



**DAVLAT XIZMATHILARINING IJTIMOIV
TARMOQLAR ORQALI HUQUQIV
TARG'IBOTNI AMALGA OSHIRISH
BO'YICHA USLUBIV QO'LLANMA**



**DAVLAT XIZMATCHILARINING IJTIMOIIY TARMOQLAR
ORQALI HUQUQIY TARG'IBOTNI AMALGA OSHIRISH
BO'YICHA USLUBIY QO'LLANMA**

UMUMIY QOIDALAR

So'nggi yillarda mamlakatimizda aholining huquqiy ongi va madaniyatini yuksaltirish, qonun hujjatlarini aholiga va ijrochilarga yetkazish, norma ijodkorligi va yuridik xizmatlarni takomillashtirish bo'yicha muhim chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda.

Shu bilan birga, davlat xizmatchilarining aholiga qonun hujjatlarining mazmun-mohiyatini yetkazib berish borasidagi huquqiy targ'ibot tadbirlarini amalga oshirish borasidagi ishlari alohida e'tiborga loyiq.

Jumladan, 2022-yil 14-oktabrda O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 595-sonli qarori asosida Davlat fuqarolik xizmatchilari odob-axloqining namunaviy qoidalari tasdiqlandi. Ushbu qoidalarda davlat xizmatchilarining huquqiy targ'ibot tadbirlarini amalga oshirishda hamda OAV va jamoatchilik bilan o'zini tutish qoidalari ham belgilab berildi.

Ushbu Qoidalar talablariga asosan, davlat xizmatchilari ommaviy axborot vositalari bilan o'zaro hamkorlik qilishi, davlat organlari va tashkilotlarining faoliyatini ommaviy axborot vositalarida yoritilishiga ko'maklashishi kerak.

Davlat siyosati yoki davlat organlari va tashkilotlari faoliyati to'g'risidagi ommaviy bayonotlar davlat organlari va tashkilotlari rahbari yoki mazkur yo'nalish bo'yicha vakolatli mansabdor shaxs tomonidan amalga oshiriladi.

Davlat xizmatchilari tomonidan quyidagi hollarda ommaviy bayonot berilishi mumkin emas:

- ommaviy bayonot matni va mazmuni davlat siyosati yoki davlat organlari va tashkilotlari faoliyatiga aloqador bo'lmasa;
- ommaviy bayonotda keltiriladigan axborotlar davlat sirlari bilan bog'liq bo'lsa;
- ommaviy bayonot boshqa davlat organlari va tashkilotlari nufuzini pasaytirish yoki ularning mansabdor shaxslarini kamsitishga yo'naltirilgan bo'lsa.

Davlat xizmatida jamoatchilik nazoratini ta'minlash maqsadida jamoatchilik tomonidan davlat organlari va tashkilotlari faoliyatiga oid ayblov yoki tanqid bildirilgan taqdirda, davlat organlari va tashkilotlari unga nisbatan bildirilgan ayblov yoki tanqidga ommaviy izoh yoxud raddiya berishi lozim.

Agar ommaviy bayonotda fuqarolarning sha'ni hamda qadr-qimmatini kamsitadigan iboralar bo'lsa, davlat xizmatchisi o'z fikrlarining yanglishligi yoki noto'g'riligini tan olishi hamda sha'ni, qadr-qimmatiga va ishchanlik obro'siga daxl qilingan fuqarodan, agar qonun hujjatlarida boshqa oqibatlar nazarda tutilmagan bo'lsa, kechirim so'rashi shart.

Yuqoridagi Qoidalar talablariga rioya etish huquqiy targ'ibotlar hamda bayonotlarni sifatli amalga oshirish bilan bir qatorda, fuqarolar va jamoatchilik oldida davlat xizmatchisining sha'ni va qadr-qimmatini saqlash uchun xizmat qiladi.

IJTIMOYIY TARMOQLARDA HUQUQIY TARG'IBOTLARNI AMALGA OSHIRISH ZARURATLARI

Islahotlar davrida xalq bilan muloqot asosiy qadriyatlardan biri sifatida belgilandi. Shunday sharoitda ijtimoiy tarmoqlar jamoatchilik fikrini o'rganish, shuningdek, turli muammolardan xabardor bo'lishda beqiyos ahamiyat kasb etdi.

Majburiy mehnat, inson huquqlari, ta'lim, sog'liqni saqlash, bola huquqlari kabi masalalarda ko'plab ijobiy o'zgarishlar qilinishi, ilg'or qadamlar qo'yilishida aynan ijtimoiy tarmoqlarning hissasi katta bo'lganini e'tirof etish joiz.

Shuningdek, ijtimoiy jihatdan ahamiyatli turli tadbirlarning tashkil etilishi, xayriya aksiyalari, kitobxonlik musobaqalari o'tkazilishi, ko'ngillilar hamjamiyatlari tuzilishi, qiyin ahvolga tushib qolgan kishilarga yordam qo'li cho'zishi – bularning bari ijtimoiy tarmoqlarning fuqarolik jamiyati qurishda katta ahamiyatga ega bo'lgan platforma ekanini ko'rsatib turibdi.

Shu bilan birga, ijtimoiy tarmoqlar orqali turli tahdidlar va noqonuniy chaqiriqlar ham yangrayotganini, ijtimoiy tarmoqda foydalanuvchilar so'z mas'uliyati, axborot tarqatishning huquqiy me'yorlarini bilmagan holda harakat qilayotganliklarini ham, afsuski, ko'p kuzatyapmiz.

Ayni shu o'rinda davlat xizmatchilarining ijtimoiy tarmoqlardan foydalanishida e'tibor qaratish lozim bo'lgan bir qator masalalar bor.

Ijtimoiy tarmoqlar orqali qonunlarga bo'ysunmaslikka, sanksiyalanmagan ommaviy yig'inlar o'tkazishga fuqarolarni ommaviy ravishda da'vat etish, aholi orasida vahima va davlat organlariga nisbatan ishonchsizlik tuyg'ularini yoyish hamda jamiyatda beqarorlikni keltirib chiqarish maqsadida to'qib chiqarilgan yolg'on xabarlar keng tarqalmoqda.

Axborot to'g'risidagi barcha qonun hujjatlarida zo'ravonlik va shafqatsizlikni targ'ib qilish qat'iy taqiqlangan.

Shu o'rinda bu boradagi qonun hujjatlari normalarini eslatib o'tamiz.

"Axborotlashtirish to'g'risida"gi Qonunning 12-moddasiga asosan veb-saytning va (yoki) veb-sayt sahifasining egasi, shu

jumladan blogger hamma erkin foydalanishi mumkin bo'lgan axborot joylashtiriladigan Internet jahon axborot tarmog'idagi o'z veb-saytidan va (yoki) veb-sayt sahifasidan zo'raonlik va terrorizmni targ'ib qilish maqsadlarida foydalanilishiga yo'l qo'ymasligi shart.

"Axborot erkinligi prinsiplari va kafolatlari to'g'risida"gi Qonunning 15-moddasida davlatning axborot borasidagi xavfsizligini ta'minlash yo'llaridan biri sifatida zo'raonlikni, shafqatsizlikni targ'ib qiluvchi g'oyalarni o'z ichiga olgan axborot tarqatilishiga qarshi harakatlar qilish ekanligi mustahkamlangan.

Kelajak avlodni zo'raonlik va shafqatsizlik ta'siridan himoya qilishga qaratilgan maxsus "Bolalarni ularning sog'lig'iga zarar yetkazuvchi axborotdan himoya qilish to'g'risida"gi Qonun qabul qilindi.

Bu borada Ma'muriy javobgarlik to'g'risidagi kodeksga 189^o va Jinoyat kodeksiga 130^o moddalar kiritilib, zo'raonlikni yoki shafqatsizlikni targ'ib qiluvchi mahsulotni tayyorlash, olib kirish, tarqatish, reklama qilish, namoyish etish uchun javobgarlik belgilangandi.

Ijtimoiy tarmoqlarning paydo bo'lishi butun dunyoni ikki qismga bo'lib yubordi: onlayn va offlayn. Ular yordamida musiqa tinglash, kitob o'qish, suratlar tomosha qilish va boshqa ko'plab ishlarni bajarish mumkin. Bir so'z bilan aytganda, ijtimoiy tarmoqlar hayotimizni ancha osonlashtirish barobarida ular bizni o'ziga yanada kuchliroq jalb etmoqda.

Keling, endi ayrim chegaralardan biz shu paytga qadar ommalashgan ayrim ijtimoiy tarmoqlar va messenjerlarga qisqacha ta'rif berib, ularda targ'ibotlarni qanday olib borish haqidagi tavsiyalarimizni berib o'tsak.

FACEBOOK

Facebook tarmog'i bugungi kunda ikki milliarddan ortiq a'zosi bilan dunyodagi eng yirik ijtimoiy tarmoq bo'lib turibdi. U foydalanuvchilar uchun o'zi haqida suratlar va ma'lumotlar berish, do'stlarni taklif qilish, ular bilan xabar almashish, o'zining va boshqalarning "devor"larida xabar qoldirish, "tasma"da aylanayotgan suratlar va materiallarni izohlash, turli soha va qiziqishlardan kelib chiqqan holda guruhlar yaratish imkonini beradi.

O'zbekiston sharoitida Facebook orqali materiallarni tarqatish yaxshi samara berishi mumkin. Facebook nafaqat biror ma'lumotni qoldirish, balki u haqda boshqalarning fikrini, izohlarini o'rganish uchun ham ancha qulay. Har bir xabarga munosabat bildirish imkonining borligi huquqiy sohadagi biror bir o'zgarishni jamoatchilik qanday qabul qilayotganini bilishda muhim o'rin tutadi.

Facebookda targ'ibot olib borish uchun avvalo sahifani ommalashtirish kerak bo'ladi. Sanoqli foydalanuvchi bilan maqsadga erishib bo'lmaydi.

Shu bois, avvalo, ushbu ijtimoiy tarmoqning boshqalardan farqli tomonlarini yaxshilab o'rganish kerak bo'ladi.

1. Akkauntga nom tanlash.

Gazetada "sarlavha – yarim maqola" degan gap bor. Bu an'ananing ijtimoiy tarmoqqa ham aloqasi bor.* Siz sahifani ochganingizdan keyin boshqalarga do'stlik taklifi yuborasiz yoki Facebook avtomatik tarzda bu sahifani tavsiya qilishi mumkin. Odatiy shablon nomlar – "inson va huquq", "huquqiy bilimlar", "huquqiy maslahatlar" kabi nomlar bir qarashda e'tiborni tortmaydi. Foydalanuvchilar "do'stlik taklifi"ni sahifaning nomini ko'riboq, o'tkazib yuborishi mumkin. Shunday ekan, sahifaning maqsadini o'ziga xos tarzda ifodalaydigan nom qo'yilsa, o'z-o'zidan "do'stlar" ham, obunachilar ham ortishi mumkin. Masalan, "tekin advokat", "bepul huquqiy maslahat", "siz uchun muhim" va hokazo.

2. Muqova va profil

Kitob yoki jurnalning muqovasi uning xaridorgirirligini ta'minlaydi. Facebook sahifasida ham "muqova" alohida o'rin tutadi. Odatda alohida shaxslar o'z uxi, o'zi yashaydigan shahar yoki ishxonasining rasmini "muqova"ga qo'yadi. Sahifaning maqsadi huquqiy targ'ibot ekan, demak, shunga mos, qiziqarli rasm qo'yilishi kerak. Profil surati ham muqovani to'ldirib, uni mazmunan boyitishi, shu bilan birga odamlarni qiziqtirishi kerak.

3. "O'zingiz haqingizda"

Facebook profilida ana shunday bo'lim borligini bilasiz. Ko'pchilik taklifni qabul qilish yoki taklif yuborishi, shuningdek sahifangizga

obuna bo'lish uchun ana shu bo'limga kirib o'qib ko'radi. Shu bo'limda sahifaning maqsadi aniq, lo'nda va tushunarli tarzda bayon qilinishi kerak. Unutmang, Facebook foydalanuvchisi sizning sahifangizdan Siz uchun emas, o'zi uchun qiziqarli ma'lumotni topishni istaydi.

4. Kontent. (Publikatsiyalar)

Sizning sahifangizga tasodifan kirib qolgan foydalanuvchi "ilk qadami"dan shu sahifaga bog'lanib qolishi kerak. Shu sababli har bir post, har bir publikatsiyaning qiziqarli, o'qishli, ommabop bo'lishiga harakat qilish kerak. Imkon qadar Sizning sahifangizda begonalar o'z postlarini joylashi, "bo'lilishi"ga yo'l qo'ymasligingiz kerak. Buning uchun profildagi maxsus xizmatdan foydalansa bo'ladi.

Har bir post xatosiz, sodd, aniq va to'g'ri bo'lishi kerak. Imkoni boricha, infografika, fotosurat, roliklardan foydalanish yaxshi. Chunki, aksariyat foydalanuvchilar voqelikni vizual qabul qilishni afzal ko'radi. Ya'ni, o'qishni emas, ko'rishni xohlashadi. Shu sababli qaysidir qonun yoki qaror matnini sahifaga joylash yoki tegishli saytga havola (link) berish bilan maqsadga erishish qiyin.

Materiallar qanday bo'lishi kerak?

1. Qonun, qaror yoki tarmondan to'g'ridan to'g'ri iqtibos yoki ko'chirma keltirishdan qochish kerak. Chunki bunday matnlarni huquqiy saytlardan ham bemalol topsa bo'ladi.

2. Agar material matn ko'rinishida bo'lsa, u imkon darajasida qisqa, aniq va tushunarli bo'lishi kerak. Biroq ayrim huquqiy yangiliklar mohiyatini tushuntirish uchun ancha so'z kerak bo'ladi. Shu sababli, har bir yangi tartib yoki qoidani alohida, misollar bilan tushuntirish kerak.

Masalan: Endi siz o'iy o'quv yurtida o'qish uchun shartnoma pulini to'rtga bo'lib to'lashingiz mumkin.

Ushbu yangilik haqida batafsil ma'lumot olishni istaganlar uchun biror so'z ortiga havola joylashtiriladi. O'quvchi qo'shimcha ma'lumotni kerakli saytdan bilib olishi mumkin.

Matn imkoni boricha, o'quvchiga murojaat tarzida, uning shaxsiy manfaatlaridan kelib chiqqan holda tuzilishi kerak. Uchinchi shaxsga qaratilgan matn o'quvchining e'tiborini kamaytiradi.

3. Agar material audio ko'rinishda bo'lsa, ma'lumot chiroyli ovozda, aniq, tushunarli tarzda o'qib berilgan bo'lishi kerak. Ovozda bir xillik tinglovchini zeriktiradi. Shu bois, matn ifodali, ohang bilan o'qilishi maqsadga muvofiq.

4. Infografika ko'rinishidagi yangiliklar turli rasmlar, piktografik shakllar, shartli belgilar yordamida berilgani ma'qul. Bunda harflar ko'zni charchatmaydigan, belgilar aniq ma'noni ifodalashi kerak. Infografikada xabar yoki yangilikning maqsadi, mazmun-mohiyati aniq ko'rinib turishi kerak.

5. Videoroliklar juda samarali usul. Ammo, megabayt sarflab internetga kiradigan foydalanuvchilar tejamkorlik nuqtayi nazaridan katta formatdagi fayllarni yuklashni uncha xushlashmaydi. Bundan tashqari internet tezligi past bo'lgan chekka hududlarda bitta videoxabarni ochish uchun uzoq vaqt kerak bo'ladi. Ammo, internet tezligi yuqori bo'lgan, wi-fi o'rnatilgan hududlarda videoroliklarning ta'sirchanligi ortadi.

Zohlar bilan qanday ishlanadi?

Izohlar Sizing publikatsiyangiz odamlarda qay darajada qiziqish uyg'otayotganini ko'rsatadi. Ijroiy mazmundagi izohlar, layklar, e'nodzilarni ko'pchilik yoqtiradi. Ammo, unutmang, hammaga birdek yoqish qiyin.

- shu bois salbiy izohlardan qo'rqmang;
- imkon boricha har bir izohga o'z munosabatingizni bildiring;
- hatto tanqidiy fikrlar ham, agar siz ularni asosli deb hisoblasangiz layk bosing;
- e'tirozlarga javobingiz bo'lsa, xushmuomalalik bilan o'z asoslaringizni ko'rsating;
- agar e'tiroz o'ta qo'pol tarzda bildirilgan bo'lsa, postingiz ostida izoh egasi bilan tortishmang. Uning shaxsiy "chat"i (lichka)ga fikringizni bosqlik bilan tushuntirishga urining;
- bahslashish madaniyatidan yiroq odamlar bilan tortishishning foydasi yo'q. Shunchaki, ularni bloklang va unuting;
- Sizing postingizda kimdadir tushunmovchilik uyg'otgan bo'lsa, albatta izoh ostida o'z javobingizni qoldiring. Javobingiz savol egasining shaxsiy hayoti bilan bog'liq bo'lsa, bu haqda uning

o'ziga "lichka" orqali yozganingiz ma'qul;

- o'zingiz qo'ygan post yoki izohga o'zingiz layk bosishdan qoching;

- ko'pchilik o'z fikri boshqalarga tushunarliroq bo'lishi uchun ko'cha tilidagi, boshqa tillardagi yoki shevadagi so'zlardan foydalanadi. Bu ehtimol ko'pchilikni jalb qilishi mumkin. Ammo til me'yorlarini buzishga haqqingiz yo'q. Sof adabiy tilda ham fikrni bema'lol tiniq, hamma uchun tushunarli tarzda bayon etish mumkin.

EHTIYOT BO'LING!

- huquqiy materiallarni berishda har bir hujjatning ayni paytda amalda ekaniga aniq ishonch hosil qiling!

- har bir huquqiy ma'lumotni berishda ishonchli huquqiy saytda joylangan tegishli hujjatga havola bering!

- tilning imlo va uslubiy qoidalariga qat'iy rioya qiling. Har qanday matn yoki so'zlarni jiddiy tekshirib keyin tarmoqqa joylang!

- videorolik yoki fotosuratlarda aks etgan shaxslarning roziligini albatta oling. Aniq manbadan olingan materiallar bundan mustasno!

- materiallarda boshqalarning ijod namunalaridan foydalangan taqdirda mualliflik huquqi talablariga e'tibor bering. Boshqa saytlardan yoki ijtimoiy tarmoqlardagi ma'lumotlardan foydalansangiz, manbani aniq ko'rsating yoki havola bering!

INSTAGRAM

Instagramning boshqa ijtimoiy tarmoqlardan farqi shundaki, u yerda ma'lumotlar asosan pozitiv yo'sinda taqdim qilinsa, yaxshi ommalashadi. Chunki instagram ko'pincha go'zal, muammosiz, yorqin hayotni ko'rsatadigan tarmoq.

Shu sababli instagramda targ'ibot vizual jihatdan chiroyli, mazmunan pozitiv bo'lishi kerak.

1. Instagramda, o'zingizga ma'lumki, kontentlar asosan foto va video shaklida bo'ladi. Matnlar esa shu foto-videomateriallar ostida tagso'z shaklida ko'rinadi. Shu sababli instagramda targ'ibot qilish uchun vizual kontent bilan yaxshi ishlash, uni yorqin va e'tiborni jalb qiladigan tarzda taqdim etish kerak.

2. Siz istagan emas, o'quvchilar istagan ma'lumotni berishingiz

kerak. Buning uchun folloverlaringizning qiziqishlari, xohish-istaklarini bilishingiz, targ'ibotni shunga yo'naltirgan holda amalga oshirishingiz lozim. Buning uchun Instagramda turli so'rovnomalar tashkil qilishingiz mumkin.

3 Qancha ko'p taklif bersangiz, shuncha ko'p olasiz. Ya'ni o'quvchilaringizga qadrli kontentlarni taqdim eting, ularning murojaatlariga javob bering, maslahatlar bering, xullas, muhokamalarda faol bo'ling. Shunda ko'proq o'quvchilar e'tiboriga tushasiz.

4 Hamkorlikni kuchaytiring. Ya'ni huquqiy ma'lumotlar bilan ishlaydigan barcha huquqni muhofaza qiluvchi organlar, xabar saytlari, blogerlar va jurnalistlar bilan yaqin aloqa o'rnatng.

5 Xeshteglardan umumli foydalaning. Xeshteglar berayotgan materialingizni ko'proq odam ko'rishiga yordam beradi. Bunda ikki yo'l bor: yoki shu paytgacha mashhur, ommalashgan xeshtegni qo'yasiz, yoki o'zingiz o'z original xeshteg o'ylab topib, uni ommalashtirasiz. Olaylik, konstitutsiya kuni aralasida targ'ibot qilayotganda yangi xeshteg o'ylab topgandan. #konstitutsiya degan shundoq ham mashhur xeshteg ostida material bergan ma'qul. Lekin siz o'zingizning yangi g'oyangizni xeshteg orqali ommalashtirmoqchi bo'lsangiz, masalan, o'zbek tili bayrami haqida ommaga ma'lum qilmoqchi bo'lsangiz, #til_bayrami xeshtegini kiritib, barcha materiallarni shu xeshteg bilan bersangiz bo'ladi. Xeshteg – bu bir katta sarlavha. Materiallarni turkumlashtiruvchi o'zakdir. Keyin kimki qidiruv saytlari yo ijtimoiy tarmoqda shu xeshtegni qidiruvga bersa, sizning materiallaringiz chiqib kelaveradi.

6 Hamkorlar bilan tadbirlar o'tkazing. Masalan, biron hujjat haqida targ'ibot qilish uchun folloverlari ko'p vilduzlar, blogerlar bilan aloqaga chiqib, ular ishtirokida instagramda onlayn tadbir, hamkorlikdagi loyihalar qilsangiz, sizni ko'proq odam ko'radi.

7 Tanlovlar o'tkazing. Odamlar tanlovlarni yaxshi ko'rishadi. Ayniqsa unda qimmatbaho sovg'alar yutib olish mumkin bo'lsa. Instagram buning uchun katta imkoniyatlar beradi. Tanlovlar sizning profilingizni muhokamalar markaziga olib chiqadi.

8. "Storis" xizmatidan faolroq foydalaning. Instagramning "stois" funksiyasi kontentlarni qisqa muddatga (24 soat) ushlab turadi va u yerga joylangan kontentlarni ko'proq odam ko'rish bilan foydalidir.

Shu sababli storisga kichik hajmdagi videolar, bir nechta suratlarni turli xeshteglar bilan joylab borsangiz, profilingizga qiziqish ortadi.

9. O'quvchilar boshqalarga ham ulashishni istaydigan kontent yarating. Profilingizdan "ulashish" funksiyasini qanchalik ko'p ishlatsalar, siz haqingizda shunchalik ko'p bilishadi Instagram lentasida ham ko'proq ko'rinasiz va folloverlar siz tomon oqadi.

TELEGRAM

Telegram mesendjeri onlayn muloqotning eng qulay vositasi sanaladi. Telegram-guruhlar ham bugungi kunda O'zbekiston media-makonida eng asosiy axborot manbalaridan biri bo'lib qolmoqda. Uning telegram-kanaldan farqi guruh a'zolarining har biri o'zi tayyorlagan yoki bosh manbalardan olgan ma'lumotni e'lon qilishi mumkin.

Albatta, guruhda har xil saviyadagi, har xil qarashdagi insonlar bo'lishi mumkin. Shu bois uni mavzu jihatidan boshqarish, materiallarni muayyan "filtr"dan o'tkazishning imkoni yo'q. Shunday bo'lsa-da, guruhning a'zolari tomonidan fikrlar oqimini yo'naltirib turish mumkin. Chunki, guruhda asosiy mavzudan chalg'ish (yoki chalg'itish) ancha oson. Guruh "admin" (ma'mur)i tomonidan ishtirokchilarning fikrlariga ma'lum izoh yoki munosabat bildirgan holda asosiy e'tiborni maqsadga – qonunchilik targ'ibotiga qaratish o'z samarasini beradi.

Masalan, ma'lum bir ta'lim maskani o'quvchi yoki talabalari ishtirokida "huquqiy savodxonlik" guruhini tashkil qilasiz. Guruh a'zolari undan chiqib ketmasligi uchun imkon qadar qiziqarli roliklar, suratlar, mem yoki "qanotli iboralar", ta'sirchan hikmatlar berib borish mumkin.

Telegram-kanalni muvaffaqiyatli yuritish uchun tavsiyalar

1. Avvalo maqsadli auditoriyangizni – kim uchun va nimalarni targ'ib qilmoqchi ekaningizni va buni qanday amalga oshirishni oldindan belgilab oling.

2. Auditoriyaning yoshi, qiziqishlari, jinsi, ma'lumotiga e'tibor qarating. Siz aholining turli qatlamlarini qamrab olmoqchisiz. Demak, siz berayotgan ma'lumotlar barcha qatlam vakillari uchun qiziq va tushunarli bo'lishi kerak.

3. Kanalning o'ng yuqori burchagidagi 3 nuqtani kursor bilan bossangiz, "informati o kanali" (kanal haqida axborot) degan joyi chiqadi. Siz kanal o'quvchilarga nima berishi haqida qisqacha ma'lumot yozib qo'ying

4 Agar telegram-kanalda tahliliy maqolalar bermoqchi bo'lsangiz, uni uzundan-uzoq kirish qismi bilan boshlamang. Birinchi jumla odatda maqolaning taqdirini hal qiladi. Eng asosiydan boshlang va qiziqarli bayon eting.

5 Kanal haqida ma'lumotlarni kanalning o'zida tez-tez takrorlab turing, chunki yangi obunachilar yoki "mehmonlar" "arxiv"ni titib o'tirmasligi mumkin.

6 Ko'pincha sizning kanaligizni "telegram"ning qidiruv xizmati orqali topib olishadi. Shu bois kanalga nom tanlashda ko'pchilik qidiruvga beradigan, hamma uchun tanish so'zlardan foydalaning.

7 Fikrlarni sodda, tiniq bayon eting. Imkon qadar uslubiy va imloviy xatolarga yo'l qo'ymang.

8 Kanaligizni o'zingizga tanish bo'lsa, ko'pchilik foydalanadigan resurslar, guruhlar va kanallar orqali targ'ib qilishdan to'xtamang. Bu foydalanuvchilar salining kengayishini ta'minlaydi.

9 E'lon qilinayotgan har bir ma'lumotga rasm, kollaj yoki fotosurat berib borishga harakat qiling. Quruq matn e'tiborni tortmasligi mumkin.

10. Kanal orqali tez-tez turli mavzularda so'rovnomalar o'tkazib turing. Bu ham odam jamlashning yaxshi usuli. Buning uchun kanaligizning o'ng yuqori burchagidagi 3 nuqtani bosib, "so'rovnoma yaratish" (sozdat opros) bo'limini belgilash orqali istalgan mavzuda so'rov o'tkazish mumkin.