

PR KOMMUNIKATSIYA: NAZARIY-AMALIY KO‘RINISHLARI HAMDA HUQUQIY-AXLOQIY ASOSLARI

Yusupova Zulayxo Abduraimovna

*O‘zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti
Registrator ofisi menejeri*

Annotatsiya: mazkur maqolada PR kommunikatsiya tushunchasining nazariy va amaliy jihatlari, uning zamonaviy axborot makonidagi o‘rni hamda ijtimoiy, iqtisodiy va madaniy hayotdagi ahamiyati yoritilgan. PR faoliyatida kommunikatsiya vositalaridan samarali foydalanish strategiyalari, ommaviy axborot vositalari bilan hamkorlik, maqsadli auditoriya bilan aloqalarni o‘rnatish va mustahkamlash usullari tahlil etiladi. Shuningdek, PR faoliyatining huquqiy va axloqiy asoslari, milliy hamda xalqaro me‘yoriy hujjatlar, etik tamoyillar va professional standartlar asosida ko‘rib chiqiladi.

Kalit so‘zlar: PR kommunikatsiya, axborot siyosati, ommaviy axborot vositalari, maqsadli auditoriya, strategiya, huquqiy me‘yorlar, axloqiy tamoyillar, professional standartlar, imidj boshqaruvi.

ПР-КОММУНИКАЦИЯ: ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ И ПРАВОВЫЕ-ЭТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ

Аннотация: в данной статье освещены теоретические и практические аспекты понятия ПР-коммуникации, её место в современном информационном пространстве и значение в социальной, экономической и культурной жизни. Анализируются стратегии эффективного использования средств коммуникации в ПР-деятельности, сотрудничество со средствами массовой информации, методы установления и укрепления связей с целевой аудиторией. Также рассматриваются правовые и этические основы ПР-деятельности на основе национальных и международных нормативных документов, этических принципов и профессиональных стандартов.

Ключевые слова: ПР-коммуникация, информационная политика, средства массовой информации, целевая аудитория, стратегия, правовые нормы, этические принципы, профессиональные стандарты, управление имиджем.

Jamiyatda har bir sohaning o‘z ilmi bo‘lgani singari Public Relations – ya’ni, jamoatchilik bilan aloqalar ham o‘zaro munosabatlar san’ati va ilmi sifatida o‘zining

rivojlanish va shakllanish tarixiga ega. Bu soha ijobiy munosabat o'rnatish va mustahkamlash, jamoatchilik fikrini shakllantirish kabi tamoyillarga asoslanadi. Jamoatchilik bilan aloqalar faniga turli manbalarda turlicha ta'rif beriladi: "Public Relations – tashkilot va jamoatchilik o'rtasida o'zaro hurmatga asoslangan munosabat hamda bir-birini anglashni tashkil etishga mo'ljallangan muttasil harakatdir"¹²⁴. Olim Edvard Bernayzning fikriga ko'ra, "Public Relations – jamoatchilikning qiziqishlarini moslashtirishga yo'naltirilgan harakatdir"¹²⁵. Har ikkala qarashda ham jamoatchilik fikriga bo'lgan mo'tadil munosabat va aniq fikr shakllantirishga ko'maklashish ustuvorlik qiladi. Jamoatchilik bilan aloqalarning iqtisod, siyosat, madaniyat, ilm-fan va boshqa turli sohalarida ko'rinishlari mavjud bo'lib, soha xususiyatidan kelib chiqib aholi fikrini shakllantirishga xizmat qiladi. PRda fikr hamisha turli rakurslarda o'rganilib, ommaga yo'naltiriladi. PR o'ziga xos tafakkur maydonini vujudga keltirgan holda samarali natijalarga erishish uchun jamoatchilik fikrini tinglab xulosa chiqarishi maqsadga muvofiqdir.

Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari shiddat bilan rivojlanib borayotgan hozirgi davrda davlat organlari va aholi o'rtasidagi hamkorlikni yo'lga qo'yish jarayonining tarkibiy qismlaridan biri bo'lgan fuqarolarning ma'lumot olish huquqini ta'minlash ustuvor ahamiyat kasb etmoqda. O'z navbatida, ma'lumot olish huquqini amalga oshirish davlat va aholi o'rtasidagi ikki tomonlama aloqalarni samarali tashkil etish, qo'llab-quvvatlash va rivojlantirish bilan bog'liq. Tashkilotlarning bunday funksiyasini axborot xizmati bajarishi mumkin. Davlat organlarida boshqaruv faoliyati samaradorligi ko'p jihatdan fuqarolarning huquqiy va qonuniy manfaatlariga daxldor u yoki bu muammolar yuzasidan asosli qarorlarni qabul qilish uchun zarur bo'lgan axborotni olish va tarqatishning to'laqonligi, ishonchliligi hamda dolzarbligiga bog'liq.¹²⁶

"Public Relations" termini ilk bor 1807-yilda AQSHning uchinchi prezidenti Tomas Jefferson tomonidan qo'llangan bo'lib, keyinchalik PR atamasi tobora ommalashib bordi. Jamoatchilik bilan aloqalar, fikr almashish va aniq xulosalarga bo'lgan ehtiyoj jamoatchilik bilan aloqalar amaliyotining dunyo bo'yicha keng tarqalishiga yo'l ochdi va ma'lum prinsiplarga asoslanib rivojlanib bordi. U ijtimoiy voqelikka aylandi va turli maqsadlarga yo'naltirildi.

¹²⁴ Пашенцев Е. Паблик Рилейшнз от бизнеса до политики. - М., 2000. С.5.

¹²⁵ Чумиков А. Паблик Рилейшнз для профессионалов, - М., 2000. С.12.

¹²⁶ Qosimova N., Bobojonova G. Axborot xizmatlari uchun amaliy qo'llanma: jamoatchilik bilan samarali muloqot. – T.: Alisher Navoiy nomidagi O'zbekiston Milliy kutubxonasi, 2013. – B. 12

Sem Blek sohaga oid o‘rganishlardan kelib chiqib, PRning to‘g‘ri yo‘lga qo‘yilishi uchun quyidagilar muhimligini sanab o‘tadi:

1. Har doim to‘liq va ishonchli ma’lumotlarni olishga harakat qiling.
2. Ma’lumotlar haqiqiylikiga e’tibor bering.
3. Ortiqcha bo‘rttirishdan qoching.
4. Esdan chiqarmang! Auditoriyaning teng yarmini xotin-qizlar tashkil qiladi.
5. Suhbat va muloqotni zerikarli tadbirga aylantirmang.
6. Muloqotning shunday usulini topingki, u juda ham chuqur tahliliy yoki namoyishona ruh olmasin.
7. Har doim jamoatchilik fikrini eshitish va tanishga vaqt ajrating.
8. Mazkur jarayonning uzluksizligini aslo esdan chiqarmang.
9. Muomala-munosabatning hamma yo‘nalishlarida to‘g‘ri va aniq mavqe egallashga harakat qiling.

PR kommunikatsiyaning amaliy ko‘rinishlari:

Amaliyotda PR kommunikatsiya turli vosita va metodlar orqali amalga oshiriladi:

Matbuot relizlari va brifinglar – ommaviy axborot vositalari orqali rasmiy axborot tarqatish;

Media tadbirlar – konferensiyalar, press-turlar, ko‘rgazmalar;

Raqamli PR – ijtimoiy tarmoqlar, bloglar, onlayn platformalarda PR faoliyati yuritish;

Krizis kommunikatsiya – inqirozli vaziyatlarda jamoatchilik bilan tezkor va aniq axborot almashish.

Huquqiy asoslar:

PR faoliyati qonunchilik me’yorlariga asoslanadi. O‘zbekistonda quyidagi normativ-huquqiy hujjatlar PR sohasida muhim ahamiyatga ega:

“Ommaviy axborot vositalari to‘g‘risida”gi Qonun

“Reklama to‘g‘risida”gi Qonun¹²⁷

“Axborot erkinligi prinsiplari va kafolatlari to‘g‘risida”gi Qonun

Xalqaro darajada esa – UNESCOning axborot erkinligi deklaratsiyasi, IPRA (International Public Relations Association) etik kodeksi

Axloqiy asoslar:

PR sohasida axloqiy me’yorlarga rioya qilish ishonch va samaradorlikning garovidir. Asosiy tamoyillar quyidagilardan iborat:

Haqiqatga sodiqlik va oshkoralik;

Ma’lumotlarni soxtalashtirmaslik;

¹²⁷ Морозова Л.А. Влияние глобализации на функции государства. // Государство и право, 2006. №6. С.101-102. 244

Auditoriya manfaatlarini hisobga olish;

Madaniy va milliy qadriyatlarga hurmat;

Professional javobgarlik.

PR kommunikatsiyaning ahamiyati:

Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, samarali PR kommunikatsiya:

Tashkilotning imidjini mustahkamlaydi;

Auditoriya bilan ishonchli aloqalar yaratadi;

Bozor raqobatbardoshligini oshiradi;

Inqirozli vaziyatlarda obro'ni saqlashga yordam beradi.

Xalqaro kommunikatsiyalarda PR orqali mamlakatning iqtisodiy-siyosiy jihatlari, uning imkoniyatlari va salohiyatini ko'rsatish birlamchi taassurotlar uyg'otadi. Bu munosabatlarda asosan milliy mentalitetdan kelib chiqib, reklama qilish maqsadga muvofiq. Deyarli barcha davlatlarning o'z PR uslublari bo'lib, piarmenlar shu uslublar orqali tashqi siyosatdagi imijni mustahkamlab, nufuzini oshirib boradi. Masalan, Xitoy haqida gap ketganda qadimiy binolar, Xitoy yozuvlari, Buyuk Xitoy devori ko'z oldimizga keladi. Umrida Xitoyda bo'lmagan inson ham bu axborot orqali birlamchi tasavvurga ega bo'ladi. Bu esa o'z navbatida ushbu davlatning xorijliklar orasida imijini ko'rsatib beradi. Shuningdek, siyosiy imij iborasi ham mavjud bo'lib, siyosiy imij yaratish davlat rahbarlari, hukumatlar o'rtasidagi mintaqaviy, geosiyosiy, iqtisodiy masalalar yuzasidan jamoatchilik fikri shakllantiriladi. Jamoatchilik fikrini shakllantirishning mamlakat siyosiy imijini yaratish jarayonida ma'lum qonun-qoidalar mavjud bo'lib, davlat imijini PR qilish davomida xalqaro, davlatlar va elatlararo qarama-qarshiliklarni keltirib chiqaruvchi usullardan foydalanmaslik, tashqi iqtisodiy aloqalarni chegaralashga, dunyo aholisida mamlakat haqida noto'g'ri tasavvur tug'dirishga intilish, millatlar o'rtasida o'zaro ishonchsizlik keltirib chiqarish, elatlar munosabatlarini keskinlashtirish kabi holatlarni oldini olish maqsadga muvofiq. Sanab o'tilgan holatlarning har biri xalqaro maydonda mamlakat imijini yaratuvchi piarmenlar uchun ogohlikni talab etadi. Sababi jahon jamoatchiligi dunyoqarashida davlat haqida noto'g'ri tasavvur uyg'otish, xalqaro imijda nuqsonlar keltirib chiqaradi.

PR kommunikatsiya – zamonaviy axborot jamiyatida strategik ahamiyatga ega bo'lgan faoliyat turidir. Uning nazariy bilimlari va amaliy vositalari, huquqiy me'yorlari hamda axloqiy tamoyillari uyg'un holda qo'llanganda, tashkilotlar nafaqat o'z imidjini yaxshilash, balki jamoatchilik bilan mustahkam hamkorlikni yo'lga qo'yishda ham muvaffaqiyat qozonadi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Пашенцев Е. Пабрик Рилейшнз от бизнеса до политики. - М., 2000.
2. Чумиков А. Пабрик Рилейшнз для профессионалов, - М., 2000.
3. Qosimova N., Bobojonova G. Axborot xizmatlari uchun amaliy qo'llanma: jamoatchilik bilan samarali muloqot. – T.: Alisher Navoiy nomidagi O'zbekiston Milliy kutubxonasi, 2013.
4. Морозова Л.А. Влияние глобализации на функции государства. // Государство и право, 2006. №6.