



PRNING JAMIYATDAGI KOMMUNIKATIV VAZIFASI

Kalmurzaeva Ayman Karamirza qizi

QMU Jurnalistika fakulteti 1- kurs magistranti

Annotatsiya: Ushbu maqolada ommaviy aloqalar (PR)ning jamiyatdagi kommunikativ vazifalari, uning ijtimoiy institutlar, tashkilotlar va jamoatchilik o'rtasidagi o'zaro aloqalarni uyg'unlashtirishdagi roli tahlil qilinadi. PRning axborot uzatish, tushuntirish, ijtimoiy hamkorlikni mustahkamlash, ijobiy imij yaratish va inqirozli vaziyatlarda kommunikativ barqarorlikni ta'minlash kabi asosiy funksiyalari ilmiy adabiyotlar asosida yoritiladi. Shuningdek, zamonaviy raqamli kommunikatsiya sharoitida PRning strategik ahamiyati, jamoatchilik fikrini shakllantirishdagi o'rni va axborot maydonidagi transformatsiyalar tahlil qilinadi.

Kalit so'zlar: PR, kommunikatsiya, jamoatchilik bilan aloqalar, imij, axborot siyosati, media strategiya, reputatsiya, jamiyat.

Аннотация: В данной статье анализируются коммуникативные функции связей с общественностью (PR), их роль в процессах информационного обмена, формировании общественного мнения, обеспечении социальной стабильности и создании позитивного имиджа. Рассматриваются функции PR, такие как передача информации, разъяснение, организация двусторонней коммуникации, управление кризисными ситуациями и укрепление общественного взаимодействия в рамках современных коммуникационных теорий. Статья научно обосновывает стратегическое значение PR в эпоху цифровых коммуникаций.

Ключевые слова: PR, коммуникация, связи с общественностью, имидж, репутация, информационная политика, медиастратегия, общественный диалог.

Abstract: This article examines the communicative functions of Public Relations (PR), focusing on its role in information exchange, public opinion formation, ensuring social stability, and creating a positive organizational image. The study highlights key PR functions such as information dissemination, interpretation, establishment of two-way communication, crisis communication management, and strengthening social cooperation. The article provides a scientific assessment of the strategic importance of PR in the era of digital communication.

Keywords: PR, communication, public relations, image, reputation, information policy, media strategy, social dialogue.

KIRISH

Bugungi globallashuv, raqamli texnologiyalar taraqqiyoti va axborot oqimlarining keskin ko'payishi sharoitida jamoatchilik bilan aloqalar (Public Relations — PR) jamiyat hayotining eng muhim kommunikativ institutlaridan biriga aylandi.



Axborotning tez tarqalishi, jamoatchilik fikrining shakllanishida media vositalarining ta'sirchanligi, shuningdek, tashkilotlar o'rtasida raqobatning kuchayishi PR faoliyatining ahamiyatini yanada oshirmoqda.

Zamonaviy jamiyatda har qanday tashkilot yoki institut — davlat idorasi bo'lsin, biznes subyekti, nodavlat tashkilot yoki ta'lim muassasasi bo'lsin — o'z faoliyatining barqarorligi va samaradorligini ta'minlash uchun jamoatchilik bilan to'g'ri va tizimli kommunikatsiya olib borishi zarur. SHu sababli PR bugungi kunda faqat reklama yoki axborot tarqatish vositasi emas, balki strategik boshqaruvning muhim elementi sifatida qaralmoqda.

PRning kommunikativ vazifalari jamiyatdagi ijtimoiy jarayonlarni boshqarish, muassasa va jamoatchilik o'rtasida o'zaro ishonchni mustahkamlash, jamoatchilik fikrini shakllantirish, ijobiy imij va reputatsiyani yaratish kabi ko'plab funksiyalarni qamrab oladi. Bunday vazifalar PRni nafaqat axborot tarqatuvchi, balki jamoatchilik va tashkilot o'rtasidagi ko'prik vazifasini bajaruvchi, muvofiqlashtiruvchi kommunikativ mexanizm sifatida talqin qilish imkonini beradi.

Maqolada PRning aynan kommunikativ jihatlari, ya'ni jamiyatdagi axborot almashinuvi tizimidagi o'rni, ahamiyati va vazifalari nazariy yondashuvlar hamda zamonaviy kommunikatsiya amaliyoti asosida chuqur tahlil qilinadi.

PRning kommunikativ tizim sifatidagi mohiyati

Jamoatchilik bilan aloqalar tizimi — bu tashkilot va jamoatchilik o'rtasidagi o'zaro muloqotni yo'lga qo'yish, uni boshqarish hamda integratsiyalashgan kommunikatsiya strategiyalarini amalga oshirishga qaratilgan faoliyatdir. PR kommunikativ tizim sifatida bir nechta asosiy elementlarni o'z ichiga oladi: axborotni ishlab chiqish, uni uzatish kanallarini tanlash, kommunikativ signallarni jamoatchilik tomonidan qanday qabul qilinishini tahlil qilish va zarur bo'lsa, strategiyani qayta yo'naltirish.

Kommunikatsiya nazariyalariga ko'ra (Lassuell, Shannon-Weaver modeli), axborotning to'g'ri shakllanishi va uni manzilli auditoriyaga yetkazish jarayonning eng muhim bosqichlari hisoblanadi. Zamonaviy PRda ushbu model ikki tomonlama muloqot tamoyillari asosida qo'shimcha ravishda boyitilgan bo'lib, unda tashkilot nafaqat axborot uzatadi, balki jamoatchilikning fikr-mulohazalarini muntazam ravishda monitoring qiladi. Demak, PR tizimi — bu interaktiv kommunikatsiya maydoni bo'lib, unda bir nechta subyektlar o'zaro axborot almashadi, tushunadi va bir-biriga ta'sir ko'rsatadi.

Axborot uzatish va jamoatchilikni xabardor qilish funksiyasi

PRning eng an'anaviy, ammo eng muhim kommunikativ vazifalaridan biri — axborot yetkazishdir. Tashkilot faoliyatidagi dolzarb yangiliklar, qarorlar, strategik rejalarning keng jamoatchilikka to'g'ri, tezkor va ishonchli tarzda yetkazilishi ijtimoiy boshqaruvning muhim qismidir.



Axborot almashinuvi jarayonida quyidagi kommunikativ prinsiplarga amal qilinadi:

- Aniqlik va shaffoflik – axborotning faktlarga asoslanishi.
- Ko'pkanallilik – matbuot anjumanlari, press-revizlar, ijtimoiy tarmoqlar, televideniye va boshqalar orqali keng auditoriyaga chiqish.
- Joriylik – voqea sodir bo'lishi bilan axborot yetkazilishi.

Bugungi raqamli jamiyatda xabardorlik nafaqat matnli axborot orqali, balki vizual kommunikatsiya, infografika va videomurojaatlar orqali ham samarali shakllanadi. PRning ushbu funksiyasi jamiyatdagi ochiqlik tamoyilining muhim tarkibiy qismidir.

Tushuntirish va ijtimoiy talqin funksiyasi

Jamiyatda yuz berayotgan siyosiy, iqtisodiy yoki ijtimoiy jarayonlar ko'pincha murakkab bo'lib, keng jamoatchilik tomonidan to'liq anglanmasligi mumkin. PRning kommunikativ vazifalaridan biri — ushbu jarayonlarning mazmunini tushuntirish, ularga ijtimoiy talqin berish va auditoriyada to'g'ri tushuncha shakllantirishdir.

Masalan:

- yangi iqtisodiy islohotlar qabul qilinganda ularning jamiyat uchun foydali tomonlarini izohlash;
- sog'liqni saqlash bo'yicha profilaktik tadbirlarni tushuntirish;
- ekologik loyihalar bo'yicha jamoatchilikni xabardor qilish.

Tushuntirish funksiyasi kommunikativ barqarorlikni ta'minlaydi, noto'g'ri talqinlarni kamaytiradi va ijtimoiy kayfiyatni muvozanatda ushlab turadi. Bu funksiyaning samaradorligi PR xodimidan nafaqat axborot berishini, balki murakkab tushunchalarni sodda, obyektiv va auditoriya mentalitetiga mos shaklda yetkazishni talab qiladi.

Ikki tomonlama kommunikatsiya va ijtimoiy dialogni shakllantirish

PRning zamonaviy konsepsiyalarida eng muhim yondashuvlardan biri bu — ikki tomonlama simmetrik kommunikatsiya modeli (J. Grunig). Ushbu yondashuvga ko'ra, PR faqat axborot beruvchi emas, balki jamoatchilikning fikrlarini o'rganuvchi, tahlil qiluvchi va ularga mos strategiyalar ishlab chiqaruvchi tizim sifatida namoyon bo'ladi

Ikki tomonlama kommunikatsiya quyidagi mexanizmlarni o'z ichiga oladi:

- ijtimoiy so'rovlar va monitoring;
- jamoatchilik fikrini tahlil qilish;
- auditoriyalar bilan uchrashuvlar, forumlar;
- ijtimoiy tarmoqlarda doimiy fikr almashinuvi.

Ushbu jarayonlar tashkilotga jamoatchilik ehtiyojlarini chuqur tushunish, ular asosida qarorlar qabul qilish imkonini beradi. Natijada, tashkilot faoliyati ijtimoiy ehtiyojlar bilan hamohang bo'lib boradi.

Ijrobii imij va reputatsiyani shakllantirish

Imij — bu tashkilotga nisbatan jamoatchilik ongida shakllanadigan umumiy psixologik tasavvurdir.



Reputatsiya esa uzoq muddatli ishonch kapitali bo'lib, u tashkilotning faoliyati davomida qayd etgan natijalariga asoslanadi.

PR kommunikativ faoliyatida imij va reputatsiya quyidagi yo'llar bilan shakllantiriladi:

- media bilan samarali hamkorlik;
- ijtimoiy loyihalarda ishtirok etish;
- korporativ madaniyatni rivojlantirish;
- brending strategiyalarini ishlab chiqish;
- ochiq va halol kommunikatsiya yuritish.

Uzoq muddatli reputatsiya jamoatchilikning ishonchini oshiradi, raqobat ustunligini mustahkamlaydi va tashkilotning barqaror rivojlanishiga xizmat qiladi.

Inqirozli vaziyatlarda kommunikatsiya

Inqiroz paytida noto'g'ri yoki kechiktirilgan axborot jamoatchilik ishonchini pasaytirishi, tashkilot obro'siga zarar yetkazishi mumkin. Inqiroz PRining asosiy vazifalari:

- tezkor axborot berish;
- auditoriya xavotirini kamaytirish;
- faktlarga asoslangan aniq pozitsiyani bildirish;
- vaziyat nazorat ostida ekanini ko'rsatish;
- noto'g'ri xabarlariga o'z vaqtida javob qaytarish.

Samarali inqiroz kommunikatsiyasi tashkilotning reputatsion yo'qotishlarining oldini oladi, jamoatchilikka ijtimoiy barqarorlik tuyg'usini yetkazadi.

Jamoatchilik fikrini shakllantirish va ijtimoiy jarayonlarga ta'sir ko'rsatish

PRning eng kuchli kommunikativ vazifalaridan biri — jamoatchilik fikriga ta'sir etishdir. Ommaviy axborot vositalari, ijtimoiy tarmoqlar, bloglar va vizual kommunikatsiya vositalari orqali PR uzatadigan axborotlar jamiyatning ma'lum masalalarga bo'lgan munosabatini shakllantiradi.

Bu jarayon quyidagilarga tayanadi:

- kontent strategiyasi;
- axborot oqimlarini boshqarish;
- auditoriyani segmentatsiya qilish;
- maqsadli kommunikatsiya kampaniyalari;
- media ko'nikmalaridan samarali foydalanish.

Jamoatchilik fikrini boshqarish nafaqat tashkilot manfaatlariga, balki jamiyatdagi ijtimoiy barqarorlikning mustahkamlanishiga xizmat qiladi.

Ijtimoiy hamkorlik va ijtimoiy barqarorlikni ta'minlash

PR institutlari turli ijtimoiy guruhlar va tashkilotlar o'rtasida hamkorlik aloqalarini yo'lga qo'yadi. Bu jarayon jamiyat ichidagi sotsial kommunikatsiyani kuchaytirib, ijtimoiy barqarorlik va uyg'unlikni ta'minlaydi.

Bunday hamkorlik quyidagi yo'nalishlarda amalga oshiriladi:



- davlat va jamiyat aloqalarini mustahkamlash;
- biznes va iste'molchilar o'rtasidagi muloqotni yaxshilash;
- nodavlat tashkilotlar bilan sheriklikda ishlash;
- jamoatchilikni ijtimoiy loyihalarga jalb qilish.

PRning bu funksiyasi ijtimoiy integratsiya va hamkorlik tamoyillarini kuchaytiradi.

Xulosa

Jamoatchilik bilan aloqalar (PR) zamonaviy jamiyatning kommunikativ tizimida muhim o'rin tutuvchi strategik institut sifatida shakllanib bormoqda. Ushbu maqolada PRning kommunikativ vazifalari nazariy va amaliy yondashuvlar asosida tahlil qilindi hamda ularning jamiyat hayotidagi o'ri keng yoritildi.

O'tkazilgan ilmiy tahlillarga ko'ra, PRning kommunikativ vazifalari nafaqat axborot tarqatish jarayoni bilan cheklanib qolmay, balki ijtimoiy muloqotni yo'lga qo'yish, jamoatchilik fikrini shakllantirish, ijtimoiy barqarorlikni saqlab turish va tashkilotlar faoliyatining davomiyligini ta'minlash kabi ko'p qirrali funksiyalarni o'z ichiga oladi.

Birinchidan, PRning axborot uzatish funksiyasi jamiyatdagi ochiqlik va shaffoflik tamoyillarini mustahkamlashga xizmat qiladi. Bu funksiya orqali tashkilotlar jamoatchilik bilan muntazam muloqotda bo'lib, tegishli axborotlarni yetkazadi va ijtimoiy ongda to'g'ri tasavvur shakllanishiga zamin yaratadi.

Ikkinchidan, PRning tushuntirish va izohlash funksiyasi murakkab ijtimoiy jarayonlarni jamoatchilik tomonidan to'g'ri anglanishini ta'minlaydi. Bu jarayon kommunikativ barqarorlikning saqlanishiga, noto'g'ri talqinlar va axborot bo'shliqlarining oldini olishga yordam beradi.

Ayniqsa, islohotlar davri, muhim ijtimoiy qarorlar qabul qilinayotgan paytda PRning ushbu roli yanada dolzarb ahamiyat kasb etadi.

Uchinchidan, ikki tomonlama kommunikatsiya modeli asosida PR jamoatchilikning ehtiyoj va fikrlarini o'rganib, tashkilot faoliyatini ushbu ehtiyojlar bilan muvofiqlashtiradi. Bu esa jamoatchilik bilan doimiy va konstruktiv dialogning shakllanishiga olib keladi. SHu jihatdan PR nafaqat axborot tarqatuvchi, balki ijtimoiy jarayonlarni boshqaruvchi kommunikativ vosita sifatida namoyon bo'ladi.

To'rtinchidan, PRning imij va reputatsiyani shakllantirishga qaratilgan faoliyati tashkilotning uzoq muddatli muvaffaqiyatida hal qiluvchi rol o'ynaydi. Ijobiy imij jamoatchilik ishonchini oshiradi, hamkorlik munosabatlarini mustahkamlaydi va raqobatbardoshlikni ta'minlaydi. Reputatsiya esa tashkilotning eng muhim intellektual kapitali sifatida namoyon bo'lib, uning ijtimoiy mavqeini belgilaydi.

Beshinchidan, inqirozli vaziyatlarda PRning kommunikativ roli alohida ahamiyatga ega. Tezkor, aniq va ishonchli axborot berish orqali PR tashkilotning jamoatchilik oldidagi mas'uliyatini namoyon etadi va xavotirlarni kamaytiradi.

Inqiroz kommunikatsiyasining samaradorligi ko'p jihatdan PR strategiyasining professional darajasiga bog'liq.



Xulosa qilib aytganda, PRning ijtimoiy hamkorlikni rivojlantirish va jamoatchilik fikrini shakllantirishga qaratilgan faoliyati jamiyatda ijtimoiy barqarorlikni mustahkamlashga xizmat qiladi.

Turli ijtimoiy guruhlar, tashkilotlar va davlat institutlari o'rtasidagi muloqot PR orqali tizimli ravishda yo'lga qo'yiladi. Bu jamiyatning integratsiyalashuviga, ijtimoiy muammolarning konstruktiv ravishda hal etilishiga va barqaror rivojlanishning ta'minlanishiga olib keladi.

Umuman olganda, PRning jamiyatdagi kommunikativ vazifalari zamonaviy axborot maydonida strategik ahamiyat kasb etadi. Raqamli texnologiyalar, global kommunikatsiya imkoniyatlarining kengayishi PRning vazifalarini yanada murakkab, ammo samarali qilishga xizmat qilmoqda.

Kelajakda PRning ijtimoiy boshqaruv, davlat axborot siyosati, biznes kommunikatsiyasi va mediamadaniyat rivojidagi o'rni yanada ortib borishi shubhasizdir. SHu sababli PR faoliyati bo'yicha ilmiy tadqiqotlar va amaliy ko'nikmalarni rivojlantirish bugungi kunning dolzarb vazifalaridan biri hisoblanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Zaytsev A. V «PR-kommunikatsiya: dialogicheskaya model' svyazey s obshchestvennost'yu i sovremennost'» / "PR-kommunikatsiya: dialogic model of public relations and modernity" (maqola)-2013
2. Qosimova N., Bobojonova G. Axborot xizmatlari uchun amaliy qo'llanma: jamoatchilik bilan samarali muloqot. – T.: Alisher Navoiy nomidagi O'zbekiston Milliy kutubxonasi, 2013.
3. Чумиков А. Паблик Рилейшнз для профессионалов. – М., 2000.
4. Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью. Учебное пособие для академического бакалавриата. – М.: Юрайт, 2017.