IQRO JURNALI , IQRO JOURNAL, ИКРО ЖУРНАЛИ
ISSN:2181-4341| wordlyknowledge.uz/index.php/iqro
Volume 21 Issue 2 May 2026

PR TEXNOLOGIYALARINING TASHKILOT IMIJINI SHAKLLANTIRISHDAGI ROLI

Turayeva Sarvinoz Xolto'ra qizi
O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsilar universiteti
To'g'on va Qudrat Ernazarovlar nomidagi
jamoatchilik bilan aloqalar kafedrasi o'qituvchisi
Doi: https://doi.org/10.5281/zenodo.20320673

Annotatsiya: Mazkur maqolada PR texnologiyalarining tashkilot imijini shakllantirishdagi ahamiyati, zamonaviy kommunikatsiya jarayonlaridagi o‘rni hamda jamoatchilik bilan samarali aloqalarni yo‘lga qo‘yishdagi vazifalari tahlil qilinadi. Shuningdek, raqamli media, ijtimoiy tarmoqlar va axborot texnologiyalarining PR faoliyatiga ta’siri ilmiy-nazariy jihatdan yoritilgan. Tadqiqot davomida tashkilot imijini yaratishda strategik kommunikatsiya, media rejalashtirish va auditoriya bilan ishlashning muhim jihatlari ko‘rib chiqilgan.
Kalit so‘zlar: PR texnologiyalari, tashkilot imiji, ommaviy kommunikatsiya, media, strategik kommunikatsiya, jamoatchilik bilan aloqalar, raqamli PR, ijtimoiy tarmoqlar.

Аннотация: В данной статье анализируется роль PR-технологий в формировании имиджа организации, их значение в современных коммуникационных процессах и функции в установлении эффективных связей с общественностью. Также рассматривается влияние цифровых медиа, социальных сетей и информационных технологий на PR-деятельность. В ходе исследования изучены важные аспекты стратегической коммуникации, медиапланирования и взаимодействия с аудиторией при создании имиджа организации.
Ключевые слова: PR-технологии, имидж организации, массовая коммуникация, медиа, стратегическая коммуникация, связи с общественностью, цифровой PR, социальные сети.

Abstract: This article analyzes the role of PR technologies in shaping the image of organizations, their importance in modern communication processes, and their functions in establishing effective public relations. The study also examines the influence of digital media, social networks, and information technologies on PR activities. Particular attention is paid to strategic communication, media planning, and audience engagement in building a positive organizational image.
Keywords: PR technologies, organizational image, mass communication, media, strategic communication, public relations, digital PR, social networks.

KIRISH

Bugungi globallashuv va axborotlashuv davrida har bir tashkilot o‘z faoliyatini samarali tashkil etish bilan bir qatorda, ijobiy imij yaratishga ham katta e’tibor qaratmoqda. Tashkilot imiji uning jamoatchilik oldidagi obro‘si, ishonchliligi va raqobatbardoshligini belgilovchi muhim omillardan biri hisoblanadi. Shu jihatdan PR texnologiyalari zamonaviy boshqaruv tizimining ajralmas qismiga aylanib bormoqda.

PR (Public Relations) texnologiyalari tashkilot va jamoatchilik o‘rtasidagi kommunikatsion aloqalarni yo‘lga qo‘yish, auditoriya ishonchini mustahkamlash hamda ijobiy axborot muhitini yaratishda muhim vosita hisoblanadi. Ayniqsa, internet va ijtimoiy tarmoqlarning rivojlanishi PR faoliyatining yangi shakl va usullarini yuzaga keltirdi.

Mazkur maqolaning мақсади — PR texnologiyalarining tashkilot imijini shakllantirishdagi rolini ilmiy-nazariy va amaliy jihatdan tahlil qilishdan iborat.

Asosiy qism

PR texnologiyalarining mohiyati

PR texnologiyalari — bu tashkilot va jamoatchilik o‘rtasida o‘zaro ishonchli munosabatlarni shakllantirishga qaratilgan kommunikatsion usullar va strategiyalar tizimidir. Ularning asosiy vazifasi tashkilot faoliyati haqida ijobiy jamoatchilik fikrini yaratish va uni mustahkamlashdan iborat.

PR texnologiyalariga quyidagilar kiradi:

✓ matbuot anjumanlari;
✓ media bilan hamkorlik;
✓ reklama va targ‘ibot ishlari;
✓ ijtimoiy loyihalar;
✓ korporativ kommunikatsiyalar;
✓ raqamli PR va SMM faoliyati.

Tashkilot imijini shakllantirish omillari

➢ Tashkilot imiji bir necha omillar asosida shakllanadi. Bular:
➢ Tashkilotning ijtimoiy faoliyati;
➢ Xodimlar bilan ishlash sifati;
➢ Media maydonidagi faollik;
➢ Mijozlar bilan kommunikatsiya;
➢ Brend va vizual identifikatsiya.

PR texnologiyalari aynan mana shu omillarni jamoatchilikka samarali yetkazishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Raqamli PR va zamonaviy kommunikatsiya

Bugungi kunda raqamli media PR faoliyatining asosiy platformasiga aylanmoqda. Ijtimoiy tarmoqlar orqali tashkilotlar o‘z auditoriyasi bilan tezkor va interaktiv aloqa o‘rnatmoqda. Telegram, Instagram, Facebook va YouTube kabi platformalar PR strategiyasining muhim vositalari sifatida xizmat qilmoqda.

PR texnologiyalarining nazariy asoslari

Zamonaviy axborot jamiyatida PR texnologiyalari tashkilot faoliyatining muhim strategik yo‘nalishlaridan biriga aylandi. PR (Public Relations) — bu tashkilot va jamoatchilik o‘rtasida o‘zaro manfaatli hamda ishonchli aloqalarni shakllantirishga qaratilgan kommunikatsion faoliyat tizimidir. PR texnologiyalarining asosiy maqsadi tashkilot haqidagi ijobiy jamoatchilik fikrini yaratish, uni saqlash va rivojlantirishdan iborat.

Bugungi kunda tashkilotning muvaffaqiyati nafaqat iqtisodiy ko‘rsatkichlarga, balki uning jamoatchilik oldidagi obro‘-e’tiboriga ham bog‘liqdir. Shu sababli tashkilotlar o‘z imijini shakllantirish va rivojlantirishda PR texnologiyalaridan keng foydalanmoqda. PR texnologiyalari orqali tashkilot o‘zining maqsadi, faoliyati, ijtimoiy mas’uliyati va qadriyatlarini keng auditoriyaga yetkazadi. PR faoliyatining muhim jihatlaridan biri — bu ikki tomonlama kommunikatsiyani yo‘lga qo‘yishdir. Ya’ni tashkilot faqat axborot tarqatibgina qolmay, balki jamoatchilik fikrini o‘rganadi, auditoriya ehtiyojlarini tahlil qiladi va ular bilan samarali muloqot olib boradi. Aynan mana shu jarayon tashkilotga jamoatchilik ishonchini qozonishga yordam beradi.

Tashkilot imiji tushunchasi va uning ahamiyati

Tashkilot imiji — bu jamoatchilik ongida tashkilot haqida shakllangan tasavvur, fikr va baholar yig‘indisidir. Imij tashkilotning tashqi ko‘rinishi, xizmat sifati, kommunikatsiya madaniyati, xodimlar faoliyati hamda OAVdagi faolligi asosida shakllanadi.

Ijobiy imij tashkilot uchun quyidagi imkoniyatlarni yaratadi:

- mijozlar ishonchini oshiradi;
- investitsiyalar jalb etishga yordam beradi;
- bozordagi raqobatbardoshlikni kuchaytiradi;
- tashkilotning ommabopligini oshiradi;
- hamkorlar bilan mustahkam aloqalarni shakllantiradi.

Salbiy imij esa tashkilot faoliyatiga jiddiy zarar yetkazishi mumkin. Ayniqsa, internet va ijtimoiy tarmoqlar rivojlangan hozirgi davrda salbiy axborot juda tez tarqaladi. Shu sababli tashkilotlar o‘z reputatsiyasini doimiy nazorat qilib borishi zarur.

PR texnologiyalarining asosiy turlari

PR texnologiyalari turli shakl va usullarda amalga oshiriladi. Ularning eng asosiylari quyidagilar hisoblanadi:

Media relations

Bu OAV bilan samarali hamkorlik qilish jarayonidir. Tashkilot jurnalistlar bilan muntazam aloqada bo‘lib, matbuot anjumanlari, press-relizlar va intervyular orqali o‘z faoliyatini yoritadi. Media bilan yaxshi munosabat tashkilotning ijobiy imijini mustahkamlaydi.

Korporativ kommunikatsiya

Korporativ kommunikatsiya tashkilot ichki va tashqi kommunikatsiyasini boshqarishga xizmat qiladi. Bu yo‘nalishda xodimlar bilan ishlash, korporativ madaniyatni rivojlantirish va tashkilot qadriyatlarini targ‘ib qilish muhim o‘rin tutadi.

Krizis kommunikatsiyasi

Har qanday tashkilot faoliyatida turli inqirozli holatlar yuzaga kelishi mumkin. Bunday vaziyatlarda PR texnologiyalari orqali muammoni tezkor va samarali boshqarish talab etiladi. Krizis kommunikatsiyasi tashkilot obro‘sini saqlab qolishda muhim vosita hisoblanadi.

Raqamli PR

Internet texnologiyalari rivojlanishi natijasida raqamli PR yo‘nalishi shakllandi. Bugungi kunda tashkilotlar Telegram, Instagram, Facebook, YouTube va boshqa platformalar orqali auditoriya bilan faol muloqot olib bormoqda.

Raqamli PRning afzalliklari:

- tezkorlik;
- keng auditoriyani қамраб олиш;
- interaktiv muloqot;
- arzon va samarali kommunikatsiya;
- real vaqt rejimida axborot tarqatish imkoniyati.

Ijtimoiy tarmoqlarning PR faoliyatidagi o‘rni

Ijtimoiy tarmoqlar zamonaviy PR faoliyatining asosiy kommunikatsion vositalaridan biriga aylandi. Tashkilotlar o‘z brendini targ‘ib qilish, yangi auditoriyani jalb etish va mijozlar bilan aloqalarni mustahkamlash uchun ijtimoiy platformalardan faol foydalanmoqda.

Masalan:

- Telegram — tezkor axborot tarqatish vositasi;
- Instagram — vizual kontent orqali brend imijini yaratish vositasi;
- Facebook — jamoatchilik bilan muloqot platformasi;
- YouTube — videomateriallar orqali PR kampaniyalarini olib borish vositasi.

Ijtimoiy tarmoqlarda kontent sifati va kommunikatsiya uslubi tashkilot imijiga bevosita ta’sir qiladi. Auditoriya bilan samimiy va ochiq muloqot olib boradigan tashkilotlar ko‘proq ishonch qozonadi.

PR strategiyasini ishlab chiqish jarayoni

Samarali PR strategiyasi bir necha bosqichda ishlab chiqiladi:

1. Auditoriyani tahlil qilish;
2. Maqsad va vazifalarni belgilash;
3. Kommunikatsiya kanallarini tanlash;
4. Media reja ishlab chiqish;
5. PR kampaniyasini amalga oshirish;
6. Natijalarni monitoring va tahlil qilish.

PR strategiyasi tashkilotning umumiy rivojlanish maqsadlariga mos bo‘lishi kerak. Strategik yondashuv tashkilotga uzoq muddatli ijobiy imij yaratish imkonini beradi.

PR texnologiyalarining amaliy samaradorligi

Dunyoning ko‘plab yirik kompaniyalari muvaffaqiyatining asosiy omillaridan biri aynan samarali PR siyosati hisoblanadi. Kuchli PR strategiyasi orqali tashkilot:

- bozorda o‘z mavqeini mustahkamlaydi;
- brend qiymatini oshiradi;
- auditoriya ishonchini kuchaytiradi;
- yangi mijozlarni jalb qiladi.

Masalan, xalqaro kompaniyalar ijtimoiy loyihalar, ekologik dasturlar va xayriya tadbirlari orqali o‘zining ijobiy ijtimoiy imijini shakllantirmoqda. Bu esa jamoatchilik orasida ularga nisbatan ijobiy munosabat paydo bo‘lishiga xizmat qiladi. Shuningdek, davlat tashkilotlari va ta’lim muassasalari ham PR texnologiyalaridan samarali foydalanib, ochiqlik va shaffoflikni ta’minlashga harakat qilmoqda. Bu esa jamiyatda ishonch muhitining shakllanishiga yordam beradi.

Raqamli PR quyidagi afzalliklarga ega:

tezkor axborot tarqatish;

auditoriya bilan bevosita muloqot;

tashkilot faoliyatining ochiqligini ta’minlash;

brend ommabopligini oshirish;

krizis holatlarida tezkor kommunikatsiya olib borish.

PR texnologiyalarining amaliy ahamiyati

Ko‘plab yirik kompaniya va tashkilotlar muvaffaqiyatining asosiy omillaridan biri samarali PR strategiyasi hisoblanadi. Tashkilotning ijobiy imiji investorlar, mijozlar va hamkorlarning ishonchini oshiradi. Shuningdek, yaxshi shakllangan imij tashkilotning bozordagi raqobatbardoshligini kuchaytiradi.

PR texnologiyalaridan noto‘g‘ri foydalanish esa aksincha, salbiy imij shakllanishiga sabab bo‘lishi mumkin. Shu sababli PR faoliyati professional yondashuvni talab qiladi.

Xulosa

Xulosa qilib aytganda, PR texnologiyalari tashkilot imijini shakllantirish va rivojlantirishda muhim strategik vosita hisoblanadi. Zamonaviy kommunikatsiya jarayonlarida PR faoliyati tashkilot va jamoatchilik o‘rtasidagi ishonchli aloqalarni mustahkamlashga xizmat qiladi. Ayniqsa, raqamli texnologiyalar va ijtimoiy tarmoqlarning rivojlanishi PR faoliyatining samaradorligini yanada oshirmoqda. Kelajakda tashkilotlarning muvaffaqiyati ko‘p jihatdan ularning kommunikatsion strategiyasi va jamoatchilik bilan ishlash tizimiga bog‘liq bo‘lib qoladi. Shu bois PR texnologiyalaridan samarali foydalanish har bir tashkilot uchun muhim vazifa hisoblanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Karimov I.A. Yuksak ma’naviyat – yengilmas kuch. – Toshkent: Ma’naviyat, 2008.
2. Cutlip S., Center A., Broom G. Effective Public Relations. – New Jersey: Pearson Education, 2019.
3. Grunig J. Public Relations and Communication Management. – New York, 2018.
4. Qosimova M. Ommaviy kommunikatsiya asoslari. – Toshkent, 2021.
5. Safarov O. Zamonaviy PR texnologiyalari. – Toshkent, 2022.
6. Интернет журналистикаси ва медиа коммуникациялар. – Москва, 2020.