



**AN'ANAVIY PR VA RAQAMLI PR FAOLIYATI: ZAMONAVIY
YONDASHUVLAR**

Eshqobilova Feruza Ikromjon qizi

O'zbekiston davlat Jahon tillari universiteti 4-kurs talabasi

ANNOTATSIYA: *Ushbu maqolada PR (jamoatchilik bilan aloqalar) va raqamli PR (Digital PR) faoliyatining mohiyati, ularning o'zaro farqlari va zamonaviy jamiyatdagi o'rni yoritilgan. PR faoliyati tashkilotlar va shaxslarning ijobiy imidjini yaratish, rivojlantirish va saqlashga xizmat qiladi. Raqamli PR esa onlayn platformalarda amalga oshiriladigan kommunikatsion faoliyat bo'lib, texnologik taraqqiyot natijasida an'anaviy PRni mukammallashtirmoqda. Ushbu maqola PR va raqamli PRning o'zaro ta'siri va biznesdagi ahamiyatini ochib beradi.*

KALIT SO'ZLAR: *An'anaviy PR, Raqamli PR, Brend imidji, Ijtimoiy tarmoqlar, SEO, Influencer marketing, Axborot texnologiyalari*

KIRISH

Zamonaviy axborot makonida shaxslar va tashkilotlar uchun jamoatchilik bilan to'g'ri va samarali aloqalar o'rnatish nihoyatda muhim ahamiyat kasb etmoqda. Bu jarayonda PR (Public Relations) faoliyati markaziy o'rin tutadi. Texnologik taraqqiyot natijasida raqamli PR tushunchasi shakllandi va an'anaviy PRga samarali qo'shimcha bo'lib xizmat qilmoqda. Mazkur maqolada PR va raqamli PR tushunchalari, ularning o'zaro farqlari va zamonaviy jamiyatdagi o'rni yoritib beriladi.

PR (Public Relations) ingliz tilidan tarjima qilinganda "jamoatchilik bilan aloqalar" ma'nosini anglatadi. PR — shaxs, tashkilot yoki brendning ijobiy imidjini shakllantirish, uni mustahkamlash va rivojlantirishga qaratilgan uzluksiz kommunikatsion faoliyatdir. PR yordamida quyidagilarga erishiladi:

- Jamoatchilik ishonchini qozonish va saqlab qolish;
- Brend yoki shaxs haqidagi ijobiy fikrlarni shakllantirish;
- Tashkilotning ijtimoiy faoliyatini ommaga yetkazish;
- Favqulodda vaziyatlarda imidjni saqlash yoki tiklash.

PR faoliyati ommaviy axborot vositalari, matbuot anjumanlari, tadbirlar va ijtimoiy aksiyalar orqali amalga oshiriladi.

Raqamli PR — bu an'anaviy PR faoliyatining internet va raqamli platformalar orqali olib boriladigan shaklidir. Asosiy farqi — kommunikatsiyaning asosiy vositalari sifatida ijtimoiy tarmoqlar, bloglar, veb-saytlar va boshqa onlayn media vositalaridan foydalanilishidir.

- Raqamli PR quyidagi imkoniyatlarni taqdim etadi:
- Brend yoki shaxs haqida onlayn maqolalar va sharhlar chop etish;
- Ijtimoiy tarmoqlarda samarali kontent yaratish va tarqatish;





TANQIDIY NAZAR, TAHLILIIY TAFAKKUR VA INNOVATSION G'UYALAR



- Internetda brend obro‘sini monitoring qilish va boshqarish;
- Mashhurlar (influencerlar) bilan hamkorlik orqali keng auditoriyaga chiqish.

Raqamli PR orqali tashkilotlar tezkor va keng qamrovli axborot tarqatish imkoniga ega bo‘ladilar. Shu bilan birga, foydalanuvchilarning fikr va mulohazalarini tezda o‘rganib, o‘z faoliyatlarini moslashtirish imkoniyati ham paydo bo‘ladi.

An‘anaviy PR va raqamli PR zamonaviy PR strategiyalarining ikki muhim qismi hisoblanadi. Ular bir-birini to‘ldirib, umumiy maqsad — jamoatchilik bilan samarali va ishonchli aloqalar o‘rnatishga xizmat qiladi. Bugungi kunda ko‘plab tashkilotlar an‘anaviy va raqamli PR usullarini birgalikda qo‘llash orqali o‘z kommunikatsiya strategiyalarini kuchaytirmoqda.

Raqamli PR quyidagi biznes vazifalarini samarali hal qilishga yordam beradi:

"Avtoritetni oshirish: O‘z joyingizga ta’sirni oshirish;

Mijozlar va hamkorlarning ishonchini oshirish: Jiddiy onlayn nashrlarda va mashhur bloggerlar sahifalarida brend qanchalik tez-tez tilga olinsa, unga bo‘lgan munosabat shunchalik sodiq bo‘ladi;

Yangi muxlislarni jalb qilish orqali o‘z doirangizni kengaytiring;

Obro‘ni oshirish orqali qidiruv tizimlarida kompaniyaning veb-saytlari reytingini yaxshilash."

Barcha yo‘nalishlar har tomonlama yoritilishi kutilmoqda: bloggerlar bilan hamkorlik qilish, mijozlarni ijtimoiy tarmoqlarda sharhlar va repostlar qoldirishga undash. Muayyan o‘xshashliklarga qaramay, an‘anaviy PR va Digital - tubdan farq qiladigan usullar. Klassik versiya oflayn nashrlarga, Digital - onlayn resurslarga qaratilgan.

"Raqamli PR kompaniyalar uchun zarur ekanligining 7 sababi

Raqamli PR kompaniyalar uchun quyidagi asosiy sabablarga ko‘ra zarur:

1. Ijtimoiy tarmoqlar, bloglar, onlayn nashrlar va ixtisoslashgan saytlardagi havolalar orqali kompaniya veb-saytiga kiradigan yangi mijozlarni jalb qilish;

2. Mavjud mijozlarga foydali ma'lumotlar va individual takliflar berish orqali ularning sodiqligini oshirish;

3. Yaxshilangan SEO unumdorligi - kompaniya veb-sayti Yandex, Google va boshqa qidiruv tizimlarida o‘z o‘rnini yaxshilaydi, shuning uchun foydalanuvchilar uni topishlari osonroq bo‘ladi;

4. Brend bilan mijozlarning aloqa nuqtalarini ko‘paytirish va uning onlayn mavjudligini kengaytirish, bu brend xabardorligini oshiradi;

5. Nufuzli internet saytlarida ekspert xulosalarini joylashtirish orqali kompaniyaga ishonchni mustahkamlash;

6. Foydali, yuqori sifatli kontentni joylashtirish orqali mijozlarni qidirish (etakchi avlod) samaradorligini oshirish;

7. Haqiqiy sharhlarni tezkor qayta ishlash, fikr-mulohazalarni yig‘ish — kompaniya ishidagi zaif tomonlarni aniqlash va xizmatlar sifatini oshirish."



TANQIDIY NAZAR, TAHLILIIY TAFAKKUR VA INNOVATSION G'UYALAR



Xulosa qilib aytganda, PR va raqamli PR bugungi global axborot makonida shaxslar va tashkilotlar uchun strategik ahamiyat kasb etadi. Internet va raqamli texnologiyalarning rivojlanishi PR faoliyatini yanada samarali va tezkor qiladi. Shu bois, har bir tashkilot va shaxs jamoatchilik bilan aloqalar faoliyatini zamon talablari asosida olib borishi muhimdir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1.Что такое Digital PR, и зачем он бизнесу. 01.03.2022 [elektron manba] URL: <https://www.calltouch.ru/blog/chto-takoe-digital-pr-i-zachem-on-biznesu/> (murojaat vaqti:28.04.2025)

2. Digital PR – гайд по цифровому пиару. 21.09.2023 [elektron manba] URL: <https://startsmileagency.ru/blog/stati/digital-pr/> (murojaat vaqti:28.04.2025)

