

INQIROZLI VAZIYATLARDA PR STRATEGIYASINI YARATISH

Ostanova Muxlisa Abdulla qizi

E-mail: ubaydullayevamuxlisa@gmail.com

Telefon raqami: +998337059797

Annotatsiya: Ushbu tezisda PR strategiyasining o'ziga xos jihatlari takidlab o'tilgan. Shuningdek, inqirozli vaziyatlarda muvaffaqiyatli PR strategiyasini tuzish haqida batafsil tushuncha beriladi.

Kalit so'zlar: PR, inqirozli PR, kommunikatsiya, media-xaos, boshqaruv.

Bugun hayotning o'zi ommaviy axborot vositalari oldiga fikrlar xilma-xilligi, mamlakatimiz va xorijda ro'y berayotgan voqealarni hisobga olgan holda, xalqimiz tomonidan amalga oshirilayotgan islohotlarning ochiq va oshkoraligini yanada to'liq ta'minlash vazifasini qo'ymoqda. Kibernetika asoschisi Norbert Viner ta'kidlashicha: "Axborot almashinuvi bu jamiyatni birlashtiruvchi segment"¹. Kommunikatsiya subyekt-obyekt aloqasi bo'lib, unda subyekt ma'lum axborotni uzatadi, obyekt esa axborotning passiv qabul qiluvchi sifatida namoyon bo'ladi. Uning vazifasi axborotni qabul qilish, tushunish, yaxshi anglash va shu axborotni inobatga olib, harakatlanishdan iborat. Bu jarayonda inqirozli vaziyatlar bo'lishi tabiiy. Inqirozni to'satdan yuz beradigan vaziyat, darhol munosabat bildirish talab etiladigan hodisa, bir me'yordagi kundalik hayotni muvozanatdan chiqaradigan holat, nufuzga xavf tug'diradigan sabab² deb ta'riflashimiz mumkin.

Inqirozni samarali boshqarishda PR tadbirlari ushbu to'rtta asosiy omilga tayanadi:

- Yaxshi belgilangan korporativ siyosat va inqirozni boshqarish xaritasini tuzish.
- Inqirozni bartaraf etishga jalb qilish uchun xodimlarga javobgarlikni berish.
- Tezkor munosabat bildirish uchun xodimlarni tayyorlash va ular bilan barcha zarur yo'llarni ko'rib chiqish.
- Aloqa tizimini yaratish va uni jihozlash.

Bular inqirozli vaziyat va uning salbiy oqibatlarini keskin minimallashtirishga yordam beradi. Mutaxassislar jamoasi ichida o'qitilgan, inqirozni boshqarish uchun bilim, malaka va professionallikka ega amaliyotchilar doimo tayyor bo'lmog'i zarur. Inqirozga tayyorgarlik ko'rish uni oldindan rejalashtirishni anglatadi. Inqirozli vaziyatlarda PR ni rejalashtirish quyidagi bosqichlarda amalga oshiriladi:

- Yuz berishi mumkin bo'lgan eng yomon inqirozli vaziyatlar ssenariylarni taxmin qilish.
- Inqirozni boshqarish rejasini tayyorlash.

¹ https://enc.for.uz/wiki/Norbert_Wiener

² <http://nhrc.uz/oz/news/inqirozga-qarshi-pr-yoki-inqirozli-vaziyatlarda-spindoktoring-nima>



3. Auditoriya oldida voqea uchun tashvish bildirish va mas'uliyatni o'z bo'yniga olishga tayyor bo'lish.

4. Hodisa haqida ma'lumot tarqatayotgan birinchi axborot manbasini topish. Ular oldida inqiroz uchun mas'ul organ sifatida korporativ huquqlarini qat'iy qo'ya bilish.

5. Vaziyatni yoritishda ommaviy axborot vositalaridan samarali foydalanish.

6. Inqiroz boshlanganda tashkilotda yaxshi jihozlangan favqulodda nazorat xonasini tashkil qilish.

7. Qo'ng'iroqlarni boshqarish uchun ishonch telefonlarini 7/24 rejimiga o'tkazish, va suhbatlarni yozib olib saqlash.

8. Inqirozga aloqador bo'lganlar, jabrlanganlar va guvohlar bilan aloqa o'rnatish.

9. Inqirozga "obyektiv, obro'li organlar" ni jalb qilish. Bu ishonchni yuzaga keltiradi.

10. Muloqot paytida yumshoq, kamtar, rostgo'y, adolatli, aniq va xavotirda ekanligingizni ko'rsatish.

11. Inqirozli PR rejasini tuzayotganda tashqi mustaqil konsalting xizmatlarini jalb qilish.

12. Inqiroz oxirida vaziyatni ko'rib chiqish, baholash va tajribalardan xulosalar chiqarishga qodir bo'lish.

Inqirozlar paytida ommaviy axborot vositalarida betartiblikni boshqarish samarali aloqa, inqirozni boshqarish usullari va manfaatdor tomonlar bilan aloqalarni birlashtirgan strategik yondashuvni talab qiladi. Media xaosini samarali boshqarish uchun tashkilotlar foydalanishi mumkin bo'lgan harakatlar ketma-ketligini ko'rib chiqamiz :

- Inqiroz paytida internet brauzerlari, ijtimoiy tarmoqlar, ommaviy axborot vositalarining so'rovlarini ko'rib chiqish va ma'lumotlarni tarqatish uchun aniq aloqa protokollari va buyruq zanjirlarini ishlab chiqish.

- Inqirozga oid yangiliklarni, ijtimoiy tarmoqlardagi munozaralarni va jamoatchilik fikrini kuzatish uchun mas'ul vakil yoki jamoani tayinlash.

- Ommaviy axborot vositalarining voqea bo'yicha taxminiy hikoyalarini va paydo bo'lgan muammolar yoki tashvishlarni hal qilish uchun faol javoblarni tayyorlash.

- Inqirozning sabablari, ta'siri va yumshatish bo'yicha harakatlar to'g'risida ommaviy axborot vositalari va jamoatchilikka oshkoralikni birinchi o'ringa qo'yish va o'z vaqtida yangilab turish.

- Ommaviy axborot vositalari bilan baham ko'rilgan ma'lumotlarning to'g'riligini, haqiqatni tekshirilishini va ishonchliligini saqlash uchun ilmiy dalillar bilan tasdiqlanishini ta'minlash.



- Turli auditoriyalarga yetib borishi va axborotni samarali tarqatish uchun an'anaviy ommaviy axborot vositalari, ijtimoiy media platformalari, veb-saytlar va jamoat forumlarini o'z ichiga olgan turli xil aloqa kanallaridan foydalanish.

- Asosiy suhbat nuqtalarida izchillikni saqlab, har bir kanal va auditoriyaga mos keladigan maxsus xabarlar yaratish.

- Matbuot vakillari va asosiy xodimlarni ommaviy axborot vositalarining samarali aloqa usullari, inqirozli xabarlar va jurnalistlarning qiyin savollari bilan ishlashga o'rgatish.

- Hamdardlik, javobgarlik va inqirozli vaziyatni hal qilish majburiyatini yetkazadigan asosiy xabarlar va suhbat nuqtalarini ishlab chiqish.

- Inqiroz bilan bog'liq mish-mishlar, noto'g'ri ma'lumotlar va yolg'onlarni aniqlash uchun ijtimoiy media platformalari va onlayn forumlarni kuzatib borish.

- To'g'ri yoki noto'g'ri ma'lumotlarga zudlik bilan javob berish, tushuntirishlar berish va ishonchli manbalar orqali aniq ma'lumotlarni mustahkamlash.

- Aloqa strategiyalarining samaradorligini doimiy ravishda baholash va kerak bo'lganda taktikani ommaviy axborot vositalarida yoritish, manfaatdor tomonlarning fikri va rivojlanayotgan holatlar asosida sozlash.

- O'tgan inqirozlardan o'rganish va olingan saboqlarni kelajakdagi inqirozli vaziyatlarga tayyorgarlik rejalariga qo'shish. Ushbu usullarni qo'llash orqali tashkilotlar ekologik inqirozlar paytida ommaviy axborot vositalarida betartiblikni samarali boshqarishi, obro' – e'tiborga putur yetishi xavfini kamaytirishi va ularning javob harakatlariga jamoatchilik ishonchini saqlab qolishi mumkin.

