

### ДАВЛАТ ТАШКИЛОТЛАРИ ТОМОНИДАН ИЧКИ PR КОММУНИКАЦИЯНИ ТАШКИЛ ЭТИШНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ

**Мастура Хаитова,**

Ўзбекистон журналистика ва оммавий  
коммуникациялар университети таянч  
докторанти  
mastura-xaitova@mail.ru

**Аннотация.** Мақолада Ўзбекистон Республикаси давлат ташкилотлари томонидан ички PR коммуникацияни ташкил этишнинг ўзига хос хусусиятлари, PR коммуникация асослари, оммавий коммуникациянинг жамоатчилик фикрига таъсири ҳамда давлат ташкилотлари ахборот хизматлари фаолиятини самарали ташкил этиш усуллари таҳлил этилган.

**Таянч сўзлар:** Жамоатчилик билан алоқалар, оммавий коммуникация, PR коммуникация, ахборот хизмати, PR тадбирлар, давлат ташкилоти ва оммавий ахборот воситалари.

**Abstract.** The article analyzes the specifics of the organization of internal PR communication by government organizations of the Republic of Uzbekistan, the basics of PR communication, the impact of mass communication on public opinion and the methods of effective organization of Information Services activities of government organizations.

**Keywords:** Public relations, mass communication, PR communication, information service, RR events, government organization and mass media.

Мамлакатимизда давлат ташкилотлари томонидан ташқи ва ички PR коммуникацияни ташкил этишнинг ўзига хос хусусиятлари ҳақида фикр юритишдан аввал унинг натижасида юзага келадиган оммавий коммуникацияга тўхталиб ўтиш жоиз, деб ҳисоблаймиз.

“Оммавий коммуникация – жамоатчилик манфаатига бевосита алоқадор бўлган ахборотни оммавийлик мавқеи даражасида узатиш тушунилади”<sup>1</sup>, деб таъриф берилади илмий манбаларда. Нима учундир айнан оммавий коммуникация сўнгги йилларда янги аҳамият касб эта бошлади. Мазкур масала бўйича илмий изланишлар олиб борган италиялик тадқиқотчилар П.Манчини ва Ф.Фаччоли бунинг қуйидаги сабабларини кўрсатадилар:

Биринчидан, жамият равнақи ижтимоий институтлар фаолияти кўламини кенгайтирмоқда ва оммавий мулоқотга эҳтиёж ортмоқда.

Иккинчидан, фуқароларнинг ўз ҳуқуқларини билиши ва уни ҳимоя қилишга қаратилган кучли ҳаракатлар шаклланимоқда, яъни ижтимоий фаоллик кучаймоқда.

<sup>1</sup> Кривоносов А.Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций. – СПб.: Петербургское Востоковедение, 2002. С. 12.

# ONLAYN MEDIA TARAQQIYOTI TENDENSIYALARI: MUAMMO VA YECHIMLAR

mavzusida xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya to'plami

Учинчидан, ОАВнинг янги электрон турлари шаклланиб, кенг жамоатчиликни қамраб олиш ва уларни хабардор қилиш имкониятлари ортмоқда. Энг асосийси, ижтимоий муҳит барпо бўлиб, унда турфа манфаатлар ва қарашлар ўз аксини топмоқда ҳамда ижтимоий рақобат шаклланмоқда.

П.Манчинининг эътирофига кўра, айнан “ижтимоий муҳит жамият турли тизимларининг жамоатчилик манфаати нуқтаи назаридан рақобатини шакллантириб, оммавий мулоқотнинг фаоллашувига тurtки бўлади”<sup>2</sup>. Дарҳақиқат, рақобат ва турфа фикрлар мавжуд шароитда тараққиёт ва ривожланишга замин яратилади. Демак, ахборот алмашинувининг эркинлашуви, коммуникацион алоқанинг фаоллашуви жамият тараққиёти учун муҳим омиллардан бири ҳисобланади.

Шу ўринда мамлакатимизда сўнгги беш олти йилда амалга оширилган ислохотлар натижасида фуқароларимизнинг ахборотга бўлган эҳтиёжи нафақат давлат ОАВ орқали балки оммавий коммуникациянинг янги воситалари орқали қондирила бошланганлигини таъкидлаб ўтиш жоиз. Бу эса, ОАВ ўртасида соғлом рақобат муҳити юзага келишига сабаб бўлди ҳамда бунинг натижасида ахборот майдонида сифатли контент яратила бошланди. Энг асосийси, ахборот тақдим этилишининг тезкорлиги бир неча баробар ошди. Бу эса оммавий коммуникация демократик тамойиллар қарор топган жамиятдагина тўлиқ маъно касб этишининг исботи саналади.

PR коммуникация бугунги кунда ижтимоий коммуникация таркибидаги ҳал этувчи асосий унсурдир. Негаки, PR коммуникация нафақат муҳим ахборот тарқатиш билан чекланади, балки мазкур ахборот воситасида рицепиентга таъсир этиш, унинг муносабатини ўзгартириш ҳамда маълум ҳаракатга даъват этишни кўзда тутди<sup>3</sup>.

Демак, жамоатчиликни қизиқтирган янгиликларни ОАВга бериш, очик, ошкора коммуникацион мулоқат ўрнатиш ахборот хизматлари вазифаси экан, бу борада улар қандай амаллар бажарадилар, мазкур янгиликларни қандай кўриниш ва услубда узатадилар, бундан қандай самара кўрадилар, деган саволлар кўндаланг туриши табиий. Негаки, ахборот воситасида бошқариш замонавий дунёнинг асосий мезони бўлаётган айна даврда шу жиҳатларни ўрганиш жуда муҳим.

<sup>2</sup> Кривоносов А.Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций. – СПб.: Петербургское Востоковедение, 2002. С. 13.

<sup>3</sup> Иванова К.А. Бесценные советы для настоящего PR-менеджера. Устная коммуникация. – СПб.: Питер, 2006. С. 4.

# ONLAYN MEDIA TARAQQIYOTI TENDENSIYALARI: MUAMMO VA YECHIMLAR

mavzusida xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya to'plami

Паблик рилейшнз эса оммавий мулоқотнинг бир кўриниши бўлиб, бу жараёнда ҳам ахборот муҳим омил ҳисобланади. Замонавий ахборот бозорида PR хизматлари ижтимоий аҳамиятга молик ахборотларни тайёрлаш ва тарқатиш билан шуғулланадилар. Пресс-релиз, дайджест, буклет, бюллетен ва йиллик ҳисоботлар чиқаради, матбуот анжуманлари, брифинглар, пресс-турлар, журналистлар билан суҳбатлар ташкил этади ҳамда мамлакат ва чет эл ОАВга янгиликларни етказадилар. Шунингдек, оммавий ахборот воситаларидаги материалларни, ўзлари фаолият кўрсатаётган идоралар доирасидаги давлат ташкилотлари, институтлар, муассасалар ва тузилмаларнинг раҳбарлари учун таҳлил этадилар.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 2 февраль куни қабул қилинган “Ахборот соҳаси ва оммавий коммуникацияларни янада ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги фармонида<sup>4</sup> “Давлат органлари, хўжалик бошқаруви органлари, давлат корхоналари ва ташкилотлари матбуот хизматларининг жамоатчилик ва оммавий ахборот воситалари билан ўзаро ҳамкорлиги етарли даражада йўлга қўйилмаган”и қайд этилиб, Ўзбекистон Республикаси Президенти Администрацияси ҳузуридаги Ахборот ва оммавий коммуникациялар агентлиги зиммасига давлат органлари ва бошқа ташкилотларга улар фаолиятининг очиклигини таъминлашда, давлат хизматчиларига оммавий ахборот воситалари билан очик, оммавий ўзаро ҳамкорлик қилиш маданиятини сингдиришда, шу жумладан, уларнинг Ахборот хизматлари (жамоатчилик билан ишлаш бўйича бўлинмалари) фаолиятини мувофиқлаштириш ва услубий жиҳатдан таъминлаш орқали кўмаклашиш вазифаси ҳам юклатилди. Бу вазифалар тўла-тўқис бажарилиши учун аввало ҳар бир вазирлик, идора, муассаса ва ташкилотнинг ахборот хизматлари ҳам масъулдирлар.

“Жамоатчилик билан самарали мулоқот” кўлланмасида тадқиқотчилар ҳокимликларнинг ахборот хизматлари фаолиятини таҳлил қилиш мисолида давлат органлари ахборот хизматлари фаолиятининг ички йўналиши унинг таркибий бўлинмаларини, турли бўлимларини қамраб олади, деган хулоса илгари сурилган<sup>5</sup>.

Демак, ички PRни ташкил этиш давлат органи ахборот хизматининг энг қийин фаолият йўналишларидан бири ҳисобланади. Сабаби ташкилотда фаолият

<sup>4</sup> <https://lex.uz/docs/4188795>

<sup>5</sup> Косимова Н., Бабаджанова Г., Исламова Л. Эффективная коммуникация с общественностью. Практическое пособие для информационных служб. – Т.: 2013. С. 20.

# ONLAYN MEDIA TARAQQIYOTI TENDENSIYALARI: MUAMMO VA YECHIMLAR

mavzusida xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya to'plami

юритувчи кўплаб раҳбар-ходимларнинг жамоатчилик билан алоқалар соҳасидаги мутахассисларга нисбатан ишончсизлиги, хатто баъзи амалдорларнинг ахборот хизматларининг аҳамияти ва вазифаларини тушунмасликлари PR мутахассислари ишини оғирлаштиради.

Давлат ташкилотлари матбуот хизматларининг самарали ишлашини ташкил этишга тўсқинлик қиладиган яна бир муҳим сабаб бу давлат идоралари жамоаларида корпоратив руҳнинг йўқлиги, бўлимларнинг маълум бир изоляция ҳолатида фаолият юритишидир. Маълумки, давлат тузилмасининг фаолияти унинг барча ходимлари бир жамоа сифатида ҳаракат қилганда самарали бўлади<sup>6</sup>. Бироқ, ташкилий ишларни тўғри ташкил этмаслик муаммоси бугунги кунда баъзи давлат ташкилотлари учун хали ҳам долзарбдир. БМТТД (Бирлашган Миллатлар Ташкилотининг тараққиёт дастури дунёнинг 177 дан ортиқ давлатида фаолият юритади ва маҳаллий даражадаги муаммоларнинг глобал йечимини тақдим этади, шу орқали давлатларнинг барқарорлигини таъминлаш, инсонларнинг ҳуқуқ ва имкониятларини кенгайтириш имконини вужудга келтиради. БМТТД Ўзбекистонда кўплаб аҳамиятга молик муаммоларнинг йечими — атроф-муҳит ифлосланишига қарши кураш, ИТВ/ОИТС ўлати тарқалишининг олдини олиш, самарали, адолатли давлат бошқарувини жорий этиш ва иқтисодий ривожланиш борасида ўз ҳиссасини кўшиб келади<sup>7</sup>) томонидан амалга оширилган бир лойиҳа натижаларини таҳлил қиламиз. “Маҳаллий ҳокимият органларини қўллаб-қувватлаш: фуқароларнинг иштироки ва шериклик” лойиҳаси доирасида 2013 йил июль-август ойларида Жиззах ва Наманган вилоятлари ҳокимликларининг давлат органларининг аҳоли, тадбиркорлик субъектлари ва оммавий ахборот воситалари билан ўзаро ҳамкорлигини такомиллаштириш мақсадида олти сараланган ахборот хизматлари фаолияти мониторинги ўтказилди. Мониторинг натижасида Жиззах ва Наманган вилоятлари ҳокимликларининг “ҳокимликнинг бошқа бўлинмалари билан иш муносабатлари ва алоқаларни йўлга қўйиш” соҳасидаги барча олти ахборот хизматларида “иш тизимли эмас, фақат мурожаат қилиш сабаблари юзага келган тақдирдагина ҳамкорликда ишланади” натижа олинганлиги аниқланди. Шунингдек, “Матбуот хизматининг ахборот маҳсулоти сифатини

<sup>6</sup> Шишкина М.А. Паблик рилейшнз в системе социального управления: учебное пособие / – СПб.: Изд-во Паллада-медиа, 2002. С. 208.

<sup>7</sup> <https://www.undp.org/uz/uzbekistan>

# ONLAYN MEDIA TARAQQIYOTI TENDENSIYALARI: MUAMMO VA YECHIMLAR

mavzusida xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya to'plami

ички назорат қилиш тизими” мавжудлигини ўрганилганда, бундай тизим йўқлиги аниқланди<sup>8</sup>.

Тўғри орадан вақт ўтгач, маҳаллий ҳокимият органларининг ахборот хизмати фаолияти ислоҳ қилинди ва уларнинг моддий-техник базаси яхшиланди. Эътиборга молик томони шунда-ки, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 27 июндаги “Оммавий ахборот воситалари мустақиллигини таъминлаш ҳамда давлат органлари ва ташкилотлари ахборот хизматлари фаолиятини ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарорига асосан Ўзбекистон Республикаси Президенти Администрацияси ҳузуридаги Ахборот ва оммавий коммуникациялар агентлиги томонидан ўтказиладиган ахборот хизматлари раҳбарлари фаолияти самарадорлигини баҳолаш ва уларнинг рейтингига маҳаллий давлат ҳокимияти органлари ҳам киритилган. Жорий йилда ҳам Агентлик томонидан 2023 йил якунлари бўйича республика даражасидаги давлат органлари ва ташкилотлари, Қорақалпоғистон Республикаси Вазирлар Кенгаши, вилоятлар ва Тошкент шаҳар ҳокимликларининг 131 нафар матбуот котиблари фаолияти баҳоланди ва натижалар эълон қилинди. Унга кўра, маҳаллий давлат ҳокимияти органлари йўналиши бўйича Самарқанд вилояти 90,7 балл билан энг юқори ўринни эгаллаган бўлса, Андижон вилояти 60,1 балл билан энг паст натижа кўрсатди<sup>9</sup>.

Демак, ахборот хизматининг асосий вазифаларидан бири – ташкилотнинг жамоатчилик билан алоқаларини ривожлантиришдан иборат эканлигини алоҳида таъкидлаб ўтиш лозим. Бунда оммавий ахборот воситаларининг давлат ҳокимияти ва бошқарув органлари фаолияти устидан жамоатчилик ҳамда парламент назоратини таъминлаш, давлат ва жамоатчилик ўртасида мустаҳкам алоқа ўрнатиш масалаларига алоҳида эътибор қаратилади. Юртимизда ОАВнинг самарали фаолият кўрсатиши учун зарур шароит ва имкониятларни яратиш, фуқароларнинг ахборотни эркин ва монеликсиз олиш ҳамда фойдаланиш ҳуқуқларини амалга ошириш, ахборотнинг муҳофаза қилиниши, шахс, жамият ва давлатнинг ахборот борасидаги хавфсизлигини таъминлаш юзасидан кенг қамровли ишлар амалга оширилмоқда. Соҳадаги изчил ислохотлар жараёнида давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари, барча вазирлик ва идоралар, жамоат ташкилотларида ахборот хизматлари ташкил этилиб, улар фаолияти давр талаби асосида йўлга қўйилмоқда.

<sup>8</sup> БМТТД “Маҳаллий ҳокимият органларини қўллаб-қувватлаш: фуқароларнинг иштироки ва шериклик” лойиҳаси доирасида амалга оширилган мониторинг маълумотлари. Лойиҳа раҳбари: Исроилов Д. Мониторинг муаллифи Канаева Э. // Хужжат хизматда фойдаланиш учун.

<sup>9</sup> <https://aoka.uz/news/1507>

# ONLAYN MEDIA TARAQQIYOTI TENDENSIYALARI: MUAMMO VA YECHIMLAR

mavzusida xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya to'plami

Шу ўринда “PR тадбирларини амалга оширишда асосий эътиборни нимага қаратмоқ керак?”, деган савол туғилади. PR кампанияларини амалга оширишдан мақсад – аудиторияда фикр уйғотиш ва уни маълум бир фаолиятга ундаш. Бунинг учун қуйидаги жиҳатларга алоҳида эътибор бериш керак: кадриятлар, эҳтиёж (талаблар), манфаатлар, муносабатлар, фикр ва амалий ҳаракат<sup>10</sup>.

Юқорида тадқиқотчи томонидан келтирилган жиҳатлар ва жаҳон тажрибасини ҳисобга олган ҳолда Агентлик ташкилотлар ахборот хизматлари томонидан ахборотни замонавий формат, онлайн ва кенг қамровли усулда оммавий ахборот воситалари (радио/телевидение, газета, ижтимоий тармоқлар, мобиль мессенжерлар ва веб-сайтлар) орқали фойдаланувчиларга инфографика, фото, аудио, видео ва матн шаклларида, муайян белгиланган вақт оралиғида етказиб бериш;

- ижтимоий тармоқларда мавзуга алоқадор воқеа-ҳодисаларга тезкор муносабат билдириш ва ўз расмий саҳифларида ёритиш;

- ташкилот ва у билан боғлиқ жараёнларни аҳолига етказишда видео ва матн шаклидаги баёнотлар билан чиқишлар қилиш;

- хорижий оммавий ахборот воситаларида Ўзбекистоннинг соҳага доир имижини оширишга қаратилган материалларни кенг эълон қилиб боргани<sup>11</sup>га қараб рейтинг натижаларини эълон қилади.

Демак, юқоридаги каби рейтингларга киришда нафақат давлат ташкилоти ахборот хизмати масъул ходимлари балки ташкилотнинг раҳбаридан бошлаб оддий мутахассисигача жамоатчилик билан самарали алоқалар ўрнатиш жараёнида фаол иштирок этиши лозим. Зеро, маънавият, маданият, ақл-идрок замонавий давлат хизматчиларининг касбий маҳоратининг сифат хусусиятлари бўлиши, жамоатчилик кўз ўнгида мансабдор шахснинг муносиб имиджини яратиши керак. Ҳар бир ташкилот, муассаса ва ҳатто касбнинг ўзига хос хусусиятлари, маълум бир касбий фаолият жараёнида юзага келадиган расмий вазиятларнинг хусусиятлари ва анъанавий равишда ривожланиб бораётган ишбилармонлик муносабатлари ушбу муҳитга хос бўлган хатти-ҳаракатлар нормаларини келтириб чиқаради. Улар маъмурий этика талабларида қайд этилган-одамлар билан муомала қилиш қоидалари ва шакллари тўплами, уларга ташки томондан ҳурмат кўрсатишга имкон беради, раҳбарлар ва бўйсунувчилар

<sup>10</sup> Алёшина И.В. Паблик рилейшнз для менеджеров. – М.: ГАУ, 2000. С. 72.

<sup>11</sup> <https://aoka.uz/news/1507>

# ONLAYN MEDIA TARAQQIYOTI TENDENSIYALARI: MUAMMO VA YECHIMLAR

mavzusida xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya to'plami

ўртасида ўзаро тан олиш ва тушуниш, бир-бирига ҳурмат муҳитини яратишга ҳисса қўшади<sup>12</sup>.

Хулоса ўрнида айтиш мумкинки, кадриятлар эҳтиёжларни бошқаради, ўз навбатида манфаатдорлик шаклланади, муносабатларга таъсир этади, фикр уйғонади ва унга мувофиқ ҳаракат амалга оширилади. Инсонларни маълум бир ҳаракатга зудлик билан даъват этиш самарасиз эканлигини мутахассислар эътироф этишади ва аввал кадриятлар ва уларга бўлган эҳтиёжни ўрганиб, муносабатларни шакллантириш, фикр уйғотиш ҳамда амалий ҳаракатга даъват этишни маъқул деб ҳисоблайдилар. Умумий хулоса шуки, ички PR коммуникацияни ўрнатишга қаратилган ҳар қандай PR тадбирининг таъсири ҳаракатга олиб келувчи занжирнинг энг аввалгисидан бошланса, натижа самаралироқ бўлади.

<sup>12</sup> Государственное управление: основы теории и организации: учебник: в 2т. – т.1 / Под общ. ред. Козбаненко В.А. – 2-е изд., с изм. и доп. – М.: Статут, 2002. С.177.