

**Murodjon IBRAGIMOV,**  
*O'zbekiston Milliy universiteti "Sotsiologiya" kafedrasida o'qituvchisi*  
*E-mail: ibragimovmurod1994@gmail.com*

*Sots. dots.v.b. F.M.Axmedova (PhD), taqrizi asosida*

## PR TECHNOLOGIES AS ONE OF THE MAIN FACTORS OF DEVELOPMENT IN MODERN SOCIETIES

Annotation

The article is devoted to the study of the concept and essence of PR technologies. The term Public Relations is defined, the signs and criteria for PR technologies. It is noted that the practical application of PR technologies in Uzbekistan differs significantly from the Western system. The purpose of PR activities is to improve and strengthen on the basis of truth and credibility information of trust relationships between the subject and the object of PR. For To this end, specialists working with youth organizations need to organize and run PR campaigns. The main task of PR technologies is to influence the minds and actions of young people.

**Key words:** PR technologies, essence, phenomenon, process, opinion, technology, management, influence, activity, communication, information, PR activities, public opinion, information globalization, information and communication technologies.

## PR-ТЕХНОЛОГИИ КАК ОДИН ИЗ ОСНОВНЫХ ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

Аннотация

Статья посвящена исследованию понятия и сущности пиартехнологий. Определен термин Public Relations, проанализированы признаки и критерии пиар-технологий. Отмечено, что практическое применение PRтехнологий в Узбекистане значительно отличается от западной системы. Целью PRдеятельности является улучшение и укрепление на основе правды и достоверной информации доверительных отношений между субъектом и объектом PR. Для этого специалистам работающими с молодежными организациями необходимо организовывать и проводить PR-кампании. Основная задача PR-технологий заключается во влиянии на мнения и поступки молодежи.

**Ключевые слова:** ПР-технологии, сущность, явление, процесс, мнение, технология, управление, влияние, деятельность, коммуникатсия, информация, ПР-деятельность, общественное мнение, информационная глобализация, информационно-коммуникационные технологии.

## ZAMONAVIY JAMIYATLARDA PR TEXNOLOGIYALAR TARAQQIYOTNING BOSH OMILARIDAN BIRI SIFATIDA

Annotatsiya

Ushbu maqola PR texnologiyalar tushunchasi va mohiyatini o'rganishga bag'ishlangan. Public Relations atamasi uning belgilari va mezonlari taxlil qilindi. O'zbekistondagi PR texnologiyalarini amaliyotda qo'llash G'arb tizimidan sezilarli farq qiladi. PR faoliyatining maqsadi PR sub'yekti va ob'yekti o'rtasidagi munosabatlarni ishonchli ma'lumotlar asosida takomillashtirish va mustahkamlashdir. Buning uchun jamoatchilik bilan ishlovchi mutaxassislar PR kompaniyalarni tashkil etish va o'tkazish zarurdir. PR texnologiyalarining asosiy vazifasi bu jamiyat taraqqiyotiga ijobiy qilishdir.

**Kalit so'zlar:** PR-texnologiyalar, mohiyat, xodisa, jarayon, fikr, texnologiya, boshqarish, ta'sir, faoliyat, aloqa, ma'lumotlar, PR-faoliyat, jamoatchilik fikri, axborot globallashuvi, axborot-kommunikatsiya texnologiyalari.

**Kirish.** Zamon shiddat bilan rivojlanib borar ekan, inson va uning qadri masalasi yanada kuchliroq e'tibor talab etayotgani hechkimga sir emas. Bugungi kunda Jamoatchilik fikrini o'rganish o'zaro aloqalarda muxim me'zon xisoblanadi. Albatta, jamoatchilik bilan aloqalar jamiyat taraqqiyotiga xizmat qiladi. Darxaqiqat mamlakatimizda olib borilayotgan islohotlarning tub mohiyati ham inson va uning qadri masalasini o'z diqqat markazida turibdi. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldagi PF-4947-son "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida"gi 2017 yil 8 sentabrdagi PF-5185-son "O'zbekiston Respublikasida Ma'muriy islohotlar konsepsiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi 2018 yil 4 maydagi PF-5430-son "Mamlakatni demokratik yangilash jarayonida fuqarolik jamiyati institutlarini rolini tubdan oshirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarori va soxaga oid boshqa me'yoriy-huquqiy xujjatlarda belgilangan vazifalarni amalga oshirish jarayonlari o'z navbatida jamoatchilik bilan aloqalarning yanada takomillashishiga sabab bo'lmoqda. Bugungi kunda mamlakatimizdagi deyarli barcha idora va tashkilotlarning faoliyatlari jamoatchilik bilan aloqalar asosida rivojlanmoqda. Bizga ma'lumki, jamoatchilik bilan aloqa texnologiyalari PR (public relations) ommaviy ongga ta'sirining ma'lum bir o'ziga xos xususiyatiga ega. Jamoatchilik bilan aloqa vositalari optimistik kayfiyatga ega bo'lib, u kelajakka intilib yashaydi, ular o'rtasidagi qurilgan muvaffaqiyatli kommunikatsiyalar jamiyatning normal rivojlanishiga va odamlarni hokimiyatdan begonalashtirish ta'sirini to'xtatishga yordam beradi. PR ning asosiy vazifalari alohida odamlarga jamiyatda harakat qilish, to'g'ri ma'lumot olish va jamiyatning barqaror rivojlanishini belgilaydigan ommaviy ongni shakllantirishga yordam berishda xizmat qiladi [1]. PR texnologiyalar savdo-sotiq bozor munosabatlari iqtisodiy ijtimoiy hayot va siyosat bilan chambarchas bog'liq, chunki fuqarolarning hayoti va farovonligi ularga bevosita bog'liqdir. Ijtimoiy munosabatlarning ushbu eng murakkab va xilma-xil turi ijtimoiy reklamadan, shuningdek PR ning boshqa sohalaridan tegishli reklamadan farq qiladi. Masalan, yong'in xizmati va Favqulodda vaziyatlar vazirligining qutqaruv xizmatini birlashtirish niyati jamoatchilikning yangi xizmatga bo'lgan ishonchini oshirish uchun ishlab chiqilgan. Ma'lumki, aholi Favqulodda vaziyatlar vazirligining davlat qutqaruv xizmatiga ko'proq ishonadi. Ishonchni mustahkamlash umuman Pr ning asosiy maqsadidir. O'z navbatida, PR tashkilot va jamiyat munosabatlarini uyg'unlashtirish, aholining ommaviy ongida o'z hukumatiga bo'lgan ishonchni shakllantirish — mamlakatning tinch va xavfsiz hayotining kafolatlaridan biri bo'lib xizmat qiladi desak mubolag'a bo'lmaydi. Jamoatchilik bilan aloqalar, birinchi navbatda, fikr-mulohazalarni olish bilan bog'liq: jamoatchilikdan tashkilotga va uni faqat ommaviy axborot vositalari yordamida xabardor qilish yemas. PR texnologiyalar, shu jumladan xayriya, uzoq muddatli ijtimoiy dasturlardan foydalangan holda kompaniyaning ijobiy imidjini yaratish va saqlashga yordam beradi. Ko'pgina xorijiy kompaniyalar PR texnologiyalari yordamida o'z tuzilishining jozibali qiyofasini yaratishga katta e'tibor berishadi. Keng ko'lamli marketing tadqiqotlarini o'tkazish, ijtimoiy yo'naltirilgan dasturlarning butun majmuasini ishlab chiqish va amalga oshirish

uchun jamoatchilik bilan aloqalar sohasida yuqori maoshli mutaxassislarni jalb qilishga katta mablag' sarflanmoqda. Va bu harakatlar oqshadi albatta. Ular kompaniya va tashkilotning reytingini oshirishga imkon beradi, umuman uning faoliyatiga ijobiy baho berishga, jamoat manfaatlarining paydo bo'lishiga, shuningdek, hokimiyat organlarining barqarorlik va farovonlikka hissa qo'shadi. Masalan, xayriya mablag'lari yoki moddiy boyliklarni beg'araz o'tkazish shaklida muhtojlarga yordam ko'rsatishni o'z ichiga oladi. Ushbu usul o'zlarining ijtimoiy mavqeiga e'tibor beradigan deyarli barcha kompaniyalar tomonidan qo'llaniladi. Uning afzalligi shundaki, u ko'p vaqt talab qiladigan tashkiliy va jiddiy intellektual harakatlarni, shuningdek, katta vaqt xarajatlarini talab qilmaydi. Bunday harakatlar natijasida kompaniya maqsadli auditoriyaning e'tiborini qozonishga va kompaniya haqida gapirish uchun qo'shimcha ma'lumot sababini yaratishga muvaffaq bo'ldi. Ushbu texnologiyaning kamchiliklari shundaki, u sizga keng auditoriyaga ta'sir o'tkazishga imkon bermaydi. Aksiyada bevosita ishtirok yetmaydigan odamlar buni qadrlay olmaydilar, chunki ular haqiqatan ham ko'rsatilgan xayriya yordamining samarasini sezmaydilar. Bunday PR harakati tomonidan ishlab chiqarilgan effektning past darajasi, shuningdek, unda yangilik yo'qligi bilan bog'liq. Aksariyat fuqarolar xayriya ishlarini odatdagidek qabul qilishadi. Ularning fikriga ko'ra, muvaffaqiyatga erishgan yoki erishmoqchi bo'lgan kompaniya bu faoliyat bilan shug'ullanishi shart.

**Mavzuga oid adabiyotlar tahlili.** PR texnologiyalar haqida haqida g'arb olimlari o'zlarining turli fikrlarini bildirib o'tishgan. PR bo'yicha mutaxassis Sem Blek ta'riflaganidek "PR- bu haqiqat va to'liq ma'lumotlarga asoslangan o'zaro tushunish orqali tashqi muhit bilan uyg'unlikka erishish san'ati va fanidir" [1]. U pr ni reklamadan farqli ravishda alohida yo'nalishlarga bo'lib tushuntiradi.

**Tadqiqot metodologiyasi.** Jamoatchilik bilan munosabatlarning yana bir o'ta muhim vazifasi-bu jamoatchilik haqidagi bilimlarga asoslangan ma'naviy ehtiyojlarni shakllantirish va natijada ma'naviy qadriyatlarini ishlab chiqarishni rag'batlantirishdir. Agar iste'mol sohasidagi PR tavsiyalari hisobga olinmasa, tanqidiy vaziyat yuzaga keladi. Ma'naviy ishlab chiqarish va ma'naviy iste'mol o'rtasidagi bog'liqlik nafaqat PR xizmatlari tomonidan amalga oshiriladigan reklama, balki ko'p jihatdan tanqid bilan ham ta'minlanadi. Tanqid ishlab chiqaruvchiga (boshqaruv sub'yektiga) ham, iste'molchiga (boshqaruv ob'yekti) ham ta'sir qiladigan jamoatchilik bilan aloqalar vositasiga aylanadi.

Globalashuv davrida jamiyat taraqqiyoti haqida gap borar ekan, har bir sohada keng ko'lamli ishlar olib borish, turli yo'nalishlarda jamiyat taraqqiyotiga xizmat qiladigan yangicha metodlar ishlab chiqish, ijtimoiy reklamalarni sifatli holda ko'paytirish ham jamiyat taraqqiyotiga xizmat qilishi hech kimga sir emas. Jamoatchilik bilan aloqa texnologiyalarining rivojlanishi PR-texnologiyalar - bu muayyan ijtimoiy mavzuning muayyan muammosini hal qilish uchun ijtimoiy texnologiya hisoblanadi. Bu uning diskretligi va chekliligini bildiradi[2]. Tegishli ehtiyoj paydo bo'lganda, PR texnologiyasi ishlab chiqiladi va amaliyotga tadbiiq etiladi. Agar texnologiya to'g'ri ishlab chiqilgan va amalga oshirilgan bo'lsa, unda undan foydalanish vazifani hal qilishga olib keladi. Muammoni hal qilish PR texnologiyasi faoliyatining yakuniy nuqtasidir. Ushbu nuqtadan keyin texnologiya to'xtaydi, chunki bunga ehtiyoj qolmaydi. Jamoatchilik bilan aloqalar xizmatlari davlat va jamiyat o'rtasidagi muloqotni ta'minlovchi institut sifatida fuqarolarning davlat boshqaruviga jalb etilishiga hissa qo'shadi. Bu davlat organlarining jamoatchilik bilan aloqalar xizmatlarining yangi maqsadlari, vazifalari va yangi maqomini namoyon etadi. Biroq, jamoatchilik bilan aloqalar xizmatlarining ushbu yangi maqomi qonun hujjatlari bilan qo'llab-quvvatlanishi kerak, ya'ni, davlatning tematik qonunchiligi fuqarolarning davlat boshqaruvida ishtirok etish huquqini tartibga solishi kerak, bu ularga nafaqat shakllanishiga, balki davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatiga ham ta'sir ko'rsatishning real imkoniyatini beradi. Shubhasiz, sub'ektiv huquqlarning ushbu toifasini belgilovchi momentlardan biri shaxs va davlat o'rtasidagi munosabatlarning tabiati va xususiyatidir. Shunday qilib, muayyan muammoni xal qilish, uni amalda qo'llashning aniq usullarini ishlab chiqishni anglatadi.

**Tahlil va natijalar.** Ta'kidlab o'tganimizdek, Umuman olganda muammoning texnologik yechimini nafaqat uning nima ekanligini tushunishni, balki muayyan vaziyatni qanday amalga oshirishni aniqlashni anglatadi[3]. Xaqiqatan xam moxiiyat nuqtai nazaridan olib qarayodigan bo'lsak, jamoatchilik bilan aloqalar tizimida texnologiyalarni shakllantirishning analitik usuli ijtimoiy munosabatlarning aniq ishtirokchilari, ularning funksional ro'l va shaxslararo munosabatlardagi mavjud ijtimoiy normalar va faoliyat qoidalarini baxolash va tavsiflashni o'z ichiga oladi. Olimlar tomonidan jamoatchilik bilan aloqalar tizimida texnologiyalarni shakllantirishning ikkita asosiy usulini ajratib ko'rsatadi. Birinchisi asosan sub'yektiv yondashuvga asoslanadi, bu sog'lom fikr standartlari odamlarning amaliy tajribasi, an'analar va stereotiplar bilan optimal xarakterli ketma-ketligini loyixalash uchun asos yaratadi [4]. Binobarin RR orqali omma yuzini ko'radigan xar qanday ijtimoiy reklama keng jamoatchilikka "sof" xolda yetkazib berish vazifasini o'taydi. Siyosiy jarayonlarga ta'sir ko'rsatishning samaradorligi bugungi kunda ushbu jarayonlarga PR texnologiyalarning qo'llanilishi bilan belgilanmoqda. Bu esa tashkilot yoki siyosiy guruhning o'z faoliyatini tashkillashda jamoatchilik fikriga tayanishini, o'zining jamoatchilik oldidagi vazifalarini belgilangan muddat va ko'rinishda samarali tarzda ado etishi bilan belgilanadi [5]. Shunday ekan, mohiyatan PR texnologiyalarini ishlab chiqish va amalda qo'llash siyosiy jarayonlar subekti tomonidan o'ziga topshirilgan vazifalarni bosqichma-bosqich ratsionalizatsiyasi va takomillashtirilishida aks etadi.

Olimlar jamoatchilik fikrini shakllantirish texnologiyalarining ikki vositasini ajratib ko'rsatishadi. Ularning birinchisi subektiv yondashuv bo'lib, u subektning o'z vazifalarini sog'lom aql, amaliy tajriba va qabul qilingan tartib va qoidalar doirasidan tashqariga chiqmagan holda ado etishini nazarda tutadi. Ushbu shartlar ado etilmasdan turib siyosiy jarayonlar subekti faoliyatining maqsadlari belgilanishi, yoki vazifalari belgilanishi imkonsizdir. Jamoatchilik fikrini shakllantirish sohasida PR texnologiyalarini ishlab chiqishning ikkinchi vositasi analitik vosita deyilib, unda siyosiy jarayonlar subekti o'z oldiga qo'yan maqsadlarni ado etishda qo'llanuvchi maxsus metod va vazifalarni aniqlashtiradi va ularni ado etish ketma-ketligini belgilaydi.

PR texnologiyalarining jamoatchilik fikriga ta'siri xarakteri ham ijobiy, ham salbiy xarakter kasb etishi mumkin va bu PR texnologiyalarini qo'llovchi subektga ko'p jihatdan bog'liq bo'ladi. Misol uchun, bugungi kunda jamoatchilik fikrini «mifologizatsiya qilish» texnologiyasi ko'p qo'llaniladi va bunda turli mamlakatlar siyosatchilari yoki oddiy fuqarolarining xatti-harakatlaridagi allaqachon barcha uchun yaxshi tanish bo'lib qolgan stereotipik obrazlaridan muayyan siyosiy maqsadga erishishda qo'llaniladi [6]. Shu o'rinda aytish joizki, jamoatchilik bilan aloqa texnologiyalaridan qay maqsadda foydalanish ham juda muhim hisoblanadi. O'z navbatida jamoatchilik fikrini o'rganish va jamoatchilik nazoratini rivojlantiruvchi turli omillar jamiyat farovonligini ta'minlashga xizmat qiladi.

Jamiyat siyosiy hayotida mavjud va amal qilayotgan bir qator siyosiy miflarni ajratib ko'rsatish mumkin. Masalan, ko'pchilik davlatlar, jumladan O'zbekiston siyosiy muhiti uchun ham davlat boshlig'ining «jozibadorligi, xarizmatikligi» mifi xosdir[7]. Albatta, bu tasavvur jamiyatda yetarlicha keng yoyilgan bo'lib, u asosan siyosatchilarning o'zlarini haqida xalqning kayfiyati to'g'risida noto'g'ri xulosalarga kelishlariga sababchi bo'ladi. Bu esa ularning siyosiy faoliyatlarida o'ta og'ir oqibatlarini keltirib chiqarishi mumkin. Qolaversa, bunday miflar ayniqsa davlat boshliqlarida jamoatchilikning – oddiy xalq va

OAVlarning ular haqidagi tasavvurlari haqida noto'g'ri xulosaga kelishiga sabab bo'ladi. Shu tufayli ham siyosatchilar va siyosiy arboblarning o'z PR texnologiyalari ishlab chiqishlari, OAV lar qarshisida yaxshi taasurot qoldirish ustida ishlashlari o'ta muhimdir.

**Xulosa va takliflar.** Har qanday jarayon jamiyat taraqqiyotiga xizmat qilmog'i, insonlarning to'kis fa farovon jamiyatda yashab faoliyat yuritishlari, texnika taraqqiyoti jadal su'ratlar bilan rivojlanayotgan bir paytda "inson omili" masalasiga chuqur e'tibor qaratilayotgani bejizga emas[8]. Darxaqiqat, barcha qilinayotgan islohotlar, texnik taraqqiyotda erishilayotgan yutuqlar, umuman insoniyat tomonidan yaratilayotgan barcha narsalar inson manfaati uchun xizmat qilmog'i kerak. Shunday ekan jamiyatning barcha jabhalarida jamoatchilik bilan aloqalar PR texnologiyalarning o'rni beqiyos. Shu o'rinda aytish joizki, bugungi kunda odamlar orasida ijtimoiy muloqot ham zamon bilan hamnafas tarzda o'zgarimoqda. Kishilar endilikda kommunikatsiyaning yangi shaklida muloqot qilmoqdalar. O'z navbatida jamiyatshunos olimlar insonlarning farovon hayotda yashashlari uchun chuqur tadqiqotlar olib borishlari zarurati paydo bo'ldi. Odamlarning fikri, jamoatchilik nazorati kuchayayotgan bir davrda jamoatchilik bilan aloqa texnologiyalarining jamiyat hayotida yanada takomillashuvga muhtoj ekanligi oynadek ravshan bo'lib qolmoqda. Demak zamonaviy jamiyatlarda jamiyat barqaror xayotini ta'minlashda jamoatchilik bilan aloqa texnologiyalarini yanada takomillashtirish asosiy masalalardan biri xisoblanadi.

#### ADABIYOTLAR

1. Обухова Ю.О., Евсеева Л.И., Танова А.Г. Новые технологии коммуникации в восприятии современного человека // Теория и практика общественного развития. 2017. № 12. С. 43-47.
2. Белов А.А . Теория и практика связей с общественностью-Ростов н/д: "Феникс", 2005. – С. 205.
3. Кузнецов В.Ф.Связи и общественностью.-«Аспект Пресс», 2006. – С. 300.
4. Тростинская И.Р. Тенденции развития рынка интернет-рекламы в России // Технологии PR и рекламы в современном обществе Материалы XII Всероссийской научнопрактической конференции с международным участием. СПб. Изд-во Политехн. 2017. – С. 195-199.
5. Кузнецов В.Ф.Связи с общественностью. Теория и технологии. М.,2005. С.196
6. Стризов А.Л. Политика и общество: социально-философские аспекты взаимодействия. Волгоград, 1999; Связи с общественностью в политике и государственном управлении. М., 2001; Шишкина М.А. Паблик
7. Рилейшнзв системе социального управления. СПб., 1999
8. Isropilov M. B. THE ROLE OF PR TECHNOLOGIES IN ENSURING THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF SOCIETY //Open Access Repository. – 2023. – Т. 4. – №. 2. – С. 729-735.
9. Bahodir o'g'li I. M. Yoshlarning Ijtimoiy Faolligini Oshirish Jamiyat Rivojlanishining Omili Sifatida //Miasto Przyszłości. – 2022. – Т. 24. – С. 521-523.