SHAPING PUBLIC OPINION THROUGH MEDIA DIALOGUE WITH CITIZENS

Khasanova Khurshida Khasanovna

Independent Researcher (PhD), Academy of Public Administration under the President of the Republic of Uzbekistan

Abstract: This article discusses the role and importance of the media in shaping and strengthening the social image of civil servants. The impact of professional skills, moral qualities, communication culture, responsibility and effective communication with the public on the social image of civil servants is analyzed. Special attention is also paid to the opportunities of traditional media, new media and digital communications to ensure openness and transparency of the activities of state bodies, increase citizens' trust in public administration and strengthen cooperation between the state and society. The article substantiates the importance of such principles as humanity, honesty, professional ethics and openness of information in shaping a positive image of civil servants. Scientific and practical recommendations are also presented to shape public opinion through the media and present a positive image of civil service.

Keywords: civil service, social image, mass media, new media, digital communication, public opinion.

ОАВ НИНГ ФУҚАРОЛАР БИЛАН МУЛОҚОТИ ОРҚАЛИ ИЖТИМОИЙ ФИКРЛАРНИ ШАКЛЛАНТИРИШ

Ҳасанова Хуршида Ҳасановна

Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат сиёсати ва бошқаруви академияси мустақил тадқиқотчиси “PhD”

Аннотация: Мазкур мақолада давлат фуқаролик хизматчиларининг ижтимоий имиджини шакллантириш ва мустаҳкамлашда оммавий ахборот воситаларининг ўрни ҳамда аҳамияти ёритилган. Давлат хизматчиларининг касбий маҳорати, ахлоқий фазилатлари, муомала маданияти, масъулияти ва жамоатчилик билан самарали мулоқотининг ижтимоий имиджга таъсири таҳлил қилинган. Шунингдек, анъанавий оммавий ахборот воситалари, янги медиа ва рақамли коммуникацияларнинг давлат органлари фаолияти очиқлиги ва шаффофлигини таъминлаш, фуқароларнинг давлат бошқарувига бўлган ишончини ошириш ҳамда давлат ва жамият ўртасидаги ҳамкорликни мустаҳкамлашдаги имкониятларига алоҳида эътибор қаратилган. Мақолада давлат хизматчиларининг ижобий имиджини шакллантиришда инсонийлик, ҳалоллик, касбий этика ва ахборот очиқлиги каби тамойилларнинг аҳамияти асослаб берилган. Шунингдек, оммавий ахборот воситалари орқали жамоатчилик фикрини шакллантириш ва давлат хизматининг ижобий қиёфасини намоён этишга қаратилган илмий-амалий тавсиялар баён этилган.

Калит сўзлар: давлат фуқаролик хизмати, ижтимоий имидж, оммавий ахборот воситалари, янги медиа, рақамли коммуникация, жамоатчилик фикри.

Давлат фуқаролик хизматчиларининг ижтимоий имиджи шаклланишида оммавий ахборот воисталари муҳим аҳамият касб этади. Бу бевосита сиёсий ва ижтимоий йўналишлардаги доимий кўрсатувлар, илмий мақолалар орқали касбий маҳоратини номоён этувчи таҳлилий жараёнларда ҳам гувоҳ бўлишимиз мумкин. Давлат хизматчиси бу албатта ўз номи билан давлат хизматчиси яъни давлат мақомини ўзида мўжассам этиш ва уни кўрсата билиш деганидир.

Мисол тариқасида кўрсатиб ўтсак, прокуратура соҳаси вакиллари билан бўлган жонли мулоқот жараёнида уларнинг нафақат ташқи кўриниши

ёки жиддийлиги қолаверса ҳар бир жумласи оҳанги, ва уни талқин қилиш ҳолати, услуби энг муҳими ишончлилиги, ишонч ва қаътият бирлашганлиги айнан имиджнинг муҳим шаклланганлигидан дарак беради. Агар айнан юқоридагилар уларда акс этмаса хатто гапираётган сўзлар ўз таъсирини йўқотади. Давлат хизматчиси нафақат ишда қолаверса уйда жамоат манзилларида, умуман жамиятда ўз ўрни билан бирга ишончи ҳамда ишончни уйғота олиши ва бунда ҳаққонийлик мустаҳкам бўлиши керак.

Биргина “Муносабат” кўрсатувидаги жараённи таъсвирлаб берсам: фуқаро мурожаати асосида ўтказилган сўровнома ҳамда онлайн саволларга давлат хизматчиси ўз ваколатидан келиб чиқиб, айнан муоммали шахсни нафақат у тубликдан чиқариши қолаверса тўғри йўналиш берганлигини ҳамда ўз касб одоби инсонийлик қиёфаси ила фуқарода аввало ишончни уйғотганлигига гувоҳ бўлишимиз мумкин. Агар давлат хизматчисида билим ва савия ҳамда кўникма бўлсаю, унинг шахс одоби, маданияти бўлмаса жамиятда ўз муҳрини қуя олмайди. Аслида ҳар бир давлат хизматчисининг елкасидаги асосий мезон бу инсонийлик тамойиллари. Буни эса бевосита оммавий ахборот воситалари яққол номоён қилиб беради. Маълум бир кичкина ролик, қисқа метражли лавҳа орқали хатто қаҳрамоннинг ички оғриқларидан тортиб, савияси ҳамда фаросатини сезиш мумкин. Давлат хизматчисининг мақомини бугун кенг жамоатчилик тез илғай олади. Уни ёркин ва шаффофлик билан кўрсатиб бериш ОАВ ларининг асосий вазифаларидан. Келинг бунга шундай тарзда таъриф берамиз.

Ҳозирда жаҳон миқёсида давлат фуқаролик хизматчиларининг ижтимоий имиджини тадқиқ қилиш ҳамда шакллантириб ва мустаҳкамлаш масалаларига алоҳида эътибор қаратилмоқда. Зеро Давлат хизматчисининг имиджи нафақат бир шахс ва албатта давлат имиджи қолаверса келажагини белгилаб беради.

Хорижий давлатларда ўтказилган кўпгина тадқиқотларда келтирилишича, ўз имиджига эга бўлган шахслар халқаро муносабатларда

ўзини жуда тушунарли тарзда ҳаракатлари билан намоён қилади. Ва шунингдек давлат фуқаролик хизматчисининг имиджи нафақат унинг шахсий фазилатлари, балки давлат органларига бўлган жамоатчилик ишончига бевосита ҳамда билвосита таъсир кўрсатади. Асосий қисмлардан ушбу сифатларни мисол тариқасида келтириш мумкин.

Касбий билим ва малака:

Ҳалоллик ва тўғрилик:

Муносабатлардаги муомила:

Маданият ва этика:

Маъсулият ва интизом:

Ички ва ташқи маданият:

Жамоатчилик билан киришимлилик:

Самарали мулоқот:

Булар албатта давом этиши мумкин. Давлат фуқаролик хизматчиларининг ижтимоий имиджи бу бутун бир давлат имиджи ҳисобланади. Олимларининг таъкидлашича, давлат хизматчиларининг ижобий имиджи фуқароларнинг давлат бошқаруви самарадорлигини таъминлайди ҳамда давлат ва жамият ўртасидаги муносабатларни мустаҳкамлайди. Шунинг учун ҳам давлат хизмати тизимида хизматчиларнинг касбий ва ахлоқий қиёфасини юксалтириш муҳим аҳамиятга эгадир.

Мамлакатимизда бир нечта олимларнинг илмий ишларида давлат хизматчиларининг ижтимоий имиджини шакллантиришдаги муоммолари, улардаги шахслараро муносабатлар ва психологик ва ижтимоий муҳит, атрофдагиларнинг давлат хизматчисига таъсири, маълум бир қолипда ҳаракатланиш каби жиҳатлар устида ишланган. Лекин бу ўрганишларга

қарамай, давлат хизматчиси мақоми ва унинг шахсий кўрсаткичлари паст ҳамда маълум бир боғлиқликлар йўқ амалий ишлов деярли бажарилмаган. Натижадорлик эса паст кўрсаткичларда сақланиб қолинган.

Шундай экан, бугун оммавий ахборот воситалари билан давлат хизматчиларининг узаро боғлиқлиги ва ҳамкорлиги жуда муҳим. Айниқса бугун очиқлик ва шаффофлик устувор мамлакатда давлат фуқаролик хизматчиларининг ижтимоий имиджи яққол номоён бўлиб туриши муҳим аҳамият касб этади. Хўш нега ижтимоий имидж муҳим?

Касбий салоҳиятни кўрсатиш;

Миллий қадриятни сақлаш;

Одоб ва аҳлоқга риоя қилиш;

Касб ва шахсий ҳаёт чегарасини боғлаш;

Сўз ва фикрни ҳамоҳанг ушлаш;

Касбий маҳорат ва урнакни бериш;

Жамоатчилик билан яқинликни бирлаштириш;

Ўз миссиясини жамият билан ҳамоҳанг тутиш;

Бу каби мисол ва асл моҳиятни узоқ давом эттириш мумкин. Кўриниб турибдики, ҳар қандай давлат ташкилотида фаолият юритаётган давлат хизматчиси аввало, ўз миссиясини ташкилот миссияси билан бир текстда ушлай олиши ва ўзининг ижтимоий имиджини кўрсата олиши муҳим масалалардан.

Оммавий ахборот воситаларидаги чиқишлари орқали давлат хизматчилари нафақат касбий қолаверса шахсий имиджини ҳам кўрсатиб қуяди. Чунки ҳар қандай саволга тўғри берган тақдирда ҳам ўз имиджини кўрсата олмаса у жавоб қониқарли бўлмайди. Бунинг учун ҳам албатта, тинимсиз меҳнат талаб этилади.

Ижтимоий имиджга беписанд қараб бўлмайди. Халқаро майдонлар буни яққол исботлаб турибди. Эътибор қилиб қарайдиган бўлсак, хатто кўз қарашлар кўпгина жавобни англатиб турадиган давлат хизматчиларини кўришимиз мумкин. Шундай экан, бизнинг умуман барча давлат фуқаролик хизматчиларининг ижтимоий имиджи бу нафақат маҳаллий қолаверса халқаро йўлда жуда катта аҳамият касб этади. Албатта бунда оммавий ахборот воситаларининг ўрни ва афзаллиги ҳар қачонгидан ортган. Давлат хизматчиларига бевосита ОАВ воситалари нафақат кўмак қолаверса, урнак вазифасини ўташи лозим. Бунинг учун эса айнан шу йўналишда кўплаб кенг қамровли чиқишлар ва кўрсатувлар саноқли эмас, моҳиятдан кўчли ва савияли кўпироқ жонланиши зарур.

Чунки асосий вазифа турибди бу Оммавий ахборот воситаларининг фуқаролар билан мулоқоти орқали ижтимоий фикрларни шакллантириш.

Мулоқот жараёни ҳамиша натижа берган. Мулоқот, тинглаш ҳамда тушуниш масаланинг асл моҳиятини очиб беради. Энг биринчи ўринда инсонларнинг эркин ва ишонч билан гапиришларига йўл қўйиб бериш. Чунки фикрлар тўкилсагина асл мақсадни аниқлаш ва унга кўра вазиятга баҳо бериш мумкин. Вазият ойдинлашса, муоммо ёки тушунмовчилик бартараф бўлади. Ижтимоий имидж ўз-ўзидан мулоқот жараёнида шаклланиб боради.

Аслида ҳар қандай муомманинг замирида ижтимоий фикрнинг йўқлиги, ўзини тўғри акс эттира олмаслик туради. Бунда эса юқорида таъкидлаб ўтганимиздек, оммавий ахборот воситаларининг ва давлат фуқаролик хизматчиларининг узаро ҳамкорлиги туради. Албатта, бу икки йўналишни қадриятлар боғлаб туради. Чунки қадриятлар келажакга хизмат қиладиган асосий куч ҳисобланади. ҳар бир давлатнинг ўз йўли ва олиб бораётоган ислоҳотларига ушбу йўналишлар боғлиқ ва таалуқлидир.

Давлат фуқаролик хизматчисининг ижтимоий имиджини шакллантиришда оммавий ахборот воситалари, янги медиа ва рақамли коммуникациялар таъсирининг назарий-методологик асослари, уларнинг давлат бошқаруви самарадорлиги, фуқароларнинг давлат органларига бўлган ишончи ҳамда ижтимоий капитални мустаҳкамлашдаги аҳамияти комплекс илмий ёндашув асосида таҳлил қилиб ўрганишга бағишланган. Шунингдек, давлат фуқаролик хизматида оммавий ахборот воситалари стратегик коммуникация, медиаменежмент, ахборот сиёсати ва имидж технологияларини такомиллаштиришнинг илмий-амалий механизмларини ишлаб чиқишга хизмат қилади.

Асосий мақсад давлат хизматчилари фаолиятининг очиқлиги, шаффофлиги ва ҳисобдорлигини таъминлаш, давлат органлари билан жамоатчилик ўртасидаги ўзаро ишончни мустаҳкамлаш, давлат хизматининг ижобий брендини шакллантириш ҳамда бугун замонавий медиамаконда давлат бошқарувининг самарадорлигини оширишга қаратилган илмий тавсияларни ишлаб чиқиш имконини беради.

Ушбу тавсиялар натижали ҳаракатлар кенг жамоатчиликка ҳам ўз таъсирини ўтказмай қўймайди. Демак кўриниб турибдики, оммавий ахборот воситалари нафақат кўмак беради, бевосита ижтимоий муҳит ва имиджни шакллантиришга ҳисса қўшади ва яратади.

ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР

1. Алимов Б.С. Ўзбекистоннинг медиа маконидаги имижи: монография. – Тошкент: Education-Media, 2020.
2. Алимов Б.С. Медиа маконида миллий манфаатлар. – Тошкент, 2024.
3. Алимов Б.С. Давлат органлари билан алоқалар. Ўқув қўлланма. – Тошкент, 2024.
4. Қосимова Н. Нодавлат нотижорат ташкилотлари ва ОАВнинг фуқаролик жамиятини ривожлантиришдаги ўрни.

Тошкент, 2015.
6. Қосимова Н., Раҳимова Ф. Нодавлат нотижорат ташкилотлари имижини шакллантириш: назария ва амалиёт. – Тошкент, 2015.
7. Erving Goffman. The Presentation of Self in Everyday Life. New York: Anchor Books, 1959.
8. James E. Grunig, Todd Hunt. Managing Public Relations. Holt, Rinehart and Winston, 1984.
9. James E. Grunig (ed.). Excellence in Public Relations and Communication Management. Lawrence Erlbaum, 1992.
10. Dennis L. Wilcox, Glen T. Cameron. Public Relations: Strategies and Tactics. Pearson.