

SAYLOV JARAYONIDA SIYOSIY PR TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISH

Muxlisa Abdullayeva,
O'zDJTU Xalqaro jurnalistika
fakulteti 4-bosqich talabasi

Anotatsiya. Ushbu maqolada saylov jarayonlarida qo'llaniladigan PR texnologiyalarini yaratishda manipulyatsiyon holatlariga doir tadqiqotchilarning qarashlari tahlilga tortilgan. Saylov jarayonlari ilmiy-nazariy jihatdan yoritilgan. Zamonaviy saylov texnologiyalari chuqur tahlilga tortilgan.

Kalit so'zlar: partiya, saylov, siyosiy PR, kompaniya, texnologiya, ijtimoiy tadqiqotlar, strategiya, imij.

Аннотация. В данной статье анализируются взгляды исследователей на случаи манипуляций при создании PR-технологий, используемых в избирательных процессах. Избирательные процессы объяснены с научной и теоретической точки зрения. Современные избирательные технологии подвергаются углубленному анализу.

Ключевые слова: партия, выборы, политический пиар, компания, технология, социальные исследования, стратегия, имидж.

Annotation. Researchers' views on manipulation cases in the creation of PR technologies used in election processes are analyzed In this article. Electoral processes are explained from a scientific and theoretical point of view. Modern election technologies are subjected to in-depth analysis.

Keywords: party, election, political PR, company, technology, social research, strategy, image.

KIRISH

Hozirgi davrda siyosiy manfaatlarga mos ravishda jamiyatda kechayotgan ijtimoiy-siyosiy jarayonlarni boshqarish va nazorat qilishda turli siyosiy texnologiyalardan foydalanish muhim ahamiyat kasb etmoqda. Siyosatshunoslikda siyosiy texnologiya termini o'rganila boshlaganiga ko'p bo'lgani yo'q. Siyosiy texnologiyalarning qo'llanilishi uzoq o'tmishga borib taqaladi, chunki, har qanday siyosiy jarayon ma'lum bir texnologiyalar asosida amalga oshiriladi. Siyosiy texnologiyalar ilgari tizmsiz tarzda qo'llanilgan bo'lsa, ya'ni u yoki bu texnologiyaning aniq mexanizmlari yaratilmagan, bu texnologiyalarga tizimli ravishda yondashish keyingi yillarda rivojlanib bormoqda. Adabiyotlarda siyosiy texnologiyalar

bilan bevosita bog‘liq bo‘lgan “zamonaviy siyosiy texnologiyalar”, “geosiyosiy texnologiyalar”, “global siyosiy texnologiyalar”, “saylov texnologiyalari”, “lobbistik texnologiyalar”, “qora texnologiyalar” va “reklama texnologiyalari” kabi kategoriyalar uchraydi. Shuningdek, “ijtimoiy texnologiyalar”, “siyosiy marketing”, siyosiy maslahat kabi mazmun jihatdan bir-biriga yaqin tushunchalar ham mavjud.

ADABIYOTLAR SHARHI VA METODLAR

“Siyosiy texnologiyalar” tushunchasi siyosiy jarayonlarga ta’sir etishda qo‘llaniladigan uslublar yig‘indisi sifatida qaralgan. Mazkur tushunchaga ko‘plab olimlar tomonidan berilgan ta’riflarni quyida tahlil qilamiz. Siyosatshunos olim A.I.Solovevning fikricha, siyosiy texnologiyalar muayyan makon va zamonda subyektning o‘z maqsad va vazifalarini eng qulay va samarali amalga oshirishga mo‘ljallangan hamda ketma-ket qo‘llaniladigan faoliyatining usul, chora-tadbir va yo‘llarini o‘zida umumlashtiradi. Bundan tashqari, siyosiy texnologiyalar siyosat subyektiga hokimiyat bilan bog‘liq aniq vazifalarni hal etishda zarur bo‘lgan muayyan bilim va ko‘nikmalar yig‘indisi bo‘lib, uni siyosiy marketing deb nomlash mumkin. Taniqli nemis olimi M.Veberning ta’kidlashicha, “siyosiy kurash jarayonlarida faqat siyosatchilargina asosiy o‘rinda turmaydi, balki ularning ixtiyorida bo‘lgan yordamchi vositalar muhim ahamiyatga ega bo‘ladi. Ushbu fikrga qo‘shilgan holda, siyosiy jarayonlarga ta’sir ko‘rsatishda yordamchi vositalar (OAVlari, axborot-kommunikatsion va siyosiy texnologiyalar)ning roli oshib borayotganligini ko‘rsatish mumkin. Shu bilan birga siyosiy jarayonlarning rivojlanishida siyosiy yetakchilarning o‘rni avvalgi davrlarga qiyoslaganda nisbatan pasaymoqda, siyosiy ustunlikka erishish siyosiy texnologiyalarni qaysi darajada qo‘llashga ham bog‘liq bo‘lib qolmoqda. V.V.Demidchenkoning fikricha, siyosiy texnologik jarayonda asosiy ta’sir obyekti doimo insonlar bo‘lib, asosiy harakatlantiruvchi siyosiy kuchdir. “Siyosiy texnologiyalar–insonlarga ta’sir etib siyosiy xulq-atvorini hal etishning yo‘llari, usullari va tadbirlari majmuidir”. [1]

MUHOKAMA VA NATIJALAR

Saylov texnologiyalari saylovchilarning elektoral muammolariga ta’sir ko‘rsatish va o‘z ovozlarni ma’lum nomzodga berishga undash maqsadida ularga ta’sir ko‘rsatish va o‘z ovozlarni ma’lum nomzodga berishga undash maqsadida ularga ta’sir ko‘rsatish usullari yig‘indisi ko‘rinishidagi siyosiy texnologiyalatning o‘ziga xos shakli sifatida belgilash mumkin. Saylov texnologiyalarining siyosiy jihati saylovchilarni ijtimoiy-psixologik da’vat etish, ularning ishonchi, qadriyatlati, qiziqishlari, intilishlari, orzu-istaklariga murojaat qilishdan iborat. Kishilarning elektoral fe’l-atvitiga ta’sir ko‘rsatib, ularni biror bir nomzodga ovoz berishga undash maqsadida qo‘llaniladigan vositalar yig‘indisi saylov texnologiyalari deb ataladi. [2]

PR siyosat maydonidagi nomzodlarga juda kerakli ma'lumotlarni olishda yordam beradi. Siyosiy boshqaruvda rahbar doimo katta hajmdagi axborotlarni qabul qilishga ehtiyoj sezadi. Ayrim manbalarda keltirilishicha bu kabi vaziyatlarda ma'lumot olishda PR taktikalaridan foydalanishdan samaraliroq vosita mavjud emas.

Siyosiy PR da asosiy vazifa saylovda ma'lum miqdordagi ovozlarini to'plash va PR kampaniyasini imkon qadar tezroq amalga oshirish bo'ladi. O'z navbatida siyosiy PR quyidagi tadbirlarni o'z ichiga oladi:

- saylovoldi tashviqotini tashkil etish va o'tkazish.
- ijtimoiy tadqiqotlar.
- kampaniya strategiyasini ishlab chiqish.
- nomzodning imijini qo'llab-quvvatlash.
- aksiyani ijodiy qo'llab-quvvatlashni rivojlantirish.
- saylov kampaniyasini huquqiy ta'minlash.
- tashqi monitoring.
- mahalliy va mintaqaviy ommaviy axborot vositalarini jalb qilish.
- ommaviy axborot vositalarida maxsus sonlar va qo'shimchalar, shu jumladan televediniya va radio dasturlarda chiqishlar qilish.
- raqobatdosh partiyalar va nomzodlarning PR-xizmatlariga qarshi axborot kurashini olib borish.
- vizual tashviqotni tayyorlash va ishlab chiqarish: tashqi reklama vositalaridan foydalaniladi-bilbord reklama, varaqalar, plakatlari, bannerlar, flayerlar va boshqalar.
- siyosiy va jamoat tashkilotlari bilan ishlash.
- maxsus tadbirlarni o'tkazish. [3]

XULOSA

Xulosa o'rnida ta'kidlash mumkinki, hozir O'zbekistonda ham PR xizmatining ko'rinishlari juda ko'p. Masalan, uy oldi-sotdisi bilan shug'ullanayotgan firmalar va alohida bozorlar mavjudligini piarmentlar xizmatiga qiyoslasak bo'ladi. Shuningdek, yuqorida ta'kidlaganimizdek, mamlakatimizda turli vazirliklar, tashkilotlar huzurida axborot xizmati faoliyatining yo'lga qo'yilganligi ham fikrimizning yaqol isboti.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Головин Ю.А Григорьев П.В., Шенников М.А Новые политические технологии в современной России: монография.-М.: Изд-во Моск. гуманитар. ун-та, 2009.— 205с.
2. Демиденко В.В Понятие политической технологий: сущность, формы и виды // Власть.— Москва: 2015 №12.— С.140.
3. Механизм функционирования PR в политике // Актуальные проблемы науки: ИГУМО и ИТ как исследовательский центр. 2013. Т. 2. № 1. -С. 160. 3.