

# ONLAYN MEDIA TARAQQIYOTI TENDENSIYALARI: MUAMMO VA YECHIMLAR

mavzusida xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya to'plami

## ONLAYN MEDIADA FAVQULOTDA HOLAT SHAROITIDA JAMOATCHILIK FIKRINI SHAKLLANTIRISH MEZONLARI

**Dildora Rizayeva,**  
O'zJOKU "Raqamli media va  
internet jurnalistika" kafedrası,  
katta o'qituvchisi  
+998 94 677-22-56  
dilorom5@mail.ru

**Annotatsiya.** Internetda tarqatilgan har qanday noto'g'ri, noaniq, feyk, dalillanmagan axborot jamoatchilik fikriga juda tez va salbiy ta'sir ko'rsatadi. Qolaversa, axborot yetkazuvchining nufuzi-imijini tushiradi. Natijada ikki tomonlama munosabatlarda ishonch yo'qoladi. Shu sabab onlayn jurnalistikada o'zaro ishonchni shakllantirish PR kommunikatsiyalarining yetakchi vazifasidir.

Bu borada dunyo tajribasida yaratilgan mexanizmlar, yuqorida ta'kidlanganidek, PR xizmatlari zimmasiga yuklangan. Jamoatchilik bilan aloqalar xizmati endilikda nafaqat yirik tashkilot va korxonalarda, balki zamon talabini his etgan har qanday muassasalarda tashkil etilmoqda. Jamiyat taraqqiyotining demokratik tamoyillari, rivojlanayotgan bozor munosabatlari va sog'lom raqobat jamoatchilik bilan aloqa ikki tomonlama kommunikatsiya xususiyatiga ega bo'lgan, bir tomonlama axborot ta'sir mexanizmiga aylanib qolmagan muhitni yaratadi. Shu jihatdan biz tanlagan mavzu o'z dolzarbligi bilan ahamiyatli.

**Kalit so'zlar:** onlayn jurnalistika, axborot, favqulodda vaziyat, bo'hron, PR faoliyati, inqiroz vaziyat, qora PR, jamoatchilik bilan ishlash, OAV, internet.

**Аннотация.** Любая неверная, расплывчатая, фейковая, ничем не подтвержденная информация, распространяемая в Интернете, очень быстро и негативно влияет на общественное мнение. Кроме того, это снижает авторитетность поставщика информации. В результате доверие в двусторонних отношениях теряется. По этой причине формирование взаимного доверия в онлайн-журналистике является ведущей задачей PR-коммуникаций.

Механизмы, созданные на основе мирового опыта в этом отношении, как отмечалось выше, возложены на PR-службы. Служба по связям с общественностью теперь организуется не только в крупных организациях и предприятиях, но и в любых учреждениях, чувствующих потребность времени. Демократические принципы общественного развития, развитие рыночных отношений и здоровая конкуренция создают среду, в которой общение с населением имеет характеристики двустороннего общения и не становится механизмом одностороннего информационного воздействия. В связи с этим выбранная нами тема важна своей актуальностью.

**Ключевые слова:** интернет-журналистика, информация, чрезвычайная ситуация, кризис, пиар-деятельность, кризисная ситуация, черный пиар, работа с населением, средства массовой информации, интернет.

**Annotation.** Any incorrect, vague, fake, unsubstantiated information distributed on the Internet has a very quick and negative impact on public opinion. In addition, it lowers the authority-image of the information provider. As a result, trust in bilateral relations is lost. For this reason, the formation of mutual trust in online journalism is the leading task of PR communications.

# ONLAYN MEDIA TARAQQIYOTI TENDENSIYALARI: MUAMMO VA YECHIMLAR

mavzusida xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya to'plami

*Mechanisms created in the world experience in this regard, as noted above, are entrusted to PR services. Public relations service is now organized not only in large organizations and enterprises, but also in any institutions that feel the need of the times. Democratic principles of social development, developing market relations and healthy competition create an environment in which communication with the public has the characteristics of two-way communication and does not become a one-way information influence mechanism. In this regard, the topic we have chosen is important for its relevance.*

**Key words:** online journalism, information, emergency situation, crisis, PR activity, crisis situation, black PR, working with the public, mass media, internet.

**Kirish.** Mamlakatimizda so'nggi yillarda barcha sohalarda olib borilayotgan keng ko'lamli hamda uzoq muddatli istiqbollar ertangi taraqqiyotimizni belgilab beruvchi muhim omil sanaladi. Xususan, ommaviy axborot vositalari sohasida va jurnalistikalarning faoliyatini yanada ravnaq topishi uchun mamlakatimiz rahbari Sh.M.Mirziyoyevning tashabbusi bilan sohani rivjlantirish bo'yicha zaruriy chora-tadbirlar amalga oshirib kelinmoqda. Mazkur amaliy ishlar mamlakatimizdagi mavjud jurnalistika ilmiy tadqiqot markazlari va institutlari uchun ustuvor vazifa sanaladi [1].

Sh.M.Mirziyoyev davlat rahbarligining dastlabki kunlaridanoq matbuot va so'z erkinligini ta'minlash, ommaviy axborot vositalari faoliyatini yanada takomillashtirish, soha vakillarini har tomonlama qo'llab-quvvatlashga alohida e'tibor qaratib kelmoqda. Bu esa mamlakatimizdagi barcha turdagi jurnalistikaning rivojlanishini anglatadi [2].

“Odamlarga voqealardan xabardor bo'lish imkonini bersangiz, mamlakat xavf-xatardan xoli bo'ladi”, - degandi 1864 yilda AQShning o'n oltinchi prezidenti Avraam Linkoln. Bu so'zlar demokratiyaning qanday qaror topishi haqida bo'lib, bugungi kunga qadar dolzarb bo'lib kelmoqda”[3]. Margarit Sallivan kitobidan olingan mazkur iqtibos jamoatchilik bilan ishlash (publik rileyshnz)ning jamiyat hayotida nechog'lik zarurligini ta'kidlaydi. Jamiyat hayotidagi ochiq muloqot va bahslar demokratik faoliyat ko'rsatkichi bo'lib, ular ijtimoiy kommunikatsiyaning faol ko'rinishidir. Bu kabi kommunikatsiyalar PR tizimlari vositasida amalga oshirilsa maqsadli va samarali bo'ladi. Ularsiz tom ma'nodagi demokratik o'zgarishlar va islohotlarni amalga oshirish amri mahol.

**Adabiyotlar sharhi:** Axborot mamlakat taraqqiyotining ko'zgusi, kishilar tafakkuri, huquqiy madaniyati, siyosiy faolligini oshirishning muhim omili bo'lib, u shaxs, jamiyat va davlat hayotining muhim jihatlaridan biriga aylangan. Endilikda axborotga egalik, zamonaviy axborot tizimining shakllanganligi har qanday davlatning salohiyati va taraqqiyotini belgilab bermoqda. Shu jihatdan, turli tizimlar tasarrufidagi axborotlarning ayirboshlanishi, kommunikatsion aloqalarning jadallashuvi o'sha tizim taraqqiyotiga asos bo'ladi.

# ONLAYN MEDIA TARAQQIYOTI TENDENSIYALARI: MUAMMO VA YECHIMLAR

mavzusida xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya to'plami

Favqulodda vaziyat to'satdan, ko'pincha kutilmaganda ro'y beradigan, darhol munosabat bildirishni talab etadigan hodisa. U bir me'yordagi kundalik hayotni muvozanatdan chiqaradi, apatiyaning shakllanishiga sabab bo'lib, noma'lumlikni hamda keskinlikni yuzaga keltiradi. Shu jihatdan, favqulodda vaziyatlarda PR faoliyati ayniqsa zarur.

Asli, mazkur faoliyat turi ayni shunday ziddiyatlar, bo'hronlar, konfliktlar, inqirozlarni bartaraf etish uchun ham taomilga kiritilgan. Mutaxassislar ham eng qiyin faoliyat sifatida inqiroz sharoitidagi PR faoliyatini tan oladilar. "Паблик рилейшнз для профессионалов" kitobining muallifi G.Pochensov mutaxassislar faoliyatini qiyinchiligini uch jihatdan belgilaydi:

- ✓ birinchidan, katta talofat va tahdidning mavjudligi;
- ✓ ikkinchidan, vaqtning tig'izligi;
- ✓ uchinchidan, jamoadagi stress holatning vujudga kelganligi[4].

Bunday sharoitda kommunikatsion aloqani tezkor yo'lga qo'yish talab etiladi. "Yaxshi bo'hronli (inqirozli) aloqa amal qilib turgan tizimga asoslanadi, - deydi Oq uyning sobiq matbuot kotibi Marlin Fitsuoter. - Bo'hron yuzaga kelganida siz harakatingizni faollashtirasiz. Agar siz matbuot uchun kunda brifing o'tkazgan bo'lsangiz, endi grafikni tig'izlashtirib, uni bir kunda uch marta o'tkazasiz"[3.1].

Inqiroz davrida ochiqchasiga va halol ish tutish hamda axborot chop etish uchun barcha zarur choralarni ko'rish eng ma'qul tadbir hisoblanadi. Chunki jurnalistlar mas'ul matbuot kotibi yoki PR xodimi yordam bersa ham, bermasa ham ro'y berayotgan hodisalar haqida OAVda axborot beradilar. Shu jihatdan, mutaxassislar matbuot kotiblariga axborotni xolis va to'g'ri ko'rsatilishi uchun material tayyorlashda, hatto u salbiy bo'lsa ham, qatnashishdan manfaatdor bo'lish kerakligini ta'kidlaydilar. Aks holda, OAVda uzatgan axborot shubhalarga sabab bo'lib, mish-mishlarni keltirib chiqarishi mumkin. Shuningdek, inqiroz muvaffaqiyatli bartaraf etilganda tahdid ostidagi nufuz saqlanibgina qolmay, mustahkamlanishi ham mumkin.

"Bo'hron paytida faqat faktlarni bayon qiling. Hech mahal bilganingizdan ortiq narsa aytmang, o'z fikringizni aytishga tavakkal qilmang va jurnalistlarga muttasil yangi axborotni bering, - deydi Klinton ma'muriyati paytida ikki federal idoraning rasmiy vakili bo'lgan Syuzen King. - Reportyorlar axborot olmoqlari lozim, siz ularga hech narsa aytmasangiz, ular mish-mishlarni e'lon qiladilar"[3.2].

**Amaliy takliflar.** Ziddiyatli vaziyatlarni mediada yoritishda asosiy vazifalaridan biri mish-mishlarga qarshi kurashdan iborat ekan, ularning tarqalishi oldi olinsa eng maqbul qadam qo'yilgan bo'ladi. Mutaxassislar inqiroz davrida qora PR faoliyati avj olgan vaqt, shoshilinch chora ko'rish talab etilishini ta'kidlaydilar. Biroq bunday

# ONLAYN MEDIA TARAQQIYOTI TENDENSIYALARI: MUAMMO VA YECHIMLAR

## mavzusida xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya to'plami

sharoitda sarosimaga tushmay to'g'ri chora ko'rish ayniqsa muhim hisoblanadi. Shuning uchun PR xodimlariga inqirozga qadar tayyorgarlik ishlarini olib borishni maslahat beradilar. Bu ishlar nimalardan iborat bo'lishi kerak?

1. Jurnalistlar bilan doimo o'zaro ishonch asosida shakllangan munosabatni yo'lga qo'yish kerak. Bu hol ziddiyatli vaziyatlar davrida, matbuot ishi qizg'in ketayotgan paytda kamroq shubhalanib, ko'proq hamkorlik qilishga asos bo'ladi.

2. Favqulodda ziddiyatli vaziyatga mas'ul menejerni oldindan tayinlash kerak.

3. Bu menejerga kutiladigan vaziyatlar, muammolar va tendensiyalar to'g'risida axborot to'plash topshiriladi. Ularni doimo baholab borish va voqealarning bunday borishini bartaraf etish yoki o'zgartirish imkonini beradigan kommunikatsion strategiya ishlab chiqish kerak.

4. Bo'hron vaziyatida PR faoliyati yuritadigan guruh tarkibini aniqlash, ularning vazifalari, ko'riladigan choralar va taxminiy ssenariya bayonini tayyorlab qo'yish tavsiya etiladi. Shuningdek, xodimlarning ish, uy va mobil telefonlarining ro'yxati shoshilinchda asqotishi mumkin. Qolaversa, xodimlarning tarjimai xolini ham tayyorlab qo'ygan ma'qul. Negaki, bo'hron yuz bersa, jurnalistlar unga qarshi kurashayotgan odamlar tajribasi to'g'risida bilishni istab qolishlari mumkin.

5. Tayinlangan rasmiy vakillarga mass media bilan o'zaro munosabatda bo'lish ko'nikmalarini hosil qilishni o'rgatish ma'qul.

6. Murojaatnomani, maqsadli auditoriyani hamda bo'hronga qarshi turli rejalarda foydalanilishi mumkin bo'lgan reportyorlarni belgilab qo'yish tavsiya etiladi.

7. Favqulodda vaziyatlarda sizning tashkilotingiz faoliyatini yoritishi mumkin bo'lgan jurnalistlarning uy, ish, uyali telefonlari ro'yxatini tuzib qo'yish kerak [3.3].

Albatta, mutaxassislar taklif etgan maslahatlar biroz bo'rttirib yuborilgandek ko'rinsada, ziddiyatli vaziyatlarda asqotishi mumkin bo'lgan material har ehtimolga qarshi tayyorlab qo'yish maqsadga muvofiq. Biroq asosiy faoliyat bo'hron sodir bo'lgan paytda amalga oshiriladi. Bu davrda sarosimaga tushmasdan quyidagi amallarni bajarishni mutaxassislar maslahat beradilar:

1. Bo'hronli vaziyat yuzaga kelsa, bu haqda darhol matbuotga xabar bering. Aks holda OAV boshqa yo'llar bilan axborot oladi.

2. Markaziy joyda kecha-kunduz ishlaydigan bo'hronga qarshi matbuot markazi tuzing, u yerda yangiliklar to'g'risida xabar beriladi, mish-mishlar rad etiladi, faktlar to'planadi hamda brifing o'tkaziladi.

3. Axborotni xolis va shaffof baholash uchun brifing o'tkazish maqsadida ro'y bergan joyda tayyorgarlik ko'rgan matbuot kotibi bilan birga darhol ommaga murojaat

# ONLAYN MEDIA TARAQQIYOTI TENDENSIYALARI: MUAMMO VA YECHIMLAR

## mavzusida xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya to'plami

eting. Vaziyatdan ogohliligingizni ommaviy axborot vositalariga, ular orqali esa jamoatchilikka bildiring.

4. O'zingizga ma'lum va aniq bo'lgan holat yuzasidan axborot bering va faqat bilganingizni gapiring. Taxminlar qilmang. Mish-mishlarga asoslanib aslo biron narsa demang. Biron narsani bilmasangiz, buni tan oling. Eng yaxshi javob: "Bu masala o'rganilmoqda",- degan gap bo'lishi mumkin.

5. Imkoni boricha tezroq axborot to'plang. "Kim?", "Nima?", "Qaerda?", "Qanday?", degan asosiy savollarga javobni aniqlab qo'ying. "Nima uchun?" degan savolga, balki keyinroq javob berishingiz mumkin bo'lar.

6. Qora PRga qarshi markazga hukumat yoki idora rahbarini yoxud boshqa yuqori mansabdor rahbarni taklif qiling. Boshqa rejalarni bekor qiling. Odamlar jamoatchilik bilan aloqalar bilan shug'ullanadigan xodimni emas, balki rahbarni ko'rishni istashadi. Ziddiyatli vaziyatlar paytida yuqori mansabdor rahbarning jurnalistlar oldida chiqishi kishida ishonch uyg'otib, tashkilot vaziyatga yengiltaklik bilan qaramayotganini ko'rsatadi.

7. O'z ichki auditoriyangiz bilan imkoni bo'lsa, Gmail orqali yoki har bir ofisga yetkaziladigan matbuot relizlari va bayonotlar, zarur holda ijtimoiy tarmoqlar orqali aloqada bo'lib turing.

8. O'zingizni xotirjam, xushmuomala tuting. Odamlar huzurida hayajonlangan yoki o'zingizni yo'qotgan xolda ko'rinmang.

9. Salbiy gap-so'z tarqalishining oldini oling. Axborotni e'lon qilishdan oldin uni tekshiring. Imkoni bo'lsa, bo'hron yuz bergan joydan to'g'ridan to'g'ri jonli e'fir uyushtiring. Televideniye tasvirga olishi lozim. Makon cheklangan bo'lsa, OAVning har bir tipi – onlayn media, axborot agentligi, gazetalar, televideniye, radio, jurnal va fotoagentlik vakillaridan iborat press-puldan\* foydalaning, toki ular o'z hamkasblari uchun ham material yozib, suratga olsinlar.

10. Telefon qo'ng'iroqlariga doim javob bering. Shunday qilmasangiz, reportyorlar axborotni boshqa joydan izlashadi.

11. Hayrihoxlikni bildiruvchi oddiy ishora ham jamoatchilikning ishonchini tiklashga ko'maklashishi mumkin. Yoki aksincha qora PR faoliyati ishonchsizlukni ham keltirib chiqaradi. Taskin beruvchi gaplarni ayting. Muammoni hal etish, jabr ko'rganlarga qanaqa yordam ko'rsatish, turmushni yo'lga solish uchun qanday

□ Voqea yuz bergan yoki matbuot konferensiyasi o'tkazilayotgan joy material tayyorlashdan manfaatdor bo'lgan reportyorlarning hammasini sig'diradigan darajada keng bo'lmasa, «pul» orqali xabardor qilishdan foydalaniladi.

# ONLAYN MEDIA TARAQQIYOTI TENDENSIYALARI: MUAMMO VA YECHIMLAR

mavzusida xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya to'plami

chora-tadbirlar ko'rilayotganini gapirib bering. Lekin, avval, gapingiz bilan ishingiz bir-biriga mos kelishi kerak.

12. Aybdorlarni izlamang. Buni tekshiruvdan so'ng hal qilsa bo'ladi.

13. Qilayotgan ishlaringizni ma'qullash uchun uchinchi tomonga murojaat qiling. Shunaqa tajribaga ega bo'lgan va jamoatchilikning e'tiborini qozongan odamlarni izlab toping va ular sizning manfaatingizni yoqlab chiqishsin.

14. Mediada axborotini kuzatib boring va xatolarni darhol tuzating. Odamlarni vaziyatning rivojlanishidan xabardor qilib turish uchun veb-sayt oching. Saytga matbuot relizlari, bayonotlar, ma'lumotlar va boshqa axborotlarni joylashtiring.

15. Muammoni o'rganish hamda kelajakda yuz berishi mumkin bo'lgan voqealarning oldini olish uchun tahliliy guruh tuzing.

16. Shuni yodingizda saqlang-ki, bo'hron paytidagi ochiqlik va hayrihoqlik sizning ommaviy axborot vositalari oldidagi nufuzingizni oshiradi. Bu uzoq muddatli istiqbolda sizga yordam berishi mumkin[5].

**Xulosa.** Albatta, yuqorida keltirilgan takliflar vaziyat va imkoniyatga qarab qo'llaniladi, amalga oshiriladi. Shunday bo'lsa-da, favqulodda vaziyat yuzaga kelganida o'ylab o'tirishga, ayniqsa, reja tuzishga vaqt bo'lmaydi. Reja aniq bo'lmasa, voqealar har qanday mutaxassisni ham dovdiratib qo'yishi mumkin. Shuningdek, favqulodda vaziyatga qarshi rejaning samaradorligini va odamlarning munosabatini baholash uchun sharoit yaratiladi. Mediada ziddiyatli vaziyatlarning oldini olish chora-tadbirlari borasida yangi rejalar, takliflar paydo bo'ladi, tajriba orttiriladi.

## FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Mirziyoyev Sh.M. Tanqidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik – har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak. – Toshkent, O'zbekiston, 2017
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining “Ommaviy axborot vositalari mustaqilligini ta'minlash hamda davlat organlari va tashkilotlari axborot xizmatlari faoliyatini rivojlantirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida” 2019 yil 27 iyundagi PQ-4366-son Qarori. // [www.lex.uz](http://www.lex.uz)
3. Sullivan M. Mas'ul matbuot xizmati. –T.:Regional Program Offise. Vienna. RPO, 2002. 4-b.
4. Поченцов Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. - М.: Рефл-бук, 2005. С.287
5. Madina Nuriddinova Mediametrics technologies HOME / ARCHIVES / VOL. 11 NO. 11 (2022): INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL SCIENCE & INTERDISCIPLINARY RESEARCH / Articles <https://www.gejournal.net/index.php/IJSSIR/article/view/1055>