

## JURNALISTLARNING JAMOATCHILIK FIKRI VA JAMOATCHILIK BILAN ALOQALAR (PR YA'NI PIAR) NING ASOSIY MAQSADI VA BOSH VAZIFASI

Asomova Aziza

Qoraqalpoq Davlat Universiteti Qoraqalpoq filologiyasi va Jurnalistika fakulteti Axborot xizmati va jamoatchilik bilan aloqalar yo'nalishi

<https://doi.org/10.5281/zenodo.6983711>

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada Jamoatchilik harakatini kuzatish haqida so'z boradi. Demak, jamoatchilikning nafaqat fikrini o'rganish, balki, harakatini ham kuzatib borish muhimdir. Piarmen jamoatchilikning u yoki bu harakatlarida o'zini qanday tutadi, shuni aniqlash. Yangi vaziyatlar vujudga kelgan sari, ijtimoiy kayfiyatlar o'zgargan sari jamoatchilik o'zini qanday tutmoqda, piarmenning fikricha qay tomonga o'zgarimoqda, shuni oldindan bilish kabi fikrlar o'rganilgan.

**Kalit so'zlar:** pablik rileyshnz, tashkilot, jamoatchilik, hurmat, asos, munosabat, muttasil harakatdir, fikrlar, xilma-xil, PRning, qamrovi, naqadar.

### ГЛАВНАЯ ЦЕЛЬ И ГЛАВНАЯ ЗАДАЧА ЖУРНАЛИСТОВ В ОБЩЕСТВЕННОМ МНЕНИИ И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ (PR ТО ЕСТЬ PIAR)

**Аннотация.** В этой статье обсуждается следование Общественному движению. Поэтому важно не только изучать мнение общественности, но и следить за ее действиями. Определение того, как ведет себя Piarmen в том или ином публичном действии. По мере возникновения новых ситуаций, изменения общественных настроений изучались такие идеи, как, поведение публики, в какую сторону меняется общественное мнение, знание этого заранее.

**Ключевые слова:** связи с общественностью, организация, общественность, уважение, основа, отношение, непрерывное действие, мнения, разнообразие, охват PR, сколько.

### THE MAIN GOAL AND MAIN TASK OF JOURNALISTS IN PUBLIC OPINION AND PUBLIC RELATIONS (PR)

**Abstract.** This article discusses following the Social Movement. Therefore, it is important not only to study the opinion of the public, but also to monitor its actions. Determination of how Piarmen behaves in a particular public action. As new situations arose, changes in public sentiment were studied, such ideas as the behavior of the public, in which direction public opinion is changing, knowing this in advance.

**Keywords:** public relations, organization, public, respect, foundation, attitude, ongoing action, opinions, diversity, PR coverage, how much.

### KIRISH

Jamoatchilik fikrini o'rganish – u bilan aloqalarda muhim mezon hisoblanadi. Funksiya deganda amaliyotda ko'proq bu faoliyatni bajaradigan vazifalar nazarda tutiladi.

### TADQIQOT MATERIALLARI VA METODOLOGIYASI

V. Korolko ta'riflashicha, jamoatchilik bilan aloqalar umuman olganda 3 ta asosiy funktsiyani bajaradi:

Jamoatchilikning fikrini o'rganish va uni kuzatish. PR orqali jamoatchilikning fikrini o'rganish va faqat shu yo'l bilan unga samarali ta'sir ko'rsatish mumkin. Agar jamoatchilik fikri o'z vaqtida o'rganilmasa, unda ijobiy maqsadga erishilmaydi.

Jamoatchilik harakatini kuzatish. Demak, jamoatchilikning nafaqat fikrini o`rganish, balki, harakatini ham kuzatib borish muhimdir. Piarmen jamoatchilikning u yoki bu harakatlarida o`zini qanday tutadi, shuni aniqlab olishi kerak. Yangi vaziyatlar vujudga kelgan sari, ijtimoiy kayfiyatlar o`zgargan sari jamoatchilik o`zini qanday tutmoqda, piarmenning fikricha qay tomonga o`zgarmoqda, shuni oldindan bilishi taqozo etiladi. Aniqlik piar xodimi faoliyatida muhim o`rin tutadi.

Tashkilot bilan jamoatchilik o`rtasida ikki tomonlama manfaatni ta`minlash. Bir tomonlama emas, ikki tomonlama manfaatni ta`minlab, shuning natijasida jamoatchilik bilan hamkorlikni ravnaq toptirish lozim. Bunda hamkorlikning ikki tomonlama foydasi bo`ladi.

Mana shu uchta asosiy funktsiya jamoatchilik bilan aloqalarni tobora mustahkamlab borishda piarmen uchun juda zarur.

PR funktsiyasi jamiyat ijtimoiy instituti sifatida yorqinroq ko`rinadi. Hindiston davlatining sobiq rahbari Indira Gandi PRni «demokratiyaning yog`i» deb atagan.

PR hokimiyat organlari va xalq, aholi va biznes, ishlab chiqaruvchilar va iste`molchilar, shaxslar va ijtimoiy guruhlar o`rtasida aloqa o`rnatadi.

Amalda PR demokratiya ravnaq topgan mamlakatlardagina rivojlanadi. Ayni vaqtda u demokratiyani rivojlantirishga ham xizmat qiladi. Bugungi kunga kelib esa piar dunyoviy fan sifatida keng quloch yoyayotgani boisi ham shunda. PR – mohiyatan dunyoviy fan sifatida bizning ham ilmiy-ma`naviy xazinamizni boyitishga, tashkilotlarning jamoatchilik bilan aloqalarini yo`lga qo`yishga xizmat qiladi.

PR omma fikrining bir yo`nalishdagi shakli emas. Uning mazmuni, shakli, maqsad va vazifalari aniq. PR ruhidagi boshqarish bilan ko`p asrlardan buyon boshqa sohalar ham shug`ullanib keladi.

Oshkoralik, haqiqat, samimiylik bo`lgan joydagina PR muloqotga va o`zaro ishonchga erishishi mumkin. PR – davlat tashkilotlari, qonun chiqaruvchi hamda ijro hokimiyatlari va jamoatchilik o`rtasida aloqa o`rnatishga yordam beradi. Ingliz olimi Sem Blek ta`biri bilan aytganda: «Pablik Rileyshnz – aniq, haqqoniy axborotlarga asoslangan, o`zaro bir-birini tushunish to`g`risidagi fan va san`atdir»<sup>21</sup>.

Nazariyotchi V.Korolkoning shunday yozgan: «PRni xo`jako`rsinga tashkil qilmaslik kerak. Har qanday yo`l bilan o`zlariga yaxshi sharoit yaratish uchun xalqni aldash va omma ishonchini suiste`mol qilish noxush oqibatlariga olib keladi. Jamiyatni qandaydir ma`lum bir muddat davomida aldash mumkin. Biron-bir qisminigina uzoqroq aldab yurish mumkin. Butun jamiyatni har doim aldab yurish esa hali hech kimga nasib qilmagan»<sup>22</sup>. Amaliy jihatdan olib qaralganda, qaysiki sohada bo`lmasin omma ishonchini suiiste`mol qilish qanday salbiy oqibatlariga olib kelgani sir emas.

Ye.Pashensev fikricha: «Pablik rileyshnz – tashkilot va jamoatchilik o`rtasidagi o`zaro hurmatga asoslangan munosabat, bir-birini anglashga xizmat qiladigan muttasil harakatdir». Bu fikrlar xilma-xilligi PRning qamrovi naqadar kengligidan dalolat beradi.

### **TADQIQOT NATIJALARI**

Har bir fanning avvalo maqsad va vazifalarini o`rganish talab etiladi. PRning asosiy maqsadi – jamoatchilik bilan aloqalarni yo`lga qo`yish bo`lsa, bosh vazifasi – axborot yordamida omma fikrini boshqarishdir. U tashkilotlar va jamoatchilik o`rtasida aloqa o`rnatadi. Bunday aloqa fikr almashish, axborot olish va tarqatish, o`zaro munosabatlarni mustahkamlash bilan izohlanadi. Har bir tashkilot va muassasa faoliyati xalqning siyosiy, iqtisodiy, ma`rifiy hamda

madaniy hayotini yaxshilashga qaratilgan bo`lishi shart. Shu o`rinda ham PR o`ziga xos tafakkur maydonini vujudga keltirgan holda samarali natijalarga erishishga xizmat qiladi.

Jamoatchilik bilan aloqalarning muhim shartlaridan biri – ikki tomonlama fikr eshitish. Fikr bir tarafdangina aytilsa, u mohiyatan – biryoqlama, qolaversa, targ`ibot bo`lib qoladi. PR amaliyotida tashkilot vakillarining jamoatchilik fikrini tinglab, xulosa chiqarishi muhim o`rin tutadi. Bu, ko`pdan ko`p fikr chiqadi, degan naqlga mosdir.

Jamoatchilik bilan aloqalar uzoq va boy tarixga ega. Ularning ijtimoiy soha sifatida shakllanishida Sharq mamlakatlari ham muhim hissa qo`shgan.

XVII-XX asrlarda G`arbning keskin rivojlanishi ko`pgina yangi fanlar qaror topishiga asos bo`ldi. O`sha fanlardan biri – jamoatchilik bilan aloqalardir. Eng avvalo, AQShda mazkur sohaning nazariy va axloqiy asoslari shakllandi.

Tashkilot va jurnalistlarning jamoatchilik bilan munosabatlari, fikr almashishlar jarayonida nazariy asoslarga va odob-axloq me`yorlari PR talablariga mos ravishda amalga oshishi ushbu amaliyotning dunyo miqyosida keng tarqalishiga, jumladan, O`zbekistonda ham ravnaq topishiga yordam beradi.

Saylovlar jarayonini OAVda yoritish texnologiyalarini ilmiy jihatdan tahlil qilish va o`zlashtirish O`zbekiston sharoitida alohida e`tiborga ega. Bunda OAV va siyosiy partiyalar vakillari oq va qora PR to`g`risida ham tasavvurga ega bo`lishi maqsadga muvofiqdir<sup>24</sup>.

PR davlat va jamiyat, ishlab chiqaruvchilar va iste`molchilar o`rtasida aloqa o`rnatadi. Bu aloqa – fikr almashish, axborot olish va tarqatish, munosabatlarni mustahkamlash bilan izohlanadi.

### MUHOKAMA

Taraqqiyparvar mamlakatlarda hukumat, nodavlat tashkilotlarining faoliyatlari jamoatchilik bilan aloqalar asosida tashkil etiladi. Ispan faylasufi va publitsisti Ortega Gasset yozganidek, «Dunyoni jamoatchilik fikri boshqaradi»<sup>25</sup>. Yurtimizda ham aksariyat vazirlik va tashkilotlarning faoliyatlari jamoatchilik bilan aloqalar asosida tashkil etilmoqda. Bugungi kunda jamoatchilik bilan aloqalar masalasi ijtimoiy voqelikka aylandi.

PR jamiyatda tashkilotlarning jamoatchilik bilan aloqalarini yo`lga qo`yishga xizmat qiladi. Sem Blek yozganidek u quyidagi o`nta asosiy maqsadga yo`naltirilgan<sup>26</sup>. Ya`ni:

1. Jamoatchilik fikri;
2. Jamoatchilik munosabatlari;
3. Hukumatlararo aloqalar;
4. Ijtimoiy hayot;
5. Sanoat sohasidagi munosabatlar;
6. Moliyaviy aloqalar;
7. Xalqaro aloqalar;
8. Iste`molchilar bilan munosabatlar;
9. Statistika va tadqiqot;
10. Ommaviy axborot vositalari.

Ikkinchi jahon urushidan so`ng ijtimoiy institut sifatida maydonga chiqqan PR xalqaro miqyosda o`rin tutardi. 1974 yili piar xalqaro ijtimoiy institut sifatida tan olindi, bu paytda YePRA – Yevropa publik rileyshnz assotsiatsiyasi BMT tarkibidagi iqtisodiy va ijtimoiy kengashning maslahatchi organi sifatida qayd qilingan.

Fransiya va Germaniya mutaxassislari amerikacha piar uslubini to`g`ridan-to`g`ri milliy tarmog`iga ko`chirish mumkin emasligini tushundilar. Fransuz va nemisni amerikalik qilib bo`lmaganidek, buni ham qilish mumkin emas.

PR ko`p jihatdan mahalliy mentalitet va millat ruhidan tug`ilgan. Shul bois Yevropa davlatlarida piar har bir jamiyatning milliy xarakteriga monand ravishda shakllana bordi.

Qator davlatlarda birinchi rahbarlarning matbuot bo`yicha muovnlari, matbuot xizmati rahbarlari, hech bo`lmaganda matbuot agentlari va kotiblari lavozimlari tashkil qilindi. Eng e`tiborga molik tomoni shundaki, birinchi jamiyat bilan aloqalar markazlari AQSh, Fransiya va Buyuk Britaniya davlat organlarida tashkil etildi.

### XULOSA

Mutaxassislarning aksariyati 1914 yilda birinchi jahon urushining boshlanishi turli davlatlar hukumatining piarlari keskin o`ssishi uchun rag`batlantiruvchi omil bo`lgan, chunki ularning oldida boshlangan jangovar harakatlarga nisbatan o`z mamlakatining tutgan o`rnini xalqiga va jahon jamoatchiligiga bayon qilish vazifasi turgan edi, degan fikrga kelgan. O`sha davrdagi «AQSh Prezidenti Vudro Vilson jurnalist do`sti Jorj Krilning maslahati bilan jamoatchilikni xabardor qilish uchun maxsus Qo`mita tuzgan. Mazkur Qo`mita mamlakatda va chet elda piarni rivojlantirishda katta ahamiyatga ega bo`lgan»<sup>27</sup>.

1920 yilda Nyu-Yorkda Buyuk Britaniyada sodir bo`layotgan voqealar bilan amerikaliklarni tanishtirish maqsadida Britaniya kutubxonasiga asos solingan edi. Ular haqidagi kommunikatsiya va nazariyalar birgalikda boshqa ilmlar ham rivojlangan, bu esa ularni o`zaro boyitgan.

1926 yilda Buyuk Britaniyada o`z faoliyatida piar uslubiyotidan faol ravishda foydalangan savdo bo`yicha Qirollik boshqarmasi tuzildi.

1932 yilda shu mamlakatda Vazir o`rinbosari qoshida Jamoatchilik bilan aloqalar bo`yicha xizmat rahbarining lavozimi ta`sis etilgan edi. Zero, «Piar xizmatlarining rahbarlari tinglovchilarga ta`sir etish soha va usullarini kengaytirishni afzal ko`rar edilar»<sup>28</sup> hamda ushbu maqsadlar uchun standard bo`lmagan usullardan ham foydalanganlar.

Zamonaviy piar vatani – AQShdir. Piar faoliyatini u yerdan G`arbiy Yevropa urushdan keyin o`zlashtirib olgan. «Lekin bu to`g`ridan-to`g`ri nusxa ko`chirish emas edi. Ish usullari va shakllarining o`xshash tavsifida har bir mamlakatda piar o`zining milliy ruhi va xususiyatlari bilan boyitilar edi»<sup>29</sup> Bu tabiiy jarayondir. Ijtimoiy hayotdagi har qanday yangilik turli davlatda o`ziga xos tarzda aks etadi.

XX asr o`rtalarida Yerning birinchi sun`iy yo`ldoshi koinotga chiqishi asos bo`lgan axboriy davr o`z faoliyatini boshladi. Ko`p o`tmay amerikalik mutaxassislar kompyuter tarmog`ini ishlab chiqdilar. Bu tarmoq tezkorlik bilan rivojlana boshladi. O`sha davrda «aloqa vositalarining yangi shakllari va turlari piar xizmatlari faoliyatida ham o`z ifodasini topa boshlagan edi»<sup>30</sup>.

XX asr so`nggi choragida PR rivojlangan mamlakatlarda ravnaq topgan faoliyat sohasi bo`lib qoldi. Ma`lumki, bu davrda «piarning yangi turlari, shakl va usullari uzviy ravishda paydo bo`la boshladi, piarmenlarning kundalik faoliyatiga jalb etilmagan iqtisodiyot, siyosat va madaniyat sohalari kamayib borar edi»<sup>31</sup>.

Bugungi kunga kelib PR jahon uzra keng quloqch yoymoqda. Uning ibratomuz qirralari, bu sohadagi ilg`or tajribalar O`zbekiston oliy o`quv yurtlarida ham puxta o`rganilmoqda.

**REFERENCES**

1. Muminov F. Pablik rileyshnz: istoriya i teoriya. T.: Ijod dunyosi, 2004, 32-b.
2. Berneys E. L. The Later Years. Public Relations Insights 1956-1986.-Rhinebeck: Free Press, 1986.-P.12.
3. Arziyev F. Pablik rileyshnz – axborot ortidagi manfaat. //Xalq so`zi, 2003, 4 noyabr.
4. Milliy tiklanish, 1997, 2 dekabr.
5. Pedagogika tarixi. A.Zunnunov, M.Xayrullayev va boshqalar. T.: Sharq, 2000, 175-b.
6. Nizomulmuluk. Siyosatnoma yoki siyar ul-muluk. T.: Adolat, 1997 y. 77 b.
7. Komilov N. Vazir qanday bo`lishi kerak? //Rahbar va xodim. –T.: Akademiya, 1998, 58 b.
8. G`afforov N. Jamoatchilik bilan ishlash – Pablik rileyshnz. T.: Zar qalam, 2004, 6-b.
9. Muminov F. Pablik rileyshnz: istoriya i teoriya. 38-39-b.
10. Blek S. Vvedeniye v pablik rileyshnz. Rostov-na-Donu, 1998. 65-b.
11. Muminov F. Pablik rileyshnz: istoriya i teoriya. 40-b.
12. Blek S. Vvedeniye v pablik rileyshnz. 5-b.
13. Sem Blek. Vvedeniye v Pablik rileyshnz. Rostov-na-Donu «Feniks», str-286.
14. Mo`minov F.A. Pablik rileyshnz: istoriya i teoriya. T., 2003 g. Str –37.
15. Chumikov A.N. Pablik rileyshnz Str –37.
16. Chumikov A. Svyazi s obshchestvennostyu. 20-b
17. Jo`rayev N. Tafakkurdagi evrilish. T.: Sharq, 2001. 41-b.
18. Jo`rayev N. Tafakkurdagi evrilish. T.: Sharq, 2001. 41-b.
19. G`afurov I. Millatning billurlanishi. //Xalq so`zi, 1995, 5-yanvar.
20. Korolko V.G. Osnovy pablik rileyshnz. 11-12-b.
21. Blek S. Vvedeniye v pablik rileyshnz. Rostov-na-Donu, 1998, 10-b.
22. Korolko V.G. Osnovy pablik rileyshnz. 11-12-b.
23. Pashensev Ye.N. Pablik rileyshnz: ot biznesa do politiki. M.: Delo, 2000. 5-b.
24. Shukurov B. Oq va qora ranglar. (Mo`minov F. b-n suhbat) //O`zbekiston ovozi, 2004. 4 noyabr.
25. Ensiklopedicheskiy slovar. M.: Sovetskaya ensiklopediya, 1987, 940-b.
26. Sem Blek. Vvedeniye v Pablik Rileyshnz. S. Dostov na-Donu, 1998 god. 6-bet.
27. Sem Blek. Vvedeniye v Pablik rileyshnz. Rostov-na-Donu «Feniks», str-286.
28. Mo`minov F.A. Pablik rileyshnz: istoriya i teoriya. T., 2003 g. Str –37.
29. Sem Blek. Vvedeniye v Pablik rileyshnz. Rostov-na-Donu, «Feniks», 1998 g.
30. Mo`minov F.A. Pablik rileyshnz: istoriya i teoriya. T., 2003 g. Str –38.
31. Chumikov A.N. Pablik rileyshnz Str –37.