НОВАЯ ЭРА НАУКИ И ЗНАНИЙ
МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
global-science-review.com
editor@global-science-review.com

DAVLAT XIZMATCHISINING IJOBIY IMIJINI SHAKLLANTIRISHDA PR TEXNOLOGIYALARNING ROLI: PROKURATURA ORGANLARI MISOLIDA NAZARIY VA AMALIY TAHLIL

KURYAZOVA DILRABO

O'zbekiston Jahon tillari universiteti tadqiqotchisi

Annotatsiya. Ushbu maqolada O'zbekiston prokuratura organlari xodimlarining ijobiy imijini shakllantirishda PR texnologiyalaridan foydalanish imkoniyatlari ilmiy jihatdan tahlil qilinadi. Raqamli kommunikatsiya muhitining jadal rivojlanishi sharoitida davlat xizmatchilari faoliyatini jamoatchilika yetkazishning an'anaviy usullari o'zining yetarliligini yo'qotib bormoqda. Maqolada imij tushunchasining nazariy asoslari, PR texnologiyalarining prokuratura organlari faoliyatiga tatbiq etilishi hamda raqamli platformalardan strategik foydalanish masalalari ko'rib chiqiladi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, prokuratura xodimining ijtimoiy obrazi nafaqat uning kasbiy faoliyati, balki ommaviy axborot vositalari va ijtimoiy tarmoqlarda shakllangan kommunikativ qiyofasi orqali ham belgilanadi. Maqolada taklif etilayotgan PR-strategiya modeli prokuratura organlari uchun amaliy qo'llanma sifatida xizmat qilishi mumkin.

Kalit so'zlar: PR texnologiyalar, davlat xizmatchisi imiji, prokuratura organlari, raqamli kommunikatsiya, jamoatchilik bilan aloqalar, ijobiy imij, media-strategiya, ijtimoiy tarmoqlar, ommaviy axborot vositalari, kommunikativ kompetentsiya.

РОЛЬ PR-ТЕХНОЛОГИЙ В ФОРМИРОВАНИИ ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА ГОСУДАРСТВЕННОГО СЛУЖАЩЕГО: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ И ПРАКТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ НА ПРИМЕРЕ ОРГАНОВ ПРОКУРАТУРЫ

Курязова Дилрабо *Соискатель Государственного университета мировых языков Узбекистана*

Аннотация. В данной статье рассматриваются возможности использования PR-технологий в формировании позитивного имиджа сотрудников органов прокуратуры Узбекистана. В условиях стремительного развития цифровой коммуникационной среды традиционные методы информирования общественности о деятельности государственных служащих постепенно утрачивают свою эффективность. В статье анализируются теоретические основы понятия «имидж», вопросы применения PR-технологий в деятельности органов прокуратуры, а также стратегическое использование цифровых платформ. Результаты исследования показывают, что социальный образ сотрудника прокуратуры определяется не только его профессиональной деятельностью, но и коммуникативным образом, сформированным в средствах массовой информации и социальных сетях. Предложенная модель PR-стратегии может служить практическим руководством для органов прокуратуры.

Ключевые слова: PR-технологии, имидж государственного служащего, органы прокуратуры, цифровая коммуникация, связи с общественностью, позитивный имидж, медиа-стратегия, социальные сети, средства массовой информации, коммуникативная компетентность.

THE ROLE OF PR TECHNOLOGIES IN FORMING A POSITIVE IMAGE OF A CIVIL SERVANT: THEORETICAL AND PRACTICAL ANALYSIS ON THE EXAMPLE OF PROSECUTORIAL BODIES

Kuryazova Dilrabo *Researcher at the University of World Languages of Uzbekistan*

Abstract. This article scientifically analyzes the possibilities of using PR technologies in forming a positive image of employees of the Uzbekistan prosecution authorities. In the context of the rapid development of the digital communication environment, traditional methods of informing the public about the activities of civil servants are gradually losing their sufficiency. The article examines

the theoretical foundations of the concept of «image», the application of PR technologies in the activities of prosecutorial bodies, and the strategic use of digital platforms. The research results show that the social image of a prosecutor's employee is determined not only by his professional activities, but also by the communicative image formed in the mass media and social networks. The proposed PR strategy model can serve as a practical guide for prosecutorial bodies.

Keywords: PR technologies, civil servant image, prosecutorial bodies, digital communication, public relations, positive image, media strategy, social networks, mass media, communicative competence.

1. KIRISH

Zamonaviy davlat boshqaruvi tizimida jamoatchilik bilan muloqot masalasi tobora muhim ahamiyat kasb etmoqda. Fuqarolik jamiyatining shakllanishi va demokratik islohotlarning chuqurlashishi davlat organlariga qo'yilayotgan talablarni sifat jihatidan yangi darajaga olib chiqdi. Bu sharoitda davlat xizmatchisining jamiyatdagi obrazi, uning kasbiy salohiyati va ommaviy axborot vositalarida tasvirlanish tarzini shakllantirishga qaratilgan PR texnologiyalar tobora dolzarb mavzuga aylanib bormoqda. Prokuratura organlari O'zbekiston huquqiy tizimining asosiy bo'g'ini sifatida nafaqat huquq-tartibotni ta'minlaydi, balki davlat va fuqarolar o'rtasidagi ishonch ko'prigi vazifasini ham bajarishi lozim. Shu jihatdan prokuratura xodimlarining ijobiy imijini shakllantirishga qaratilgan kommunikatsion strategiyalar ishlab chiqish muhim ilmiy va amaliy muammo hisoblanadi.

O'zbekistonda amalga oshirilayotgan demokratik islohotlar, «Yangi O'zbekiston» taraqqiyot strategiyasida belgilangan maqsadlar va raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi davlat xizmatchilari imijini shakllantirishning yangi metodologiyasini talab qilmoqda. Prokuratura organlari faoliyatining shaffofligini oshirish, fuqarolarning bu organga bo'lgan ishonchini mustahkamlash va xodimlarnin kasbiy obro'sini yuksaltirish — bularning barchasi PR texnologiyalarni maqsadli qo'llash orqali erishish mumkin bo'lgan vazifalardirdir.

Ushbu maqola O'zbekiston prokuratura organlari xodimlarining ijobiy imijini shakllantirishda PR texnologiyalaridan samarali foydalanish imkoniyatlarini ilmiy tahlil qilishga bag'ishlangan. Tadqiqotda imij tushunchasining nazariy asoslari, prokuratura organlarining OAV va ijtimoiy tarmoqlarda yoritilish xususiyatlari hamda raqamli kommunikatsiya strategiyalarining amaliy tatbiqi masalalari o'rganiladi.

2. MAVZUGA OID ADABIYOTLARNING TAHLILI (LITERATURE REVIEW)

Imij va PR texnologiyalar sohasidagi tadqiqotlar uzoq ilmiy tarixga ega bo'lib, bu yo'nalishda jahon va mahalliy olimlarning boy merosini kuzatish mumkin. Mazkur adabiyotlar tahlili uchta yo'nalish bo'yicha tuzilgan: ijtimoiy tasavvur nazariyasi va imij muammosi; PR texnologiyalar va jamoatchilik bilan aloqalar; davlat xizmatchisi imijini shakllantirish.

Birinchi yo'nalishda asos bo'luvchi konsepsiyalardan biri W.Lippmannning jamoatchilik fikri nazariyasidir. U «ongda shakllanadigan suratlar» tushunchasini ilmiy muomalaga kiritib, «Biz birinchi navbatda aniqlab, keyin ko'ramiz. Biz g'arb madaniyati bizga o'rgatgan narsa prizmasi orqali idrok etamiz» [1], deb yozgan edi. Lippmann taklif qilgan bu g'oya davlat xizmatchilari imijining media vositachilik orqali shakllanishini tushuntirishda bugungi kunda ham o'zining metodologik ahamiyatini saqlab kelmoqda.

S.Moscovici ijtimoiy tasavvurlar nazariyasini ishlab chiqib, shaxs yoki guruh haqidagi tasavvurlar qanday shakllanishini izohlab berdi. U ijtimoiy tasavvurlarni «ma'lum bir jamiyatda keng tarqalgan va o'sha jamiyat a'zolari uchun umumiy bo'lgan bilim va qadriyatlar tizimi» sifatida ta'riflaydi [2]. Bu nazariya prokuratura organlari haqidagi jamoatchilik tasavvurlarini o'rganishda muhim metodologik vosita bo'lib xizmat qiladi.

E.Goffman o'zining mashhur «Kundalik hayotda o'zini taqdim etish» asarida ijtimoiy rollar va imij masalasiga dramaturgik yondashuv nuqtai nazaridan qaragan.

Goffman fikricha, har bir inson o'zini jamoatchilik oldida muayyan «sahnada» namoyish qiladi va bu jarayon ongli boshqariladi [3]. Ushbu konsepsiya prokuratura xodimining ommaviy fazodagi xulq-atvori va kommunikatsiya uslubini tahlil qilishda bevosita qo'llaniladigan metodologik çerçevani taqdim etadi.

Nemis olimi M.Veber davlat boshqaruvining ratsional-byurokratik modeli doirasida davlat xizmatchisining «ideal tipi»ni tavsiflagan. Weber nazariyasiga ko'ra, byurokratik apparatning samaradorligi xodimlarning kasbiy kompetentsiyasi, qonun ustuvorligi va shaxsiy manfaatlarni umumiy manfaatlardan yuqori qo'ymaslik tamoyillariga bog'liq [4]. Bu tamoyillar prokuratura xodimining ijobiy imijini shakllantirishda etik asoslar sifatida qaralishi lozim.

J.Grunig PR nazariyasi sohasida fundamental hissa qo'shib, imijni «ramziy munosabatlardan xulqiy munosabatlarga o'tish» jarayoni sifatida talqin qildi. Grunig o'z tadqiqotlarida «Imij faqat tashqi ko'rinish emas, u tashkilot yoki shaxsning haqiqiy xulq-atvori va qadriyatlari asosida shakllanadigan umumlashgan bahodir» [5] degan g'oyani ilmiy asoslab berdi. Bu yondashuv prokuratura organlaridagi PR ishini tashkilotning real faoliyatidan ajratgan holda qo'llab bo'lmasligini ko'rsatadi.

R.Entman «freymlashtirish» konsepsiyasini ishlab chiqib, ommaviy axborot vositalari voqelikni qanday «çarçovalashini» va shu orqali jamoatchilik ongini qanday shakllantirishini tahlil qildi. Entman freymlashtirishni «kommunikatsiyada muayyan jihatlarni ajratib ko'rsatish va ularni umumiy matnda muhim qilib taqdim etish» jarayoni sifatida ta'riflaydi [6]. Prokuratura organlarining media-qiyofasi aynan shu freymlash mexanizmlari orqali shakllanadi va bu holat ularning PR strategiyasini belgilashda inobatga olinishi zarur.

Mahalliy olimlardan F.Rahimova imij sohasini o'rganib, «Imij ko'riladigan obraz sifatida emas, shakl va mazmun jihatidan ichki va tashqi yaxlitlikning bir in'ikosi sifatida ham tushuniladi. Ijobiy imijni shakllantirish ko'p mamlakatlar tajribasida davlat boshqaruvining samaradorligini oshirishning muhim omili sifatida tan olingan» [7] deb yozadi. Bu ta'rif prokuratura organlari imijiga ham to'liq tatbiq

etilishi mumkin, chunki prokuratura xodimining tashqi ko'rinishi bilan ichki mazmuni — kasbiy malakasi, axloqiy qiyofasi — uzviy birlikda bo'lgandagina ishonchli imij vujudga keladi.

N.Qosimova va F.Rahimova birgalikda tayyorlagan qo'llanmada imijni shakllantirishni uzluksiz jarayon sifatida talqin qilgan. Ularning fikricha, «Imijni shakllantirish jarayoni, aslida, uzluksiz va doimiy bo'lib, u tashkilot yoki shaxsning faoliyati davomida to'xtovsizdavom etishi lozim» [8]. Bu xulosa prokuratura organlarining PR faoliyatini alohida tadbirlar majmuasi sifatida emas, balki tizimli va muntazam strategiya sifatida tashkil etish zaruratini ko'rsatadi.

L.A.Muhammadjonova davlat xizmatchisi etikasi va imijini o'rganib, kasbiy axloq normalari bilan tashqi imij o'rtasidagi bog'liqlikni asoslab berdi. Uning ta'kidlashicha, davlat xizmatchisi imiji kasbiy malaka, axloqiy-ma'naviy sifatlar va muloqot madaniyatining uyg'un birligi orqali shakllanadi [9]. Prokuratura xodimi uchun bu uch komponentning muvozanati ayniqsa muhim, chunki ushbu organra bo'lgan ishonch ko'p jihatdan xodimlarning axloqiy obro'siga bog'liq.

X.Do'stmuhammad ommaviy axborot vositalarining ijtimoiy funksiyalari va jurnalistning kasbiy odobi masalalarini chuqur o'rganib, axborotni jamiyatga yetkazishda mas'uliyat tamoyilini alohida ta'kidlagan. Uning fikricha, axborot nafaqat xabar berish vositasi, balki jamiyatning ijtimoiy-ma'naviy muhitini shakllantiruvchi kuchli omildir [10]. Bu g'oya prokuratura organlari faoliyatini yoritishda jurnalistik mas'uliyatning ahamiyatini yanada oydinlashtiradi.

Yuqoridagi adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, imij va PR texnologiyalar sohasidagi tadqiqotlar bir necha parallel yo'nalishda olib borilgan. Biroq prokuratura organlari kabi huquq-tartibotni ta'minlovchi davlat organlarining imijini shakllantirish muammosi O'zbekiston ilmiy muhitida hali yetarli darajada o'rganilmagan. Bu esa mazkur maqolaning ilmiy yangiligini va dolzarbligini belgilab beradi.

3. TAHLIL VA NATIJALAR (ANALYSIS AND RESULTS)

Prokuratura organlarining jamiyatdagi obrazini tahlil qilish bir qancha metodologik qiyinchiliklarni o'z ichiga oladi. Birinchidan, prokuratura faoliyati qonunchilik doirasida maxfiylik prinsipi bilan chambarchas bog'liq, bu esa xodimlarning jamoatchilik oldida ochiqlik darajasini cheklaydi. Ikkinchidan, prokuratura bilan fuqarolarning to'qnashishi odatda nizo yoki jinoyat bilan bog'liq vaziyatlarda sodir bo'ladi, bu esa organга nisbatan apriori salbiy munosabat vujudga kelishi uchun zamin hozirlaydi. Uchinchidan, ommaviy axborot vositalarida prokuratura faoliyatining asosan salbiy holatlari — jinoyatlar, huquqbuzarliklar, jazo — yoritilishi ijtimoiy tasavvurning bir tomonlama shakllanishiga olib keladi.

Ijtimoiy-psixologik tahlil shuni ko'rsatadiki, fuqarolar prokuratura bilan bog'liq axborotni asosan ikki kanal orqali qabul qiladi: OAV va shaxsiy yoki tanish-bilishlarning tajribasi. Bu ikki kanaldan keladigan ma'lumotlar ko'pincha bir-birini to'ldirmaydi, aksincha, bir-biriga zid bo'lishi mumkin. OAV prokuratura xodimini asosan «qonunni qo'llovchi» rolida taqdim etsa, shaxsiy muloqot tajribasi ko'proq «yordam beruvchi» yoki «to'siq» rolini namoyon qiladi. Bu ikki obraz o'rtasidagi farq — PR texnologiyalar hal qilishi lozim bo'lgan asosiy muammolardan biridir.

Raqamli muhitning paydo bo'lishi prokuratura organlariga yangi kommunikatsion imkoniyatlar yaratdi, biroq bir vaqtning o'zida yangi xavflarni ham vujudga keltirdi. Ijtimoiy tarmoqlarda prokuratura faoliyatiga oid axborot nazorat qilinmagan holda tarqaladi: bitta salbiy video yoki post millionlab ko'rishga erishib, butun organingning obro'siga katta zarar yetkazishi mumkin. Bu holat shuni ko'rsatadiki, prokuratura organlari endi raqamli axborot makonida passiv ishtirokchi bo'lib qolmasligi, balki aktiv kommunikatsion strategiya yuritishi zarur.

Prokuratura organlari xodimlarining mediaga tayyorgarlik darajasini tahlil qilganda, bir qancha tizimli kamchiliklar aniqlanadi. Ko'pchilik xodimlar jurnalistlar bilan muloqot qilish ko'nikmalarini egallagan emas, ommaviy nutq san’atini egallamagan va o'z faoliyatini oddiy fuqaroga tushunarли tarzda yetkazishda

qiyinchilik his qiladi. Bu esa PR texnologiyalarni joriy etishning faqat tashkiliy emas, balki kadrlar tayyorlash jihatida ham amalga oshirilishi zarurligini ko'rsatadi.

Prokuratura organlari uchun PR texnologiyalarni joriy etish uch darajali strategik model doirasida ko'rib chiqilishi maqsadga muvofiq. Birinchi daraja — tashkiliy daraja bo'lib, unda prokuratura tarkibida jamoatchilik bilan aloqalar bo'limini mustahkamlash, press-xizmatni professionallashtirish va axborot siyosatini ishlab chiqish nazarda tutiladi. Ikkinchi daraja — kontent daraja bo'lib, bu darajada qanday mazmundagi axborot, qay tarzda va qaysi kanallar orqali tarqatilishi belgilanadi. Uchinchi daraja — muloqot daraja bo'lib, u fuqarolar, jurnalistlar va ommaviy axborot vositalari bilan bevosita va tizimli munosabatlar o'rnatishni o'z ichiga oladi.

Kontent strategiyasi nuqtai nazaridan prokuratura organlari uchun bir necha ustuvor yo'nalishlarni belgilash mumkin. Birinchi yo'nalish — ijobiy holatlarga oid yangiliklar va hikoyalar. Ko'pincha prokuratura faoliyatida fuqarolarga haqiqatan yordam berilgan, adolat o'rnatilgan holatlar mavjud, biroq bu haqda jamoatchilik xabarsiz qoladi. Bu kabi «muvaffaqiyat hikoyalari»ni muntazam ravishda yoritish organга nisbatan ishonchni oshirishning eng samarali usullaridan biri hisoblanadi. Ikkinchi yo'nalish — huquqiy savodxonlikni oshirishga qaratilgan tarbiyaviy kontentdir. Fuqarolarga o'z huquqlari va majburiyatlari haqida qisqa, tushunarli ma'lumotlar berish prokuraturaning ijtimoiy vazifasini kengaytiradi va uni «jazolovchi» emas «himoya qiluvchi» sifatida tasavvur etishga zamin hozirlaydi. Uchinchi yo'nalish — shaffoflik va hisobdorlik tamoyiliga asoslangan muntazam axborot berish: prokuratura faoliyatining statistikasi, amalga oshirilgan islohotlar va natijalari haqida ommaviy hisobotlar.

Raqamli platformalar bilan ishlash strategiyasida platformaning o'ziga xos xususiyatlarini hisobga olish muhim ahamiyat kasb etadi. Telegram kanali orqali qisqa, operativ xabarlar, yangiliklar va rasmiy bildirishnomaslar tarqatiladi; bu platforma O'zbekiston auditoriyasi uchun birinchi o'rindagi axborot manbaiga

aylangan. Instagram vizual kontent uchun mos bo'lib, prokuratura xodimlarining mehnati, tashkilot madaniyati va ijtimoiy loyihalar haqidagi rasmlar, qisqa videolar joylashtiriladi. YouTube platformasi orqali esa targ'ibot va tarbiya videolari, press-konferentsiyalar, intervyular va hujjatli materiallar keng auditoriyaga yetkaziladi. Har bir platforma uchun alohida kontent rejasi tuzish va tarqatish vaqtini optimallashtirish prokuratura PR xizmatining kasbiy darajasini ko'rsatadi.

Prokuratura va ommaviy axborot vositalari o'rtasidagi munosabatlarni tahlil qilganda, ikkala tarafning ham bir-biriga nisbatan aniq stereotiplari mavjudligi ma'lum bo'ladi. Jurnalistlar prokuraturani «yopiq va axborotdan qochuvchi» tashkilot sifatida tasavvur qilsa, prokuratura xodimlari OAVni ko'pincha «noxolis yoki salbiy yoritishga moyil» deb baholaydi. Bu o'zaro ishonchsizlik ikki tarafni ham zarar ko'rishiga olib keladi: prokuratura muhim ma'lumotlarini jamoatchilikka yetkazolmaydi, OAV esa ishonchli manbadan bahramand bo'lolmaydi.

Bu muammoni hal etishning samarali yo'li — prokuratura organlari va OAV o'rtasida tizimli hamkorlik mexanizmlarini o'rnatishdir. Press-turlar, maxsus brifinglar, jurnalistlar bilan muntazam uchrashuvlar va ular uchun yaratilgan axborot muhiti — bularning barchasi munosabatlarni yaxshilashning amaliy vositalaridir. Shu bilan birga, prokuratura press-xizmati jurnalistlarga ma'lumot so'raganda tezkor javob berishni ta'minlashi kerak, chunki kechiktirilgan yoki to'liq bo'lmagan javoblar ko'pincha noto'g'ri talqinlarga sabab bo'ladi.

Huquqiy targ'ibot yo'nalishida prokuratura organlari ommaviy axborot vositalari bilan maxsus dasturlar, rublika va ko'rsatuvlar tashkil etishi mumkin. Masalan, «Mening huquqlarim» yoki «Prokuratura tushuntiradi» rubrikasi TV kanallar yoki internet portallarda muntazam ravishda chiqib tursa, bu prokuraturaning jamoatchilik ongidagi obrazini ijobiy yo'nalishda o'zgartirishi mumkin. Bunday hamkorlik faqat prokuratura uchun emas, OAV uchun ham qimmatli kontentni ta'minlaydi — demak, bu o'zaro manfaatli hamkorlikdir.

Har qanday davlat organining PR faoliyatida krizis kommunikatsiyasi alohida o'rinni egallaydi. Prokuratura xodimi bilan bog'liq salbiy voqea yuz berganda, organningning umumiy imijiga zarar yetkazmaslik uchun zudlik bilan va o'ylangan kommunikatsion javob berish zarur. Bunda uchta asosiy tamoyilga rioya qilish lozim: tezkorlik, aniqlik va mas'uliyatni qabul qilish tayyor turi. Salbiy voqeaga sekin va noaniq munosabat bildirish yoki undan butunlay sukunat saqlash krizisni chuqurlashtiradi.

Salbiy kontentga nisbatan faol va konstruktiv munosabat bildirish prokuratura PR strategiyasining muhim qismini tashkil etishi kerak. Bu shuni anglatadiki, ijtimoiy tarmoqlarda prokuratura haqida noto'g'ri ma'lumot tarqalganda, press-xizmat buni e'tiborsiz qoldirmasligi, balki aniq va asoslangan javob berishi lozim. Bundan tashqari, odamlar to'g'risidagi mish-mishlar va noto'g'ri tasavvurlarni to'g'rilash uchun profilaktik kontent yaratish ham muhim — ya'ni voqea sodir bo'lishini kutmasdan, doimiy ravishda to'g'ri ma'lumotlar bilan jamoatchilikning ma'rifatini oshirib borish.

Prokuratura xodimlarining PR texnologiyalarini amalda qo'llash uchun zarur bo'lgan kommunikativ kompetentsiyani shakllantirish masalasi strategik ahamiyatga ega. Bugungi kunda kasbiy kompetentsiya tushunchasi faqat yuridik bilimlar bilan cheklanib qolmasligi, balki media bilan muloqot ko'nikmalari, ijtimoiy tarmoqlarda ishlash, jamoat oldida nutq so'zlash san'atini ham o'z ichiga olishi zarur.

Prokuratura tizimida kommunikativ kompetentsiyani rivojlantirish uchun maxsus o'quv dasturlarini joriy etish tavsiya etiladi. Bu dasturlar quyidagi yo'nalishlarni qamrab olishi lozim: media bilan ishlash asoslari va press-konferentsiya o'tkazish texnikasi; ijtimoiy tarmoqlarda kontent yaratish va auditoriya bilan muloqot; krizis kommunikatsiyasi va noxush vaziyatlarda xulq-atvor; ommaviy nutq va vizual imij menejimenti. Xorijiy tajribalar, xususan Germaniya va Yaponiya prokuratura tizimida PR faoliyat tashkil etish borasidagi yutuqlar, O'zbekiston prokuraturasi uchun foydali namuna bo'lishi mumkin.

4. XULOSA VA TAKLIFLAR (CONCLUSION / RECOMMENDATIONS)

Olib borilgan tadqiqot shuni ko'rsatdiki, prokuratura organlari xodimlarining ijobiy imijini shakllantirishda PR texnologiyalari muhim va zaruriy vosita hisoblanadi. Biroq PR texnologiyalarni tatbiq etish faqat tashqi ko'rinishni yaxshilashga qaratilgan sirt'an chora-tadbirlar majmui sifatida tushunilmasligi lozim. Asl ma'nodagi PR — bu tashkilotning ichki madaniyati, qadriyatlari va amaliy faoliyati bilan organik bog'liq kommunikatsion strategiyadir.

Tadqiqot natijalariga asoslanib, quyidagi nazariy xulosalar shakllantirildi. Prokuratura xodimining ijtimoiy imiji ko'p komponentli hodisa bo'lib, uning shakllanishida kasbiy malaka, axloqiy obro', ommaviy axborot vositalaridagi qiyofa va fuqarolar bilan bevosita muloqot tajribasi birgalikda ishtirok etadi. Bu komponentlardan birortasining zaiflashishi butun imij tizimiga salbiy ta'sir ko'rsatadi. Raqamli kommunikatsiya muhiti prokuratura organlariga an'anaviy PR usullaridan farqli o'laroq, auditoriya bilan bevosita va interaktiv muloqot imkonini beradi, biroq bu imkoniyatdan to'liq foydalanish uchun tizimli strategiya va kasbiy yondashuv talab etiladi. OAV va prokuratura o'rtasidagi munosabatlar ziddiyat emas, o'zaro hamkorlik mantig'i asosida qurilishi jamiyat manfaatlariga muvofiq keladi.

Amaliy takliflar sifatida quyidagilar tavsiya etiladi. Prokuratura Bosh prokuraturasiining matbuot xizmati tuzilmasini qayta ko'rib chiqish va PR mutaxassislari uchun alohida lavozimlar joriy etish tavsiya etiladi. Prokuratura organlarining ijtimoiy tarmoqlardagi akkauntlari uchun yillik kontent reja ishlab chiqish va uni muntazam amalga oshirish muhim hisoblanadi. Huquq fakulteti bitiruvchilarini prokuratura tizimiga tayyorlashda media kommunikatsiyasi kursini majburiy fan sifatida kiritish maqsadga muvofiq. OAV bilan hamkorlik shartnomasini institutsionallashtirish, ya'ni telekanal va gazetalar bilan rasmiy kelishuvlar tuzish PR faoliyatning barqarorligini ta'minlaydi. Yiliga bir marta prokuratura xodimlari uchun maxsus media-mashg'ulotlar (media-training) o'tkazish

ham ustuvor vazifa sifatida belgilanishi kerak. Krizis kommunikatsiyasi protokolini ishlab chiqish va uni barcha xodimlar bilan tanishtirib qo'yish tashkiliy tayyorgarlikning zaruriy sharti hisoblanadi.

Ushbu takliflarning amalga oshirilishi prokuratura organlarining jamoatchilik bilan munosabatlarini sifat jihatidan yangi bosqichga ko'taradi, fuqarolarning organga bo'lgan ishonchini mustahkamlaydi va oxir-oqibatda davlat boshqaruvining samaradorligini oshirishga hissa qo'shadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR (REFERENCES)

[1] Lippmann W. Public Opinion. New York: Harcourt, Brace and Company. 1922. P.42.

[2] Moscovici S. The phenomenon of social representations. In: Farr RM, Moscovici S, editors. Social representations. Cambridge: Cambridge University Press; 1984. p. 3-69.

[3] Goffman E. The Presentation of Self in Everyday Life. New York: Doubleday; 1959.

[4] Veber M. Politicheskie raboty, 1895—1919 = Gesammelte Politische Schriften, 1895—1919 / Per. s nem. B. M. Skuratova; poslesl. T. A. Dmitrievoy. — M.: Praksis, 2003. -S.77.

[5] Grunig J.E. Image and substance: From symbolic to behavioral relationships.//Public Relations Review, 19(2), 121-139. DOI: 10.1016/0363-8111(93)90003-U

[6] Entman R.M. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm.//Journal of Communication. 1993; 43(4), P.51-58.

[7] Rahimova F. Imijni shakllantirish muammosining tarixiy asoslari.//O'zbekistonda xorijiy tillar — Ilmiy-metodik elektron jurnal. 2016, №4 (12). -B.162-169.

[8] Qosimova N., Rahimova F. Nodavlat notijorat tashkilotlar imijini shakllantirish: nazariya va amaliyot. O'quv-amaliy qo'llanma. — T., Jurnalistlarni qayta tayyorlash markazi. 2015. -B.14.

[9] Muhammadjonova L.A. Davlat xizmatchisi etikasi va imiji. T.: «Universitet», 2017. -X.155.

[10] Do'stmuhammad X. (X.Do'stmuhammedov). Axborot — mo'jiza, joziba, falsafa / X.Do'stmuhammad; mas'ul muharrir F.Mo'minova. — Toshkent: Yangi asr avlodi, 2013.