

UNIVERSITETLARDA PR XIZMATLARI FAOLIYATINING HUQUQIY VA KOMMUNIKATIV MEXANIZMLARI

Dilobarxon Zaripova

**O‘zbekiston jurnalistika va
ommaviy kommunikatsiyalari universiteti
tayanch doktoranti**

<https://doi.org/10.5281/zenodo.20092532>

PR tushunchasi tashkilot yoki shaxsning o‘z auditoriyasi bilan samarali muloqot o‘rnatish, o‘zaro tushunishni shakllantirish va ijobiy jamoatchilik fikrini yaratishga qaratilgan kommunikatsiya faoliyatini anglatadi[1]. Oddiy qilib aytganda, PR bu tashkilotga tegishli ma’lumotlarni ommaga strategik tarzda yetkazish va tarqatish orqali uning obro‘-e’tiborini boshqarish san’ati va fanidir. PR xizmati axborot oqimlarini rejalash va nazorat qilish orqali tashkilot imijini shakllantiradi hamda jamoatchilik bilan mustahkam aloqalarni yo‘lga qo‘yadi. PR xizmatlari kommunikatsiya jarayonida bir necha vazifalarni bajaradi.

O‘zbekiston oliy ta’lim muassasalarida PR xizmatlari faoliyati davlat siyosati, axborot erkinligi hamda jamoatchilik bilan muloqot tamoyillariga asoslangan bo‘lib, ularning huquqiy maqomi O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi [2], “Ta’lim to‘g‘risida”gi qonun [3], shuningdek, boshqa ta’limga oid [4] hamda axborot va media¹ to‘g‘risidagi qonun va me’yoriy hujjatlar bilan mustahkamlangan. PR xizmatlari oliy ta’lim tizimida kommunikatsiya madaniyati va institutsional ochiqlikni ta’minlashga xizmat qiluvchi muhim ijtimoiy institut sifatida shakllanmoqda. Universitetlarda bunday xizmatlar nafaqat axborot tarqatish, balki mediasavodxonlikni rivojlantirish, jamoatchilik bilan ikkiyoqlama muloqotni yo‘lga qo‘yish hamda ishonchni shakllantirish vazifasini ham bajaradi [5]. Shuningdek, PR faoliyati ijtimoiy jarayonlarni tartibga soluvchi kommunikatsion tizim bo‘lib, axborot xizmatlari bilan bir qatorda strategik boshqaruvning tarkibiy elementi sifatida qaraladi [8]. Shuningdek, bu tizim ishonch va ochiqlikka asoslangan ikkiyoqlama kommunikatsiyani rivojlantirish orqali universitetlarning brend imiji va reputatsiyasini mustahkamlaydi [6]. Jamoatchilik fikrini shakllantirish mexanizmlari PRning huquqiy asoslari bilan chambarchas bog‘liq bo‘lib, media integratsiyasi, muntazam axborot siyosati yuritish hamda shaffoflikni ta’minlash ushbu faoliyatning ajralmas qismidir [7]. OTMlarning veb-saytlari faoliyatini normativ tartibga solish, axborot siyosatini raqamli kommunikatsiyalar orqali amalga oshirish va PR matnlarini yagona uslubda yuritish kabi omillar ushbu xizmatlarning tashkiliy-huquqiy barqarorligini mustahkamlaydi [9]. Natijada, oliy ta’lim tizimidagi PR faoliyati kommunikatsiya madaniyati, axborot siyosati va ishonchli muloqotni rivojlantirishga xizmat qiluvchi tizimli institut sifatida shakllanmoqda.

PR xizmatining tashkiliy tuzilmasi universitetning rektorlik apparati yoki axborot-markazlari bilan integratsiyalashgan holda faoliyat yuritadi. Bu xizmatlar kommunikatsion strategiyalarni ishlab chiqish, matbuot va elektron ommaviy axborot vositalari bilan hamkorlikni tashkil etish, universitetning ijtimoiy tarmoqlardagi mavjudligini oshirish, shuningdek, ichki auditoriya – talabalar va professor-o‘qituvchilar bilan samarali muloqotni ta’minlash kabi vazifalarni amalga oshiradi. Shuningdek, PR faoliyati universitetning axborot siyosatini amalga oshirishda normativ-huquqiy talablar, axborot xavfsizligi va ma’lumotlarni

¹ *Axborot erkinligi prinsiplari va kafolatlari to‘g‘risida* (Qonun № 439-II). Lex.uz. <https://lex.uz/docs/-52268>

himoya qilish qoidalari bilan chambarchas bog‘liq. Bu esa universitetning imijini mustahkamlash, ilmiy va innovatsion salohiyatini ommaga yetkazish hamda xalqaro hamkorlikni rivojlantirishda asosiy vosita sifatida xizmat qiladi. Shu tariqa, PR xizmatlari universitetlar faoliyatida nafaqat kommunikatsion, balki strategik boshqaruv elementi sifatida muhim o‘rin tutadi. Misol sifatida, Mirzo Ulug‘bek nomidagi O‘zbekiston Milliy universitetida PR xizmati rektorlik apparatiga bo‘ysunuvchi Axborot xizmati orqali faoliyat yuritadi. Ushbu bo‘lim universitetning rasmiy sayti va ijtimoiy tarmoqlari orqali ilmiy yangiliklar, xalqaro hamkorlik va talaba-yutuqlarni yoritib, brend imijini mustahkamlaydi. O‘zMU PR siyosati ochiqlik, tezkorlik va ishonch tamoyillariga tayanib, xalqaro tadbirlar va hamkorlik loyihalarini ommalashtirish orqali universitetning akademik reputatsiyasini oshirmoqda. Natijada, PR xizmati universitet boshqaruvida axborot tarqatishdan tashqari, strategik rivojlanish va ijtimoiy ishonchni mustahkamlovchi muhim boshqaruv mexanizmiga aylangan.

PR mutaxassislari esa tashkilot manfaatlarini hisobga olib, davlat idoralari va qonun chiqaruvchilarga ma‘lumot yetkazish hamda qarorlar qabul qilish jarayoniga ta‘sir ko‘rsatish bo‘yicha strategik faoliyat yuritadi. Bu, ayniqsa, yirik tashkilotlar uchun muhim bo‘lib, qonunchilikdagi o‘zgarishlar davrida tashkilot pozitsiyasini izchil tushuntirishni talab etadi. PR xizmati rahbariyatga jamoatchilik fikri, kommunikatsiya strategiyasi va inqirozli vaziyatlarda muloqot taktikasiga doir tavsiyalar beradi hamda ichki va tashqi auditoriyalar o‘rtasida muvozanatli axborot almashuvini ta‘minlaydi. Ushbu vazifalar orqali PR xizmatlari tashkilotning kommunikatsiyalarini boshqaradi va uning jamoatchilik oldidagi ijobiy imidjini shakllantiradi. Ilmiy tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, PR atamasiga 500 dan ortiq ta‘riflar berilgan bo‘lsa-da, ularning aksariyati PRni tashkilot va jamoatchilik o‘rtasidagi o‘zaro hamkorlik va tushunishni yo‘lga qo‘yuvchi boshqaruv funksiyasi sifatida tasvirlaydi.

O‘zbekistonda davlat axborot siyosati sohasi oxirgi yillarda jadal takomillashmoqda. Xususan, **yagona davlat axborot siyosati** konseptual hujjati ustida ish olib borilayotgani 2019-yilda o‘tkazilgan tahlillarda ta‘kidlangan [8].

Universitetlar faoliyatida PR xizmatlari O‘zbekiston Respublikasining “Ommaviy axborot vositalari to‘g‘risida”gi qonuni talablari va prinsiplari asosida tashkil etiladi. Mazkur qonun matbuot erkinligini kafolatlab, senzura va noqonuniy cheklovlarga yo‘l qo‘ymaslikni hamda davlat organlari va muassasalarining jurnalistlar bilan ochiq hamkorligini ta‘minlaydi. Shu bois universitetlardagi PR xizmatlari ushbu huquqiy me‘yorlarga asoslanib, OAV bilan tizimli muloqot o‘rnatishi va zarur axborotni tezkor yetkazishi zarur.

Shuningdek, “Reklama to‘g‘risida”gi qonun ta‘lim muassasalarida amalga oshiriladigan reklama va targ‘ibot faoliyatining huquqiy asoslarini belgilaydi. Qonunga ko‘ra, reklama mazmunan to‘g‘ri va ishonchli bo‘lishi, iste‘molchini chalg‘itmasligi, shuningdek, noto‘g‘ri yoki noqonuniy reklama tarqatganlik uchun javobgarlik belgilanishi ta‘kidlanadi. Shu jihatdan davlat organlari qatori oliy ta‘lim muassasalari ham o‘z PR xizmatlari faoliyatida ushbu talablarni bajarishi, ta‘lim muassasasining reklama va imij kampaniyalarini qonun doirasida tashkil etishi zarur.

Adabiyotlar, References, Литературы:

1. O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi. – T.: O‘zbekiston Respublikasi, 2023. – URL: [Lex.uz Konstitutsiya](http://Lex.uz)

2. Ta’lim to’g’risida: O‘zbekiston Respublikasining O‘RQ-637-son Qonuni. – URL: Lex.uz
[Ta’lim to’g’risida](http://Lex.uz)
3. Oliy ta’lim tizimini 2030-yilgacha rivojlantirish konsepsiyasi to’g’risida: O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-5847-son Farmoni. – URL: Lex.uz [PF-5847](http://Lex.uz)
4. Oliy ta’lim tizimini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to’g’risida: O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-5077-son Qarori. – URL: Lex.uz [PQ-5077](http://Lex.uz)
5. Axborot erkinligi prinsiplari va kafolatlari to’g’risida: O‘zbekiston Respublikasining 439-II-son Qonuni. – URL: Lex.uz [Axborot erkinligi](http://Lex.uz)
6. Qosimova N. O‘zbekiston ommaviy axborot vositalari barqaror rivojlanish manfaatlari yo‘lidagi ta’lim sohasida hamkor sifatida: o‘quv qo‘llanma. – Toshkent: YUNESKO, 2018.
7. Xaitova M. Theoretical foundations and tendencies of PR communication formation // FLEDU Journal. – 2024. – №3. – B. 56–63. – DOI: 10.36078/1721723365. – URL: FLEDU Journal
[maqola](http://FLEDU Journal)
8. Eshbekov T. Axborot xizmatlari. – Namangan: Namangan davlat universiteti, 2024. – URL: NamDU Axborot xizmatlari