

**Esengeldieva Asem Yuriy qizi**

*Berdaq nomidagi Qoraqalpoq davlat universiteti*

*Qoraqalpoq filologiyasi va Jurnalistika fakulteti talabasi*

**Annotatsiya:** Ushbu maqolada jamoatchilik harakatini kuzatish haqida soʻz boradi. Demak, jamoatchilikning nafaqat fikrini oʻrganish, balki, harakatini ham kuzatib borish muhimdir. Piarmen jamoatchilikning u yoki bu harakatlarida oʻzini qanday tutadi, shuni aniqlash. Yangi vaziyatlar vujudga kelgan sari, ijtimoiy kayfiyatlar oʻzgargan sari jamoatchilik oʻzini qanday tutmoqda, piarmenning fikricha qay tomonga oʻzgarmoqda, shuni oldindan bilish kabi fikrlar oʻrganilgan.

**Kalit soʻzlar:** tashkilot, jamoatchilik, hurmat, asos, munosabat, muttasil harakat, fikrlar, PR.

**Abstract:** This article is about tracking public behavior. Therefore, it is important not only to study the opinion of the public, but also to monitor its actions. To determine how Pierreman behaves in one or another public activity. As new situations arise, as social moods change, how the public behaves, in which direction the opinion of the publicist is changing, such as knowing in advance are studied.

**Key words:** organization, community, respect, basis, attitude, continuous action, thoughts, PR.

**Аннотация:** Эта статья посвящена отслеживанию общественного поведения. Поэтому важно не только изучать мнение общественности, но и следить за ее действиями. Определить, как Пьерман ведет себя в той или иной общественной деятельности. По мере возникновения новых ситуаций, по мере изменения социальных настроений изучается, как ведет себя публика, в какую сторону меняется мнение публициста, например зная заранее.

**Ключевые слова:** организация, сообщество, уважение, основа, отношение, непрерывное действие, мысли, PR.

Tashkilot bilan jamoatchilik oʻrtasida ikki tomonlama manfaatni taʼminlash. Bir tomonlama emas, ikki tomonlama manfaatni taʼminlab, shuning natijasida jamoatchilik bilan hamkorlikni ravnaq toptirish lozim. Bunda hamkorlikning ikki tomonlama foydasi boladi. Mana shu uchta asosiy funktsiya jamoatchilik bilan aloqalarni tobora mustahkamlab borishda piarmen uchun juda zarur.

PR funktsiyasi jamiyat ijtimoiy instituti sifatida yorqinroq koʻrinadi. Hindiston davlatining sobiq rahbari Indira Gandi PRni «demokratiyaning yoʻgʻi» deb atagan.

PR hokimiyat organlari va xalq, aholi va biznes, ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilar, shaxslar va ijtimoiy guruhlar ortasida aloqa ornatadi.

Amalda PR demokratiya ravnaq topgan mamlakatlardagina rivojlanadi. Ayni vaqtda u demokratiyani rivojlantirishga ham xizmat qiladi. Bugungi kunga kelib esa piar dunyoviy fan sifatida keng quloch yoyayotgani boisi ham shunda. PR - mohiyatan dunyoviy fan sifatida bizning ham ilmiy-ma'naviy xazinamizni boyitishga, tashkilotlarning jamoatchilik bilan aloqalarini yo'lga qo'yishga xizmat qiladi.

PR omma fikrining bir yo'nalishdagi shakli emas. Uning mazmuni, shakli, maqsad va vazifalari aniq. PR ruhidagi boshqarish bilan ko'p asrlardan buyon boshqa sohalar ham shug'ullanib keladi.

Oshkoralik, haqiqat, samimiylilik bolgan joydagina PR muloqotga va o'zaro ishonchga erishishi mumkin. PR - davlat tashkilotlari, qonun chiqaruvchi hamda ijro hokimiyatlari va jamoatchilik o'rtasida aloqa o'rnatishga yordam beradi. Ingliz olimi Sem Blek ta biri bilan aytganda: "Pablik Rileyshnz - aniq, haqqoniy axborotlarga asoslangan, o'zaro bir-birini tushunish to'g'risidagi fan va san'atdir".

Nazariyotchi V.Korolkoning shunday yozgan: "PRni xo'jako'rsinga tashkil qilmaslik kerak. Har qanday yo'l bilan o'zlariga yaxshi sharoit yaratish uchun xalqni aldash va omma ishonchini suistemol qilish noxush oqibatlarga olib keladi. Jamiyatni qandaydir ma'lum bir muddat davomida aldash mumkin. Biron-bir qisminigina uzoqroq aldab yurish mumkin. Butun jamiyatni har doim aldab yurish esa hali hech kimga nasib qilmagan". Amaliy jihatdan olib qaralganda, qaysiki sohada bolmasin omma ishonchini suiiste'mol qilish qanday salbiy oqibatlarga olib kelgani sir emas.

Ye.Pashensev fikricha: "Pablik rileyshnz - tashkilot va jamoatchilik o'rtasidagi o'zaro hurmatga asoslangan munosabat, bir-birini anglashga xizmat qiladigan muttasil harakatdir". Bu fikrlar xilma-xilligi PRning qamrovi naqadar kengligidan dalolat beradi.

Jamoatchilik bilan aloqalarning muhim shartlaridan biri - ikki tomonlama fikr eshitish. Fikr bir tarafdangina aytilsa, u mohiyatan - biryoqlama, qolaversa, targ'ibot bolib qoladi. PR amaliyotida tashkilot vakillarining jamoatchilik fikrini tinglab, xulosa chiqarishi muhim o'rin tutadi. Bu, ko'pdan ko'p fikr chiqadi, degan naqlga mosdir.

Jamoatchilik bilan aloqalar uzoq va boy tarixga ega. Ularning ijtimoiy soha sifatida shakllanishida Sharq mamlakatlari ham muhim hissa qo'shgan.

XVII-XX asrlarda Garbning keskin rivojlanishi ko'pgina yangi fanlar qaror topishiga asos boldi. O'sha fanlardan biri - jamoatchilik bilan aloqalardir. Eng avvalo, AQShda mazkur sohaning nazariy va axloqiy asoslari shakllandi.

Tashkilot va jurnalistlarning jamoatchilik bilan munosabatlari, fikr almashishlar jarayonida nazariy asoslarga va odob-axloq me'yorlari PR talablariga mos ravishda amalga oshishi ushbu amaliyotning dunyo miqyosida keng tarqalishiga, jumladan, O'zbekistonda ham ravnaq topishiga yordam beradi.

Saylovlar jarayonini OAVda yoritish texnologiyalarini ilmiy jihatdan tahlil qilish va o'zlashtirish O'zbekiston sharoitida alohida e'tiborga ega. Bunda OAV va siyosiy



partiyalar vakillari oq va qora PR to'g'risida ham tasavvurga ega bo'lishi maqsadga muvofiqdir.

PR davlat va jamiyat, ishlab chiqaruvchilar va istemolchilar o'rtasida aloqa o'rnatadi. Bu aloqa - fikr almashish, axborot olish va tarqatish, munosabatlarni mustahkamlash bilan izohlanadi.

Taraqqiyparvar mamlakatlarda hukumat, nodavlat tashkilotlarining faoliyatlari jamoatchilik bilan aloqalar asosida tashkil etiladi. Ispan faylasufi va publitsisti Ortega Gasset yozganidek, "Dunyoni jamoatchilik fikri boshqaradi". Yurtimizda ham aksariyat vazirlik va tashkilotlarning faoliyatlari jamoatchilik bilan aloqalar asosida tashkil etilmoqda. Bugungi kunda jamoatchilik bilan aloqalar masalasi ijtimoiy voqealikka aylandi.

PR jamiyatda tashkilotlarning jamoatchilik bilan aloqalarini yo'lga qo'yishga xizmat qiladi. Sem Blek yozganidek u quyidagi o'nta asosiy maqsadga yo'naltirilgan. Ya'ni:

1. Jamoatchilik fikri;
2. Jamoatchilik munosabatlari;
3. Hukumatlararo aloqalar;
4. Ijtimoiy hayot;
5. Sanoat sohasidagi munosabatlar;
6. Moliyaviy aloqalar;
7. Xalqaro aloqalar;
8. Istemolchilar bilan munosabatlar;
9. Statistika va tadqiqot;
10. Ommaviy axborot vositalari.

Ikkinchi jahon urushidan song ijtimoiy institut sifatida maydonga chiqqan PR xalqaro miqyosda o'rin tutardi. 1974-yili piar xalqaro ijtimoiy institut sifatida tan olindi, bu paytda YePRA - Yevropa pablik rileyshnz assotsiatsiyasi BMT tarkibidagi iqtisodiy va ijtimoiy kengashning maslahatchi organi sifatida qayd qilingan.

Fransiya va Germaniya mutaxassislari amerikacha piar uslubini to'g'ridan-to'g'ri milliy tarmog'iga ko'chirish mumkin emasligini tushundilar. Fransuz va nemisni amerikalik qilib bo'lmaganidek, buni ham qilish mumkin emas.

PR ko'p jihatdan mahalliy mentalitet va millat ruhidan tugilgan. Shul bois Yevropa davlatlarida piar har bir jamiyatning milliy xarakteriga monand ravishda shakllana bordi.

Qator davlatlarda birinchi rahbarlarning matbuot bo'yicha muovnlari, matbuot xizmati rahbarlari, hech bo'lmaganda matbuot agentlari va kotiblari lavozimlari tashkil qilindi. Eng e'tiborga molik tomoni shundaki, birinchi jamiyat bilan aloqalar markazlari AQSh, Fransiya va Buyuk Britaniya davlat organlarida tashkil etildi.

Xulosa

Mutaxassislarning aksariyati 1914-yilda birinchi jahon urushining boshlanishi turli davlatlar hukumatining piarlari keskin o‘shishi uchun rag‘batlantiruvchi omil bo‘lgan, chunki ularning oldida boshlangan jangovar harakatlarga nisbatan o‘z mamlakatining tutgan o‘rnini xalqiga va jahon jamoatchiligiga bayon qilish vazifasi turgan edi, degan fikrga kelgan. O‘sha davrdagi “AQSh Prezidenti Vudro Vilson jurnalist do‘sti Jorj Krilning maslahati bilan jamoatchilikni xabardor qilish uchun maxsus Qo‘mita tuzgan. Mazkur Qo‘mita mamlakatda va chet elda piarni rivojlantirishda katta ahamiyatga ega bo‘lgan”.

1920 yilda Nyu-Yorkda Buyuk Britaniyada sodir bo‘layotgan voqealar bilan amerikaliklarni tanishtirish maqsadida Britaniya kutubxonasiga asos solingan edi. Ular haqidagi kommunikatsiya va nazariyalar birgalikda boshqa ilmlar ham rivojlangan, bu esa ularni o‘zaro boyitgan.

Zamonaviy piar vatani - AQShdir. Piar faoliyatini u yerdan G‘arbiy Yevropa urushdan keyin o‘zlashtirib olgan. “Lekin bu to‘g‘ridan-to‘g‘ri nusxa ko‘chirish emas edi. Ish usullari va shakllarining o‘xshash tavsifida har bir mamlakatda piar o‘zining milliy ruhi va xususiyatlari bilan boyitilar edi”. Bu tabiiy jarayondir. Ijtimoiy hayotdagi har qanday yangilik turli davlatda o‘ziga xos tarzda aks etadi.

Bugungi kunga kelib PR jahon uzra keng quloq yoymoqda. Uning ibratomuz qirralari, bu sohadagi ilg‘or tajribalar O‘zbekiston oliy o‘quv yurtlarida ham puxta o‘rganilmoqda.

#### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:**

1. Milliy tiklanish, 1997, 2 dekabr.
2. Pedagogika tarixi. A.Zunnunov, M.Xayrullayev va boshqalar. T.: Sharq, 2000, 175-b.
3. Nizomulmuluk. Siyosatnoma yoki siyar ul-muluk. T.: Adolat, 1997 y. 77 b.
4. Gafforov N. Jamoatchilik bilan ishlash - T.: Zar qalam, 2004, 6-b.