



ZAMONAVIY JAMIYATLARDA PR TEXNOLOGIYALAR TARAQQIYOTNING BOSH OMILARIDAN BIRI SIFATIDA

Isropilov Murodjon

Mirzo Ulug'bek nomidagi O'zbekiston

Milliy Universiteti o'qituvchisi

e-mail: m.isropilov@nuu.uz

Annotasiya: Ushbu maqola PR texnologiyalar tushunchasi va mohiyatini o'rganishga bag'ishlangan. Public Relations atamasi uning belgilari va mezonlari taxlil qilindi. O'zbekistondagi PR texnologiyalarini amaliyotda qo'llash G'arb tizimidan sezilarli farq qiladi. PR faoliyatining maqsadi PR sub'yekti va ob'yekti o'rtasidagi munosabatlarni ishonchli ma'lumotlar asosida takomillashtirish va mustahkamlashdir. Buning uchun jamoatchilik bilan ishlovchi mutaxassislar PR kompaniyalarni tashkil etish va o'tkazish zarurdir. PR texnologiyalarining asosiy vazifasi bu jamiyat taraqqiyotiga ijobiy qilishdan iboratdir.

Kalit so'zlar: PR-texnologiyalar, mohiyat, xodisa, jarayon, fikr, texnologiya, boshqarish, ta'sir, faoliyat, aloqa, ma'lumotlar, PR-faoliyat, jamoatchilik fikri, axborot globallashuvi, axborot-kommunikasiya texnologiyalari.

PR-ТЕХНОЛОГИИ КАК ОДИН ИЗ ОСНОВНЫХ ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

Исропилов Муроджон

Преподаватель Национального Университета

Узбекистана имени Мирзо Улугбека

e-mail: m.isropilov@nuu.uz

Аннотация: Статья посвящена исследованию понятия и сущности пиартехнологий. Определен термин Public Relations, проанализированы признаки и критерии пиар-технологий. Отмечено, что практическое применение PRтехнологий в Узбекистане значительно отличается от западной системы. Целью PRдеятельности является улучшение и упрочение на основе правды и достоверной информации доверительных отношений между субъектом и объектом PR. Для этого специалистам работающими с молодёжными организациями необходимо организовывать и проводить PR-кампании. Основная задача PR-технологий заключается во влиянии на мнения и поступки молодёжи.

Ключевые слова: PR-технологии, сущность, явление, процесс, мнение, технология, управление, влияние, деятельность, коммуникация, информация, PR-деятельность, общественное мнение, информационная глобализация, информационно-коммуникационные технологии.



PR TECHNOLOGIES AS ONE OF THE MAIN FACTORS OF DEVELOPMENT IN MODERN SOCIETIES

Isropilov Murodjon

*Lecturer at the National University
Uzbekistan named after Mirzo Ulugbek
e-mail: m.isropilov@nuu.uz*

Annotation: *The article is devoted to the study of the concept and essence of PR technologies. The term Public Relations is defined, the signs and criteria for PR technologies. It is noted that the practical application of PR technologies in Uzbekistan differs significantly from the Western system. The purpose of PR activities is to improve and strengthen on the basis of truth and credibility information of trust relationships between the subject and the object of PR. For To this end, specialists working with youth organizations need to organize and run PR campaigns. The main task of PR technologies is to influence the minds and actions of young people.*

Keywords: *PR technologies, essence, phenomenon, process, opinion, technology, management, influence, activity, communication, information, PR activities, public opinion, information globalization, information and communication technologies.*

Zamon shiddat bilan rivojlanib borar ekan, inson va uning qadri masalasi yanada kuchliroq e'tibor talab etayotgani hechkimga sir emas. Bugungi kunda Jamoatchilik fikrini o'rganish o'zaro aloqalarda muxim me'zon xisoblanadi. Albatta, jamoatchilik bilan aloqalar jamiyat taraqqiyotiga xizmat qiladi. Darxaqiqat mamlakatimizda olib borilayotgan islohotlarning tub mohiyati ham inson va uning qadri masalasini o'z diqqat markazida turibdi. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldagi PF-4947-son "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida"gi 2017 yil 8 sentabrdagi PF-5185-son "O'zbekiston Respublikasida Ma'muriy islohotlar konsepsiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi 2018 yil 4 maydagi PF-5430-son "Mamlakatni demokratik yangilash jarayonida fuqarolik jamiyati institutlarini rolini tubdan oshirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarori va soxaga oid boshqa me'yoriy-huquqiy xujjatlarda belgilangan vazifalarni amalga oshirish jarayonlari o'z navbatida jamoatchilik bilan aloqalarning yanada takomillashishiga sabab bo'lmoqda. Bugungi kunda mamlakatimizdagi deyarli barcha idora va tashkilotlarning faoliyatlari jamoatchilik bilan aloqalar asosida rivojlanmoqda. Bizga ma'lumki, jamoatchilik bilan aloqa texnologiyalari PR (public relations) ommaviy ongga ta'sirining ma'lum bir o'ziga xos xususiyatiga ega. Jamoatchilik bilan aloqa vositalari optimistik kayfiyatga ega bo'lib, u kelajakka intilib yashaydi, ular o'rtasidagi qurilgan muvaffaqiyatli kommunikasiyalar jamiyatning normal rivojlanishiga va odamlarni hokimiyatdan begonalashtirish ta'sirini to'xtatishga yordam beradi. PR ning asosiy vazifalari alohida odamlarga jamiyatda



harakat qilish, to'g'ri ma'lumot olish va jamiyatning barqaror rivojlanishini belgilaydigan ommaviy ongini shakllantirishga yordam berishda xizmat qiladi [1]. PR texnologiyalar savdo-sotiq bozor munosabatlari iqtisodiy ijtimoiy hayot va siyosat bilan chambarchas bog'liq, chunki fuqarolarning hayoti va farovonligi ularga bevosita bog'liqdir. Ijtimoiy munosabatlarning ushbu eng murakkab va xilma-xil turi ijtimoiy reklamadan, shuningdek PR ning boshqa sohalaridan tegishli reklamadan farq qiladi. Masalan, yong'in xizmati va Favqulodda vaziyatlar vazirligining qutqaruv xizmatini birlashtirish niyati jamoatchilikning yangi xizmatga bo'lgan ishonchini oshirish uchun ishlab chiqilgan. Ma'lumki, aholi Favqulodda vaziyatlar vazirligining davlat qutqaruv xizmatiga ko'proq ishonadi. Ishonchni mustahkamlash umuman Pr ning asosiy maqsadidir. O'z navbatida, PR tashkilot va jamiyat munosabatlarini uyg'unlashtirish, aholining ommaviy ongida o'z hukumatiga bo'lgan ishonchni shakllantirish — mamlakatning tinch va xavfsiz hayotining kafolatlaridan biri bo'lib xizmat qiladi desak mubolog'a bo'lmaydi. Jamoatchilik bilan aloqalar, birinchi navbatda, fikr-mulohazalarni olish bilan bog'liq: jamoatchilikdan tashkilotga va uni faqat ommaviy axborot vositalari yordamida xabardor qilish yemas. PR texnologiyalar, shu jumladan xayriya, uzoq muddatli ijtimoiy dasturlardan foydalangan holda kompaniyaning ijobiy imidjini yaratish va saqlashga yordam beradi. Ko'pgina xorijiy kompaniyalar PR texnologiyalari yordamida o'z tuzilishining jozibali qiyofasini yaratishga katta e'tibor berishadi. Keng ko'lamlı marketing tadqiqotlarini o'tkazish, ijtimoiy yo'naltirilgan dasturlarning butun majmuasini ishlab chiqish va amalga oshirish uchun jamoatchilik bilan aloqalar sohasida yuqori maoshli mutaxassislarni jalb qilishga katta mablag' sarflanmoqda. Va bu harakatlar oqlanadi albatta. Ular kompaniya va tashkilotning reytingini oshirishga imkon beradi, umuman uning faoliyatiga ijobiy baho berishga, jamoat manfaatlarining paydo bo'lishiga, shuningdek, hokimiyat organlarining barqarorlik va farovonlikka hissa qo'shadi. Masalan, xayriya mablag'lari yoki moddiy boyliklarni beg'araz o'tkazish shaklida muhtojlarga yordam ko'rsatishni o'z ichiga oladi. Ushbu usul o'zlarining ijtimoiy mavqeiga e'tibor beradigan deyarli barcha kompaniyalar tomonidan qo'llaniladi. Uning afzalligi shundaki, u ko'p vaqt talab qiladigan tashkiliy va jiddiy intellektual harakatlarni, shuningdek, katta vaqt xarajatlarini talab qilmaydi. Bunday harakatlar natijasida kompaniya maqsadli auditoriyaning e'tiborini qozonishga va kompaniya haqida gapirish uchun qo'shimcha ma'lumot sababini yaratishga muvaffaq bo'ldi. Ushbu texnologiyaning kamchiliklari shundaki, u sizga keng auditoriyaga ta'sir o'tkazishga imkon bermaydi. Aksiyada bevosita ishtirok yetmaydigan odamlar buni qadrlay olmaydilar, chunki ular haqiqatan ham ko'rsatilgan xayriya yordamining samarasini sezmaydilar. Bunday PR harakati tomonidan ishlab chiqarilgan effektning past darajasi, shuningdek, unda yangilik yo'qligi bilan bog'liq. Aksariyat fuqarolar xayriya ishlarini odatdagidek qabul qilishadi. Ularning fikriga ko'ra, muvaffaqiyatga erishgan yoki erishmoqchi bo'lgan kompaniya bu faoliyat bilan shug'ullanishi shart.



Jamoatchilik bilan munosabatlarning yana bir o'ta muhim vazifasi-bu jamoatchilik haqidagi bilimlarga asoslangan ma'naviy ehtiyojlarni shakllantirish va natijada ma'naviy qadriyatlarni ishlab chiqarishni rag'batlantirishdir. Agar iste'mol sohasidagi PR tavsiyalari hisobga olinmasa, tanqidiy vaziyat yuzaga keladi. Ma'naviy ishlab chiqarish va ma'naviy iste'mol o'rtasidagi bog'liqlik nafaqat PR xizmatlari tomonidan amalga oshiriladigan reklama, balki ko'p jihatdan tanqid bilan ham ta'minlanadi. Tanqid ishlab chiqaruvchiga (boshqaruv sub'yektiga) ham, iste'molchiga (boshqaruv ob'yekti) ham ta'sir qiladigan jamoatchilik bilan aloqalar vositasiga aylanadi. PR-texnologiyalar - bu muayyan ijtimoiy mavzuning muayyan muammosini hal qilish uchun ijtimoiy texnologiya hisoblanadi. Bu uning diskretligi va chekliligini bildiradi[2]. Tegishli ehtiyoj paydo bo'lganda, PR texnologiyasi ishlab chiqiladi va amaliyotga tadbiiq etiladi. Agar texnologiya to'g'ri ishlab chiqilgan va amalga oshirilgan bo'lsa, unda undan foydalanish vazifani hal qilishga olib keladi. Muammoni hal qilish PR texnologiyasi faoliyatining yakuniy nuqtasidir. Ushbu nuqtadan keyin texnologiya to'xtaydi, chunki bunga ehtiyoj qolmaydi. Jamoatchilik bilan aloqalar xizmatlari davlat va jamiyat o'rtasidagi muloqotni ta'minlovchi institut sifatida fuqarolarning davlat boshqaruviga jalb etilishiga hissa qo'shadi. Bu davlat organlarining jamoatchilik bilan aloqalar xizmatlarining yangi maqsadlari, vazifalari va yangi maqomini namoyon etadi. Biroq, jamoatchilik bilan aloqalar xizmatlarining ushbu yangi maqomi qonun hujjatlari bilan qo'llab-quvvatlanishi kerak, ya'ni, davlatning tematik qonunchiligi fuqarolarning davlat boshqaruvida ishtirok etish huquqini tartibga solishi kerak, bu ularga nafaqat shakllanishiga, balki davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatiga ham ta'sir ko'rsatishning real imkoniyatini beradi o'z navbatida F.A.Homenok ushbu toifani fuqarolarning ijtimoiy-siyosiy va davlat faoliyatida ishtirok etishi, ularning tashabbuskorligi va havaskorlik faoliyatini rivojlantirish uchun huquqiy va dolzarb imkoniyatlar majmuasi orqali ko'rib chiqadi. Shubhasiz, sub'ektiv huquqlarning ushbu toifasini belgilovchi momentlardan biri shaxs va davlat o'rtasidagi munosabatlarning tabiati va xususiyatidir.

Shunday qilib, muayyan muammoni xal qilish, uni amalda qo'llashning aniq usullarini ishlab chiqishni anglatadi. Umuman olganda muammoning texnologik yechimini nafaqat uning nima ekanligini tushunishni, balki muayyan vaziyatni qanday amalga oshirishni aniqlashni anglatadi[3]. Xaqiqatan xam moxiyat nuqtai nazaridan olib qarayodigan bo'lsak, jamoatchilik bilan aloqalar tizimida texnologiyalarni shakllantirishning analitik usuli ijtimoiy munosabatlarning aniq ishtirokchilari, ularning funksional ro'l va shaxslararo munosabatlardagi mavjud ijtimoiy normalar va faoliyat qoidalarini baxolash va tavsiflashni o'z ichiga oladi. Olimlar tomonidan jamoatchilik bilan aloqalar tizimida texnologiyalarni shakllantirishning ikkita asosiy usulini ajratib ko'rsatadi. Birinchisi asosan sub'yektiv yondashuvga asoslanadi, bu sog'lom fikr standartlari odamlarning amaliy tajribasi, an'analar va steriotiplar bilan optimal xarakterlar ketma-ketligini loyixalash uchun asos yaratadi [4]. Binobarin RR orqali omma yuzini ko'radigan xar qanday ijtimoiy reklama keng jamoatchilikka "sof"



xolda yetkazib berish vazifasini o'taydi. Xar qanday jarayon jamiyat taraqqiyotiga xizmat qilmog'i, insonlarning to'kis fa farovon jamiyatda yashab faoliyat yuritishlari, texnika taraqqiyoti jadal su'ratlar bilan rivojlanayotgan bir paytda "inson omili" masalasiga chuqur e'tibor qaratilayotgani bejizga emas. [5]. Sababi shundaki, barcha qilinayotgan isloxotlar, texnik taraqqiyotda erishilayotgan yutuqlar, umuman insoniyat tomonidan yaratilayotgan barcha narsalar inson manfaati uchun xizmat qilmog'i kerak. Shunday ekan jamiyatning barcha jabhalarida jamoatchilik bilan aloqalar PR texnologiyalaring o'rni beqiyos. Demak zamonaviy jamiyatlarda jamiyat barqaror hayotini ta'minlashda jamoatchilik bilan aloqa texnologiyalarini yanada takomillashtirish aosiy masalalardan biri xisoblanadi.

FOYDALANILHAN ADABIYOTLAR:

1. Обухова Ю.О., Евсеева Л.И., Танова А.Г. Новые технологии коммуникации в восприятии современного человека // Теория и практика общественного развития. 2017. № 12. С. 43-47.
2. Белов А.А . Теория и практика связей с общественностью-Ростов н/д: "Феникс", 2005. – С. 205.
3. Кузнецов В.Ф.Связи и общественностью.-«Аспект Пресс», 2006. – С. 300.
4. Тростинская И.Р. Тенденции развития рынка интернет-рекламы в России // Технологии PR и рекламы в современном обществе Материалы XII Всероссийской научнопрактической конференции с международным участием. СПб. Изд-во Политехн. 2017. – С. 195-199.
5. Isropilov M. B. THE ROLE OF PR TECHNOLOGIES IN ENSURING THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF SOCIETY //Open Access Repository. – 2023. – Т. 4. – №. 2. – С. 729-735.
6. Bahodir o'g'li I. M. Yoshlarning Ijtimoiy Faolligini Oshirish Jamiyat Rivojlanishining Omili Sifatida //Miasto Przyszłości. – 2022. – Т. 24. – С. 521-523.