



UDK: 329:659.4

Dilrabo SAYDULLAYEVA,

Ilmiy tadqiqotchi, O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti, O'zbekiston, Toshkent

E-mail:saydullaeva.d@gmail.com, <https://ORCID.org/0009-0000-6325-0849>

NDTU dotsenti P.Batirova taqrizi asosida

SIYOSIY PARTIYALARNING JAMOATCHILIK BILAN ALOQALARINING ZAMONAVIY TRANSFORMATSIIYASI: XALQARO TAJRIBA VA INNOVATION KOMMUNIKATSIYA USULLARI

Annotatsiya

Ushbu ilmiy tezisdagi siyosiy partiyalarning jamoatchilik bilan aloqalar tizimi globallashtirish va raqamlashuv sharoitida qanday transformatsiyaga uchrayotgani tahlil qilinadi. Tadqiqotda AQSH, Yevropa va Osiyo davlatlari misolida siyosiy kommunikatsiyaning zamonaviy modellari, raqamli PR texnologiyalari hamda ijtimoiy tarmoqlarning siyosiy jarayonlarga ta'siri o'rganilgan. Shuningdek, an'anaviy PR yondashuvlardan interaktiv va ma'lumotlarga asoslangan (data-driven) kommunikatsiya modellari o'tish jarayoni yoritiladi. Maqolada siyosiy partiyalar uchun jamoatchilik bilan ishlashning yangi strategik yo'nalishlari, jumladan Big Data, sun'iy intellekt va raqamli platformalar imkoniyatlari tahlil qilinadi.

Kalit so'zlar: Siyosiy kommunikatsiya, PR texnologiyalari, raqamli transformatsiya, siyosiy partiyalar, jamoatchilik fikri, Big Data, sun'iy intellekt, elektorat, media strategiya, interaktiv kommunikatsiya.

СОВРЕМЕННАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПАРТИЙ: МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ И ИННОВАЦИОННЫЕ КОММУНИКАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ

Аннотация

В данной научной работе анализируется трансформация системы связей с общественностью политических партий в условиях глобализации и цифровизации. На примере США, европейских и азиатских стран исследуются современные модели политической коммуникации, цифровые PR-технологии и влияние социальных сетей на политические процессы. Особое внимание уделяется переходу от традиционных подходов к связям с общественностью к интерактивным и основанным на данных (data-driven) моделям коммуникации. В статье также рассматриваются новые стратегические направления взаимодействия политических партий с общественностью, включая использование технологий Big Data, искусственного интеллекта и цифровых платформ.

Ключевые слова: политическая коммуникация, PR-технологии, цифровая трансформация, политические партии, общественное мнение, Big Data, искусственный интеллект, электорат, медиастратегия, интерактивная коммуникация.

MODERN TRANSFORMATION OF PUBLIC RELATIONS OF POLITICAL PARTIES: INTERNATIONAL EXPERIENCE AND INNOVATIVE COMMUNICATION METHODS

Annotation

This scientific paper analyzes the transformation of political parties' public relations systems in the context of globalization and digitalization. Using examples from the United States, European, and Asian countries, the study examines modern models of political communication, digital PR technologies, and the impact of social media on political processes. Particular attention is paid to the transition from traditional public relations approaches to interactive and data-driven communication models. The article also explores new strategic directions for political parties' engagement with the public, including the use of Big Data technologies, artificial intelligence, and digital platforms.

Keywords: political communication, PR technologies, digital transformation, political parties, public opinion, Big Data, artificial intelligence, electorate, media strategy, interactive communication.

Kirish. XXI asr siyosiy jarayonlari tobora axborotlashgan va raqamlashgan muhitda kechmoqda. Siyosiy partiyalar faoliyati faqat saylov kampaniyalari bilan cheklanib qolmasdan, doimiy kommunikatsiya tizimiga aylanib bormoqda. Bu esa jamoatchilik bilan aloqalar (Public Relations) tizimini siyosiy boshqaruvning strategik instrumenti sifatida qayta ko'rib chiqish zaruratini yuzaga keltiradi.

An'anaviy PR modellarida asosiy e'tibor axborot tarqatish va imij shakllantirishga qaratilgan bo'lsa, zamonaviy yondashuvda esa ikki tomonlama muloqot, fuqarolar ishtirokini ta'minlash va ma'lumotlarga asoslangan qaror qabul qilish ustuvor ahamiyat kasb etmoqda.

Global siyosiy tajriba shuni ko'rsatadiki, siyosiy partiyalar jamoatchilik bilan qanchalik samarali va ochiq

muloqot qilsa, ularning siyosiy barqarorligi va ishonch darajasi shunchalik yuqori bo'ladi.

Adabiyotlar tahlili va metodologiya. Siyosiy PR nazariyasi bir qator olimlar tomonidan turlicha talqin qilingan. G.G. Pochepsov kommunikatsiyaning jamiyatda ma'no yaratish mexanizmi sifatida ko'radi. Uning fikricha, PR faqat axborot berish emas, balki ijtimoiy reallikni shakllantirish vositasidir[1].

E.A. Galumov PRni ishonchga asoslangan munosabatlar tizimi sifatida baholaydi. Bu yondashuvda asosiy e'tibor manipulyatsiyaga emas, balki legitim muloqotga qaratiladi[2].

M.A. Shishkina esa PRni ijtimoiy boshqaruvning ajralmas qismi sifatida ko'rib, uni jamiyatdagi barqarorlikni ta'minlovchi mexanizm deb hisoblaydi[3].

Ushbu nazariy yondashuvlar shuni ko'rsatadiki, PR evolyusiyasi axborot tarqatishdan strategik kommunikatsiya tizimiga aylangan.

AQSH tajribasi: raqamli siyosiy marketing modeli

Ushbu mamlakat siyosiy tizimida PR yuqori darajada texnologiyalashgan tizim sifatida shakllangan. Saylov kampaniyalari faqat siyosiy dasturlar bilan emas, balki murakkab media strategiyalar bilan ham boshqariladi.

Bu yerda Big Data tahlillari, mikrotargeting va raqamli reklama tizimlari keng qo'llaniladi. Siyosiy partiyalar saylovchilarning xulq-atvori, qiziqishlari va demografik ma'lumotlarini tahlil qilib, individual kommunikatsiya strategiyalarini ishlab chiqadi.

Ijtimoiy tarmoqlar siyosiy kommunikatsiyaning markaziy platformasiga aylangan. Twitter (hozirgi X), Facebook, Instagram va YouTube orqali to'g'ridan-to'g'ri muloqot amalga oshiriladi.

Ayniqsa, 2008 yilgi prezidentlik saylovida raqamli PRning yangi modeli shakllangan bo'lsa, 2016 yilda bu jarayon yanada keskinlashdi. 2020 yilda esa pandemiya sharoiti siyosiy kommunikatsiyani to'liq virtual muhitga o'tkazdi.

Natijalar va muhokama. Yevropa modeli: ochiqlik va institusional muloqot

Yevropa davlatlarida siyosiy PR asosan ochiqlik va hisobdorlik tamoyillariga asoslanadi. Germaniya, Fransiya va Skandinaviya mamlakatlarida partiyalar fuqarolar bilan institusional muloqot platformalarini rivojlantirgan.

Bu yerda onlayn konsultatsiyalar, jamoatchilik eshituvlari va raqamli petisiya tizimlari keng tarqalgan. Asosiy maqsad — jamoatchilik ishtirokini institusional darajaga olib chiqish.

Osiyo modeli: texnologik innovatsiyalar va avtomatizatsiya

Yaponiya va Janubiy Koreya siyosiy kommunikatsiyada sun'iy intellekt va avtomatlashtirilgan tizimlardan foydalanish bo'yicha yetakchi hisoblanadi.

Bu mamlakatlarda chat-botlar, avtomatik tahlil platformalari va raqamli monitoring tizimlari orqali jamoatchilik kayfiyati doimiy o'rganib boriladi.

Zamonaviy siyosiy PRning asosiy xususiyati - uning raqamlashganligi va interaktivligidir.

Asosiy innovasion yo'nalishlar:

Big Data tahlillari;

Sun'iy intellekt asosida prognozlash;

Sosial media analitika;

Mikrotargeting;

Interaktiv kontent (video, strim, podkast);

Mobil platformalar orqali kommunikatsiya;

Bu texnologiyalar siyosiy partiyalarga faqat axborot tarqatish emas, balki jamoatchilik kayfiyatini real vaqt rejimida kuzatish imkonini beradi.

Siyosiy PR tizimi so'nggi o'n yilliklarda mazmunan va funksional jihatdan tubdan o'zgarib, an'anaviy bir yo'nalishli axborot uzatish modelidan ikki tomonlama, interaktiv kommunikatsiya tizimiga aylandi. Ilgarigi davrlarda siyosiy partiyalar asosan axborotni tayyorlovchi va uni ommaga yetkazuvchi sub'yekt sifatida faoliyat yuritgan bo'lsa, hozirgi zamonaviy sharoitda ularning roli ancha kengayib, jamoatchilik bilan doimiy muloqotda bo'luvchi, uning fikr-mulohazalarini tizimli ravishda qabul qiluvchi, tahlil qiluvchi va ular asosida siyosiy strategiyalarini qayta shakllantiruvchi institusional tuzilmaga aylanib bormoqda.

Bu transformatsiya avvalo global axborot muhitining keskin o'zgarishi bilan bevosita bog'liqdir. Internetning keng tarqalishi siyosiy kommunikatsiya uchun chegaralarni yo'qqa chiqarib, axborot almashinuvini global, tezkor va uzluksiz jarayonga aylantirdi. Natijada siyosiy partiyalar faqat milliy

auditoriya bilan emas, balki global media muhitida ham faoliyat yuritishga majbur bo'lmoqda. Internet orqali axborotning tez tarqalishi esa partiyalarning har bir siyosiy bayonoti jamoatchilik tomonidan darhol muhokama qilinishiga olib kelmoqda, bu esa kommunikatsiyaning xarakterini tubdan o'zgartirdi.

Ikkinchi muhim omil sifatida ijtimoiy tarmoqlarning ta'siri alohida o'rin tutadi. Facebook, X (Twitter), Instagram, Telegram va YouTube kabi platformalar siyosiy muloqotni vertikal modeldan gorizontal modelga o'tkazdi. Ya'ni, endilikda partiya va saylovchi o'rtasidagi munosabatlar bir tomonlama emas, balki o'zaro ta'sirga asoslangan shaklga ega bo'ldi. Fuqarolar nafaqat axborotni qabul qiluvchi, balki uni muhokama qiluvchi, baholovchi va hatto unga ta'sir ko'rsatuvchi faol sub'yektga aylandi. Bu holat siyosiy PR jarayonlarida auditoriya bilan real vaqt rejimida muloqot qilishni zaruratga aylantirdi.

Uchinchi omil - fuqarolarning siyosiy faollashuvi bilan bog'liq. Zamonaviy jamiyatda aholining siyosiy ongi va ishtirok darajasi ortib bormoqda. Fuqarolar davlat siyosati, partiya dasturlari va ijtimoiy islohotlarga nisbatan passiv kuzatuvchi emas, balki faol munosabat bildiruvchi ishtirokchi sifatida namoyon bo'lmoqda. Ular murojaatlar, onlayn muhokamalar, ijtimoiy tarmoqlardagi fikrlar va jamoatchilik tashabbuslari orqali siyosiy jarayonlarga ta'sir ko'rsatish imkoniyatiga ega bo'ldi. Bu esa partiyalarni jamoatchilik fikrini inobatga olishga majbur etuvchi muhim omilga aylandi.

To'rtinchi omil sifatida axborot oqimining keskin tezlashuvi qayd etiladi. Hozirgi axborot muhitida ma'lumotlar real vaqtda tarqaladi, shakllanadi va qayta talqin qilinadi. Bu siyosiy kommunikatsiyada tezkorlikni eng muhim strategik resursga aylantirdi. Partiyalar har qanday voqeaga kechikib javob bersa, jamoatchilik fikrini nazorat qilish imkoniyati pasayadi. Shu bois, zamonaviy PR faoliyatida operativlik, kontentni tez yaratish va darhol tarqatish qobiliyati hal qiluvchi ahamiyat kasb etmoqda.

Umuman olganda, ushbu omillar birgalikda siyosiy PR tizimini tubdan qayta shakllantirib, uni oddiy axborot tarqatish mexanizmidan ko'p qirrali, interaktiv va analitik kommunikatsiya tizimiga aylantirdi. Endi siyosiy partiyalarning samaradorligi nafaqat ularning dasturiy pozitsiyasiga, balki jamoatchilik bilan qanchalik ochiq, tezkor va ikki tomonlama muloqot o'rnatishiga ham bog'liq bo'lib qolmoqda. Qiyosiy tahlil: rivojlangan va rivojlanayotgan davlatlar

Rivojlangan davlatlarda siyosiy PR tizimi strategiya, tahlil va texnologiyalarga asoslangan, rivojlanayotgan davlatlarda u ko'proq an'anaviy targ'ibot shaklida qolmoqda.

Mamlakatimizda so'nggi yillarda siyosiy partiyalarning jamoatchilik bilan aloqalari bosqichma-bosqich yangi sifat darajasiga ko'tarilmoqda. Xususan, raqamli kommunikatsiya vositalarining keng joriy etilishi natijasida ijtimoiy tarmoqlar orqali axborot tarqatish, onlayn muloqot shakllari hamda raqamli kontent siyosatining rivojlanishi partiyalar va jamoatchilik o'rtasidagi o'zaro aloqalarni yanada yaqinlashtirmoqda. Bu esa fuqarolarning siyosiy jarayonlardagi ishtirokini oshirish va jamoatchilik fikrini tezkor o'rganish imkonini kengaytirmoqda[4].

Shu bilan birga, mavjud tizimni yanada takomillashtirish zarurati saqlanib qolmoqda. Birinchi navbatda, interaktiv muloqot mexanizmlarini kuchaytirish muhimdir. Jamoatchilik bilan faqat axborot uzatish emas, balki ikki tomonlama, muntazam va mazmunli muloqotni ta'minlash siyosiy PR samaradorligini oshiradi.

Ikkinchidan, sosiologik tahlillar va raqamli analitikadan keng foydalanish siyosiy qarorlar qabul qilishda ilmiy asoslangan yondashuvni shakllantiradi. Onlayn so'rovlar

va monitoring natijalari partiyalarga jamoatchilik ehtiyojlarini aniqroq baholash imkonini beradi.

Uchinchidan, raqamli PR strategiyalarini tizimli joriy etish muhim ahamiyat kasb etadi. Bu partiyalarning media faoliyatini rejalashtirish, kontent siyosatini samarali tashkil etish va jamoatchilik bilan uzluksiz kommunikatsiyani ta'minlashga xizmat qiladi.

To'rtinchidan, yoshlar bilan ishlash tizimini kuchaytirish dolzarb vazifalardan biridir. Yoshlar auditoriyasiga mos interaktiv va vizual kontent shakllaridan foydalanish siyosiy kommunikatsiya samaradorligini oshiradi.

Umuman olganda, mazkur yo'nalishlarni rivojlantirish mamlakatimizda siyosiy partiyalar va jamoatchilik o'rtasidagi

muloqotning yanada ochiq, tizimli va samarali bo'lishiga xizmat qiladi.

Xulosa. Zamonaviy siyosiy kommunikatsiya tizimi tubdan o'zgarib, ma'lumotlarga asoslangan, interaktiv va raqamli modelga aylanmoqda. Xalqaro tajriba shuni ko'rsatadiki, siyosiy partiyalarning samaradorligi ularning jamoatchilik bilan muloqot darajasiga bevosita bog'liq.

AQSH, Yevropa va Osiyo davlatlari tajribasi PRning strategik instrumentga aylanganini tasdiqlaydi. Bu jarayonda sun'iy intellekt, Big Data va ijtimoiy tarmoqlar asosiy rol o'ynamoqda.

O'zbekiston sharoitida ham ushbu tendensiyalarni bosqichma-bosqich joriy etish siyosiy tizimning ochiqligi va barqarorligini kuchaytirishga xizmat qiladi.

ADABIYOTLAR

1. Почепцов Г. Г. Коммуникационные технологии. – Киев: Ваклер, 2005. – 320 с.
2. Галумов Э. А. Связи с общественностью: теория и практика. – Москва: Летопись XXI, 2004. – 408 с.
3. Шишкина М. А. Паблик рилейшнз в системе социального управления. – Санкт-Петербург: Роза мира, 2002. – 444 с.
4. Назаров М. Сиёсий коммуникация ва PR технологиялари. – Тошкент: Ўзбекистон, 2021. – 256 б.