 Маалымат-жыйынын өткөрүүгө даярдыкты баштаңыз; ММКна билдирүү жасаңыз	3 Веб- сайт-тагы жана коомдук желенин сайт-тарындагы маалыматты жаңылаңыз	4 Радиодо иштеген журналисттер менен байланышып, сиздин мүдүрүнүздөн маек алуусун сунуштаңыз	5 Басма сөзгө бериле турган маалыматты жазыңыз; сөз сүйлөй турган адамдар менен маалымат жыйынын программасын талкуулаңыз	6	7
8 Маалымат жыйынына керектүү акыркы даярдыктар	9 Жаңы отчетту чыгаруу тууралуу маалымат жыйыны Сөз сүйлөөчү адамдардан маек алууну уюштурууга жардам бериңиз Пресс-релизди таркатыңыз.	10 Пресс-конференцияга катыша албай калган журналисттерди маалымат менен камсыздаңыз. Пресс-конференциянын чагылдырылышын көзөмөлдөнүз.	11 Маалымат бюллетенин пландоону жана түзүүнү улантуу Аткаруучу адам менен биргеликте маекке даярдык көрүнүз	12 Сиздин тизмеңиздеги, бирге иштешкен журналисттерди келерки аптага чай ичүүгө чакырыңыз	13	14

КООМЧУЛУК МЕНЕН БАЙЛАНЫШУУ ИШ-ЧАРАЛАРЫН ЖҮРГҮЗҮҮ БОЮНЧА КҮН БАРАКТЫН ҮЛГҮСҮ						
15 Мүдүр менен радио маек	16 ММК үчүн келерки аптада боло турган тегерек стол тууралуу билдирүү чыгарыңыз; ошондой эле пресс-релиз жана башка маалыматтарды даярдаңыз. Радио-маекти угуп көрүп анализеп көрүңүз	17 Веб-сайттагы жана тармактык желедеги сайттардагы маалыматты жаңылаңыз	18 Сүрөт тандаңыз жана маалымат бюллетенинин мазмунун текшерип чыгыңыз	19 Пресс-чай ичүүнү иш бөлмөңүздө өткөрүңүз	20	21
22 Тегерек столду жасоого керектүү болгон акыркы даярдыктарды жасоо	23 Тегерек стол өткөрүү. Адистер менен маек куруу. Пресс-релиздерди чыгарыңыз	24 Тегерек стол басма сөздө канчалык денгээлде чагылдырылып жатканына байкоо жүргүзүңүз. Жаңылыктар сайтында тегерек столдун сүрөттөрүн жайгаштырыңыз	25 Тегерек столго катышкан журналисттер менен байланышыңыз, эгерде керек болсо кошумча маалымат менен камсыздаңыз	26 Маалымат бюллетенин акыркы жолу текшерип анын кагаз бетиндеги көрүнүшүн жасоо	27	28
29 Ай сайын чыга турган маалымат бюллетенин чыгаруу	30 Келерки айга күн белгилөө.					

Пайдалуу булактар

«Адам укуктары жаатында комчулук менен байланышуу» темасындагы семинардын материалдары (2007).

Демократияны жана адам укуктарын өнүктүрүү борбору, **Москва**

<http://www.demokratia.ru/docs/?content=doc&id=11>

Report.ru – Эксперттер коому

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

ММК үчүн жаңы булактар

The Hub: Global Platform for Human Rights Media and Action

<http://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

<http://hrc.berkeley.edu/events/newmachineconference/index.html>

NewEurasia.Net

www.neweurasia.net

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

<http://www.neweurasia.net/resources/>

TOL and neweurasia, Safe Blogging Made Easy, available at

<http://www.neweurasia.net/resources/>

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

<http://www.rsf.org/New-version-of-Handbook-for.html>

Колдонулган адабияттар

American Library Association, «Communications Handbook for Libraries,»
<http://www.ala.org>.

Ассоциация поддержки гражданского общества, *Эффективное продвижение общественных интересов (Адвокаси)*, 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 Marketing,» (орус тилинде чыгарылган варианты бар)
<http://csis.org/programs/human-rights-and-security-initiative/human-rights-russia/resources> (accessed November 2, 2009).

Colorado Nonprofit Association, *Working with the Media Nonprofit Toolkit*, date unknown.

Cravens, Jayne, «Basic Press Outreach for Mission-Based Organizations,» Coyote Communications, March 8, 2009, www.coyotecom munications.com

Diplomacy Training Program, «Working with the Media,» 2001, available at Human Rights Law Resources, 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' Initiatives*, Academy for Educational Development, Zagreb, 2004.

Montana State Library, *Media Training 101*, publication date unknown.

Oxfam and Institute for Education, *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 strategic communications, <http://www.spinproject.org/>

Toolbox for Progressive Communicators <http://www.progressivecommunicators.net/en/toolbox>

USAID Development Outreach and Communications Survival Manual, U.S. Agency 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.

АВТОРЛОР ЖӨНҮНДӨ КЫСКАЧА МААЛЫМАТ



Дженнифер Крофт

Дженнифер Крофт, Америка Кошмо Штатынын Мамлекеттик департаментинде, АКШнын Эл аралык өнүгүү агенттигинде (ЮСАИД), Европадагы коопсуздук жана кызматташтык уюмунда (ЕККУ) эмгектенген, адам укуктары жана демократиялаштыруу маселелери боюнча чоң тажрыйбага ээ адис.

Дженнифер Крофт, Болгариядагы ЮСАИДдин Стратегиялык байланыш миссиясынын жооптуу кызматкери болуп, ошондой эле 4 жыл Борбордук Азия аймагында эмгектенген. Учурда АКШнын Орегон штатындагы Портландта шаарында редактор жана кеңешчи болуп эмгектенүүдө.

КАЗАКСТАН



Вячеслав Абрамов

Эл аралык журналист. 1995-жылдан баштап редактор, парламенттик жана атайын кабарчы, «Интерфакс-Казахстан» пресс агенттигинин директору, «Kazakhstan today» маалымат борборунун редактору, «Тан» телеканалында жаңылыктарды алып баруучу жана «Ретро», «Хабар», «Казахстан радио» радиостанцияларда алпаруучу болуп эмгектенген.

2000-жылдын январь айынан тартып ММК менен натыйжалуу кызматташуу маселелери боюнча 60тан ашык окутуу-машыгууларын өткөргөн (Актау, Алматы, Көкшетау шаарларында), социалдык психология жана ишкер катташуу (Алматы, Астана, Боровое, Усть-Каменгорск, Тараз, Костанай, Степногорск шаарларында), жаңжалдарды алдын-алуу жана чечүү (Алматы, Астана, Боровое, Усть-Каменгорск), стратегиялык пландоо (Алматы, Астана). 2006-жылдын август айынан тартып MediaNet Борборунда кызматкер ал эми 2009-жылдын июль айынан тарта аталган борбордун директору. 2007-жылдын июнь айынан баштап Voice of Freedom Central Asia (Борбордук Азиядагы эркиндик үнү) порталынын шеф-редактору.



Игорь Братцев

1997-жылы Алматыдагы Абай атындагы мамлекеттик университеттин Филология факультетин «Орус тили жана адабияты» адистиги боюнча бүтүргөн. 1995-1996-жж. Казак Республикасынын «Тотем» телекомпаниясында иштеп, автордук документалдык фильмдерди чыгаруу менен алектенген. Андан кийин КТК телеканалында сценарист, программалардын режиссеру жана редактору болуп иштеген. Кийинчерээк

«ХитFM-Хабар» радиосунда маалымат таануу программасынын алып баруучусу болгон.

2004-жылдан баштап бүгүнкү күнгө чейин КРнын телекомпаниясындагы «Хабар» маалымат-публистикалык программасынын сценаристи болуп эмгектенүүдө. Ал «Gazeta.kz» on-line басылмасы, «Мир Евразия» журналы менен тыгыз кызматташат.

2005-жылдын октябрынан баштап MediaNet журналистиканын эл аралык борборунун директорунун орун басары. Эл аралык, бейөкмөттүк, мамлекеттик жана коммерциялык түзүмдөрдүн массалык маалымат каражаттары менен үзүрлүү байланышы боюнча бир топ тренингдерди өткөргөн. Медиа-мектептин туруктуу тренери. Телеберүү багытындагы жана теле жана радио журналистикасы боюнча атайын курстун жетекчиси.



Андрей Гришин

Журналист, «Казакстандагы адам укуктары» электрондук мониторингдин редактору. Казакстан республикалык элдик партиясынын шаардык кеңешинин мүчөсү (партия жабылганга чейин).

Казакстандагы жана чет өлкөлүк басма жана интернет-ММКда жарыяланган 300 дөн ашык макалалардын автору, көбүнчө, саясий жана

укук коргоо тематикаларында (Борбордук Азиядагы эркиндик үнү, Фергана, IWPR, ZonaKZ, Мир Евразии ж. б.) жазылган.

Акыркы 3 жыл аралыгында Казакстандагы адам укуктарынын сакталышы анын макалаларынын негизги темасына айланып калды (тынч жыйындарды өткөрүү эркиндиги, заказ кылынган соттор, саясий мотивдеги көрүнүштөр). Кришнатов кыштагындагы абал боюнча жазылган сериялуу макаланын жана Алматы кичирайондорундагы тургундардын жашоо шартын жана ал жердеги этникалык абалдарды чагылдырган баяндамалардын автору.

КЫРГЫЗСТАН



Акмат Алагушев

1994-жылы Кыргыз мамлекеттик университетинин Юридикалык факультетин «укук таануу» адистиги боюнча бүтүргөн. 1994-жылдан баштап 1996-жылга чейин Бишкек шаарынын Октябрь районунун прокурорунун жардамчысы болуп иштеген. 1996-2000-жылдары прокуратуранын соттук токомдорунун мыйзамдуулугун көзөмөлдөө бөлүмүнүн прокурору, Бишкек шаарынын прокуратурасынын кылмыштуулукту иликтөө бөлүмүнүн прокурору, 2000-2006-жылдары Кыргыз Республикасындагы Internews Network өкүлчүлүгүндө эмгектенген. 2006-жылдан тартып, 2009-жылга чейин «Медиа Өкүлчүлүк Институту» коомдук фондунда юрист катары иштеп, 2009-жылдан баштап – Медианын төрагасы болуп эмгектенет. Ошондой эле, укук коргоо темасындагы көптөгөн макалалардын автору.



Инга Сикорская

Инга Сикорская, Британдык согушту жана тынчтыкты чагылдыруу институтунун (IWPR) Кыргызстандагы өкүлчүлүгүндө, Түркмөнстан жана Өзбекстан боюнча башкы редактор болуп эмгектенет. Бул институт 2006-жылдан баштап Борбордук Азиядагы жанылыктар түрмөгү (NBCA), долбоорун ишке киргизгенден тарта Инга Сикорская жогоруда аты аталган эки өлкөдөгү абалды иликтөөгө адистешип иш алып барууда. Бул долбоор кыска убакыттын ичинде аймактагы жана чет өлкөдөгү окурмандардын кеңири катмарына таанымал болду.

Инга тажрыйбалуу журналист, эки жогорку билимге ээ: журналистика жана юриспруденция тармагында. 1996-жылдан баштап Кыргыз радиосунда кабарчы, андан кийин тележаңылыктардын редактору, саясий баяндамачы, Улуттук теле берүүнүн конституциялык реформа жөнүндөгү коомдук-саясий программасынын автору болуп иштеген.

Кыргызстандагы Интерньюстун өкүлчүлүгү, эл аралык Интернет–басылмалары жана долбоорлору менен аналитикалык материалдардын автору жана Туркменистандагы ММКнын өнүктүрүү максатында Илимий иликтөөлөр жана тажрыйба алмашуулар боюнча кеңеш (IREX) тарабынан жүргүзүлгөн долбоордо медиаэксперт катары кызматташкан.



Абдумомун Мамараимов

Абдумомун Мамараимов, «Voice of Freedom», коомдук фондунун жетекчилигинин төрагасы, «Борбордук Азиядагы эркиндик үнү» порталынын Кыргызстан боюнча редактору, «Эркиндик үнү» коомдук-укуктук гезитинин башкы редактору.

Тажрыйбага бай журналист. 15 жылдык иш тажрыйбасында жөнөкөй кабарчыдан тартып басылманын башкы редакторлугуна чейинки жолду басып өткөн. Согушту жана тынчтыкты чагылдыруу институтунан башка орусиялык «Фергана.Ру» маалымат борборлору менен кызматташат.

АКШдагы, Орусиядагы жана Полшадагы түрдүү эл аралык программаларга катышкан. Тренердик тажрыйбага ээ, ЕККУнун Академиясынын Бишкектеги ММК тармагындагы тренерлер үчүн бир жылдык курсун бүтүрүп, диплом алган. БУУнун өнүктүрүү программасы жана IWPR тарабынан уюштурулган TOT нун сертификатын алган.



Александр Кулинский

Журналисттик карьерасын 1997-жылы баштаган. Штаттан тышкаркы журналист болуп иштөө менен баштап, бир топ телеканалдардын маалымат кызматынын жетекчиси жана басылмалардын башкы редактору болуп иштеген. «Пирамида» телеканалында 8 жылдан ашык эмгектенген. 2000-2004-жылдары коомчулукка белгилүү «Наше время», теледебатын алып барган. 2004-жылы өзүнүн кесиптештери менен бирге жаңы

НТС каналына которулган. Андан кийин «Комсомольская правда в Кыргызстане» жана «Лица» гезиттеринде иштеген. Ал журналистика жаатында ар кандай 15 сыйлыкка татыктуу болгон.

2006-жылдан баштап журналистика жаатында коомдук жана агартуу ишмердүүлүгү менен алектенип келе жатат. Коомдук билдирүүлөрдү жасоонун негиздери, коомчулук менен байланышуу, маалымат-кызматтарынын депутаттыкка, президенттикке талапкер адамдар үчүн, саясий партиялар, бейөкмөт уюмдар, коммерциялык түзүмдөр үчүн иштөө деген темаларда бир катар тренингдерди өткөргөн. Жогорку Кеңештин Байланыш стратегиясын иштеп чыккандардын бири. Коомчулук жана ММК менен байланышуу боюнча бир катар саясатчыларга кеңеш берет.



Бектур Искендер

Бектур Искендер 2007-жылы Kloop.kg порталын негиздеген. Ал порталга жаңылыктарды 15 жаштан 25 жашка чейинки жаш журналисттер гана жарыялашат. Ал журналисттер ошол порталдын алдында уюшулган «Жаңы медиа» мектебинде окушат. Андан сырткары, Kloop.kg Кыргызстандагы эң ири блог платформасы болуп саналат.

Kloop.kg, де редактордук жана тренердик иштен сырткары Бектур Internews Network, «Немецкая волна» компаниялары менен такай кызматташат жана жаңы медиа жана блоггинг боюнча тренингдерди өткөрүүгө көмөктөшөт.

Кыргызстандагы Internews Networkтун тренери, соңку сегиз жыл аралыгында бир миңден ашык тренингдерди өткөргөн.

ТАЖИКСТАН



Марат Мамадшоев

1967-жылы 22-февралда Дүйшөмбү шаарында төрөлгөн. 1991-жылы Тажикстан мамлекеттик университетинин Тарых жана коом таануу бөлүмүн бүтүргөн. Журналистика чөйрөсүнө 1998- жылы келген. Эмгек жолун «Asia Plus» маалымат агенттигинде иштөө менен баштаган. 2000-жылы ушундай эле аталыштагы гезитке кабарчы катары ишке алынган. 2003-жылы гезиттин редактору

болгон. 2004-жылдын июнь айында Internews Network өкүлчүлүгүндө иштей баштаган, 2005- жылы эл аралык Simera уюмунун жетекчиси, ал эми 2006-жылы «Asia plus» гезитинде кайрадан редактор катары ишке киришкен.



Нуридин Каршибоев

1961-жылы төрөлгөн. Мектепте окугандан баштап журналистикага кызыккан. Өзүнүн биринчи кыска макалаларын «Пионери То-чикистон», «Шухрати Ашт» гезиттеринде жарыяланган 1984-жылы Ломоносова атындагы Москва мамлекеттик университетинин Журналистика факультетин аяктаган. Өзүнүн эмгек жолун «То-чикистони совети» деген республикалык гезитте баштаган, ка-

барчы, бөлүмдүн кеңешчиси, чыгармачылык коомдун жетекчиси, башкы редактордун кеңешчиси болуп эмгектенген. Тажикстандын «Ховар» маалымат агенттигинде башкы директордун кеңешчиси. 1998-жылы январь айында «Интер-пресс-сервис» агенттигин негиздеген. Тажикстандагы көз карандысыз массалык маалымат каражаттарынын Улуттук ассоциациясын (НАНСМИТ), түзүүдөгү демилгечилердин бири, ошол ассоциациянын төрагасы. 2002-жылы экинчи мөөнөткө кайрадан шайланган. Массалык маалымат каражаттарын өнүктүрүү тармагында жигердүү эмгектенет. ММК тармагында таанылган эксперт. Бийлик органдарында ММКнын кызыкчылыктарын коргоо боюнча укук коргоо ишмердүүлүгү менен алектенет. Массмедиа облустунда бир катар аймактык жана эл аралык конференциялардын катышуучусу жана уюштуруучусу. Машыктыруучу, алып баруучу катары бай тажрыйбага ээ. 600дөн ашык макалалардын, очерктердин жана илимий докладдардын автору.



Нодира Абдуллаева

Нодира Абдуллаева 2003-жылы Тажикстан укук, бизнес жана саясат мамлекеттик университетинин Юридикалык бөлүмүн бүтүргөн. Ал эми 2007-жылы Польшадагы адам укуктары боюнча жогорку курсун аяктаган. Нодира өзүнүн кесиптик ишмердүүлүгүн 2002-жылы Тажикстан адвокаттарынын Республикалык коллегиясында баштаган.

Башында адвокаттын кеңешчиси катары иштеп, андан соң адвокат болгон. 2003-жылы Нодира «Адам укуктары борбор» (мындан ары АУБ) коомдук уюмунун мүчөсү болгон. 2005-жылдан баштап 2008-жылдын ортолоруна чейин ошол эле уюмдун Тажикстандын Согдия облусундагы уюмунун жетекчиси болуп калган, ал эми 2008-жылдан баштап АУБнун Дүйшөмбү шаарындагы аналитикалык Борборун жетектей баштаган. Учурда Нодира сот жараяндары менен иш алып барууга жана мигранттардын укуктарын коргоого адистешүүдө.

Сатыкка чыгарылбайт!
Не для продажи!
Not for sale!

Кыргыз Республикасындагы IWPR Өкүлчүлүгү

Кыргыз Республикасы, Бишкек шаары., 720017
Тоголок Молдо көчөсү, 18-2
Тел.: +996 312 66 44 53, 61 38 70.
Тел./Факс: +996 (312) 61 38 70
e-mail: iwpr.kyrgyz@iwpr.net

Казакстан Республикасындагы IWPR Өкүлчүлүгү

Казакстан Республикасы, Алматы шаары., 050000
Казыбек бий көчөсү, 50, 2-кабат, 84-кеңсе
Тел.: +7 727 272 59 03, 272 64 21, 272 68 90
E-mail: iwpr.kazakhstan@iwpr.net
(727) 27 25 903
e-mail: iwpr.kazakhstan@iwpr.net
e-mail: iwpr.kazakhstan@gmail.com

Тажикстан Республикасындагы IWPR Өкүлчүлүгү

Тажикстан Республикасы, Дуйшөнбү шаары, 734003
Рудаки көчөсү, 137 «Точикматлубот», 6-кабат.
Тел.: +992 (372) 24 70 26
Тел./Факс: +992 (372) 24 70 51
e-mail: iwpr.tajikistan@iwpr.net



Маалымат коомдогу ар кандай процесстердин жүрүшүнө абдан чоң таасирин тийгизет, бирок бул бийликти ар кандай колдонсо болот. Дүйнөлүк практикада журналисттер жарандардын укуктарын жана кызыкчылыктарын жактоочулар катары чыгышат, бирок биздин өлкөдө алардын көпчүлүгү тек гана байкоочулардын ролун аткарышууда. Ал эми мындай милдетти укук коргоочулар өз колдоруна алышкан. Бул милдетти аткарууда укук коргоочу бейөкмөт уюмдар менен массалык маалымат каражаттары тыгыз кызматташууда болсо жакшы болмок. Ушул өңүттөн алганда, бул колдонмо аталган тармактагы жетишсиз боштуктарды толтурууда мыкты курал болуп саналаарын белгилегим келет.

«Демократия жана жарандык коом үчүн» коалициясынын жетекчиси
Динара Ошрахунова



Укуктук жана демократиялык мамлекет болууну каалаган кайсы өлкөдө болбосун, анын ичинде Тажикстанда да, мамлекеттик бийликтин жана жарандык коомдун негизги милдети же адамдык парзы – ошол мамлекеттердеги жарандарды ал мамлекеттерде кабыл алынган, таанылган жана иштеп жаткан мыйзамдарга ылайык өз укуктарын жана эркиндиктерин коргоого үйрөтүү.

Укук коргоочу бейөкмөт уюмдар үчүн жазылган бул практикалык колдонмо укук коргоо жаатындагы маселелерди чечүүдө тажик коомчулугуна эбегейсиз жардам берет жана өз убугында чыккан, актуалдуу жана керектүү басылма болуп калат деп ишенем.

Тажикстан социал-демократиялык партиясынын лидери, укук коргоочу
Рахмотилло Зойиров



Мындай шартта, укук коргоочунун адистик ишмердүүлүгүндөгү ийгилиги масалык маалымат каражаттары менен өз ара пайдалуу кызматташууну түзүү, журналистти туура тандоо, маалыматты мыкты чагылдыруу жана маалыматты презентациялоодо анын маанилүү жактарына туура басым жасоо жана башка көптөгөн майда бөлүкчөлөрүнө көңүл бөлүү сыяктуу жөндөмүнө жараша болот. Сүйлөшө билүү жана өз оюн туура билдирүүнү өздөштүрүүгө мүмкүн болгон чеберчилик экендиги талашсыз. «Үзүрлүү байланыштар: Укук коргоочу бейөкмөт уюмдар үчүн практикалык колдонмо» басылмасы укук коргоочу бейөкмөт уюмдар менен ММКнын кызматташуусунун натыйжалуу мисалдарын, чогултулган тажрыйбасын камтыйт. Бул колдонмо жаш укук коргоочуларга, ошондой эле тажрыйбалуу бейөкмөт уюмдарына массалык маалымат каражаттары жана бүтүндөй коомчулук менен мамиле түзүү чеберчилигин өздөштүрүүгө көмөк көрсөт. Эң негизгиси укук коргоочулардын зарыл болгон маалыматты издөөгө кеткен баа жеткис убактысын үнөмдөөнү үйрөнүүгө мүмкүндүк берет.

Казакстандагы эл аралык бюронун укук коргоо борборунун жетекчиси
Виктория Тюленева