



Xurshida HASANOVA,

Mustaqil tadqiqotchi, O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Davlat siyosati va boshqaruvi akademiyasi

O'zMU dotsenti T.Eshbekov taqrizi asosida

DAVLAT FUQAROLIK XIZMATCHILARINING IJTIMOY IMIDJINI SHAKLLANTIRISHDA OMMAVIY AXBOROT VOSITALARINING O'RNI

Аннотация

Ushbu maqolada davlat fuqarolik xizmatchilarining ijtimoiy imidjini shakllantirishda ommaviy axborot vositalarining (OAV) tutgan o'rnini va ahamiyati tadqiq etiladi. Imidjning kasbiy va shaxsiy komponentlari, raqamli medianing ta'siri, xalqaro tajriba hamda inqirozli vaziyatlarda media-kommunikatsiya strategiyalari batafsil bayon etilgan.

Kalit so'zlar: davlat fuqarolik xizmati, ijtimoiy imidj, ommaviy axborot vositalari, media-kommunikatsiya, raqamli imidj, shaffoflik, jamoatchilik ishonchi, krizis-menejment, storitelling, Elektron hukumat.

РОЛЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ СОЦИАЛЬНОГО ИМИДЖА ГОСУДАРСТВЕННЫХ ГРАЖДАНСКИХ СЛУЖАЩИХ

Аннотация

В данной статье исследуются роль и значение средств массовой информации (СМИ) в формировании социального имиджа государственных гражданских служащих. Подробно изложены профессиональные и личные компоненты имиджа, влияние цифровых медиа, международный опыт, а также стратегии медиа-коммуникаций в кризисных ситуациях.

Ключевые слова: государственная гражданская служба, социальный имидж, средства массовой информации, медиа-коммуникации, цифровой имидж, прозрачность, общественное доверие, кризис-менеджмент, сторителлинг, Электронное правительство.

THE ROLE OF MASS MEDIA IN SHAPING THE SOCIAL IMAGE OF STATE CIVIL SERVANTS

Annotation

This article examines the role and significance of mass media in shaping the social image of state civil servants. It provides a detailed analysis of professional and personal image components, the influence of digital media, international experience, and media communication strategies during crisis situations.

Keywords: state civil service, social image, mass media, media communications, digital image, transparency, public trust, crisis management, storytelling, E-government.

Kirish. Zamonaviy jamiyatda davlat fuqarolik xizmati - davlat boshqaruvining asosiy ustuni, aholi bilan davlat o'rtasidagi ko'prik vazifasini bajaradigan muhim tuzilma hisoblanadi. Fuqarolik xizmatchilarining samarali ishi davlatning nufuziga, to'g'ridan-to'g'ri esa aholining davlatga bo'lgan ishonch darajasiga ta'sir etadi. Shu bois xizmatchilarning ijtimoiy imidjini shakllantirish va mustahkamlash masalasi strategik ahamiyat kasb etadi.

Bu jarayonda Ommaviy axborot vositalari (OAV)ning roli beqiyos. Media jamiyat ongini shakllantiradi, axborotni targ'ib qiladi, xizmatchilarning faoliyatini ochiq-oshkora yoritadi va fuqarolar bilan muloqotni yaqinlashtiradi. Bugungi raqamli davrda OAV nafaqat axborot tarqatish, balki ijtimoiy fikrga ta'sir ko'rsatishda ham yetakchi kuchga aylangan.

Shu bilan birga, OAV davlat xizmatchisining xatti-harakatlari va qarorlari ustidan o'ziga xos jamoatchilik nazoratini o'rnatadi, bu esa tizimda mas'uliyat va shaffoflikni yanada oshiradi. Axborot maydonida shakllanayotgan har bir ijobiy material yoki xolis tanqid xizmatchilarni xalq bilan yanada yaqinroq ishlashga, o'z ustida muntazam izlanishga undaydi. Zero, bugungi kunda davlat idorasining nufuzi nafaqat rasmiy hisobotlarda, balki media makonida aks etayotgan real ijtimoiy imidj va xalqning kundalik hayotidagi amaliy natijalar bilan belgilanmoqda. Shu sababli, OAV bilan tizimli va ochiq hamkorlikni yo'lga qo'yish zamonaviy davlat boshqaruvining ajralmas talabiga aylandi.

Metodologiya.

2. Davlat fuqarolik xizmatchilarining ijtimoiy imidji tushunchasi

Ijtimoiy imidj - bu aholining muayyan toifaga nisbatan shakllangan umumiy tasavvuri, ruhiy bahosidir.

Fuqarolik xizmatchisi imidji quyidagi jihatlar bilan belgilanadi:

1) Kasbiy kompetensiya

-bilim darajasi;

-xizmat vazifalarini to'g'ri bajarish;

-mas'uliyat va intizom.

2) Shaxsiy fazilatlar

-odob-axloq;

-muomala madaniyati;

-halollik va shaffoflik.

3) Fuqarolarga munosabat

-murojaatlar bilan ishlash;

-tezkorlik;

-muloqot madaniyati.

Jamiyat bu sifatlarni asosan OAV orqali ko'radi.

Shu bois OAVda xizmatchilar to'g'risidagi kontent qanchalik to'g'ri va xolis bo'lsa, ijtimoiy imidj shunchalik musbat shakllanadi.

Natijalar.

3. OAVning ijtimoiy imidjni shakllantirishdagi asosiy vazifalari

3.1. Axborot berish va shaffoflikni ta'minlash

Davlat xizmatlarining ochiqligi - jamiyat ishonchi garovidir. OAV:

xizmatchilarning faoliyatini keng yoritadi;
-davlat dasturlari va islohotlari haqida tushuntirish ishlarini olib boradi;
-fuqarolarga davlat organlari qanday ishlayotganini ko'rsatadi.

Bu jarayonda jamoatchilikda "davlat xizmatchilari ochiq ishlayapti, xalq uchun xizmat qilmoqda" degan fikr paydo bo'ladi.

3.2. Musbat obraz yaratish

-OAV xizmatchilarning:

-yutuqlari,

-yangi tashabbuslari,

-innovatsion xizmat turlarini joriy etish kabi ishlarini targ'ib qiladi.

Masalan, elektron hukumat, onlayn xizmatlar, korrupsiyaga qarshi kurash bo'yicha amalga oshirilayotgan ishlarni yoritish - xizmatchilarning zamonaviy, faol, xalq manfaati uchun ishlayotgan toifa sifatidagi obrazini kuchaytiradi.

3.3. Tanqid va tahlil orqali rivojlanishga turtki berish OAVning tanqidiy funksiyasi ham muhim:

-kamchiliklar;

-xizmatlardagi qiyinchiliklar;

-byurokratik to'siqlarni yoritish

-fuqarolik xizmatidagi muammolarni bartaraf etishga yordam beradi. To'g'ri tanqid fuqarolik xizmatchilarini mas'uliyatli, intizomli va xalqning ishonchini oqlashga majbur qiladi.

3.4. Fuqarolar bilan muloqot ko'prigi

OAV:

-murojaatlar, shikoyatlar, savollarni davlat organlariga yetkazadi;

-rasmiiy shaxslarning intervyularini tashkil qiladi;

-jamoatchilik va davlat o'rtasida ikki tomonlama kommunikatsiyani ta'minlaydi.

Bu jarayon xizmatchilarning "yuqorida o'tirgan olis amaldor" emas, "xalqqa yaqin xizmatchi" ekani haqidagi tasavvurni shakllantiradi.

3.5 OAV turlari va ularning ta'sir darajasi

3.6. An'anaviy media (televideniye, radio, gazeta, jurnal)

An'anaviy OAV hali ham eng ta'sirchan manbalardan biri:

Televideniye:

keng qamrovli auditoriya;

rasmiiy xabarlarining ishonchli manbai.

Gazeta va jurnallar:

tahliliy materiallarni chuqur yoritish imkoni;

davlat xizmatchilari faoliyati bo'yicha maqolalar.

Radio:

tezkor axborot uzatish;

provinsiya va chekka hududlargacha yetib borish.

An'anaviy medianing obro'-e'tibori yuqori bo'lgani uchun unda davlat xizmatchilarining faoliyati yoritilishi imidjga kuchli ta'sir qiladi.

3.7. Internet va raqamli media

Bugungi kunda eng ta'sirchan platforma:

axborot tezligi;

interaktivlik;

fuqarolarning fikr bildirish imkoniyati.

Davlat xizmatchilari Telegram, Instagram, Facebook kabi ijtimoiy tarmoqlardagi rasmiiy sahifalar orqali jamoatchilik bilan muloqot qiladi. Bu esa imidjni yanada insonparvar va ochiq qiladi.

3.8. Bloggerlar va frilans media

Bloggerlarning ta'siri juda katta:

auditoriya ishonchi yuqori;

hayotiy misollar;

fuqarolarning to'g'ridan-to'g'ri fikrlari.

Agar bloggerlar davlat xizmatchilari faoliyatini xolis va obyektiv yoritssa, bu jamiyatdagi ishonchni oshiradi.

Munozara va tahlil

4. OAVda fuqarolik xizmatchilari imidjini shakllantirishdagi asosiy muammolar

4.1. Axborotning biryozqlama yoritilishi

Ayrim hollarda:

faqat rasmiiy axborot berilishi,

tanqidning yashirilishi

ortiqcha maqtoV

jamoatchilikda haqiqiy tasavvur paydo bo'lishiga to'sqinlik qiladi.

4.2. Feyk xabarlar va manipulyatsiyalar

Internetda tarqaladigan:

yolg'on ma'lumotlar;

manipulyativ postlar;

montaj qilingan videolar

xizmatchilar imidjiga jiddiy zarar yetkazishi mumkin.

4.3. Media savodxonlik pastligi

Fuqarolar har doim axborotni tanlab qabul qila olmasligi:

haqiqiy va soxta kontentni farqlash qiyinligi

imidjga salbiy ta'sir ko'rsatadi.

5. Fuqarolik xizmatchilari imidjini yaxshilash bo'yicha tavsiyalar

1) OAV bilan tizimli hamkorlik

matbuot xizmatlarini kuchaytirish;

tezkor ma'lumot berish;

jamoatchilikka yo'naltirilgan mediaplanlar tuzish.

2) Ochiqlik va hisobdorlikni oshirish

brifinglar;

press-turlar;

onlayn brifinglar.

3) Ijtimoiy tarmoqlarda faollik

rasmiiy sahifalar;

interaktiv efirlar;

murojaatlarga javob berish.

4) Tanqidiy materiallar bilan konstruktiv ishlash

kamchiliklarni tan olish;

ularni bartaraf etish rejalarini e'lon qilish;

jurnalistlar bilan ochiq muloqot.

5) Media savodxonlikni oshirish

xizmatchilar uchun media-treninglar;

noto'g'ri axborotga qarshi tezkor reaksiya;

PR va kommunikatsiya ko'nikmalari.

6. Raqamli imidj va "Elektron hukumat" kontekstida OAVning roli

Bugungi kunda davlat xizmatchisining imidji nafaqat an'anaviy uchrashuvlarda, balki virtual makonda ham shakllanadi. "Raqamli imidj" tushunchasi davlat xizmatchisining ijtimoiy tarmoqlardagi xulq-atvori, elektron xizmatlar ko'rsatishdagi tezkorligi va onlayn muloqot madaniyatini o'z ichiga oladi.

Servisga yo'naltirilganlik: OAV orqali davlat xizmatchisining "buyruq beruvchi amaldor" emas, balki "xizmat ko'rsatuvchi mutaxassis" obrazini targ'ib qilish lozim.

Ochiq ma'lumotlar portali: Media vakillari davlat organlarining ochiq ma'lumotlaridan foydalangan holda, xizmatchilar faoliyatining samaradorlik ko'rsatkichlarini (KPI) e'lon qilib borishi jamoatchilikda xolis fikr uyg'otadi.

7. Ijtimoiy imidjga ta'sir etuvchi psixologik omillar

Davlat xizmatchisining obrazi aholi ongida muayyan psixologik stereotiplar asosida quriladi. OAV bu stereotiplarni ijobiy tomonga o'zgartirish kuchiga ega:

"Insoniy qiyofa" yaratish (Humanization): Xizmatchining faqat ish faoliyatini emas, balki uning qiziqishlari, kitobxonligi, sport bilan shug'ullanishi va oilaviy qadriyatlarini ko'rsatish xalq va davlat o'rtasidagi emotsional masofani qisqartiradi.

Stressga chidamlilik va etika: Inqirozli vaziyatlarda (masalan, tabiiy ofat yoki ijtimoiy ziddiyatlar) xizmatchining o'zini tutishi, OAV savollariga bosiqlik va bilim bilan javob berishi uning professional obro'sini keskin oshiradi.

8. Xalqaro tajriba: Rivojlangan davlatlar modeli

Davlat xizmatchilari imidjini boshqarishda xorijiy tajribani o'rganish muhim:

Singapur tajribasi: Bu yerda davlat xizmatchilarining OAV bilan ishlashi "muṣṣhaffoflik" tamoyiliga asoslangan. Har bir yuqori lavozimli shaxs media-treninglardan o'tadi va ijtimoiy tarmoqlarda shaxsiy brendiga ega.

Estoniya tajribasi: "Digital Nation" sifatida davlat xizmatchilarining imidji to'liq raqamli ishonchga qurilgan. OAV davlat xizmatchilarining IT-savodxonligi va innovatsion g'oyalarni muntazam yoritib boradi.

9. Inqirozli vaziyatlarda media-kommunikatsiya (Crisis Management)

Imidjni shakllantirishdan ko'ra, uni himoya qilish qiyinroq kechadigan jarayondir. OAV bilan ishlashda inqirozli davrlar uchun alohida strategiya bo'lishi shart:

Tezkor reaksiya: Salbiy xabar yoki feyk ma'lumot tarqalganda, ilk 2 soat ichida rasmiy munosabat bildirish imidjning uzil-kesil yemirilishidan asraydi.

Xatoni tan olish madaniyati: Agar xizmatchi tomonidan xatolikka yo'l qo'yilgan bo'lsa, OAV orqali buni tan olish va tuzatish yo'llarini ko'rsatish, yashirishga urinishdan ko'ra ko'proq ishonch keltiradi.

10. Kelajakdagi istiqbollar va yangi media trendlar

Kelajakda davlat xizmatchilari imidjini yaratishda quyidagi vositalarning roli ortadi:

Sun'iy intellekt va Neyrotarmoqlar: OAVdagi kontentni tahlil qilish va aholining kayfiyatini bashorat qilish orqali imidjni individual tarzda moslashtirish.

Podkastlar va vizual storitelling: Davlat xizmatchilarining kundalik ish jarayonidan "vlog"lar, uzun

intervyular emas, balki ta'sirli va qisqa vizual hikoyalar tarzida taqdim etilishi.

Jamoatchilik nazoratining kuchayishi: OAV nafaqat axborot beradi, balki davlat xizmatchisini jamoatchilik oldida hisobdor qilib qo'yadigan platformaga aylanadi[1-10].

Xulosa va tavsiyalar. Xulosa qilib aytganda, davlat xizmatchisining ijtimoiy imidji - bu davlatning yuzidir. OAV esa bu yuzni xalqqa ko'rsatuvchi ko'zgidir. Ko'zgu tiniq va xolis bo'lishi uchun quyidagi amaliy qadamlarni tashlash lozim:

Media-kouching tizimini joriy etish: Barcha bo'g'indagi davlat xizmatchilari uchun "OAV bilan muloqot va nutq madaniyati" kurslarini majburiy qilish.

Matbuot kotiblari maqomini oshirish: Ularni nafaqat axborot tarqatuvchi, balki muassasaning imidj-meykeri va strategik maslahatchisi darajasiga ko'tarish.

Konstruktiv muloqot maydonini yaratish: Davlat xizmatchilari va blogerlar, jurnalistlar o'rtasida muntazam "norasmiy uchrashuvlar" va "press-turlar" tashkil etish.

Davlat xizmatchisi OAVdan qo'rqmasligi, aksincha, uni o'z faoliyatini xalqqa tushuntirib beradigan eng yaqin hamkor deb bilishi kerak. Shundagina ijtimoiy imidj tabiiy, mustahkam va ishonchli asosda shakllanadi. Bu esa o'z navbatida mamlakatning siyosiy va ijtimoiy barqarorligini ta'minlovchi eng muhim omil bo'lib xizmat qiladi.

Davlat fuqarolik xizmatchisining ijtimoiy imidji - bu faqat uning shaxsiy fazilatlarini natijasi emas, balki OAV orqali jamiyat ongida yaratiladigan umumiy obrazdir. OAV bu jarayonda:

axborot tarqatuvchi,
tanqidchi,
tushuntiruvchi,
jamoatchilik fikrini shakllantiruvchi
kuch sifatida muhim o'rin egallaydi.

Agar media bilan to'g'ri, ochiq va tizimli hamkorlik yo'lga qo'yilsa, fuqarolarning davlatga va xizmatchilarga bo'lgan ishonchi ortadi, davlat boshqaruvi samarasi yuksaladi va jamiyatda ijobiy munosabat mustahkamlanadi.

ADABIYOTLAR

1. Ўзбекистон Республикасининг Қонуни. "Давлат фуқаролик хизмати тўғрисида"ги ЎРҚ-788-сон Қонуни. – Тошкент, 2022 йил 8 август.
2. Мирзиёев Ш.М. Янги Ўзбекистон стратегияси. – Тошкент: "O'zbekiston" нашриёти, 2021. – 464 б.
3. Азизхўжаев А.А. Давлат бошқаруви. – Тошкент: Академия, 2006. (Давлат хизматчиси этикаси ва имиджи масалалари).
4. Бегматов А.С. Давлат хизматчисининг маънавий-ахлоқий қиёфаси ва имиджи: назария ва амалиёт. – Тошкент: Давлат бошқаруви академияси, 2020.
5. Григорьева Н.Н. Имидж государственного служащего: учебно-практическое пособие. – М.: Орбита-М, 2012. – 160 с.
6. Литвинцев Э.Д. Государственная служба в системе общественных отношений. – М.: РАГС, 2004. (OAB ва давлат хизмати муносабатлари бўйича).
7. Pashchenko I.V. Formation of the Image of Public Servants in the Context of Digital Transformation of Society. // Journal of Public Administration, 2021.
8. Canel M.J., Luoma-aho V. Public Sector Communication: Closing the Gap Between Public Institutions and Citizens. – Wiley-Blackwell, 2019. – 312 p.
9. Waisbord S. Reinventing Professionalism: Journalism and News in Global Perspective. – Polity Press, 2013. (OAVнинг ижтимоий институтлар имиджига таъсири ҳақида).
10. Global Trends in Government Communication. / Edited by J. Canel and K. Sanders. – Routledge, 2020. (Давлат органларининг коммуникация стратегиялари бўйича халқаро қўлланма).