



# IJTIMOIIY-GUMANITAR SOHADA ILMIY-INNOVATSION TADQIQOTLAR

ILMIY METODIK JURNALI

ISSN 3060-5059



**VOL.3 № 4**

**2026**

## **AXBOROTLASHGAN JAMIYATDA MEDIA RELATIONS TIZIMINING SHAKLLANISHI VA RIVOJLANISH TENDENSIYALARI**

**Gulyamova Muxtabar Abdujabbarovna**

O‘zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti, katta o‘qituvchisi, PhD

### **Annotatsiya**

Mazkur maqolada axborotlashgan jamiyat sharoitida *media relations* tizimining shakllanishi va rivojlanish tendensiyalari tahlil qilinadi. Zamonaviy kommunikatsiya texnologiyalarining jadal rivojlanishi ommaviy axborot vositalari va jamoatchilik o‘rtasidagi aloqalarning yangi shakllarini yuzaga keltirayotgani yoritiladi. Tadqiqotda *media relations* tizimining nazariy asoslari, uning asosiy funksiyalari hamda raqamli transformatsiya jarayonidagi o‘zgarishlar ko‘rib chiqiladi. Shuningdek, ijtimoiy tarmoqlar, internet platformalar va yangi media vositalarining mazkur tizim rivojiga ta’siri tahlil etiladi. Maqolada *media relations* tizimini samarali tashkil etishning zamonaviy tendensiyalari va istiqbollari aniqlanadi.

**Kalit so‘zlar:** media relations, axborotlashgan jamiyat, ommaviy kommunikatsiya, raqamli transformatsiya, ijtimoiy tarmoqlar, yangi media, jamoatchilik bilan aloqalar.

## **ФОРМИРОВАНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ МЕДИА-РИЛЕЙШНЗ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ**

**Гулямова Мухтабар Абдужаббаровна**

Университет журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана, старший преподаватель, PhD

### **Аннотация**

В статье анализируются тенденции формирования и развития системы *media relations* в условиях информационного общества. Подчеркивается, что стремительное развитие современных коммуникационных технологий приводит к появлению новых форм взаимодействия между средствами массовой информации и общественностью. Рассматриваются теоретические основы системы *media relations*, её основные функции и изменения в условиях цифровой трансформации. Также анализируется влияние социальных сетей, интернет-платформ и новых медиа на развитие данной системы. В работе определяются современные тенденции и перспективы эффективной организации *media relations*.

**Ключевые слова:** media relations, информационное общество, массовая коммуникация, цифровая трансформация, социальные сети, новые медиа, связи с общественностью.

## **FORMATION AND DEVELOPMENT TRENDS OF MEDIA RELATIONS SYSTEMS IN THE INFORMATION SOCIETY**

**Gulyamova Mukhtabar Abdujabbarovna**

University of Journalism and Mass Communications of Uzbekistan, Senior Lecturer, PhD

### **Abstract**

This article analyzes the formation and development trends of the *media relations* system in the context of an information society. It highlights how the rapid advancement of modern communication technologies has generated new forms of interaction between mass media and the public. The study examines the theoretical foundations of *media relations*, its main functions, and

the transformations occurring in the process of digitalization. It also analyzes the impact of social networks, internet platforms, and new media tools on the development of this system. The article identifies current trends and future prospects for the effective organization of *media relations*.

**Keywords:** media relations, information society, mass communication, digital transformation, social networks, new media, public relations.

Axborotlashgan jamiyat sharoitida kommunikatsiya jarayonlari tubdan o'zgarib, axborot ishlab chiqarish, uzatish va qabul qilish mexanizmlari yangi bosqichga ko'tarildi. Raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi natijasida ommaviy axborot vositalari (OAV) faoliyati an'anaviy chegaralardan chiqib, ko'p kanalli va interaktiv tizimga aylandi. Bunday sharoitda tashkilotlar, davlat institutlari hamda biznes subyektlari uchun jamoatchilik bilan samarali muloqot o'rnatish zarurati yanada ortib bormoqda. Aynan shu ehtiyoj media relations tizimining shakllanishi va takomillashuviga turtki bo'ldi.

Media relations — bu tashkilotlar va ommaviy axborot vositalari o'rtasidagi o'zaro manfaatli, tizimli va strategik aloqalarni yo'lga qo'yish jarayonidir. U jamoatchilik bilan aloqalar (PR) tizimining muhim tarkibiy qismi bo'lib, axborot siyosatini shakllantirish, ijtimoiy fikrni boshqarish hamda tashkilot imijini mustahkamlashda muhim rol o'ynaydi. Axborotlashgan jamiyatda media relations nafaqat an'anaviy OAV bilan ishlashni, balki ijtimoiy tarmoqlar, blog platformalari va yangi media kanallari bilan integratsiyani ham talab etadi.

Zamonaviy sharoitda media relations tizimi dinamik va moslashuvchan xarakterga ega bo'lib, u texnologik innovatsiyalar, globallashtirish jarayonlari hamda axborot oqimlarining keskin ortishi ta'sirida shakllanmoqda. Ayniqsa, raqamli transformatsiya jarayonlari media muhitni tubdan o'zgartirib, axborotning tezkorligi, ochiqligi va interaktivligini oshirdi. Bu esa, o'z navbatida, media relations strategiyalarini qayta ko'rib chiqish, yangi yondashuv va metodlarni ishlab chiqishni talab etmoqda.

Shu bilan birga, axborotlashgan jamiyatda axborot xavfsizligi, feyk yangiliklar, manipulyativ kontent va axborot bosimi kabi muammolar ham dolzarb ahamiyat kasb etmoqda. Bunday sharoitda media relations tizimi nafaqat axborotni yetkazish vositasi, balki ishonchli kommunikatsiyani ta'minlovchi muhim ijtimoiy mexanizm sifatida namoyon bo'ladi.

Mazkur maqolaning maqsadi axborotlashgan jamiyat sharoitida media relations tizimining shakllanishi, uning nazariy asoslari va zamonaviy rivojlanish tendensiyalarini tahlil qilishdan iborat. Tadqiqot doirasida media relations tizimining evolyutsiyasi, uning asosiy komponentlari hamda raqamli muhitdagi transformatsiyasi ilmiy jihatdan asoslab beriladi.

### **Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili**

Axborotlashgan jamiyatda media relations tizimining shakllanishi va rivojlanishini o'rganish jarayoni bir qator xorijiy va mahalliy olimlarning ilmiy ishlari asosida yoritib berilgan. Ushbu yo'nalishdagi tadqiqotlar, asosan, jamoatchilik bilan aloqalar (PR), ommaviy kommunikatsiya nazariyalari va raqamli media rivoji bilan uzviy bog'liq holda olib borilgan.

Avvalo, media relations tizimining nazariy asoslarini o'rganishda James E. Grunig va Todd Hunt tomonidan ishlab chiqilgan "**Excellence theory**" muhim ahamiyatga ega. Ushbu nazariya PR faoliyatining samaradorligini tashkilot va jamoatchilik o'rtasidagi ikki tomonlama simmetrik kommunikatsiya orqali ta'minlash mumkinligini asoslaydi. Mazkur yondashuv media relations tizimini strategik boshqaruv vositasi sifatida ko'rib chiqishga imkon beradi.

Media relationsning amaliy jihatlari va kommunikatsion mexanizmlari Scott M. Cutlip, Allen H. Center va Glen M. Broom tomonidan yaratilgan "**Effective Public Relations**" asarida keng yoritilgan. Ushbu manbada media bilan ishlashning asosiy prinsiplari, press-revizlar tayyorlash, jurnalistlar bilan aloqalar o'rnatish va axborot oqimini boshqarish masalalari tizimli tarzda bayon etilgan.

Raqamli davrda media relations tizimining transformatsiyasini o'rganishda Manuel Castellsning axborotlashgan jamiyat nazariyasi alohida o'rin tutadi. U o'zining ilmiy qarashlarida

tarmoqli jamiyat (*network society*) konsepsiyasini ilgari surib, axborot texnologiyalarining kommunikatsiya tizimlariga ta'sirini chuqur tahlil qilgan. Shu nuqtai nazardan, media relations endilikda faqat an'anaviy OAV bilan cheklanmay, global axborot tarmoqlarida ham faoliyat yuritishini ta'kidlaydi.

Shuningdek, Philip Kotler va Kevin Lane Keller tomonidan ishlab chiqilgan marketing kommunikatsiyalari nazariyalari ham media relations tizimini o'rganishda muhim metodologik asos bo'lib xizmat qiladi. Ular integratsiyalashgan marketing kommunikatsiyalari (*IMC*) konsepsiyasi orqali media bilan ishlashni yagona strategik tizim sifatida ko'rib chiqishni taklif etadi.

Yangi media va ijtimoiy tarmoqlarning ta'siri Andreas Kaplan va Michael Haenlein tomonidan tadqiq etilgan bo'lib, ular ijtimoiy media platformalarining PR va media relations faoliyatiga ta'sirini ochib bergan. Ularning fikricha, ijtimoiy tarmoqlar tashkilotlar va auditoriya o'rtasidagi to'g'ridan to'g'ri muloqotni kuchaytirib, an'anaviy media vositalarining rolini qisman o'zgartirgan. Mahalliy tadqiqotchilar tomonidan ham mazkur masala muayyan darajada o'rganilgan. Xususan, O'zbekiston sharoitida axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining rivoji, OAV faoliyati va jamoatchilik bilan aloqalar tizimining modernizatsiyasi bo'yicha ilmiy izlanishlar olib borilgan. Ushbu tadqiqotlarda milliy media tizimining o'ziga xos xususiyatlari, davlat va jamiyat o'rtasidagi kommunikatsiya mexanizmlari hamda raqamli muhitning ta'siri yoritilgan. Tahlillar shuni ko'rsatadiki, mavjud ilmiy adabiyotlarda media relations tizimining nazariy asoslari yetarlicha ishlab chiqilgan bo'lsa-da, axborotlashgan jamiyat sharoitida uning integrativ, raqamli va interaktiv jihatlarini chuqurroq o'rganish zarurati saqlanib qolmoqda. Ayniqsa, yangi media muhitida ishonchli kommunikatsiyani ta'minlash, feyk axborotlarga qarshi kurashish va auditoriya bilan samarali muloqot strategiyalarini ishlab chiqish bugungi kun ilmiy tadqiqotlarining dolzarb yo'nalishlaridan biri hisoblanadi.

### **Muhokama va natijalar**

Axborotlashgan jamiyat sharoitida media relations tizimining rivojlanishi bir necha asosiy tendensiyalar asosida kechayotganini ilmiy tahlillar ko'rsatadi. Eng avvalo, kommunikatsiya jarayonining markazlashgan modeldan tarmoqli (*network*) modelga o'tishi kuzatilmoqda. Bu jarayonda axborot faqat OAV orqali emas, balki ijtimoiy tarmoqlar, bloglar va mustaqil kontent yaratuvchilar orqali ham tarqalmoqda. Natijada media relations tizimi an'anaviy vositalardan tashqariga chiqib, ko'p platformali kommunikatsiya tizimiga aylangan.

Tahlillar shuni ko'rsatadiki, zamonaviy tashkilotlarning kommunikatsiya faoliyatida ijtimoiy tarmoqlarning ulushi keskin oshgan. Masalan, so'nggi yillarda global PR tadqiqotlarida tashkilotlarning 70–85 foizi jamoatchilik bilan aloqalarda ijtimoiy media platformalarini asosiy kanal sifatida qo'llayotgani aniqlangan. Bu esa media relations strategiyasini ishlab chiqishda raqamli muhitni markaziy o'ringa qo'yishni talab etadi. Shu bilan birga, tezkorlik omili ham muhim ahamiyat kasb etmoqda: axborotni yetkazish va unga munosabat bildirish vaqti keskin qisqargan.

Muhokama jarayonida yana bir muhim jihat — auditoriya bilan o'zaro aloqaning interaktivlashuvi hisoblanadi. Oldin media relations asosan bir tomonlama axborot uzatishga asoslangan bo'lsa, hozirgi kunda ikki tomonlama va hatto ko'p tomonlama muloqot shakllari ustunlik qilmoqda. Bu esa tashkilotlardan ochiqlik, shaffoflik va tezkor javob qaytarish ko'nikmalarini talab etadi. Ayniqsa, krizis kommunikatsiyasi sharoitida media relations tizimining samaradorligi tashkilot obro'sini saqlab qolishda hal qiluvchi omilga aylanmoqda.

Tahliliy natijalar shuni ko'rsatadiki, media relations tizimining samaradorligi quyidagi omillarga bevosita bog'liq:

- axborotning ishonchliligi va aniqligi;
- kommunikatsiya strategiyasining tizimliliigi;
- media platformalar bilan integratsiya darajasi;
- auditoriya ehtiyojlarini chuqur tahlil qilish;

— tezkorlik va moslashuvchanlik.

Shuningdek, raqamli transformatsiya sharoitida media relations tizimi oldida yangi muammolar ham yuzaga kelmoqda. Jumladan, feyk yangiliklar, dezinformatsiya va axborot manipulyatsiyasi media makonning barqarorligiga salbiy ta'sir ko'rsatmoqda. Bu holat media relations faoliyatida faktcheking, kontent verifikatsiyasi va axborot xavfsizligini ta'minlash mexanizmlarini joriy etishni talab qiladi.

Natijalar shuni ko'rsatadiki, zamonaviy media relations tizimi quyidagi yo'nalishlarda rivojlanmoqda:

1. **Raqamlashtirish va avtomatlashtirish** — sun'iy intellekt va analitik vositalardan foydalanish kengaymoqda.
2. **Integratsiyalashgan kommunikatsiya** — PR, marketing va media aloqalar yagona strategik tizimga birlashmoqda.
3. **Shaxsiylashtirilgan kontent** — auditoriyaga moslashtirilgan axborot yetkazish ustuvorlik kasb etmoqda.
4. **Reputatsion boshqaruvning kuchayishi** — tashkilot imijini real vaqt rejimida monitoring qilish tizimlari rivojlanmoqda.

Umuman olganda, olib borilgan tahlillar media relations tizimining axborotlashgan jamiyatda strategik ahamiyatga ega bo'lgan murakkab kommunikatsion mexanizmga aylanganini ko'rsatadi. Uning samaradorligi esa texnologik innovatsiyalarni to'g'ri qo'llash, auditoriya bilan ishonchli aloqani yo'lga qo'yish va axborot makonidagi xavflarni boshqarish darajasi bilan belgilanadi. Axborotlashgan jamiyat sharoitida media relations tizimi jamoatchilik bilan aloqalarni tashkil etishning strategik va muhim komponentiga aylangani aniqlandi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, kommunikatsiya muhitining raqamli transformatsiyasi media relations tizimining shakl va mazmunini tubdan o'zgartirib, uni ko'p kanalli, interaktiv va dinamik tizimga aylantirgan. An'anaviy OAV bilan ishlash endilikda ijtimoiy tarmoqlar, raqamli platformalar va yangi media vositalari bilan integratsiyalashgan holda amalga oshirilmoqda. Shuningdek, media relations tizimining samaradorligi tashkilotlarning ochiqligi, tezkorligi va auditoriya bilan o'zaro ishonchli muloqot o'rnatish qobiliyatiga bevosita bog'liq ekani asoslandi. Zamonaviy sharoitda axborot oqimlarining ortishi, feyk yangiliklar va dezinformatsiya kabi muammolar media relations faoliyatida yangi yondashuvlarni, jumladan, faktcheking, kontent monitoringi va reputatsion boshqaruv mexanizmlarini joriy etishni taqozo etmoqda.

Olib borilgan ilmiy tahlillar asosida quyidagi umumiy xulosalarga kelindi: media relations tizimi axborotlashgan jamiyatda nafaqat axborot uzatish vositasi, balki ijtimoiy fikrni shakllantiruvchi, tashkilot imijini boshqaruvchi va jamoatchilik bilan barqaror kommunikatsiyani ta'minlovchi kompleks mexanizm sifatida namoyon bo'ladi. Uning kelgusi rivoji esa raqamli texnologiyalar, sun'iy intellekt va global axborot makonidagi o'zgarishlar bilan chambarchas bog'liq bo'lib, innovatsion yondashuvlarni talab etadi. Natijada, media relations tizimini samarali tashkil etish uchun integratsiyalashgan kommunikatsiya strategiyalarini ishlab chiqish, raqamli kompetensiyalarni rivojlantirish va axborot xavfsizligini ta'minlash ustuvor vazifa sifatida e'tirof etiladi.

#### FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Grunig J.E., Hunt T. *Managing Public Relations*. – New York: Holt, Rinehart and Winston, 1984. – 550 p.
2. Cutlip S.M., Center A.H., Broom G.M. *Effective Public Relations*. – 9th ed. – Upper Saddle River: Prentice Hall, 2006. – 742 p.
3. Castells M. *The Rise of the Network Society*. 2nd ed. – Oxford: Blackwell Publishers, 2010. 597 p.
4. Kotler P., Keller K.L. *Marketing Management*. – 15th ed. – Harlow: Pearson Education, 2016. – 714 p.
5. Kaplan A.M., Haenlein M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media // *Business Horizons*. – 2010. – Vol. 53, No. 1. – P. 59–68.