

---

## Theoretical approaches of political parties in public relations: analysis of modern communication models and hybrid PR concepts

Saydullayeva Dilrabo

[d.saydullaeva@mail.ru](mailto:d.saydullaeva@mail.ru)

Independent Researcher,

Uzbekistan State World Languages University

---

**Annotation** *This article analyzes the theoretical approaches of political parties in the field of public relations (PR). In particular, it explores the essence of classical PR theory, modern communication models, and hybrid PR concepts. Based on scientific sources, the role of PR in political processes, the importance of media relations, and the transformation processes in the digital environment are examined. The results of the study serve as an important theoretical foundation for developing effective communication strategies for political parties.*

**Keywords** *Political party, PR, public relations, communication model, media relations, hybrid PR, digital communication*

---

## Siyosiy partiyalarning jamoatchilik bilan aloqalar sohasidagi nazariy yondashuvlari: zamonaviy kommunikatsiya modellari va gibrid PR konsepsiyalari tahlili

Saydullayeva Dilrabo

[d.saydullaeva@mail.ru](mailto:d.saydullaeva@mail.ru)

Mustaqil tadqiqotchi,

O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti

---

**Annotatsiya** *Mazkur maqolada siyosiy partiyalarning jamoatchilik bilan aloqalar (PR) sohasidagi nazariy yondashuvlari tahlil qilingan. Xususan, klassik PR nazariyasi, zamonaviy kommunikatsiya modellari va gibrid PR konsepsiyasining mazmun-mohiyati ochib berilgan. Ilmiy manbalar asosida PRning siyosiy jarayonlardagi roli, media rileyshnsning ahamiyati hamda raqamli muhitdagi transformatsiya jarayonlari tahlil etilgan. Tadqiqot natijalari siyosiy partiyalar uchun samarali kommunikatsiya strategiyalarini shakllantirishda muhim nazariy asos bo'lib xizmat qiladi.*

**Kalit so'zlar** *Siyosiy partiya, PR, jamoatchilik bilan aloqalar, kommunikatsiya modeli, media rileyshns, gibrid PR, raqamli kommunikatsiya*

---

## Теоретические подходы политических партий в сфере связей с общественностью: анализ современных коммуникационных моделей и гибридных PR-концепций

Сайдуллаева Дилрабо

[d.saydullaeva@mail.ru](mailto:d.saydullaeva@mail.ru)

Независимый исследователь,

Узбекский государственный университет

мировых языков

**Аннотация** *В данной статье проанализированы теоретические подходы политических партий в сфере связей с общественностью (PR). В частности, раскрывается сущность классической теории PR, современных коммуникационных моделей и концепции гибридного PR. На основе научных источников рассмотрена роль PR в политических процессах, значение медиа-релейнса, а также процессы трансформации в цифровой среде. Результаты исследования служат важной теоретической основой для формирования эффективных коммуникационных стратегий политических партий.*

**Ключевые слова** *Политическая партия, PR, связи с общественностью, коммуникационная модель, медиа-релейнс, гибридный PR, цифровая коммуникация*

### **Kirish**

Bugungi globallashuv jarayonida jamoatchilik bilan aloqalar (Public Relations – PR) instituti siyosiy partiyalar faoliyatining ajralmas va strategik ahamiyatga ega bo'lgan tarkibiy qismiga aylandi. Ya'ni raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi natijasida siyosiy sub'yektlar va jamoatchilik o'rtasidagi munosabatlar mutlaqo yangi bosqichga ko'tarildi. Ilgari asosan bir tomonlama axborot tarqatishga yo'naltirilgan kommunikatsiya jarayonlari bugungi kunda interaktiv, ko'p tarmoqli va tezkor muloqot shaklida namoyon bo'lmoqda.

Siyosiy partiyalar uchun jamoatchilik bilan aloqalar nafaqat o'z g'oya va dasturlarini aholiga yetkazish vositasi, balki jamoatchilik fikrini shakllantirish, elektorat ishonchini qozonish va siyosiy legitimlikni ta'minlashning muhim mexanizmi hisoblanadi. Bu jarayonda PR faoliyatining samaradorligi partiyaning siyosiy maydondagi nufuzi, raqobatbardoshligi va barqarorligini belgilab beradi. Shu nuqtai nazardan, PRni faqat axborot uzatish instrumenti sifatida emas, balki kompleks strategik boshqaruv vositasi sifatida ko'rib chiqish maqsadga muvofiqdir.

Jamoatchilik bilan aloqalar nazariyasining ilmiy asoslari XX asr boshlarida shakllana boshlagan bo'lib, bu jarayonda Edvard Berneysning xizmatlari alohida e'tirof etiladi. Uning qarashlariga ko'ra, jamoatchilik

fikrini boshqarish demokratik jamiyatdagi siyosiy jarayonlarning muhim qismi hisoblanadi. Berneys (1928) PRni rejali va maqsadli ta'sir ko'rsatish orqali ijtimoiy ongni shakllantirish mexanizmi sifatida ta'riflaydi. Bu esa siyosiy partiyalar uchun jamoatchilik bilan ishlashda ilmiy asoslangan yondashuvni talab etadi.

Bugungi kunda PR sohasi faqat nazariy konsepsiyalar bilan cheklanib qolmay, balki amaliy kommunikatsiya strategiyalari bilan chambarchas bog'liq holda rivojlanmoqda. Axborot texnologiyalarining rivojlanishi, ijtimoiy tarmoqlarning keng tarqalishi va auditoriyaning faollashuvi PR faoliyatini yangi mazmun bilan boyitdi. Endi jamoatchilik axborotni faqat qabul qiluvchi emas, balki uni yaratuvchi va tarqatuvchi sub'yektga aylandi. Bu holat siyosiy partiyalarning kommunikatsiya strategiyalarini qayta ko'rib chiqishni talab etmoqda.

Zamonaviy siyosiy kommunikatsiya muhitida axborot oqimining haddan tashqari ko'payishi, feyk axborotlar tarqalishi va raqobatning kuchayishi sharoitida PRning ahamiyati yanada ortmoqda. Siyosiy partiyalar nafaqat o'z axborotini yetkazish, balki jamoatchilik ishonchini saqlash va mustahkamlash uchun ham samarali kommunikatsiya mexanizmlarini ishlab chiqishi zarur. Bu esa PR sohasida innovasion yondashuvlar, jumladan, gibrid

kommunikatsiya modellarini qo'llashni taqozo etadi.

Gibrid PR konsepsiyasi an'anaviy va raqamli kommunikatsiya vositalarining uyg'unlashuviga asoslanib, turli auditoriya guruhlarini bilan samarali muloqot o'rnatish imkonini beradi. Ushbu yondashuv orqali siyosiy partiyalar bir vaqtning o'zida ommaviy axborot vositalari, ijtimoiy tarmoqlar va bevosita muloqot kanallaridan foydalanish orqali keng qamrovli ta'sir ko'rsatish imkoniyatiga ega bo'ladi.

PR faoliyatida media rileyshnsning ahamiyati ham beqiyosdir. Ommaviy axborot vositalari orqali jamoatchilikka yetkaziladigan axborot partiya imidjini shakllantirishda hal qiluvchi rol o'ynaydi. Shu boisdan siyosiy partiyalar jurnalistlar bilan samarali hamkorlik o'rnatishi, axborotning ishonchligi va shaffofligini ta'minlashi lozim.

O'zbekiston sharoitida ham jamoatchilik bilan aloqalar instituti bosqichma-bosqich rivojlanib bormoqda. Davlat va siyosiy tashkilotlar faoliyatida ochiqlik va shaffoflikni ta'minlash, jamoatchilik bilan muloqotni kuchaytirish, axborot xizmatlari faoliyatini takomillashtirish bu yo'nalishdagi ustuvor vazifalardan biri hisoblanadi. Bu jarayonda milliy va xalqaro tajribani uyg'unlashtirish muhim ahamiyat kasb etadi.

Mazkur maqolaning dolzarbligi shundaki, zamonaviy siyosiy jarayonlarda PRning o'rni va ahamiyati tobora ortib borayotgan bir sharoitda uning nazariy asoslarini va amaliy mexanizmlarini chuqur tahlil qilish zarurati yuzaga kelmoqda. Ayniqsa, kommunikatsiya texnologiyalarining jadal rivojlanishi PR sohasida yangi yondashuvlarni ishlab chiqishni talab etmoqda.

Maqolaning asosiy maqsadi – siyosiy partiyalarning jamoatchilik bilan aloqalar sohasidagi nazariy yondashuvlarini, zamonaviy kommunikatsiya modellarini va gibrid PR konsepsiyasini kompleks tahlil qilishdan iborat. Shu bilan birga, tadqiqot doirasida PR nazariyasining evolyusiyasi, uning siyosiy amaliyotdagi qo'llanilishi va raqamli muhitdagi

transformatsiya jarayonlari ham ko'rib chiqiladi. Ushbu maqola natijalari siyosiy kommunikatsiya sohasida ilmiy tadqiqotlar olib borayotgan mutaxassislar, siyosiy partiyalar va axborot xizmatlari xodimlari uchun nazariy va amaliy ahamiyatga ega bo'lishi kutilmoqda.

Jamoatchilik bilan aloqalar nazariyasining ilmiy asoslarini shakllantirishda Edvard Berneys (1928) tomonidan yaratilgan "Propaganda" asari alohida o'rin tutadi. Ushbu asar XX asr boshlarida ommaviy kommunikatsiya va jamoatchilik fikrini boshqarish masalalariga ilmiy yondashuvni kiritgan ilk fundamental ishlardan biri hisoblanadi. Berneys mazkur asarida jamoatchilik fikri tabiiy ravishda emas, balki muayyan manfaatlar va maqsadlarga muvofiq holda shakllantirilishi mumkin bo'lgan ijtimoiy konstruksiya sifatida talqin qiladi.

Ya'ni zamonaviy demokratik jamiyatlarda qarorlar qabul qilish jarayonida keng ommaning ishtiroki ta'minlangan bo'lsa-da, bu ommaning fikri ko'p hollarda axborot manbalari va kommunikatsiya kanallari orqali shakllantiriladi. Shu nuqtai nazardan, Berneys jamoatchilik fikrini "ko'rinmas boshqaruv" (invisible government) tushunchasi orqali izohlab, PR mutaxassislarini aynan shu jarayonni yo'naltiruvchi sub'yekt sifatida ko'radi. Uning fikricha, jamiyatdagi tartib va barqarorlikni ta'minlash uchun axborot oqimini tartibga solish va auditoriya ongiga maqsadli ta'sir ko'rsatish zarur.

Berneys PRni ongli va rejali ta'sir orqali ijtimoiy munosabatlarni shakllantirish mexanizmi sifatida ta'riflar ekan, bu jarayonda psixologik va sosiologik omillarning ahamiyatiga alohida e'tibor qaratadi. U jamoatchilik fikrini boshqarishda simvollar, obrazlar va ommaviy stereotiplardan foydalanish muhimligini ta'kidlaydi. Masalan, muayyan g'oya yoki siyosiy pozitsiyani jamoatchilikka qabul qildirish uchun uni ijobiy emosional fon bilan bog'lash samarali usul sifatida ko'riladi.

Shuningdek, Berneys PR faoliyatini oddiy axborot tarqatishdan farqlab, uni strategik kommunikatsiya jarayoni sifatida baholaydi.

Uning nazariyasiga ko'ra, samarali PR kampaniyasi quyidagi bosqichlarni o'z ichiga oladi: auditoriyani o'rganish, maqsadlarni aniqlash, kommunikatsiya vositalarini tanlash va natijalarni tahlil qilish. Bu yondashuv hozirgi zamonaviy PR amaliyotida ham o'z ahamiyatini saqlab qolmoqda.

Berneysning (1928) mazkur qarashlari siyosiy partiyalar faoliyati uchun ayniqsa dolzarb hisoblanadi. Chunki siyosiy maydonda raqobat kuchaygan sharoitda jamoatchilik fikrini shakllantirish va boshqarish partiyalarning strategik ustunligini ta'minlaydi. Uning nazariyasi siyosiy kommunikatsiyada PRni rejali va tizimli ravishda tashkil etish zarurligini ilmiy jihatdan asoslab beradi.

Umuman olganda, Berneysning "Propaganda" asari jamoatchilik bilan aloqalar nazariyasining shakllanishida fundamental manba bo'lib xizmat qiladi. Unda ilgari surilgan g'oyalar PRni mustaqil ilmiy yo'nalish sifatida rivojlanishiga zamin yaratgan bo'lib, zamonaviy siyosiy kommunikatsiya modellarining nazariy asoslarini belgilab bergan.

Jamoatchilik bilan aloqalar tizimida ommaviy axborot vositalari bilan o'zaro munosabatlar masalasi alohida ilmiy-amaliy ahamiyat kasb etadi. Bu borada A.N. Chumikovning (2014) "Mediarileyshns" asari PR nazariyasi va amaliyotida muhim manba sifatida e'tirof etiladi. Muallif ushbu asarida media bilan aloqalarni jamoatchilik bilan muloqotning markaziy mexanizmi sifatida talqin qilib, PR faoliyatining samaradorligi ko'p jihatdan aynan ommaviy axborot vositalari bilan to'g'ri yo'lga qo'yilgan munosabatlarga bog'liq ekanligini ilmiy jihatdan asoslab beradi.

Chumikovning (2014) fikriga ko'ra, media rileyshns – bu faqat axborot tarqatish jarayoni emas, balki tashkilot (yoki siyosiy partiya) va jurnalistika instituti o'rtasidagi o'zaro ishonchga asoslangan barqaror kommunikatsiya tizimidir. U ommaviy axborot vositalarini jamoatchilik fikrini shakllantiruvchi asosiy institutlardan biri sifatida baholab, PR sub'yektlari uchun media bilan ishlash strategik ahamiyatga ega ekanligini ta'kidlaydi. Shu

nuqtai nazardan, har qanday PR faoliyatida axborotning qanday tarzda, qaysi formatda va qaysi kanal orqali yetkazilishi hal qiluvchi omil hisoblanadi.

Asarda media bilan ishlashning institusional jihatlari keng yoritilgan bo'lib, unda ommaviy axborot vositalari tizimining tuzilishi, redaksion siyosat, jurnalistik standartlar va axborotni tanlash mexanizmlari tahlil qilinadi. Muallifning ta'kidlashicha, PR mutaxassisi jurnalistika faoliyatining ichki qonun-qoidalarini chuqur anglamas ekan, samarali media kommunikatsiyani yo'lga qo'ya olmaydi. Bu esa siyosiy partiyalar uchun ayniqsa muhim, chunki ularning axboroti ko'p hollarda ommaviy axborot vositalari orqali keng jamoatchilikka yetkaziladi.

Shu bilan birga, Chumikov media rileyshnsning amaliy jihatlariga ham alohida e'tibor qaratadi. U press-reliz tayyorlash, matbuot anjumanlari o'tkazish, brifinglar tashkil etish va jurnalistlar bilan shaxsiy aloqalarni yo'lga qo'yish kabi PR instrumentlarini tahlil qiladi. Muallifning fikricha, axborotning mazmuni bilan bir qatorda uni taqdim etish shakli ham muhim ahamiyatga ega bo'lib, to'g'ri formatlangan va auditoriyaga moslashtirilgan axborot yuqori samara beradi.

Chumikov (2014), shuningdek, media bilan munosabatlarda ishonch va shaffoflik tamoyillarini ustuvor deb biladi. Uning qarashlariga ko'ra, PR faoliyatida manipulyativ yoki noaniq axborotdan foydalanish qisqa muddatli samara berishi mumkin, ammo uzoq muddatda tashkilot yoki siyosiy partiyaning obro'siga salbiy ta'sir ko'rsatadi. Shu bois, media rileyshnsda haqqoniylik va ochiqlik asosiy prinsip sifatida qaralishi lozim.

"Mediarileyshns" asari PR nazariyasida ommaviy axborot vositalari bilan o'zaro munosabatlarning tizimli va strategik ahamiyatini asoslab beruvchi muhim ilmiy manba hisoblanadi. Unda ilgari surilgan g'oyalar siyosiy partiyalar uchun jamoatchilik bilan samarali muloqot o'rnatishda, axborot siyosatini to'g'ri shakllantirishda va media

makonda barqaror imidj yaratishda nazariy va amaliy asos bo'lib xizmat qiladi.

Jamoatchilik bilan aloqalarning nazariy asoslarini tahlil qilish shuni ko'rsatadiki, PR faqat axborot tarqatish yoki jamoatchilik bilan muloqot o'rnatish vositasi emas, balki murakkab va ko'p bosqichli boshqaruv jarayoni sifatida namoyon bo'ladi. Bu jihat, ayniqsa, Erast Galumovning "Основы PR" asarida atroflicha asoslab berilgan.

Galumov (2006) PRni tizimli yondashuv asosida ko'rib chiqib, uni tashkilot faoliyatining strategik boshqaruv qismi sifatida talqin qiladi. Uning qarashlariga ko'ra, samarali jamoatchilik bilan aloqalar faoliyati tasodifiy yoki epizodik harakatlar yig'indisi emas, balki aniq rejalashtirilgan, bosqichma-bosqich amalga oshiriladigan va doimiy monitoring qilinadigan jarayondir. Bu yondashuv PRni institusionallashgan boshqaruv tizimi sifatida anglash imkonini beradi.

Muallif PR jarayonini bir necha o'zaro bog'liq bosqichlarga ajratadi. Avvalo, auditoriyani chuqur tahlil qilish muhim deb hisoblanadi. Chunki kommunikatsiya samaradorligi to'g'ridan-to'g'ri axborot kimga va qanday tarzda yo'naltirilishiga bog'liq. Galumov (2006) ta'kidlashicha, auditoriyaning ijtimoiy-demografik xususiyatlari, qadriyatlari va axborot qabul qilish odatlari o'rganilmas ekan, PR strategiyasi kutilgan natijani bermaydi.

Keyingi bosqich sifatida kommunikatsiya strategiyasini ishlab chiqish nazarda tutiladi. Bu jarayonda asosiy maqsadlar belgilanadi, axborot mazmuni shakllantiriladi va uni tarqatish kanallari tanlanadi. Shu nuqtai nazardan, PR faoliyati rejalashtirilgan va maqsadga yo'naltirilgan xarakter kasb etadi. Bu esa siyosiy partiyalar uchun juda muhim bo'lib, ularning elektorat bilan samarali muloqot o'rnatishiga xizmat qiladi.

Galumov (2006) konsepsiyasida axborot ta'sirini baholash masalasi ham alohida o'rin tutadi. U PR faoliyati natijalarini tahlil qilish, jamoatchilik fikridagi o'zgarishlarni aniqlash va strategiyani moslashtirish zarurligini ta'kidlaydi. Bu esa PRni doimiy ravishda takomillashtirib

boriladigan dinamik tizim sifatida ko'rish imkonini beradi.

Shu tariqa, Galumovning yondashuvi PR nazariyasiga tizimlilik va strategik boshqaruv elementlarini kiritadi. Bu qarashlar jamoatchilik bilan aloqalarni faqat kommunikatsiya vositasi sifatida emas, balki siyosiy va ijtimoiy jarayonlarni samarali boshqarish instrumenti sifatida talqin qilishga xizmat qiladi.

Jamoatchilik bilan aloqalar amaliyotida media rileyshnsning o'rni va ahamiyatini chuqur ilmiy asoslashda M.V. Gundarinning ishlari muhim o'rin tutadi. U PR faoliyatini amaliy jihatdan tahlil qilar ekan, ommaviy axborot vositalari bilan samarali munosabat o'rnatishni jamoatchilik bilan muloqotning eng ta'sirchan mexanizmlaridan biri sifatida baholaydi.

Gundarinning (2010) yondashuviga ko'ra, media rileyshns faqat axborotni tarqatish jarayoni bilan cheklanmaydi, balki uning mazmunini, shaklini va taqdim etish usullarini to'g'ri tanlash bilan chambarchas bog'liqdir. Muallif axborotni "mediamahsulot" sifatida ko'rib, uning sifatli tayyorlanishi auditoriya tomonidan qabul qilinishi va talqin qilinishiga bevosita ta'sir ko'rsatishini ta'kidlaydi. Shu ma'noda, PR mutaxassisi nafaqat axborot manbai, balki uni qayta ishlovchi va auditoriyaga moslashtiruvchi sub'yekt sifatida ham namoyon bo'ladi.

U, ayniqsa, axborotni formatlash masalasiga alohida e'tibor qaratadi. Ya'ni, bir xil mazmundagi axborot turli formatlarda – press-reviz, intervyu, maqola yoki reportaj ko'rinishida taqdim etilganda, uning ta'sir darajasi turlicha bo'lishi mumkin. Shuning uchun PR faoliyatida axborotni ommaviy axborot vositalari talablari va auditoriya ehtiyojlariga mos ravishda qayta ishlash muhim ahamiyat kasb etadi.

Bundan tashqari, Gundarin (2010) axborot tarqatish mexanizmlarini tahlil qilib, media kanallarni to'g'ri tanlash masalasini ham ilgari suradi. Uning fikricha, samarali kommunikatsiya uchun axborotni faqat ishlab chiqish yetarli emas, balki uning qaysi kanal orqali va qaysi vaqtda tarqatilishi ham hal

qiluvchi ahamiyatga ega. Bu esa PR faoliyatida strategik rejalashtirish va auditoriya tahlilining muhimligini yana bir bor tasdiqlaydi.

Shu tariqa, Gundarinning ilmiy qarashlari media rileyshnsni PR amaliyotining markaziy bo'g'ini sifatida ko'rib, axborotni tayyorlash, formatlash va tarqatish jarayonlarini kompleks tarzda yondashish zarurligini asoslab beradi. Ushbu yondashuv siyosiy partiyalar uchun jamoatchilik bilan samarali muloqot o'rnatish va media makonda barqaror imidj shakllantirishda muhim nazariy va amaliy asos bo'lib xizmat qiladi.

Milliy PR maktabi doirasida jamoatchilik bilan aloqalarning amaliy jihatlarini tadqiq etishda N. Qosimova, G. Bobojonova va L. Islomova (2019) tomonidan tayyorlangan "Axborot xizmatlari uchun amaliy qo'llanma: jamoatchilik bilan samarali muloqot" asari alohida ahamiyat kasb etadi. Ushbu manbada axborot xizmatlari faoliyatining zamonaviy tamoyillari milliy tajriba va xalqaro yondashuvlar uyg'unligi asosida ilmiy-amaliy jihatdan asoslab berilgan.

Mualliflar jamoatchilik bilan aloqalar samaradorligini ta'minlashda, avvalo, ochiqlik tamoyiliga rioya qilish zarurligini ta'kidlaydilar. Ularning fikricha, axborotning oshkoraligi davlat va siyosiy institutlarga nisbatan jamoatchilik ishonchini shakllantirishda hal qiluvchi omil hisoblanadi (Qosimova, Bobojonova, Islomova, 2019). Axborotni yashirish yoki cheklash esa, aksincha, turli mish-mishlar va noto'g'ri talqinlarni keltirib chiqarishi mumkin.

Shu bilan birga, tezkorlik tamoyili ham alohida ahamiyatga ega ekanligi qayd etiladi. Zamonaviy axborot muhitida voqea-hodisalar juda tez tarqalishi sababli, axborot xizmatlari o'z pozitsiyasini kechiktirmasdan bildirishi lozim. Bu, ayniqsa, siyosiy partiyalar faoliyatida muhim bo'lib, tezkor reaksiya jamoatchilik fikri shakllanishida ustuvor ta'sir ko'rsatadi.

Mualliflar ishonchlilik tamoyilini esa PR faoliyatining asosiy poydevori sifatida baholaydilar. Ularning ta'kidlashicha, tarqatilayotgan axborotning aniqligi va

haqqoniyligi jamoatchilik bilan barqaror munosabatlarni ta'minlaydi. Bir marta ishonch yo'qotilsa, uni qayta tiklash ancha qiyin kechadi, shu bois axborot siyosatida haqqoniylik ustuvor bo'lishi shart.

### **PR nazariyasining rivojlanish bosqichlari**

Jamoatchilik bilan aloqalar (PR) nazariyasi shakllanishi bir maromda kechmagan. Aksincha turli tarixiy davrlarda axborot muhiti, siyosiy tizim va jamiyatning kommunikatsiyaga bo'lgan ehtiyojiga mos ravishda o'zgarib borgan murakkab evolyusion jarayonni o'z ichiga oladi. Uning rivojlanishini shartli ravishda bir nechta bosqichlarga ajratish mumkin bo'lib, har bir bosqich PRning mazmun-mohiyati va vazifalarini yangicha talqin qilish bilan xarakterlanadi.

Dastlabki bosqichda PR asosan axborot tarqatish va ta'sir o'tkazish vositasi sifatida shakllangan. Bu davrda kommunikatsiya jarayoni bir tomonlama yo'nalishga ega bo'lib, asosiy e'tibor ma'lum bir g'oya yoki pozitsiyani keng ommaga yetkazishga qaratilgan edi. Shu ma'noda PR ko'proq propaganda va ommaviy axborotni boshqarish amaliyotiga yaqin turgan. Edvard Berneysning ilk qarashlarida ham aynan shu yondashuv ustuvor bo'lib, u jamoatchilik fikrini shakllantirishni PRning asosiy vazifalaridan biri sifatida talqin qiladi. Bu bosqichda auditoriya ko'proq passiv qabul qiluvchi sifatida namoyon bo'lib, axborot oqimi yuqoridan pastga qarab harakatlangan.

Vaqt o'tishi bilan jamiyatdagi demokratik jarayonlar kuchayishi va ommaviy kommunikatsiya vositalarining rivojlanishi PR amaliyotini ham o'zgartirdi. Ikkinchi bosqichda ikki tomonlama, ammo asimmetrik kommunikatsiya shakllana boshladi. Bu davrda tashkilotlar va siyosiy sub'yektlar auditoriya fikrini hisobga olishga intila boshladi, lekin baribir asosiy maqsad ta'sir o'tkazish bo'lib qoldi. Ya'ni, qaytar aloqa mavjud bo'lsa-da, u ko'proq kommunikatsiyani takomillashtirish va auditoriyani yaxshiroq ishontrish uchun xizmat qilardi.

Keyingi bosqichda PR nazariyasi yanada rivojlanib, ikki tomonlama simmetrik modelga o'tdi. Bu yondashuvda kommunikatsiya faqat ta'sir qilish emas, balki o'zaro tushunish va hamkorlikni ta'minlash vositasi sifatida qaraladi. Auditoriya endi oddiy qabul qiluvchi emas, balki fikr bildiruvchi va qaror qabul qilish jarayoniga ta'sir ko'rsatuvchi faol ishtirokchiga aylanadi. Bu bosqich PRni strategik muloqot va ishonchni shakllantirish jarayoni sifatida talqin qilishga yo'l ochdi.

Zamonaviy davrda esa PR nazariyasi raqamli muhit ta'sirida yangi ko'rinish kasb etmoqda. Ijtimoiy tarmoqlar, onlayn platformalar va tezkor axborot almashuvi kommunikatsiya jarayonini yanada dinamik va ko'p yo'nalishli qilib qo'ydi. Endi auditoriya faqat fikr bildiruvchi emas, balki axborot yaratuvchi va tarqatuvchi sub'yekt sifatida ham namoyon bo'lmoqda. Bu esa PR jarayonini doimiy muloqot, tezkor reaksiya va interaktiv aloqa asosiga qurish zaruratini keltirib chiqarmoqda.

Shu tarzda, PR nazariyasining rivojlanishi bir tomonlama axborot tarqatish modelidan boshlanib, bugungi kunda o'zaro hamkorlik va simmetrik muloqotga asoslangan murakkab tizimga aylandi. Bu evolyusiyalar PRning siyosiy partiyalar faoliyatida faqat axborot vositasi emas, balki strategik boshqaruv va jamoatchilik bilan ishonchli munosabat o'rnatish instrumenti ekanini yaqqol namoyon etadi.

### **Zamonaviy kommunikatsiya modellari**

Hozirgi global axborot jamiyati sharoitida siyosiy PR tizimi an'anaviy yondashuvlardan keskin farq qiluvchi yangi kommunikatsiya modellari asosida shakllanmoqda. Bu modellar axborot oqimining yo'nalishi, auditoriyaning roli va muloqot darajasi bilan bir-biridan farq qiladi hamda siyosiy sub'yektlar uchun turli strategiyalarni amalga oshirish imkonini beradi.

Birinchi va eng klassik yondashuv – bir tomonlama kommunikatsiya modelidir. Ushbu modelda axborot manbadan auditoriyaga qarab yo'naltiriladi va qaytar aloqa deyarli inobatga olinmaydi. Bunday tizimda asosiy maqsad ma'lum bir siyosiy pozisiya, g'oya yoki

qarorni keng jamoatchilikka yetkazishdan iborat bo'ladi. Shuning uchun ham bu model ko'proq dastlabki PR amaliyotiga xos bo'lib, unda auditoriya passiv qabul qiluvchi sifatida ishtirok etadi. Bunday yondashuv tezkor axborot tarqatish imkonini bersada, uzoq muddatli ishonch va o'zaro tushunishni ta'minlashda cheklangan samara beradi.

Ikkinchi model – ikki tomonlama simmetrik kommunikatsiya hisoblanadi. Bu yondashuvda siyosiy sub'yekt va auditoriya o'rtasida faol muloqot o'rnatiladi, ya'ni jamoatchilik fikri faqat qabul qilinmaydi, balki strategik qarorlarni shakllantirishda hisobga olinadi. Bu modelning asosiy mohiyati o'zaro tushunish va muvozanatli munosabatlarni ta'minlashdan iborat. Shu orqali PR faoliyati manipulyativ ta'sirdan ko'ra hamkorlikka yo'naltirilgan kommunikatsiya shakliga aylanadi. Natijada siyosiy partiyalar jamoatchilik bilan barqaror va ishonchli aloqa o'rnatish imkoniga ega bo'ladi.

Uchinchi, zamonaviy bosqich sifatida raqamli kommunikatsiya modeli shakllandi. Bu model internet texnologiyalari, ijtimoiy tarmoqlar va raqamli platformalarning keng tarqalishi bilan bevosita bog'liq. Unda axborot uzatish jarayoni faqat markazlashgan manbalar orqali emas, balki ko'plab ishtirokchilar orqali amalga oshiriladi. Bu esa kommunikatsiyani ko'p yo'nalishli va dinamik tizimga aylantiradi.

Telegram, Facebook va boshqa raqamli platformalar siyosiy PRda auditoriya bilan bevosita muloqot qilish, tezkor axborot tarqatish hamda jamoatchilik kayfiyatini real vaqt rejimida kuzatish imkonini yaratadi. Bu muhitda auditoriya passiv qabul qiluvchi roldan chiqib, faol ishtirokchiga aylanadi.

Raqamli kommunikatsiya sharoitida jamoatchilik nafaqat axborotni qabul qiladi, balki uni qayta ishlaydi, tarqatadi va baholaydi. Shu tariqa har bir foydalanuvchi kommunikatsiya jarayonining bir qismiga aylanadi. Bu esa PR faoliyatida nazorat va boshqaruvdan ko'ra ko'proq moslashuvchanlik, tezkor reaksiya va doimiy muloqotni talab qiladi.

Shuning uchun zamonaviy siyosiy PR tizimida ushbu uch model bir-birini to'ldiruvchi holda faoliyat yuritadi va har bir vaziyatga mos kommunikatsiya strategiyasini tanlash muhim ahamiyat kasb etadi.

### **Gibrid PR konsepsiyasi**

Zamonaviy siyosiy kommunikatsiya tizimida gibrid PR konsepsiyasi alohida o'rin tutadi. Ushbu yondashuv an'anaviy ommaviy axborot vositalari bilan raqamli kommunikatsiya platformalarini birlashtirgan holda, yagona integratsiyalashgan muloqot muhitini shakllantirishga asoslanadi. Gibrid PRning paydo bo'lishi kommunikatsiya texnologiyalarining rivojlanishi va auditoriya xulq-atvorining keskin o'zgarishi bilan bevosita bog'liq bo'lib, u siyosiy partiyalarga bir vaqtning o'zida ham klassik, ham zamonaviy kanallar orqali ta'sir ko'rsatish imkonini beradi.

Gibrid PRning eng muhim xususiyatlaridan biri multikanallik hisoblanadi. Bu yondashuvda axborot birgina manba yoki kanal orqali emas, balki televideniye, radio, bosma nashrlar bilan bir qatorda Telegram, Facebook va boshqa raqamli platformalar orqali ham tarqatiladi. Bunday tizim axborotning qamrovini kengaytirib, turli auditoriya qatlamlariga bir vaqtning o'zida yetib borish imkonini yaratadi.

Ikkinchi muhim jihat – auditoriya segmentatsiyasidir. Gibrid PR modelida jamoatchilik yagona massa sifatida emas, balki turli ijtimoiy, demografik va axborot iste'moli xususiyatlariga ega guruhlar majmui sifatida ko'rib chiqiladi. Shu orqali har bir auditoriya qatlamiga moslashtirilgan alohida kommunikatsiya strategiyasi ishlab chiqiladi. Bu esa siyosiy partiyalarga o'z g'oya va pozitsiyalarini yanada aniq va samarali yetkazish imkonini beradi.

Uchinchi xususiyat – kontentning moslashuvchanligidir. Gibrid PR tizimida bir xil mazmundagi axborot turli formatlarda qayta ishlanib, turli kanallar orqali taqdim etiladi. Masalan, bir siyosiy bayonot televideniye uchun rasmiy nutq ko'rinishida, ijtimoiy tarmoqlar uchun qisqa va vizual formatda,

onlayn platforma uchun esa tahliliy material sifatida tayyorlanishi mumkin. Bu yondashuv axborotning ta'sirchanligini oshiradi va uning turli auditoriyalar tomonidan qabul qilinishini osonlashtiradi.

To'rtinchi muhim xususiyat esa interaktivlik hisoblanadi. Gibrid PR modelida auditoriya faqat axborot qabul qiluvchi emas, balki faol muloqot ishtirokchisi sifatida namoyon bo'ladi. Jamoatchilik fikri, sharhlar, reaksiyalar va onlayn muhokamalar siyosiy kommunikatsiya jarayonining ajralmas qismiga aylanadi. Bu esa siyosiy partiyalar uchun jamoatchilik kayfiyatini real vaqt rejimida kuzatish va kommunikatsiya strategiyasini tezkor ravishda moslashtirish imkonini beradi.

Shu tariqa, gibrid PR konsepsiyasi an'anaviy va raqamli kommunikatsiya imkoniyatlarini uyg'unlashtirgan holda, siyosiy partiyalarga keng qamrovli, moslashuvchan va samarali jamoatchilik bilan aloqa tizimini shakllantirish imkonini beradi.

### **Media rileyshns va uning ahamiyati**

Siyosiy PR tizimida media rileyshns alohida strategik yo'nalish sifatida shakllangan bo'lib, u siyosiy sub'yektlar va ommaviy axborot vositalari o'rtasidagi o'zaro munosabatlarni tartibga soluvchi muhim kommunikatsiya mexanizmi hisoblanadi. Zamonaviy axborot muhitida jamoatchilik fikrining shakllanishi ko'p jihatdan aynan media makon orqali amalga oshirilayotgani sababli, ushbu yo'nalish siyosiy PRning markaziy bo'g'inlaridan biriga aylangan.

Bu masala yuzasidan A.N. Chumikov (2014) va M.V. Gundarin (2010) ishlarida ommaviy axborot vositalari bilan samarali hamkorlik qilish PR faoliyatining asosiy shartlaridan biri ekanligi alohida ta'kidlanadi. Ularning yondashuvlariga ko'ra, jurnalistlar bilan o'zaro ishonchga asoslangan munosabat o'rnatish siyosiy tashkilotning jamoatchilik oldidagi obro'si va nufuzini belgilab beruvchi muhim omil hisoblanadi.

Media rileyshnsning asosiy mazmuni axborotni faqat tarqatish emas, balki uni to'g'ri shakllantirish, professional ravishda taqdim

etish va ommaviy axborot vositalari talablariga moslashtirishdan iborat. Shu ma'noda, jurnalistika va PR o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik murakkab tizim sifatida namoyon bo'ladi. PR mutaxassislari axborotni media uchun "tayyor mahsulot" sifatida emas, balki qayta ishlash va tahrir qilishga mos kontent sifatida shakllantiradi.

Shu bilan birga, media rileyshns jarayonida axborotning ishonchiligi va tezkorligi hal qiluvchi ahamiyat kasb etadi. Siyosiy kommunikatsiyada har qanday kechikish yoki noaniqlik jamoatchilikda ishonchsizlikni kuchaytirishi mumkin. Shu sababli, PR sub'yektlari voqealarga nisbatan tezkor reaksiya bildirishi, aniq va tekshirilgan ma'lumotlarni taqdim etishi lozim. Bu esa jamoatchilik fikrida barqaror va musbat imidj shakllanishiga xizmat qiladi.

Bundan tashqari, media rileyshns faqat axborot uzatish jarayoni emas, balki strategik hamkorlik munosabati sifatida ham qaraladi. Unda matbuot anjumanlari, brifinglar, press-revizlar va jurnalistlar bilan doimiy muloqot muhim vosita vazifasini bajaradi. Bu instrumentlar orqali siyosiy sub'yektlar o'z pozitsiyalarini izchil va tushunarli shaklda yetkazish imkoniga ega bo'ladi.

Shu tariqa, media rileyshns siyosiy PR tizimida jamoatchilik ishonchini shakllantirish, axborot oqimini boshqarish va barqaror kommunikatsiya muhitini yaratishda hal qiluvchi ahamiyatga ega bo'lgan strategik yo'nalish sifatida namoyon bo'ladi.

### **Inqirozli kommunikatsiya va PR strategiyasi**

Siyosiy partiyalar faoliyatida inqirozli vaziyatlar muqarrar holat sifatida yuzaga keladi va bu holatlar odatda axborot oqimidagi uzilishlar, ijtimoiy tanqid, ichki tashkiliy muammolar yoki tashqi siyosiy bosimlar bilan bog'liq bo'lishi mumkin. Bunday vaziyatlarda jamoatchilik bilan aloqalar tizimi (PR)ning asosiy vazifasi inqirozni faqat bartaraf etish emas, balki uni boshqarish orqali partiyaning jamoatchilik oldidagi nufuzi va ishonchini saqlab qolishdan iborat bo'ladi.

Inqirozli kommunikatsiya sharoitida PR strategiyasi, avvalo, tezkor axborot berish tamoyiliga tayanadi. Bu tamoyilga ko'ra, yuzaga kelgan vaziyat bo'yicha kechiktirilmagan, aniq va tekshirilgan ma'lumotlarni jamoatchilikka yetkazish muhim ahamiyatga ega. Axborot vakuumi yuzaga kelganda, uning o'rnini noaniq ma'lumotlar, taxminlar yoki feyk xabarlar egallashi mumkin, bu esa inqirozni yanada chuqurlashtiradi. Shu sababli, siyosiy partiyalar har qanday vaziyatda tezkor kommunikatsiya kanallarini ishga solishi zarur.

Ikkinchi muhim tamoyil – ochiqlikni ta'minlash hisoblanadi. Inqiroz sharoitida axborotni yashirish yoki cheklash jamoatchilik ishonchining keskin pasayishiga olib kelishi mumkin. Shu bois PR faoliyatida shaffoflik ustuvor ahamiyat kasb etadi. Ochiq muloqot jamoatchilikda vaziyatga nisbatan tushunishni shakllantiradi va turli noto'g'ri talqinlarning oldini olishga xizmat qiladi.

Uchinchi asosiy tamoyil – ishonchni saqlashdir. Siyosiy partiya uchun jamoatchilik ishonchi eng muhim strategik resurs hisoblanadi. Inqirozli vaziyatlarda qabul qilinadigan har bir kommunikatsiya qarori aynan shu ishonchni yo'qotmaslikka qaratilgan bo'lishi kerak. Buning uchun barqaror pozisiya, izchil axborot siyosati va mas'uliyatli munosabat muhim ahamiyatga ega.

Shu tariqa, inqirozli kommunikatsiya PR tizimining eng murakkab va mas'uliyatli yo'nalishlaridan biri bo'lib, u tezkorlik, ochiqlik va ishonchlilik tamoyillariga asoslangan holda amalga oshiriladi. Bu yondashuv siyosiy partiyalarga og'ir vaziyatlarda ham jamoatchilik bilan barqaror aloqani saqlab qolish imkonini beradi.

### **Xulosa**

Ushbu tadqiqot natijalari siyosiy partiyalarning jamoatchilik bilan aloqalar tizimi zamonaviy siyosiy kommunikatsiyaning eng dinamik va transformatsiyaga boy sohalaridan biri ekanligini ko'rsatadi. Tahlillar shuni anglatadiki, PR amaliyoti o'z rivojlanish yo'lida

klassik bir tomonlama axborot tarqatish modelidan boshlanib, ikki tomonlama muloqot tamoyillariga, so'ng esa raqamli muhitga moslashgan integratsiyalashgan gibridd kommunikatsiya tizimiga qadar evolyusiy qilgan. Bu jarayon jamoatchilik bilan aloqalarni oddiy axborot vositasi emas, balki siyosiy boshqaruv va strategik ta'sir mexanizmi sifatida qayta talqin qilish imkonini berdi.

Ilmiy xulosalar shuni tasdiqlaydiki, PR zamonaviy siyosiy tizimda faqat kommunikatsiya funksiyasini emas, balki siyosiy qarorlar legitimligini ta'minlash, jamoatchilik ishonchini shakllantirish va ijtimoiy barqarorlikni mustahkamlash kabi strategik vazifalarni ham bajaradi. Shu ma'noda, PR siyosiy partiyalar faoliyatida yordamchi emas, balki markaziy boshqaruv instrumenti sifatida namoyon bo'ladi.

Zamonaviy kommunikatsiya modellari tahlili shuni ko'rsatadiki, auditoriyaning roli tubdan o'zgargan. U endi passiv qabul qiluvchi emas, balki axborotni baholovchi, tarqatuvchi va qayta ishlovchi faol sub'yekt sifatida ishtirok etadi. Bu esa siyosiy partiyalardan kommunikatsiya strategiyalarini doimiy ravishda yangilash, interaktivlikni kuchaytirish va jamoatchilik fikriga tezkor moslashishni talab qiladi.

Ayniqsa, gibridd PR modeli zamonaviy sharoitda eng samarali yondashuv sifatida namoyon bo'lib, u an'anaviy media va raqamli platformalarning uyg'unlashuvi orqali keng auditoriya bilan bir vaqtda samarali muloqot o'rnatish imkonini beradi. Bu model kommunikatsiyaning faqat tarqatish emas, balki o'zaro ta'sir va hamkorlik asosiga qurilishi lozimligini yaqqol namoyon etadi.

Shu bilan birga, media rileyshnsning ahamiyati ham alohida ta'kidlanadi. Ommaviy axborot vositalari bilan ishonchli va barqaror munosabat o'rnatish siyosiy partiyalar uchun jamoatchilik ishonchini saqlash va mustahkamlashning asosiy sharti hisoblanadi. Axborotning tezkorligi, ishonchliligi va professional taqdim etilishi PR samaradorligini belgilab beruvchi asosiy omillar sifatida namoyon bo'ladi.

Xulosa qilib aytganda, PR tizimining evolyusiyasi siyosiy kommunikatsiyaning tobora murakkablashib, ko'p qatlamli va integratsiyalashgan tizimga aylanayotganini ko'rsatadi. Bu esa siyosiy partiyalar uchun nafaqat kommunikatsiya vositalarini takomillashtirish, balki strategik fikrlash, auditoriya bilan doimiy muloqot va raqamli muhitga moslashuvchanlikni ta'minlash zarurligini anglatadi.

## References:

1. Bernays, E. L. (1928). *Propaganda*. New York, NY: Horace Liveright.
2. Chumikov, A. N. (2014). *Media relations*. Moscow, Russia: Aspekt Press.
3. Galumov, E. A. (2006). *Osnovy PR*. Moscow, Russia: KNORUS.
4. Gundarin, M. V. (2010). *Teoriya i praktika svyazey s obshchestvennostyu*. Moscow, Russia: Dashkov i K.
5. Qosimova, N., Bobojonova, G., & Islomova, L. (2019). *Axborot xizmatlari uchun amaliy qo'llanma*. Toshkent, O'zbekiston: O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Davlat boshqaruvi akademiyasi.