

TASHKILOT FAOLIYATIDA PR STRATEGIYANING AHAMIYATI

Isaqjonova Gulsanam Islomjon qizi

O'zbekiston jurnalistika va ommaviy
kommunikatsiyalar universiteti magistranti

<https://doi.org/10.5281/zenodo.20524382>

ANNOTATSIYA

Mazkur tezisda tashkilot faoliyatida PR strategiyaning ahamiyati, uning jamoatchilik bilan samarali aloqalarni yo'lga qo'yish, ijobiy korporativ imijni shakllantirish hamda tashkilotning raqobatbardoshligini oshirishdagi o'rni tahlil qilingan. Tadqiqotda PR strategiyaning nazariy asoslari, uning asosiy funksiyalari va zamonaviy kommunikatsiya tizimidagi ahamiyati yoritilgan.

Kalit so'zlar: PR strategiya, jamoatchilik bilan aloqalar, kommunikatsiya, korporativ imij, media relations, raqamli PR, ijtimoiy tarmoqlar, krizis-kommunikatsiya, reputatsiya, tashkilot imiji.

Hozirgi globallashuv va kuchli axborot almashinuvi davrida har qanday tashkilot faoliyatida jamoatchilik bilan aloqalarni samarali tashkil etish muhim strategik vazifalardan biri hisoblanadi. Ayniqsa, zamonaviy media makonining kengayishi, ijtimoiy tarmoqlarning ommalashuvi hamda auditoriya talablarining o'zgarishi tashkilotlardan puxta ishlab chiqilgan PR strategiyani talab etmoqda. PR strategiya tashkilotning jamoatchilik bilan uzoq muddatli va barqaror munosabatlarni yo'lga qo'yish, ijobiy imij yaratish hamda ishonchni mustahkamlashga xizmat qiluvchi muhim kommunikatsion mexanizmdir.

PR strategiyaning asosiy vazifasi tashkilot va jamoatchilik o'rtasida o'zaro manfaatli kommunikatsiyani shakllantirishdan iborat. Bugungi kunda tashkilot muvaffaqiyati nafaqat uning iqtisodiy ko'rsatkichlari, balki jamoatchilik orasidagi obro'-e'tibori, ochiqligi va ijtimoiy mas'uliyatiga ham bog'liq bo'lib bormoqda. Shu sababli PR strategiya tashkilotning ichki va tashqi kommunikatsiyalarini yagona maqsad asosida boshqarishga xizmat qiladi. Xususan, ommaviy axborot vositalari bilan ishlash, matbuot anjumanlari tashkil etish, rasmiy bayonotlar berish, ijtimoiy tarmoqlarda faol kommunikatsiya olib borish kabi jarayonlar PR strategiyaning muhim tarkibiy qismlarini tashkil etadi.

Zamonaviy PR strategiya tashkilotning korporativ imijini shakllantirishda ham muhim rol o'ynaydi. Korporativ imij — bu jamoatchilik ongida tashkilot haqida shakllangan tasavvurlar yig'indisi bo'lib, u tashkilotning ishonchliligi, ochiqligi va professional darajasini namoyon etadi. To'g'ri ishlab chiqilgan PR strategiya orqali tashkilot o'zining qadriyatlarini, maqsadlari va ijtimoiy pozitsiyasini auditoriyaga samarali yetkazadi. Natijada tashkilotga nisbatan ijobiy munosabat shakllanadi va uning raqobatbardoshligi ortadi.

Shuningdek, PR strategiya tashkilotning inqirozli vaziyatlardagi faoliyatida ham alohida ahamiyat kasb etadi. Axborot tez tarqaladigan bugungi davrda har qanday salbiy xabar yoki noto'g'ri kommunikatsiya tashkilot obro'siga jiddiy zarar yetkazishi mumkin. Shu sababli oldindan ishlab chiqilgan krizis-kommunikatsiya rejasi tashkilotning salbiy holatlarga tezkor va professional javob qaytarishini ta'minlaydi. PR strategiyaning mavjudligi tashkilotga jamoatchilik ishonchini saqlab qolish, salbiy fikrlarni kamaytirish hamda muammoni ochiq va shaffof tarzda hal etishga yordam beradi.

Raqamli kommunikatsiyalar rivojlanishi PR strategiyaga yangicha yondashuvlarni olib kirdi. Hozirgi kunda tashkilotlarning Telegram, Facebook, Instagram, YouTube kabi platformalardagi faolligi ularning jamoatchilik bilan munosabatlarida muhim o'rin egallamoqda. Raqamli PR

texnologiyalari orqali tashkilotlar o'z auditoriyasi bilan tezkor muloqot o'rnatish, fikr-mulohazalarni o'rganish hamda jamoatchilik kayfiyatini tahlil qilish imkoniyatiga ega bo'lmoqda. Bu esa tashkilot faoliyatining ochiqligi va shaffofligini ta'minlash bilan birga, uning ijtimoiy nufuzini ham oshiradi.

Bugungi amaliyot shuni ko'rsatadiki, PR strategiyaga alohida e'tibor qaratayotgan tashkilotlar jamoatchilik orasida yuqori ishonchga ega bo'lmoqda. Ayniqsa, xalqaro kompaniyalar va yirik korporatsiyalar tajribasida PR strategiyaning marketing, reklama va boshqaruv faoliyati bilan uyg'un holda olib borilishi yuqori samaradorlikni ta'minlamoqda. O'zbekistonda ham davlat tashkilotlari, xususiy sektor va ta'lim muassasalarida PR faoliyatiga bo'lgan e'tibor ortib bormoqda. Bu esa milliy media makonida professional kommunikatsiya madaniyatining rivojlanishiga xizmat qilmoqda.

Xulosa qilib aytganda, PR strategiya tashkilot faoliyatining ajralmas qismi bo'lib, uning ijobiy imijini shakllantirish, jamoatchilik bilan samarali aloqalarni rivojlantirish hamda raqobatbardoshligini oshirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Zamonaviy axborot makonida PR strategiyani professional asosda tashkil etish har qanday tashkilot muvaffaqiyatining muhim omillaridan biri hisoblanadi.

