

RAQAMLI DAVRDA DAVLAT PR STRATEGIYALARI: IJTIMOYIY TARMOQLAR ORQALI SAMARALI KOMMUNIKATSIYA TAJRIBALARI

Mamatov Komiljon Uchqunjon o'g'li,

O'zMU Jurnalistika va o'zbek filologiyasi 2-kurs magistranti

E-pochta: komiljonofficial1414@gmail.com

Annotatsiya. Mazkur maqolada raqamli transformatsiya sharoitida davlat axborot siyosatining muhim tarkibiy qismi hisoblangan PR strategiyalarining nazariy va amaliy jihatlari kompleks tarzda tahlil qilinadi. Xususan, zamonaviy kommunikatsiya muhitida ijtimoiy tarmoqlarning davlat va jamiyat o'rtasida samarali muloqotni ta'minlovchi asosiy platforma sifatidagi roli ochib beriladi. Tadqiqotda raqamli PR tushunchasi, uning an'anaviy PRdan farqli jihatlari hamda strategik kommunikatsiya jarayonidagi o'rnini ilmiy asosda yoritiladi. Maqola yakunida davlat PR strategiyalarini takomillashtirish, ijtimoiy tarmoqlardan samarali foydalanish va jamoatchilik bilan ochiq hamda barqaror muloqotni rivojlantirish bo'yicha ilmiy asoslangan taklif va tavsiyalar ishlab chiqiladi.

Kalit so'zlar: PR strategiya, davlat axborot siyosati, ijtimoiy tarmoqlar, raqamli PR, strategik kommunikatsiya, davlat imiji, ochiqlik, shaffoflik, raqamli PR.

Abstract. This article comprehensively analyzes the theoretical and practical aspects of public relations (PR) strategies as an essential component of state information policy in the context of digital transformation. The practical outcomes of modern PR approaches are illustrated through the analysis of official social media activities of government institutions, focusing on transparency, promptness, and interactivity. In addition, the study addresses key challenges in digital communication, including information reliability, the spread of fake news, and issues related to building and maintaining public trust. The article concludes with scientifically grounded recommendations for improving state PR strategies, enhancing the effective use of social media, and strengthening open and sustainable communication with the public.

Keywords: PR strategy, state information policy, social media, digital PR, strategic communication, state image, transparency, openness.

Аннотация. В данной статье комплексно анализируются теоретические и практические аспекты стратегий связей с общественностью (PR) как важного компонента государственной информационной политики в условиях цифровой трансформации. Особое внимание уделяется роли социальных сетей как ключевой платформы для обеспечения эффективной коммуникации между государством и обществом в современной коммуникационной среде. В исследовании рассматривается концепция цифрового PR, его отличительные особенности по сравнению с традиционным PR, а также его роль в процессе стратегической коммуникации на научной основе. В заключении статьи представлены научно обоснованные рекомендации по совершенствованию государственных PR-стратегий, эффективному использованию социальных сетей и укреплению открытой и устойчивой коммуникации с обществом.

Ключевые слова. PR-стратегия, государственная информационная политика, социальные сети, цифровой PR, стратегическая коммуникация, имидж государства, прозрачность, открытость.

Kirish. Bugungi kunda raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi davlat boshqaruvi tizimi va jamoatchilik bilan aloqalar sohasiga sezilarli darajada ta'sir ko'rsatmoqda. Raqamli transformatsiya jarayoni natijasida davlat va jamiyat o'rtasidagi o'zaro munosabatlar shakli tubdan o'zgarib, an'anaviy kommunikatsiya vositalarining o'rnini tezkor, interaktiv va ko'p funksiyali raqamli platformalar egallamoqda. Bu jarayon

davlat axborot siyosatida PR strategiyalarini samarali ishlab chiqish va qo‘llash zaruratini yanada dolzarb masalaga aylantirmoqda.

Zamonaviy sharoitda jamoatchilik bilan aloqalar (Public Relations) nafaqat axborotni uzatish vositasi, shubilan birgalikda davlat organlari faoliyatining ochiqligini ta’minlash, fuqarolarning ishonchini shakllantirish hamda davlat imijini mustahkamlashga xizmat qiluvchi strategik boshqaruv instrumenti sifatida namoyon bo‘lmoqda. Ayniqsa, ijtimoiy tarmoqlar davlat va fuqarolar o‘rtasida ikki tomonlama muloqotni ta’minlaydigan, jamoatchilik fikrini tezkor o‘rganish va unga munosabat bildirish imkonini beruvchi eng samarali kommunikatsiya vositalaridan biriga aylandi.

Ijtimoiy media platformalarining rivojlanishi davlat PR strategiyalarining mazmuni va shaklini ham o‘zgartirdi. Endilikda davlat organlari faqat axborot yetkazuvchi subyekt sifatida emas, balki auditoriya bilan doimiy muloqotda bo‘ladigan, fikr almashadigan va tezkor javob qaytaradigan interaktiv kommunikator sifatida faoliyat yuritmoqda. Bu esa o‘z navbatida ochiqlik, shaffoflik, tezkorlik va ishonchlilik kabi tamoyillarni PR strategiyalarining asosiy komponentlariga aylantirmoqda.

O‘zbekiston Respublikasida ham so‘nggi yillarda raqamli boshqaruv tizimining rivojlanishi bilan bir qatorda davlat organlarining ijtimoiy tarmoqlardagi faolligi sezilarli darajada oshdi. Rasmiy axborot kanallari va sahifalar orqali aholiga tezkor ma’lumot yetkazish, fuqarolar murojaatlariga javob berish hamda davlat siyosatini ochiq yoritish amaliyoti kengayib bormoqda. Bu jarayon davlat PR strategiyalarining yangi, raqamli shakllarini shakllantirishga xizmat qilmoqda.

Shu nuqtai nazardan, ushbu maqolada raqamli transformatsiya sharoitida davlat PR strategiyalarining nazariy asoslari, ularning ijtimoiy tarmoqlar orqali amalga oshirilish mexanizmlari hamda milliy va xorijiy tajribalar asosida samaradorligi kompleks tarzda tahlil qilinadi. Shuningdek, davlat va jamiyat o‘rtasidagi kommunikatsiyani takomillashtirish, jamoatchilik ishonchini oshirish va raqamli PR strategiyalarini rivojlantirish bo‘yicha ilmiy asoslangan xulosalar ishlab chiqiladi.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Davlat PR strategiyalari va ijtimoiy tarmoqlarning kommunikatsiyadagi o‘rni ko‘plab xorijiy olimlar tomonidan tadqiq etilgan.

– Dennis L. Wilcox, Glen T. Cameron va Bryan H. Reberning **“Jamoatchilik bilan aloqalar: strategiyalar va taktika” (Public Relations Strategies and Tactics)** asarida PR faoliyatining nazariy asoslari, strategik rejalashtirish va kommunikatsiya usullari batafsil yoritilgan. Ushbu manba PRning tizimli va bosqichma-bosqich amalga oshirilishini tushunishda muhim ahamiyatga ega.

– Sandra Oliverning **“Jamoatchilik bilan aloqalar strategiyasi” (Public Relations Strategy)** kitobida PR faoliyatining strategik boshqaruvi, auditoriya bilan ishlash va tashkilot imijini shakllantirish masalalari keng tahlil qilingan.

– Deirdre K. Breakenridge tomonidan yozilgan **“Ijtimoiy media va PR: PR mutaxassisi uchun sakkiz yangi amaliyot” (social media and Public Relations: Eight**

New Practices for the PR Professional) asarida raqamli kommunikatsiya sharoitida PRning yangi modellari, ayniqsa ijtimoiy tarmoqlarning roli alohida ta'kidlanadi.

– Erica Weintraub Austin va Bruce E. Pinkletonning **“Strategik PR boshqaruvi: samarali kommunikatsiya dasturlarini rejalashtirish va boshqarish” (Strategic Public Relations Management: Planning and Managing Effective Communication Programs)** kitobida PR kampaniyalarini ishlab chiqish, amalga oshirish va baholash mexanizmlari chuqur o'rganilgan.

– Stefanie Martensning **“PR amaliyotida ijtimoiy tarmoqlarning roli: Yangi Zelandiya tajribasi” (The Role of Social Media in Public Relations Practice – A New Zealand Perspective)** tadqiqotida ijtimoiy tarmoqlarning davlat va tashkilotlar kommunikatsiyasidagi o'rni amaliy misollar asosida ko'rib chiqiladi.

Mazkur adabiyotlar PR strategiyalarining nazariy va amaliy jihatlarini o'rganishda muhim metodologik asos bo'lib xizmat qiladi.

Tadqiqot metodologiyasi. Mazkur tadqiqotda davlat PR strategiyalarining raqamli muhitdagi samaradorligini o'rganish uchun kompleks yondashuv qo'llanildi. Tadqiqot metodologiyasi sifat va miqdoriy tahlil usullarining uyg'unligiga asoslanadi.

Avvalo, nazariy tahlil usuli orqali PR strategiyalari, davlat axborot siyosati va ijtimoiy tarmoqlarning kommunikatsiyadagi roli bo'yicha ilmiy adabiyotlar o'rganildi. Ushbu bosqichda mavjud konsepsiyalar, modelllar va yondashuvlar tizimlashtirildi hamda ularning o'zaro bog'liqligi aniqlashtirildi.

Shuningdek, komparativ (taqqoslama) tahlil usuli yordamida milliy va xorijiy tajribalar solishtirildi. Bu orqali turli mamlakatlarda PR strategiyalarining ijtimoiy tarmoqlarda qo'llanishidagi umumiy va farqli jihatlar aniqlashga erishildi.

Kontent-tahlil usuli asosida davlat organlarining ijtimoiy tarmoqlardagi faoliyati o'rganildi. Xususan, rasmiy sahifalarda joylashtirilgan axborotlarning mazmuni, auditoriya bilan muloqot shakllari, interaktivlik darajasi va axborot yetkazish uslublari tahlil qilindi.

Bundan tashqari, tizimli yondashuv asosida davlat PR strategiyalari yagona kommunikatsiya tizimi sifatida ko'rib chiqildi. Ushbu yondashuv PR faoliyatining barcha elementlari – maqsad, auditoriya, vositalar va natijalar o'rtasidagi bog'liqlikni aniqlash imkonini berdi.

Tadqiqot natijalarining ishonchliligini ta'minlash maqsadida turli manbalar va usullar o'zaro uyg'unlashtirildi, bu esa olingan xulosalarning obyektivligini oshirishga xizmat qildi.

Tahlil va natijalar. Jamoatchilik bilan aloqalar (Public Relations – PR) zamonaviy davlat boshqaruvida faqatgina axborot tarqatish vositasi emas, balki strategik kommunikatsiya tizimining muhim elementi sifatida qaraladi. PR orqali davlat organlari fuqarolar bilan ikki tomonlama muloqotni yo'lga qo'yadi, ishonchni shakllantiradi hamda ijtimoiy jarayonlarga ta'sir ko'rsatadi.

Shu bilan birga, PR atamasi ba'zi kontekstlarda "spin" tushunchasi bilan ham ifodalanadi. Ushbu atama ilk bor 1984-yilda "The New York Times" gazetasining tahririyat maqolasida Ronald Reygan prezidentlik kampaniyasining qayta saylov jarayonidagi faoliyatiga nisbatan qo'llangan. Dastlab "spin" so'zining ma'nosi siyosiy kampaniya maslahatchilari tomonidan qo'llaniladigan, ko'pincha axborotni noto'g'ri talqin qilish yoki uni ma'lum bir manfaat nuqtai nazaridan shakllantirishga qaratilgan noetik usullar bilan bog'langan.

Bugungi kunga kelib esa media va akademik doiralarda ushbu atama yanada kengroq ma'noda qo'llanilmoqda. Ya'ni, u har qanday shaxs yoki tashkilot tomonidan biror voqea yoki muammoni muayyan nuqtai nazar asosida talqin qilishga qaratilgan kommunikativ urinishlarni ifodalash uchun ishlatiladi. "Jamoatchilik bilan aloqalar ba'zan 'spin' deb ham ataladi. Ushbu atama ilk bor 1984-yilda "The New York Times" gazetasining tahririy maqolasida AQSh Prezidenti Ronald Reyganning qayta saylov kampaniyasi faoliyati haqida tilga olingan. Dastlab 'spin' tushunchasi ko'pincha siyosiy kampaniya maslahatchilari tomonidan qo'llaniladigan axloqiy jihatdan bahsli va chalg'ituvchi faoliyat hamda taktikalarga nisbatan ishlatilgan. Biroq bugungi kunga kelib, ommaviy axborot vositalari ushbu atamani har qanday shaxs yoki tashkilot tomonidan biror voqea yoki muammoni muayyan nuqtai nazar asosida talqin qilishga qaratilgan har qanday urinishni ifodalash uchun keng qo'llamoqda," [1. P.37.] ushbu fikr tarixiy yondashuv PR tushunchasining murakkab va ko'p qirrali tabiatga ega ekanini ko'rsatadi. Biroq PRni faqat "spin" yoki axborotni ma'lum manfaatga yo'naltirish vositasi sifatida talqin qilish biryoqlama yondashuv hisoblanadi.

Zamonaviy ilmiy qarashlarga ko'ra, bunday stereotipik talqinlardan chetlashish lozim, chunki PRning asosiy vazifasi manipulyatsiya emas, balki ochiq kommunikatsiya, ishonchni shakllantirish va davlat hamda jamiyat o'rtasida barqaror muloqotni ta'minlashdan iboratdir. Ayniqsa, davlat boshqaruvi kontekstida PR strategiyalari jamiyat ongini boshqarish vositasi emas, balki ijtimoiy hamkorlikni mustahkamlovchi mexanizm sifatida qaralishi zarur. Davlat imijining shakllanishi esa bevosita ushbu kommunikatsiya jarayonlarining samaradorligiga bog'liqdir. Zamonaviy raqamli davrda PR strategiyalarining ahamiyati yanada ortib bormoqda. Chunki global axborot maydonida turli alternativ narrativlar, dezinformatsiya va raqobatdosh g'oyalar mavjud bo'lgan sharoitda, davlat o'z auditoriyasini yo'qotmasligi, balki u bilan doimiy, ochiq va ishonchli muloqotni saqlab turishi lozim. Aynan shu jihat davlat imiji va reputatsiya boshqaruvini siyosiy barqarorlikning eng muhim omillaridan biriga aylantiradi. Zero, zamonaviy siyosiy kommunikatsiyada auditoriyani o'ziga jalb qila olgan va ishonchni saqlab qolgan kuchgina jamiyatda barqaror ta'sirga ega bo'la oladi.

Ijtimoiy tarmoqlar bugungi kunda davlat kommunikatsiya tizimining ajralmas qismiga aylangan bo'lsa-da, ularning keng ommalashuvi nisbatan yaqin davrga borib taqaladi. Ushbu jarayonning muhim burilish nuqtalaridan biri 2003-yilda MySpace

ijtimoiy tarmog'ining ishga tushirilishi bo'lib, u foydalanuvchilarga shaxsiy profillar yaratish va ularni doimiy ravishda yangilanib boruvchi funksiyalar bilan boyitish imkonini bergan birinchi platformalardan biri edi (Boyd & Ellison, 2007). Keyingi yil, ya'ni 2004-yilda Facebook platformasi ishga tushirildi va tez orada global miqyosda eng ommabop ijtimoiy tarmoqqa aylandi. 2008-yilga kelib esa u MySpace'ni ortda qoldirib, dunyo bo'yicha yetakchi ijtimoiy media platformaga aylandi. [2. P.2.]

Ijtimoiy tarmoqlarning rivojlanishi PR faoliyatining tubdan o'zgarishiga sabab bo'ldi. Agar ilgari jamoatchilik bilan aloqalar asosan bir yo'nalishli – ya'ni “davlatdan fuqaroga” ko'rinishida bo'lgan bo'lsa, bugungi raqamli muhitda bu model ikki tomonlama va interaktiv shaklga o'tdi.

Digital PR tushunchasi aynan shu o'zgarishlar natijasida shakllandi. U nafaqat axborotni tezkor yetkazish, balki auditoriya bilan real vaqt rejimida muloqot qilish, ularning fikrini tahlil qilish va kommunikatsiyani moslashtirish imkonini beradi.

Shu nuqtayi nazardan, ijtimoiy tarmoqlar davlat boshqaruvida faqat axborot tarqatish vositasi emas, balki ijtimoiy ishonchni shakllantiruvchi strategik maydon sifatida namoyon bo'ladi. PR mutaxassisi uchun bu platformalar orqali jamiyat kayfiyatini “o'qish”, muammolarni erta aniqlash va kommunikativ javobni tezkor shakllantirish imkoniyati paydo bo'ladi.

Zamonaviy raqamli jamiyatda ijtimoiy tarmoqlar nafaqat kommunikatsiya vositasi, balki “ijtimoiy idrok maydoni”ga aylangan. Ya'ni, davlat imiji aynan shu maydonda shakllanadi, qayta talqin qilinadi va keng auditoriya ongida mustahkamlanadi yoki aksincha, yo'qotiladi.

Shu sababli PR strategiyalarida ijtimoiy tarmoqlarning o'rni shunchaki texnik vosita sifatida emas, balki siyosiy-ijtimoiy barqarorlikni ta'minlovchi asosiy platforma sifatida baholanishi lozim. Chunki zamonaviy axborot makonida narrativni kim boshqarsa, jamoatchilik ongiga ta'sir qilish imkoniyatiga ham o'sha ega bo'ladi.

An'anaviy PR ko'proq ommaviy axborot vositalari (televideniye, radio, matbuot) orqali bir yo'nalishli kommunikatsiyaga asoslangan bo'lsa, digital PR interaktivlik, tezkorlik va real vaqt rejimida feedback olish imkoniyati bilan ajralib turadi. Bu esa davlat boshqaruvida qaror qabul qilish jarayonini yanada moslashuvchan va ma'lumotga asoslangan qiladi.

O'zbekistonda davlat PR strategiyalari sezilarli darajada rivojlanib, ayniqsa, raqamli kommunikatsiya vositalari orqali jamoatchilik bilan ochiq muloqot shakllari kengayib bormoqda. Bu jarayonda rasmiy ijtimoiy tarmoq sahifalari, davlat organlarining matbuot xizmatlari hamda onlayn axborot platformalari muhim o'rin tutadi.

Davlat organlarining rasmiy sahifalari orqali axborot tezkor va tizimli ravishda yetkazilmoqda. Xususan, fuqarolarga bevosita taalluqli qarorlar, islohotlar va ijtimoiy tashabbuslar haqida muntazam ma'lumot berish amaliyoti kuchaygan. Bu esa davlat va jamiyat o'rtasidagi axborot bo'shlig'ini kamaytirishga xizmat qilmoqda.

Shu bilan birga, O‘zbekistonda ommaviy axborot vositalari, jumladan **Kun.uz** va **Daryo.uz** kabi platformalar ham jamoatchilikni xabardor qilishda faol rol o‘ynamoqda. Ushbu resurslar axborotni tezkor yetkazish va dolzarb voqealarni yoritish orqali media muhitni shakllantirishga hissa qo‘shmoqda. Shu bilan birga, PR nuqtai nazaridan qaralganda, davlat organlari bilan jamoatchilik o‘rtasidagi kommunikatsiya faqat axborot berish bilan cheklanib qolmasligi, balki ikki tomonlama muloqot shaklida rivojlanishi muhimdir.

Ayniqsa, ijtimoiy tarmoqlar – xususan Instagram va Telegram – fuqarolar bilan bevosita muloqot qilish uchun eng samarali platformalardan biri sifatida ajralib turadi. Bu yerda faqat rasmiy xabar joylashtirish emas, balki izohlar (comment) bilan ishlash, savollarga javob berish va jamoatchilik fikriga tezkor munosabat bildirish PR samaradorligini keskin oshiradi. Chunki jamoatchilik bilan aloqalar (Public Relations) aynan “aloqa” va “muloqot” tushunchalariga asoslanadi.

Xalqaro tajribaga nazar tashlansa, davlat PR strategiyalari ko‘plab rivojlangan davlatlarda raqamli kommunikatsiya bilan to‘liq integratsiyalashganini ko‘rish mumkin. AQSHda davlat organlari ijtimoiy tarmoqlar orqali nafaqat axborot tarqatadi, balki krizis kommunikatsiya (inqiroz holatlarida tezkor axborot boshqaruvi) tizimini ham samarali yo‘lga qo‘ygan. Masalan, tabiiy ofatlar yoki siyosiy vaziyatlarda rasmiy sahifalar orqali real vaqt rejimida ma’lumot berish amaliyoti jamoatchilik ishonchini saqlashda muhim rol o‘ynaydi. Yevropa davlatlarida esa PR strategiyalari ko‘proq shaffoflik va institutsional ishonchga asoslanadi. Davlat organlari fuqarolar bilan muloqotda izchil va huquqiy asoslangan kommunikatsiyani afzal ko‘radi. Osiyo davlatlarida, xususan Janubiy Koreya va Singapur tajribasida esa raqamli texnologiyalar juda yuqori darajada integratsiyalashgan bo‘lib, davlat PR tizimi “smart governance” konsepsiyasi bilan uyg‘unlashgan. Eng samarali PR kampaniyalar tahlili shuni ko‘rsatadiki, muvaffaqiyatli kommunikatsiyaning asosiy omili – bu tezkorlik, aniqlik va auditoriya bilan doimiy muloqotdir. Ijtimoiy tarmoqlar bu jarayonni yanada dinamik va interaktiv qiladi.

Raqamli PR strategiyalarining rivojlanishiga qaramasdan, bir qator muammolar ham mavjud. *Eng asosiy muammolardan biri* – axborot ishonchliligi masalasidir. Global axborot makonida tezkorlik ba’zan aniqlikdan ustun qo‘yilishi natijasida noto‘g‘ri yoki to‘liq bo‘lmagan ma’lumotlar tarqalishi mumkin. Bu esa jamoatchilik ishonchiga salbiy ta’sir ko‘rsatadi. *Ikkinchi muhim chaqiriq* – feyk yangiliklar (fake news) fenomenidir. Ijtimoiy tarmoqlarda noto‘g‘ri axborotning tez tarqalishi davlat PR strategiyalaridan yanada yuqori darajadagi monitoring va tezkor javob mexanizmlarini talab qiladi. *Uchinchi masala* esa auditoriya bilan ishonch munosabatlaridir. Bugungi kunda jamoatchilik faqat axborot olishni emas, balki o‘z fikrining inobatga olinishini ham kutmoqda. Shu sababli, bir yo‘nalishli kommunikatsiya emas, balki real dialogga asoslangan PR modeli muhim ahamiyat kasb etadi.

Shuni alohida ta'kidlash lozimki, zamonaviy PR tizimi faqat axborot uzatish vositasi emas, balki ijtimoiy ishonchni shakllantiruvchi strategik mexanizmdir. Davlat imiji esa aynan shu kommunikatsion jarayonlar orqali shakllanadi. Shu nuqtai nazardan, har qanday davlat uchun eng muhim vazifa – bu nafaqat axborotni yetkazish, balki uni to'g'ri talqin qilish, auditoriya bilan doimiy muloqotda bo'lish va ishonchni mustahkamlashdir. Chunki zamonaviy axborot makonida narrativni shakllantira olgan subyekt jamiyat fikriga ham sezilarli ta'sir ko'rsata oladi.

Xulosa va takliflar. Mazkur tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, zamonaviy davlat boshqaruvida jamoatchilik bilan aloqalar (PR) faqat axborot uzatish funksiyasi bilan cheklanmaydi. U strategik kommunikatsiya tizimining ajralmas qismi sifatida davlat va jamiyat o'rtasida ishonch, shaffoflik hamda o'zaro muloqotni shakllantiruvchi muhim mexanizmga aylangan. Ayniqsa, raqamli muhit va ijtimoiy tarmoqlarning keng rivojlanishi PR faoliyatining mazmuni va shaklini tubdan o'zgartirib, uni yanada interaktiv va tezkor tizimga aylantirdi. Tahlillar shuni ham ko'rsatadiki, PRning nazariy talqinida "spin" kabi tushunchalar tarixan mavjud bo'lsa-da, zamonaviy ilmiy yondashuvlar uni biryoqlama yoki manipulyativ vosita sifatida emas, balki ochiq kommunikatsiya va ijtimoiy hamkorlikni ta'minlovchi tizim sifatida ko'radi. Shu ma'noda, davlat PR strategiyalarining asosiy maqsadi jamoatchilik fikrini boshqarish emas, balki u bilan doimiy va ishonchli muloqot o'rnatishdan iborat bo'lishi lozim. Raqamli platformalar, xususan ijtimoiy tarmoqlar, bugungi kunda davlat imiji va reputatsiyasini shakllantirishda hal qiluvchi rol o'ynamoqda. Ular nafaqat axborot tarqatish vositasi, balki jamiyat kayfiyatini o'rganish, muammolarni tezkor aniqlash va ularga javob qaytarish imkonini beruvchi strategik kommunikatsiya maydoniga aylangan. Shu bilan birga, ushbu jarayonlarda tezkorlik va ochiqlik muhim bo'lsa-da, axborot ishonchliligi va uning to'g'ri talqin qilinishi masalasi ham dolzarb ahamiyat kasb etadi.

Xalqaro tajribalar shuni ko'rsatadiki, samarali PR tizimi asosan krizis kommunikatsiya, shaffof boshqaruv va doimiy dialog tamoyillariga tayanadi. Bu esa davlat organlaridan nafaqat axborot berishni, balki fuqarolar bilan doimiy teskari aloqa mexanizmlarini ham rivojlantirishni talab qiladi. O'zbekiston tajribasi esa so'nggi yillarda raqamli PR yo'nalishida ijobiy rivojlanish bosqichiga kirganini ko'rsatadi. Biroq ushbu jarayonni yanada takomillashtirish uchun tizimli yondashuv va professional kommunikatsiya madaniyatini kuchaytirish zarur.

Tadqiqot natijalariga asoslanib, quyidagi takliflarni ilgari surish mumkin:

1. **Davlat PR strategiyalarini institutsional darajada kuchaytirish.** Rasmiy axborot xizmatlarining faoliyatini yagona standartlar asosida rivojlantirish va ularni strategik kommunikatsiya markazlari sifatida shakllantirish maqsadga muvofiq.

2. **Ijtimoiy tarmoqlarda interaktiv kommunikatsiyani rivojlantirish.** Faqat axborot joylashtirish emas, balki kommentlar, savollar va fuqarolar fikriga tezkor javob berish tizimini yo'lga qo'yish PR samaradorligini oshiradi.

3. **Krizis kommunikatsiya mexanizmlarini takomillashtirish.** Favqulodda vaziyatlarda tezkor, aniq va muvofiqlashtirilgan axborot tarqatish tizimi ishlab chiqilishi zarur.

4. **Feyk yangiliklarga qarshi monitoring tizimini kuchaytirish.** Raqamli makonda noto‘g‘ri axborot tarqalishining oldini olish uchun maxsus monitoring va fact-checking mexanizmlarini rivojlantirish muhim.

5. **PR mutaxassislarning professional tayyorgarligini oshirish.** Zamonaviy digital PR, media tahlil va kommunikatsiya boshqaruvi bo‘yicha kadrlar malakasini doimiy oshirib borish zarur.

6. **Auditoriya bilan ishonchli va barqaror muloqot modelini shakllantirish.** Davlat kommunikatsiyasida bir yo‘nalishli axborotdan voz kechib, real dialog va fuqarolar ishtirokiga asoslangan yondashuvni kengaytirish lozim.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Wilcox D. L., Cameron G. T., Reber B. H. *Public Relations: Strategies and Tactics*. 11th ed. Harlow: Pearson Education Limited, 2015. – p. 37.
2. Martens S. *The Role of Social Media in Public Relations Practice: A New Zealand Perspective*. School of Communication Studies, Faculty of Design and Creative Technologies, 2020. – p. 2.
3. Oliver S. *Public Relations Strategy*. 3rd ed. London and Philadelphia: Routledge, 2007.
4. Breakenridge D. K. *Social Media and Public Relations: Eight New Practices for the PR Professional*. 2nd ed. New Jersey: Pearson Education, 2012.
5. Austin E. W., Pinkleton B. E. *Strategic Public Relations Management: Planning and Managing Effective Communication Programs*. 3rd ed. New York: Routledge, 2015.

