

JAMOAT BILAN MUNOSABATLARDAGI ZAMONAVIY
TENDENSIYALAR VA ULARNING MUTAXASSISLAR
FAOLIYAT SAMARADORLIGIGA TA'SIRISevara Urinbayeva,^{ID}
O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti

Annotatsiya: Mazkur maqolada jamoatchilik bilan aloqalar sohasida kuzatilayotgan zamonaviy tendensiyalar va ularning samaradorlikka ko'rsatayotgan ta'siri ilmiy jihatdan tahlil etildi. Unda raqamli transformatsiya, ijtimoiy tarmoqlarning roli, shuningdek, interaktiv kommunikatsiya vositalari orqali maqsadli auditoriya bilan bevosita aloqani yo'lga qo'yish, zamonaviy axborot jamiyatida audiovizual shakldagi kontentlarni tarqatish, ulardan foydalanish, innovatsion yondashuvlar, ijtimoiy tarmoqlarning afzalligi kabi yo'nalishlar yoritilgan. Shuningdek, jamoatchilik bilan aloqalar faoliyatini takomillashtirish, zamonaviy axborot texnologiyalaridan unumli foydalanish va kommunikatsiya jarayonlarini samarali boshqarishga oid amaliy tavsiyalarni qamrab oladi.

Kalit so'zlar: media makon, jamoatchilik bilan aloqalar, audiovizual kontentlar, xalq bilan muloqot

1. Kirish va gipoteza

XXI asrda globallashuv jarayonlari, raqamli transformatsiya va kommunikatsiya texnologiyalarining jadal rivojlanishi natijasida jamoatchilik bilan aloqalar sohasida ham o'zgarishlar bo'lmoqda. An'anaviy PR usullari o'z o'rnini zamonaviy, interaktiv va raqamli kommunikatsiya vositalariga bo'shatmoqda. Bu jarayon nafaqat texnologik yangiliklarni joriy etish, balki manfaatdor tomonlar bilan samarali muloqotni yo'lga qo'yishda sifat jihatdan yangi yondashuvlarni talab etmoqda. Jamoatchilik bilan aloqalar endilikda biryoqlama xabar yetkazishdan ko'ra ko'proq jarayon va tizim sifatida qaralmoqda. Shuningdek, ijtimoiy tarmoqlar, sun'iy intellekt, analitik vositalar, ma'lumotlar bazasi va onlayn platformalar vositasida auditoriya bilan doimiy muloqot, ularning fikr-mulohaza va ehtiyojlarini tahlil qilish imkoniyati yuzaga keldi. Shu bilan birga, zamonaviy PR nafaqat xususiy sektorda, balki davlat boshqaruvi, fuqarolik jamiyati institutlari, ta'lim va sog'liqni saqlash kabi sohalarida ham strategik boshqaruvning muhim qismi sifatida shakllanmoqda. Mazkur jarayonlar fonida PR faoliyatining samaradorligi masalasi ham o'z dolzarbligini oshirmoqda. Chunki zamonaviy tendensiyalarni chuqur tahlil qilmasdan turib, jamoatchilik bilan muloqotni samarali tashkil etish, brend imidjini mustahkamlash yoki ijtimoiy ishonchni oshirish qiyin. Shu sababli, zamonaviy kommunikatsion muhit sharoitida PR faoliyatida kuzatilayotgan tendensiyalarni ilmiy nuqtayi nazardan o'rganish, ularning shakllanish sabablari va PR strategiyasiga ta'sirini aniqlash zarurati tug'ildi.

Shuningdek, yangi bosqichdagi islohotlar jarayonida davlat organlari tomonidan xalq bilan muloqot o'rnatib, muhim ijtimoiy-

DOI:
<https://doi.org/10.62499/ijmcc.vi10.222>

Iqtibos:

Urinbayeva, Sevara.
2025. JAMOAT BILAN
MUNOSABATLARDAGI
ZAMONAVIY
TENDENSIYALAR
VA ULARNING
MUTAXASSISLAR
FAOLIYAT
SAMARADORLIGIGA
TA'SIRI
Markaziy Osiyoda media va
kommunikatsiyalar xalqaro
ilmiy jumali. 10: 75-83.

JAMOATCHILIK BILAN ALOQALAR

siyosiy masalalarda qarorlar qabul qilishda avvalo aholining fikrini inobatga olish tizimi shakllantirildi. Prezident ilgari surgan “Xalq davlat idoralariga emas, davlat idoralari xalqqa xizmat qilishi kerak” (Tulyakov, 2020), degan tashabbus asosida fuqarolarning davlat boshqaruvida ishtirokini amalda ta’minlash masalasi kun tartibiga olib chiqilganidan so’ng demokratik islohotlarni amalga oshirishda nodavlat notijorat tashkilotlari hamda fuqarolik jamiyati boshqa institutlarining faolligi sezilarli ravishda osha boshladi.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti o‘zining Oliy Majlisga 2020-yil

29-dekabrdagi Murojaatnomasida ayni shu masalaga e’tibor qaratib jumladan shunday degan edi: “Biz o‘tgan to‘rt yil davomida jamiyatimizda oshkorlik

va ochiqlik, so‘z erkinligi muhitida yashash va ishlashga asta-sekin o‘rganib boryapmiz. Xolis va adolatli jurnalist va bloggerlarning tanqidiy chiqishlari eskicha qolipda ishlaydigan rahbarlarning faoliyatidagi xato-kamchiliklarni ko‘rsatib, ularni ish uslubini o‘zgartirish va mas’uliyatini oshirishga majbur qilmoqda. Bundan buyon har bir davlat organi o‘z kundalik faoliyatida ommaviy axborot vositalari bilan yaqin muloqot va hamkorlikni yo‘lga qo‘yishi zarur va shart” (Mirziyoyev, 2020).

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 27-iyundagi PQ-4366-son “Ommaviy axborot vositalari mustaqilligini ta’minlash hamda davlat organlari va tashkilotlari axborot xizmatlari faoliyatini rivojlantirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi qarori bu o‘rinda ketayotgan islohotlarning izchilligini ko‘rsatadi. Bu esa o‘z navbatida media makonda yuzaga kelayotgan chaqiriqlarga tezkorlik bilan munosib javob qaytarishni taqozo etadi. Davlatning siyosiy boshqaruvi avvalambor fuqarolar bilan qayta aloqani to‘g‘ri yo‘lga qo‘yilgandagina yuqori samaradorlikni ko‘rsatadi. Buning uchun aholiga amalga oshirilayotgan islohotlarning maqsadi, vazifalari va natijalari haqida tezkor, xolis va to‘liq axborot yetkazish, davlat organlari shaffofligini ta’minlash lozim. Ayni shu vazifalarni amalga oshirish uchun davlat organlarining jamoatchilik bilan o‘zaro hamkorlik aloqalari va axborot xizmatlari faoliyatining to‘g‘ri yo‘lga qo‘yilganligi o‘ta muhim.

2. Tadqiqot metodologiyasi

Mazkur maqolada jamoatchilik bilan aloqalarga oid milliy va xorijiy ilmiy manbalar hamda sohaga oid darsliklar o‘rganildi. Tahlil jarayonda lingvistik, lingvostilistik, qiyosiy va kontent-tahlil metodlari qo‘llanildi. Empirik asos sifatida davlat organlarining rasmiy manbalari hamda onlayn axborot platformalarida tarqatilgan materiallar tahlil qilindi. Jamoatchilik bilan aloqalarda zamonaviy tendensiyalar va ularning samaradorlikka ta’sirini

o'rganish jarayonida ilmiy bilishning tarixiy, tizimli, mantiqiy, qiyosiy tahlil usullaridan foydalanilgan.

Tadqiqot obyekti zamonaviy kommunikatsiya muhiti sharoitida faoliyat yuritayotgan davlat organlari, biznes subyektlari va nodavlat notijorat tashkilotlarining jamoatchilik bilan aloqalari tizimi. Tadqiqot predmeti jamoatchilik bilan aloqalar sohasidagi zamonaviy tendensiyalar, xususan, raqamli kommunikatsiya, ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish, interaktiv platformalar, kontent-marketing va storytelling uslublarining samaradorlikka ko'rsatgan bevosita va bilvosita ta'siri. Tadqiqotning ilmiy yangiligi shundaki, unda jamoatchilik bilan aloqalar jarayonida yuzaga kelgan zamonaviy tendensiyalar tizimli tahlil qilindi va ularning samaradorlik ko'rsatkichlariga ta'siri empirik ma'lumotlar asosida baholandi. An'anaviy va zamonaviy PR yondashuvlari taqqoslanib, ularning ustun jihatlari va cheklovlari aniqlashtirildi. Raqamli transformatsiya sharoitida tashkilotlarning auditoriya bilan o'zaro aloqasini kuchaytirishning optimal yo'llari taklif qilindi. Tadqiqotning amaliy ahamiyati davlat organlarining jamoatchilik bilan aloqalar bo'yicha strategiyalarini takomillashtirishga xizmat qiladi. Raqamli kommunikatsiya vositalaridan samarali foydalanish, auditoriyani jalb qilish va ularning ishonchini oshirishga oid amaliy tavsiyalarni ishlab chiqishda yordam beradi. O'zbekiston sharoitida zamonaviy PR yondashuvlarini joriy etishda yuzaga kelishi mumkin bo'lgan muammolarni bartaraf etish yo'llarini aniqlashga ko'maklashadi.

3. Adabiyotlar sharhi

Jamoatchilik bilan aloqalar sohasida zamonaviy tendensiyalar va ularning samaradorlikka ta'sirini o'rganishda bir qator mahalliy va xorijiy tadqiqotchilarning ilmiy ishlari, monografiyalari hamda maqolalari tahlil qilindi. Ushbu tahlil sohaga doir ilmiy qarashlarning shakllanishi va rivojlanish jarayonini hamda zamonaviy yondashuvlarning shakllanishini ko'rsatib beradi.

Tadqiqot ishida ushbu sohani tartibga soluvchi qonunchilik hujjatlari, shu jumladan O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi, shu sohani tartibga soluvchi, axborot tarqatish sohasidagi qonunchilik o'rganildi va jamoatchilik bilan aloqalar sohasida tadqiqotlar olib borgan taniqli olimlar tadqiqotlari tahlil etildi.

O'zbekiston Respublikasida tadqiqotchilardan O.U. Abduazimov, U.I. Islombekov, G'.S. Mamatov, U.T. Yazdonov, T.U. Eshbekov larning ilmiy tadqiqotlarida davlat boshqaruvida jamoatchilik bilan aloqalarning ayrim jihatlari o'rganilgan.

Xususan, O.U. Abduazimov tomonidan axborotlashgan jamiyatda jamoatchilik fikri monitoringini ta'minlashda ommaviy kommunikatsiyalar muammolari sotsiologik jihatdan tadqiq etilgan (2017) bo'lsa, U.I. Islombekov tomonidan siyosatda jamoatchilik

JAMOATCHILIK BILAN ALOQALAR

bilan aloqalar texnologiyalarini qo'llash imkoniyatlari o'rganilib, unda axborot siyosatining hamda axborot kommunikatsiya texnologiyalarini bu yo'nalishda qo'llash ahamiyati ochib berilgan (2007).

G'.S. Mamatov tomonidan axborotlashgan jamiyatda jamoatchilik nazorati va davlat axborot siyosatining uyg'unligi masalalari rivojlangan davlatlar tajribasi hamda mavjud ilmiy-metodik qarashlar prizmasi orqali ochib berilgan (2017). U.T. Yazdonov jamoatchilik fikrini shakllantirishning strategik vazifalarini belgilash va istiqbollarini prognozlashtirishga javobgar institutlar faoliyatini tashkillashtirish, boshqarish hamda nazorat qilish metodologiyasini (milliy mental, individual-korporativ xususiyatlariga differensial yondashuv) takomillashtirish masalalarini o'rgangan (2017).

Tadqiqotchi T.U. Eshbekov esa parlamentning jamoatchilik bilan aloqalari va ommaviy axborot vositalari bilan ishlashning o'ziga hos jihatlari tadqiq etgan (2006).

Bundan tashqari, O'zbekiston Respublikasida davlat organlari va tijorat tuzilmalarida jamoatchilik bilan aloqalarni takomillashtirishga bag'ishlangan ilmiy maqolalar va tahliliy ishlarda so'nggi yillarda PR faoliyatida raqamli texnologiyalar va ijtimoiy tarmoqlardan foydalanishning o'sib borayotgan ahamiyati alohida ta'kidlanadi. Jumladan, axborot texnologiyalari asosida aholi bilan bevosita muloqotni kuchaytirish, tashkilotning ijtimoiy tarmoqlardagi faoliyatini samarali tashkil etish, shuningdek, jamoatchilik fikrini o'rganish va boshqarish mexanizmlarining rivojlanishi ijobiy baholanmoqda.

Shuningdek, tadqiqot davomida PR nazariyasining klassik asosi sifatida J. Grunig va T. Hunting (Grunig, 2025) simmetrik va assimetrik kommunikatsiya modellari nazariyasi alohida o'rganildi. Mualliflar jamoatchilik bilan samarali muloqotni ikki yo'nalishda olib borish va tashkilot imidjini ijobiy shakllantirish zarurligini ta'kidlaydi. Shu bilan birga, Grunigning "excellence theory" konsepsiyasi zamonaviy PR faoliyatida professional yondashuvlarning samaradorligini ta'minlashda muhim o'rin tutadi.

Adabiyotlarning tahlili shuni ko'rsatdiki, zamonaviy PR faoliyatida storytelling, kontent-marketing, shuningdek, sun'iy intellekt va ma'lumotlarni tahlil qilish (big data analytics) kabi yangi texnologiyalarni qo'llash samaradorlikni oshiruvchi asosiy omillardan biri sifatida talqin qilinmoqda.

Shuningdek, xalqaro tashkilotlar, jumladan, Public Relations Society of America (PRSA) va Chartered Institute of Public Relations (CIPR) tomonidan e'lon qilingan hisobotlar va tavsiyalar ham zamonaviy tendensiyalar, yangi vosita va usullarning PR samaradorligiga ta'sirini tushunishda muhim manba bo'lib xizmat qiladi.

Umuman olganda, o'rganilgan ilmiy adabiyotlar va manbalar asosida shunday xulosa qilish mumkinki, jamoatchilik bilan aloqalar sohasidagi zamonaviy tendensiyalar, xususan, raqamli transformatsiya va innovatsion texnologiyalarning joriy etilishi tashkilotlarning kommunikatsion strategiyalarini yanada samarali va moslashuvchan qilish imkonini bermoqda.

4. Mulohaza va natijalar

Jamoatchilik bilan aloqalar haqida gap ketganda, turli vaqtlarda o'ziga xos taktikalar va strategiyalardan foydalanib, imidjni fuqarolar ongida shakllantirishga ko'maklashadi. Jamoatchilik bilan aloqalar haqida gapirganda, biz jamoatchilik guruhlarini va qaror qabul qiluvchi auditoriyaga o'z kanallarini yaratish orqali ham, ommaviy axborot vositalari bilan klassik aloqalardan foydalangan holda axborot ta'sirining juda maqsadli usulini nazarda tutamiz.

Zamonaviy axborot jamiyatida axborotni tarqatish vositalarining samaradorligi oshishi bilan birga, ularning kuch manbalari sifatidagi roli va ahamiyati ham ortib bormoqda.

Shuning uchun davlatga hokimiyatni saqlab qolish, uni legitimligini ta'minlash uchun internet tarmog'i orqali kommunikatsiyani ham nazoratga olishi muhim ahamiyat kasb etmoqda. Avtoritar siyosiy tizimlarda davlat axborot makonini sezilarli nazoratda ushlab turishga muvaffaq bo'lgan bo'lsada, ijtimoiy tarmoqlar ushbu nazoratni buzishi va shu bilan hokimiyat munosabatlari tuzilmasidagi mavjud muvozanatni o'zgartirishi mumkin. (Gainous, Wagner & Ziegler, 2017).

Bu tizimda davlat boshqaruvi sohasidagi jamoatchilik bilan aloqalar bo'linmalari asosiy rolni o'ynashi kerak. Bunda ijtimoiy tarmoqlarning ijobiy tomonlaridan foydalana bilish ahamiyatli. Ma'lumotlarga qaraganda, O'zbekiston bo'yicha aniq foydalanuvchilar soni haqida ma'lumotlar cheklangan bo'lsa-da, mavjud manbalarga ko'ra quyidagi raqamlarni keltirish mumkin. Masalan, Facebook va Instagramda 2022-yil sentabr holatiga, Meta kompaniyasining vakili Jorj Chenning ma'lumotiga ko'ra, O'zbekistonda Facebook va Instagramning jami 10 million faol foydalanuvchisi mavjud bo'lib, ulardan Instagram foydalanuvchilari ko'proqni tashkil etadi (2022). Telegramda 2023-yil sentabr holatiga ko'ra, O'zbekistonda Telegram messenjeridan 18 million kishi foydalanadi, bu esa mamlakatdagi internet foydalanuvchilarining 78%ini tashkil etadi (2023). YouTube'da O'zbekistonda 10,3 million kishi (internet foydalanuvchilarining 45%i) YouTube platformasida video tomosha qiladi (2023).

Ijtimoiy tarmoqlarning afzalligi shundaki, unda har bir foydalanuvchi axborotning haqiqiy iste'molchisidir; – maqsadli auditoriyani keng qamrab olish imkoniyatining borligidadir

JAMOATCHILIK BILAN ALOQALAR

(bundan tashqari, ijtimoiy tarmoqlar auditoriyasi kun sayin oshib bormoqda).

Ikkinchidan, fuqaro va tashkilot o'rtasidagi tezkor aloqadan foydalanish, u yoki bu xabarlariga zudlik bilan javob qaytarish imkoniyati mavjud.

Uchinchidan, "insonparvarlik. Insoniylik" prinsipi. Bunda tashkilot brendini maqsadli auditoriya ko'z o'ngida shakllantiriladi (bu holatda tashqivot xuddi tavsiya, maslahat yoki tanishlarning fikridek qabul qilinadi, natijada ishchanlilik darajasi yanada oshadi);

To'rtinchidan, tashkilot va fuqarolar o'rtasida o'z hamjamiyati yoki akkauntining mashhurligini monitoring qilib, yangi ishtirokchilar sonini ko'rib, tashkilot faoliyatiga doir fikr-mulohazalarni kuzatib borish mumkin.

Bu sa'y-harakatlarning barchasi ishonchli auditoriya va ularning afzalliklariga oid ma'lumotlar bazasini yaratish uchun zarur. Ushbu platformalarda samarali kontent yaratish brendlar, bloggerlar va ommaviy axborot vositalari uchun juda muhimdir.

Bugungi kunda PRning rivojlanayotgan tendentsiyalariga press-revizlar va ommaviy axborot vositalariga intervyu kabi an'anaviy PR taktikalaridan voz kechish hamda ko'proq interaktiv va ijtimoiy mediaga yo'naltirilgan yondashuvlarga o'tish kiradi. Yana bir tendentsiya - bu jamoatchilik bilan aloqalarda ma'lumotlar va tahlillardan foydalanishning ko'payishidir. Bu brend yoki mahsulot uchun qaysi kanallar eng yaxshi ishlashini aniqlash va shunga mos ravishda maqsadli marketing kampaniyalarini ishlab chiqish uchun zarur.

Jamoatchilik bilan aloqalar hali ham jamoatchilik fikriga ta'sir qilish va asosiy manfaatdor shaxslar bilan munosabatlarni boshqarish uchun foydalanilmoqda. Biroq, bu yerda jamoatchilik bilan aloqalarning yettita rivojlanayotgan tendentsiyalari mavjud. Bularga:

1. Influencer marketingning yuksalishi.
2. Ijtimoiy tarmoqlarning o'sishi.
3. Ma'lumotlarning ahamiyati.
4. Qayta aloqaning o'sishi.
5. Jamoatchilik bilan aloqalarda sun'iy intellektdan foydalanish.
6. Raqamli marketingning yuksalishi.
7. Doimiy barqarorlik Jamoatchilik bilan aloqalar strategiyasiga ega bo'lish.

Shu bilan birga, ijtimoiy media platformalarida kontent yaratish jarayoni strategik yondashuvni talab qiladi. Har bir platforma o'ziga xos format va algoritmlarga ega bo'lib, foydalanuvchilarning e'tiborini jalb qilish uchun muayyan tamoyillar asosida kontent tayyorlanishi lozim. Auditoriyani

aniqlash – kim uchun kontent yaratayotganingizni tushunish kerak. Auditoriyaning qiziqishlari, muammolari va ehtiyojlarini aniqlash orqali samarali kontent yaratish mumkin (2024).

5. Xulosa

Xulosa qilib aytganda, to'g'ri yo'lga qo'yilgan jamoatchilik bilan aloqalar boshqaruv sifatini oshiradi. Bunda raqamli texnologiyalar, ijtimoiy tarmoqlar va sun'iy intellekt vositalaridan foydalanish samara beradi. Bu esa an'anaviy ommaviy axborot vositalari o'rnini ko'p jihatdan onlayn platformalar egallab, auditoriya bilan bevosita va tezkor muloqot imkonini yaratilayotganida ko'rinmoqda. Shu bilan birga, jamoatchilikning axborot iste'moli odatlari o'zgargan – qisqa, vizual va interaktiv formatlar ustunlik qilmoqda. Brend va tashkilotlarning muvaffaqiyati endi nafaqat xabar yetkazish sifatiga, balki ularning ochiqlik, ishonchlilik va ijtimoiy mas'uliyat tamoyillariga amal qilishiga bog'liq bo'lib bormoqda. Tadqiqot ishi yuzasidan quyidagi takliflarni taqdim etamiz:

- Birinchidan, raqamli aloqalardan foydalanishni birinchi o'ringa qo'ying. Shu bilan birga, ijtimoiy tarmoqlarda va blog platformalarida muntazam ravishda faol, tizimli va tizimli kontent siyosatini olib borish, shuningdek, sun'iy intellekt yordamida auditoriyani tahlil qilish kerak.

- Ikkinchidan, tinglovchilar bilan ikki tomonlama (nosimmetrik) aloqa.

- Uchinchidan, ishonchli ma'lumot manbai bo'lishi kerak.

- To'rtinchidan, vizual va interaktiv formatlarni kengaytirish kerak.

- Beshinchidan, PR mutaxassislarining malakasini doimiy ravishda oshirish zarur. Biroq, raqamli marketing, ma'lumotlarni tahlil qilish va inqiroz aloqalari bo'yicha muntazam treninglar tashkil etish tobora muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

Abduazimov, O. (2017). Axborotlashgan jamiyatda jamoatchilik fikri monitoringini ta'minlashda ommaviy kommunikatsiyalar sosiologiyasining o'рни (O'zbekiston ommaviy axborot vositalarining 2001- 2016 yillardagi materiallari misolida). sos. f.d. diss.avtroref. Toshkent. B. 63.

Eshbekov, T.U. O'zbekistonda qonun chiqaruvchi hokimiyatning jamoatchilik bilan aloqalari va ommaviy axborot vositalari. Kan.diss. Toshkent: 2006.

Facebook va Instagram'da qancha o'zbekistonlik foydalanuvchi borligi ma'lum qilindi- 2022 – yil, <https://kun.uz/news/2022/09/26/facebook-va-instagramda-qancha-ozbekistonlik-foydalanuvchi-borligi-malum-qilindi?ysclid=memphk1gx9460427538>.

Islombekov, U.I. (2007). Siyosatda jamoatchilik bilan aloqalar texnologiyalarini qo'llash imkoniyatlari. Siyosiy fanlar nomzodi ...diss-ya. Toshkent.

JAMOATCHILIK BILAN ALOQALAR

Kasimova, N. "Internet jurnalistikaning texnologik asoslari". O'quv-amaliy qo'llanma. Toshkent-2012.

Mamatov, G'.S. (2017). Axborotlashgan jamiyatda jamoatchilik nazorati va davlat axborot siyosatining uyg'unligi (O'zbekiston Respublikasi misolida). siyosiy f.d. diss.avtoref. Toshkent.

Mirziyoyev, Sh. (2020). Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси (2020). President.uz. 2025-yil 04-sentabrda olingan <https://president.uz/uz/lists/view/4057>

Mirziyoyev, Sh. (2024). Sun'iy intellekt texnologiyalarini 2030-yilga qadar rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori, 14.10.2024 yildagi PQ-358-son. Lex.uz. 2025-yil 04-sentabrda olingan <https://www.lex.uz/docs/-7158604>

Telegramdan ko'chirilgan "milliy messenger": uning obunasi o'n minglab davlat xizmatchilariga sotiladi. (2023). Kun.uz. 2025-yil 04-sentabrda olingan <https://kun.uz/06386756>.

Tulyakov, E. (2020). Davlat boshqaruvi tizimidagi islohotlar uchinchi renessans sari dadil qadam. 2025-yil 04-sentabrda olingan <https://strategy.uz/index.php?news=1070>

Yazdonov, U.T. (2017). Globallashuv sharoitida jamoatchilik fikrini shakllantirish institutlarining funksional integratsiyalashuv xususiyatlari. Kan.diss. Samarqand.

Content Distribution Strategy. (2022). Retrieved September 04, 2025 from <https://outgrowco.medium.com/content-distribution-strategy-everything-you-need-to-know-482e5f1b7b10>

Gainous, J., Wagner, K. M., & Ziegler, C. E. (2017). Digital media and political opposition in authoritarian systems: Russia's 2011 and 2016 Duma elections. Democratization, 25(2), 209–226. <https://doi.org/10.1080/13510347.2017.1315566>

Grunig and Hunt Model of Public Relations. Researchcage.com. No.1 Mass Communication Research Topics and Materials. Retrieved September 04, 2025 from <https://researchcage.com/2021/06/13/grunig-and-hunt-model-of-public-relations/>

PR Trends 2025: Comms Experts Talk AI, Social Media, and Crisis Management (2025). Cision. Retrieved September 04, 2025 from <https://www.cision.com/resources/articles/pr-trends/>

Зименков, А.Б. (2003). Паблик рилейшнз в политике: содержательный и технологический анализ. Дисс. канд. полит. н. Ростов-на-Дону. URL: <https://lektsia.com/6xb851.html>

Muallif haqida:

URINBAYEVA Sevara Kuchkaraliyevna – O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti, O'zbekiston Respublikasi Adliya vazirligi huzuridagi "Adolat" bo'limi boshlig'i, s.urinbaeva.85@gmail.com

CURRENT TRENDS IN PUBLIC RELATIONS AND THEIR IMPACT
ON THE EFFECTIVENESS OF SPECIALISTS' WORK

Abstract: This article scientifically analyzes current trends in public relations and their impact on effectiveness. It covers areas such as digital transformation, the role of social networks, as well as establishing direct contact with the target audience through interactive communication tools, the distribution and use of audiovisual content in the modern information society, innovative approaches, and the advantages of social networks. It also includes practical recommendations for improving public relations activities, the effective use of modern information technologies, and effective management of communication processes

Keywords: media space, public relations; audiovisual content, communication with the people; content; dissemination of Information, Media; internet; social networks, social media.

About the author:

URINBAYEVA Sevara Kuchkaraliyevna – Uzbek State University of World Languages, Head of the Department “Adolat” at the Ministry of Justice of the Republic of Uzbekistan, s.urinbaeva.85@gmail.com

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ОБЛАСТИ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕ-
СТВЕННОСТЬЮ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАБО-
ТЫ СПЕЦИАЛИСТОВ

Аннотация: В статье научно проанализированы современные тенденции в связях с общественностью и их влияние на эффективность. В статье рассматриваются такие направления, как цифровая трансформация, роль социальных сетей, а также установление прямого контакта с целевой аудиторией с помощью интерактивных средств коммуникации, распространение и использование аудиовизуального контента в современном информационном обществе, инновационные подходы и преимущества социальных сетей. Также в статье даны практические рекомендации по совершенствованию деятельности по связям с общественностью, эффективному использованию современных информационных технологий и эффективному управлению коммуникационными процессами.

Ключевые слова: медиaprостранство, связи с общественностью, аудиовизуальный контент, коммуникация с общественностью

Об авторе:

УРИНБАЕВА Севара Кучкаралиевна – Узбекский государственный университет мировых языков, начальник отдела “Адолат” при Министерстве юстиции Республики Узбекистан, s.urinbaeva.85@gmail.com