

## JAMOATCHILIK BILAN ALOQALAR VA PRNING AHAMIYATI

*Ostonova Fotima Zubaydillayevna*

*O`zbekiston Respublikasi Buxoro viloyati Kogon tumani*

*12-umumiy o`rta ta`lim maktabi bitiruvchisi*

### Annotatsiya

Jamoatchilik bilan aloqalar (Public Relations, PR) zamonaviy biznes va jamiyatda muhim rol o'ynaydi. PRning asosiy vazifasi tashkilot va uning auditoriyasi o'rtasida ijobiy munosabatlarni o'rnatish va saqlashdir. Ushbu maqolada PRning ahamiyati, uning turli sohalardagi roli, va muvaffaqiyatli PR kampaniyalari haqida so'z yuritiladi. Maqolada turli fakt va dalillar asosida PRning biznes va jamiyatdagi o'rnini ko'rsatiladi.

**Kalit so'zlar:** PR, maqsadli auditoriya, PR mutaxassislari, PR kompaniyali, investor, krizis boshqaruvi, jamoatchilik, imij, ijobiy imij, samarali kommunikatsiya, reklama, marketing, brend.

Jamoatchilik bilan aloqalar (PR) bugungi kunda har bir tashkilot uchun zarur bo'lgan strategik kommunikatsiya jarayonidir. PRning asosiy maqsadi tashkilotning imijini shakllantirish, uning faoliyatini yoritish va auditoriya bilan ijobiy munosabatlarni mustahkamlashdir. PR faqat reklama yoki marketing bilan cheklanib qolmaydi; u tashkilotning ichki va tashqi kommunikatsiyasini muvofiqlashtirishda muhim rol o'ynaydi.

Birinchi navbatda, PR tashkilot va uning manfaatdor tomonlari o'rtasidagi ishonchni oshirishda muhim rol o'ynaydi. Tashkilotning muvaffaqiyati ko'p jihatdan uning auditoriyasi bilan qanday munosabatlar o'rnatganiga bog'liq. Masalan, Apple kompaniyasining muvaffaqiyatli PR strategiyasi uning mijozlari va investorlar orasida yuqori darajadagi ishonchni shakllantirdi. Steve Jobsning mahsulot taqdimotlari va kompaniya haqida qiziqarli hikoyalari Apple brendini dunyo miqyosida taniqli qildi. Apple brendi yillar davomida mijozlarining ishonchini qozonish va saqlashda PR kampaniyalarining muhim rol o'ynaganligini ko'rsatadi.

Ikkinchi jihatdan, PR tashkilotning krizis boshqaruvini ta'minlashda muhim ahamiyatga ega. Har qanday tashkilot hayotida krizisli vaziyatlar yuzaga kelishi mumkin. Bunday vaziyatlarda PR mutaxassislari tashkilotning imijini himoya qilish va uni tiklash uchun muhim choralar ko'radilar. Masalan, 2010 yilda BP neft kompaniyasining Meksika ko'rfazidagi neft to'kilishi vaqtida muvaffaqiyatli PR kampaniyasi orqali kompaniya o'z imijini tiklashga harakat qildi. Ushbu kompaniya davomida BP kompaniyasi muammolarni hal qilishga qaratilgan qadamlar ko'rdi va jamoatchilikni doimiy xabardor qilib bordi. Bu jarayonda PRning ahamiyati shundaki,

kompaniya muammolarni yashirmasdan, ochiq va oshkora tarzda jamoatchilikka ma'lumot berdi, bu esa kompaniya obro'sini tiklashda muhim rol o'ynadi.

Uchinchi jihatdan, PR tashkilotning ijtimoiy mas'uliyatini oshirishda ham muhim rol o'ynaydi. Bugungi kunda tashkilotlar nafaqat o'z biznes maqsadlariga erishish, balki jamiyat oldidagi mas'uliyatlarini ham hisobga olishlari zarur. Ijtimoiy mas'uliyatli PR kampaniyalari orqali tashkilotlar jamiyatda ijobiy imij yaratadilar va o'z brendlarni mustahkamlaydilar. Masalan, Coca-Cola kompaniyasining ijtimoiy mas'uliyatli kampaniyalari orqali u global miqyosda ekologik va ijtimoiy muammolarni hal qilishga hissa qo'shmoqda. Coca-Cola tomonidan amalga oshirilgan suvni tejash, atrof-muhitni himoya qilish va sog'lom turmush tarzini targ'ib qilish kabi kampaniyalar kompaniyaning ijobiy imijini shakllantirishga xizmat qilgan.

#### -PRning biznesdagi ahamiyati

Buni ko'rsatish uchun bir nechta misollarni keltirish mumkin. 2008 yilda Johnson & Johnson kompaniyasining muvaffaqiyatli PR kampaniyasi orqali kompaniya Tylenol dori vositasidagi muammolarni hal qildi va o'z mijozlari bilan ishonchli munosabatlarni tikladi. Ushbu krizisli vaziyatda kompaniya tezkor va samarali chora-tadbirlarni ko'rdi, mijozlarini doimiy ravishda xabardor qildi va muammolarni hal qilish uchun barcha imkoniyatlarini ishga soldi. Bu PR kampaniyasi Johnson & Johnsonning mijozlari orasida ishonchni tiklashga va kompaniya obro'sini saqlashga yordam berdi. Shuningdek, 2018 yilda Nike kompaniyasining Colin Kaepernick ishtirokidagi PR kampaniyasi katta rezonans uyg'otdi va kompaniyaning sadoqatli mijozlari sonini oshirdi. Ushbu kampaniya davomida Nike kompaniyasi ijtimoiy adolat va tenglik masalalariga e'tibor qaratdi va o'z mijozlari bilan ijtimoiy masalalarda hamkorlik qilishga intildi. Bu kampaniya Nike brendining ijtimoiy mas'uliyatini ko'rsatdi va kompaniya obro'sini mustahkamladi.

#### -PRning Jamiyatdagi Ahamiyati

PR nafaqat biznes, balki jamiyatdagi turli tashkilotlar uchun ham muhim ahamiyatga ega. Masalan, notijorat tashkilotlar va davlat muassasalari uchun PR kampaniyalari orqali jamoatchilik bilan munosabatlarni yaxshilash, ularning faoliyatini yoritish va ijobiy imij yaratish mumkin. Notijorat tashkilotlar PR orqali o'z missiyasi va maqsadlarini jamoatchilikka yetkazish, homiylik va yordam olish imkoniyatlarini oshirish uchun foydalanadilar. Masalan, Greenpeace tashkiloti atrof-muhitni himoya qilishga qaratilgan kampaniyalari orqali global miqyosda e'tibor qozonadi va jamoatchilikning qo'llab-quvvatlashiga erishadi.

Shuningdek, davlat muassasalari uchun PR kampaniyalari orqali fuqarolar bilan ochiq va samarali kommunikatsiyani ta'minlash muhimdir. Davlat muassasalari PR orqali fuqarolarni davlat siyosati, yangi qonunlar va boshqa muhim masalalar haqida xabardor qilishadi. Masalan, sog'liqni saqlash muassasalari pandemiya davrida aholiga

to'g'ri va dolzarb ma'lumotlarni yetkazish orqali jamoatchilikning xavfsizligini ta'minlashda muhim rol o'ynaydi.

Xulosa sifatida shuni aytish mumkinki, jamoatchilik bilan aloqalar va PRning ahamiyatini tushunish har bir tashkilot uchun muhimdir. PR tashkilotning barqaror rivojlanishi, ijobiy imij yaratish va krizisli vaziyatlarda muvaffaqiyatli boshqaruvni ta'minlashda muhim omil hisoblanadi. PRning muvaffaqiyatli amalga oshirilishi tashkilotning ichki va tashqi kommunikatsiyasini yaxshilash, jamoatchilik bilan ishonchli munosabatlar o'rnatish va ijtimoiy mas'uliyatni oshirishga yordam beradi. Jamoatchilik bilan aloqalar va PRning ahamiyati har bir tashkilot uchun strategik ahamiyatga ega bo'lib, ularning muvaffaqiyatli faoliyati va barqaror rivojlanishini ta'minlashda muhim rol o'ynaydi.

### **Foydalanilgan adabiyotlar**

1. "Public Relations: Strategies and Tactics" by Dennis L. Wilcox and Glen T. Cameron
2. "The New Rules of Marketing and PR" by David Meerman Scott
3. "Trust Me, PR is Dead" by Robert Phillips
4. "Apple: The Inside Story of Intrigue, Egomania, and Business Blunders" by Jim Carlton
5. "Crisis Communication: Theory and Practice" by Alan Jay Zarembo