

## JAMOATCHILIK BILAN ALOQA NIMA VA BU SOHA OMMAGA NEGA KERAK?

**Egamnazarov Bobur Jaloliddin og'li**

*O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti*

*Media va kommunikatsiya fakulteti 3 kurs talabasi*

**Anotatsiya:** *Axborot xizmati xodimlari va PR mutaxassislari qanday bo'lishi lozim yurtimizda bu sohaga qanday e'tibor qaratilmoqda yanada malakali kadrlarni tayyorlashda nimalarga e'tibor qaratish lozim?*

**Kalit So'zlar:** *Axborot xizmati PR mutaxasis, Axborot xizmati xodimi qanday bo'lishi lozim PR mutaxasisi qaysi jihatlarga etibor qaratishi kerak.*

**Abstract:** *What should information service workers and PR specialists be like? How is attention being paid to this field in our country?*

**Keywords:** *Information service PR specialist, what should an information service employee be, what aspects should a PR specialist pay attention to.*

Dastlab tarixga nazar soladigan bo'lsak jamoatchilik bilan aloqalar atamasi kelib chiqish hamda bizgacha yetib kelishi aynan Amerika qo'shma shtatlariga taqaladi.jumladan amerika qo'shma shatatlarida 20-asr boshlarida Garvardda jamoatchilik bilan aloqalar uchun mas'ul bo'lim tashkil etilgan. Keyinchalik, 20 – asrning 30-60-yillarda deyarli har bir kompaniyada "PR menejeri" lavozimi paydo bo'ldi.mantiqan o'ylab qarajak PR mutaxasisi bu - jamoatchilik bilan aloqalar bo'yicha mutaxassisi yoki kompaniya yoki tashkilot va uning kelajakdagi mijozlari o'rtasidagi vositachi mamlakatimizda ham bu sohaga yetarlicha e'tibor qaratilmoqda jumldan Oliy ta'lim dargohlarida bu yo'nalish bo'yicha kadrlar tayyorlash ustuvor vazifaga aylandi malkali mutaxassilarni tayyorlashda ko'proq nazariy bilimlar bilan bir qatorda amaliy ko'nikmlarini shakillantarish ham muhim omil sanaladi. Pr mutaxasisi hamda axborot xizmati xodimlarining ustuvor vazifalari deyarli bir xil ya'ni kompaniya va tashkilot nomidan gapirish PR mutaxasisiga to'xtaladigan bo'lsak

PR menejerining asosiy vazifasi kompaniyaning ijobiy imidjiga va uning rivojlanishiga ta'sir qiluvchi omillarni baholash, tahlil qilish va bashorat qilishdir.kompaniyaning ertangi bozordagi o'rini hamda faoliyatini davomiyligi tog'ridan tog'ri PR mutaxasisi hatti harakatlariga bog'liq. Pr mutaxasisini tanlashda ko'proq qaysi ommillarga tayanish lozim

Axborot berish maqsadli auditoriya kompaniya faoliyati, ommaviy axborot vositalari bilan ishlash ko'nikmasiga ega bo'lishi

Kompaniyaning imiji va obro'sini saqlab qolish uchun yangi g'oyalar bilan ishlay olishi.Raqobatchilarning PR strategiyalarini tahlil qilish. Bozorda kompaniya brendini ilgari surish. Raqobatbardosh maydonga doim tayyor turishi

Maqsadli auditoriyani aniqlash va auditoriyani o'z kompaniyasiga jalb qila olishni bilishi

Kompyuter texnikasi asoslari, axborotni avtomatlashtirish qayta ishlash, hamda uni himoya qilish uchun malakaviy axborot sovdxonligiga ega bo'lishi lozim

Ushbu tamoillar asosida PR mutaxassisining faoliyati tashkilotga foyda keltira boshlaydi va kompaniya raqobatdosh maydonda o'z o'rniga ega bo'lishni boshlaydi.

Axborot xizmati hodimida esa bu yo'nalish va qarashlar biroz farq qiladi jumladan Axborot xizmati xodimi o'z tashkiloti haqida jamoatchilik bilishi kerak bo'lgan tegishli ma'lumotlarni aniq etkazish uchun mas'ul. Shaxs Matbuot kotibi tashkilotning saviyaliligini va ishonchliligini oshirishga yordam berishi mumkin. Biroq, noto'g'ri tanlangan matbuot kotibi ishonchsiz bo'lishi yoki tashkilot faoliyatiga soya solishi mumkin. axborot xizmati xodimi o'z tashkilotida samarali faoliyat olib borishi uchun quydagi tamoillarga amal qilishi lozim

Keng fikrlash, bilimdonlik, insonparvarlik xarakteridagi mustahkam bilim.

Diqqat bilan tinglash, tez tahlil qilish va yangi g'oyalarni sintez qilish qobiliyati.

Notiqlik mahorati. Computer sovdxonligi va albatta xorijiy tillarida galasha olish mahorati. Engi muhim prinsiplaridan biri esa bu Ommaviy axborot vositalari bilan aloqa strategiyasini ishlab chiqish. Bu axborot xizmati xodimi uchun nimaga kerak jumladan birifinglar tadbirlar tashkil etilganda axborot xizmati xodimi ommaviy axborot vositalari bilan yaxshi aloqani yo'lga qo'ygan bo'lsa bu tashkilot uchun ham axborot xizmati xodimi uchun ham foyda beradi ommaviy axborot vositalari o'z xoxishlari asosida emas sizning qarashlaringiz orqali tashkilotni birifingini tadbirini ommaga taqdim etadi bu esa tashkilot uchun ommaga ochiqliligini ko'rsatib berishiga asos bo'ladi! tashkilot va kompaniyalar malakali axborot xizmati xodimlari pr mutaxsisilaridan foydalanishi va doimiy ravishda axborot xizmati xodimi PR mutaxsisi omma bilan ishlab tashkilot va jamoatchilik o'rtasidagi ko'prik vazifasini bajarsa ommada tashkilotga bo'lgan yo'lg'on qarashlar yo'qoladi bu esa tashkilot va kompaniyaga ommaning ishinchini o'ritshiga sabab bo'ladi.

#### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:**

1. T.Arslonov (2022). PR matnlar. (O'quv qo'llanma). Toshkent. Standart poligraph books
- 2 <https://resources.workable.com/public-relations-manager-job-description>
- 3 <https://coschedule.com/marketing-terms-definitions/spokesperson>
- 4 <https://motherhouse.ru/uz/prodazha-kvartir/obrazovanie-piar-menedzhera-professiya-pr-specialist-korotkii/>