

ЎЗБЕКИСТОНДА ЭКОЛОГИК PR РИВОЖЛАНИШ ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ

Шразова Мухаббат Кадирбергеновна

Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети ахборот хизмати ва жамоатчилик билан алоқалар мутахассислиги 2 босқич магистранти

Аннотация: Ушбу мақолада экологик PR таҳлили амалга оширилган. Унинг асосий мақсади экологик кун тартибидан келиб чиққан ҳолда ташкилот ва жамият ўртасида ҳар томонлама ўзаро манфаатли алоқа ўрнатиш. Атроф муҳитни муҳофаза қилиш – бу жамоа бўлиб ҳал қилинадиган масала ҳисобланади. Бугунги куни дунё атроф муҳит ёмон таъсир қиладиган ҳар муаммолар билан тўқнош келмоқда. Мақолада контент таҳлили асосида Ўзбекистондаги ташкилотларнинг экологик ҳолат ва табиатга салбий таъсирни камайтиришга қаратилган PR кампанияларни тадқиқ қилинган.

Калт сўзлар: Экологик PR, экологик муаммолар, экологик хабардорлик, ижтимоий рекламалар, ижтимоий роликлар, медиа макон.

Annotation: In this article, an ecological PR analysis is carried out. Its main goal is to establish a mutually beneficial relationship between the organization and society based on the environmental agenda. Environmental protection is a collective issue. Today, the world is faced with all kinds of problems that affect the environment. Based on content analysis, the article researches the PR campaigns of organizations in Uzbekistan aimed at reducing the negative impact on the environment and nature.

Key words: Environmental PR, environmental problems, environmental awareness, social advertising, social videos, media space.

Аннотация: В данной статье проводится анализ экологического PR-анализ. Его основная цель – установление взаимовыгодных отношений между организацией и обществом на основе экологической повестки дня. Защита окружающей среды является коллективным вопросом. Сегодня мир сталкивается со всевозможными проблемами, которые влияют на окружающую среду. На основе контент-анализа в статье исследуются PR-

кампании, организованные различными компаниями Узбекистана, направленные на снижение негативного воздействия на окружающую среду и природу.

Ключевые слова: Экологический PR, экологические проблемы, экологическое сознание, социальная реклама, социальные видеоролики, медиaprостранство.

Атроф-мухит билан боғлиқ муаммолар ёр юзида ўтган асрнинг иккинчи ярмида пайдо бўла бошлади. Мана шу вақтлардан бошлаб табиатнинг ифлосланиши масалалари глобал характерга эга бўлди. Бирлашган Миллатлар ташкилотининг хулосаларига кўра 2022 йилдан табиат фавқулодда ҳолатда қолмоқда[1].

Замонавий илмий-таҳлилик адабиётларда чет давлатлари компанияларда экологик PR таъсирчанлиги ва мазмуни масалалари ҳар томонлама тадқиқ қилинган[2].

А.Д. Кривоносов экологик PR ни коммуникацион техника ва технологиялар системаси деб таъкидлайди, экологик лойиҳалар амалга ошираётган ёки экологик муаммо бўйича ижтимоий фикрни шакллантираётган ижтимоий субъектнинг таъсирчан ижтимоий коммуникация яратишга қаратилган ҳаракат ҳисобланади[3].

Т.А. Данилюк ва К.В. Хамаганова «экологик PR» ва «яшил PR» мақсадлари асосида бўлиб қарайди. Тадқиқотчилар «яшил PR» экологик муаммолар ҳақида жамиятнинг маълумотларга эгалик ҳиссини юқорилатишга қаратилган ва экологик принципларнинг тасдиқланишига йўналтирилган. Экологик PR фақатгина экологик хабардорликка йўналтирилган бўлиб қолмасдан, PR усуллари сифатида ҳам ҳаракат қилади, яъни бредни танитиш ва компаниянинг образини яратишга қаратилган[4].

Тадқиқотчилар жамоатчилик билан алоқаларга инсонларнинг онгида экологик маданиятни шакллантирувчи усул сифатида масалага алоҳида эътибор қаратади [5] ва экологик PR-коммуникация стратегиясини аниқлаштиради[6].

Экологик PR технологияларини асосида тадқиқот олиб борган қатор олимлар экологик PR нинг асосий йўналишларини қўйидагича таъкидлашади:



- Мавзули интернет контент яратиш ва уни платформаларда яратиш. Бунга ташкилотлар сайтларида, ижтимоий тармоқ, блогларда, подкастларда жойлаштирилган контентлар киради;

- ижтимоий хулқ-атворни ўзгартиришга қаратилган ижтимоий рекламаларни тарқатиш ва жойлаштириш;

- экологик тадбирлар ўтказиш, конференция, фестиваль, кўргазма презентациялар;

- фандрайзинг ва краудфандинг, экологик лойиҳаларни амалга ошириш учун пул маблағларини йиғиш.

Бугунги куни мавзули интернет контентларини Қорақалпоғистондаги қатор ижтимоий ташкилотлар билан биргаликда ҳукумат ташкилотлари ҳам ўз интернет платформалари билан ижтимоий тармоқларда ёритиб келмоқда. Масалан, Нукус шаҳар ҳокимлиги телеграм мессенджерда давлат томонидан атроф-муҳитни муҳофаза қилиш борасида давлат томонидан олиб борилаётган сиёсатни ёритиб бориш доимий равишда йўлга қуйилган. Таъкидлаб ўтадиган бўлсак, t.me/nukuspress телеграм каналида ёритилган «Жынғылдан брикет ислеўди ойлайтуғын жаслар керек...Оқуё керек, оқуё керек!» [7] мавзусидаги постда Нукус шаҳрида яшовчи ишбилармон Нурлан Улманов қиш мавсумларида аҳоли учун зарур бўлган экологик тоза ёқилгини ишлаб чиқаришни йўлга қўйган. Ишбиларман «жынғыл» дарахтидан экологик тоза брикет маҳсулот ишлаб чиқараётганлиги таъкидлаб ўтилган. Ушбу ўсимликдан брикет ишлаб чиқариш бир томондан атроф муҳитга катта зарари бўлган кўмир ва бошқа ёқилғи маҳсулотларини ёқилиши олдини оладиган бўлса, иккинчидан бу ўсимликдан фойдаланиш эса бошқа дарахтларнинг кесилишини олдини олади.

Нукус шаҳар ҳокимлиги youtube видео хостинги ҳам яхши иш олиб бормоқда. Масалан, ҳокимликнинг youtube хостингида тақдим этилган «Журттан артық ҳаракет яки кәўшиктен (пластик) жасалған сипселер ҳаққында...» [8]. Ушбу сюжетда нукуслик Полат Балтабаевнинг ўзи қўллари билан пластик идишлардан тайёрлаётган супургилари ҳақида сўз боради. Оддий шаҳар фуқораси чиқиндиларга қайта ҳаёт бағишлаб, озгина бўлса ҳам чиқиндилар муаммосининг ҳал қилинишига ўз ҳиссасини қўшаётганлигини кўришимиз мумкин.



Шу каби контентлар фуқароларни атроф-муҳитга меҳр билан мунасобатда бўлиш, ўзлари яшаётган табиатни асраш орқали ўз шахсий бизнесини ривожлантириши мумкинлиги борасидаги ғояларни илгари суради.

Қорақалпоғистон медиа маконида кам бўлса ҳам ижтимоий кулқ-атворни ўзгартиришга қаратилган ижтимоий роликлар медиа маконда пайдо бўлмоқда. Масалан, GGGI, KOICA чет давлатлари ташкилоти ва экология, атроф-муҳитни муҳофаза қилиш ва иқлим ўзгариши вазирлиги биргаликда тоза ҳаво ҳақида ижтимоий роликни аҳолига тақдим этди. Ушбу роликнинг асосий мақсади аҳолига тоза ҳаводан қандай фойдаланиш кераклиги ва тоза ҳавони таъминлашда ҳар биримиз маъсул эканлигимиз ҳиссисини сингдириш ҳисобланади.

Орол денгизи муаммосига аҳолининг ва чет давлатларининг эътиборини тортиш учун Муйноқ шаҳри ҳар хил мавзудаги фестиваллар билан марафонлар ташкил этилиб келинмоқда. Шу йилнинг 14-15-сентябр кунлари «Планетамиздың келешегине қосқан үлесимиз» деб номланган халқаро экофестивал ташкил этилган эди. Фестивалнинг асосий мақсади экологик муаммолар, сув ресурсларидан онгли равишда фойдаланиш масалаларига халқаро ҳамжамиятнинг эътиборини қаратиш ҳисобланган эди. Ушбу фестивал ҳақида тайёрланган видеороликлар қатор давлатлар билан маҳаллий ижтимоий тармоқ профилларида ва каналларида ёритилиб борилди. Бу эса ўз навбатида фестивалнинг ҳар томонлама жарангдор ўтишига замин яратиб берди.

Бундан ташқари ижтимоий ташкилотлар ҳам тадбирлар ташкил этади яъни семинарлар, конференциялар, ҳар хил акциялар, флешмоблар ташкил этишади. Масалан, «Яшил макон» умумиллий дастури асосида Ўзбекистон экологик партияси Қорақалпоғистон бўлими ва қатор ташкилотлар билан биргаликда Нукус шаҳри ва туманларда «Яшил макон» акцияси ҳар йили ташкил этилиб келинмоқда. Унинг асосий мақсади ҳудуддаги яшил қаплomalарни кўпайтириш орқали табиатимизга ёрдамлашиш, яна ёшларни табиатни асраб-авайлашга ўргатиш ва уларда табиатнинг бир бўлаги эканлиги ҳиссини шакллантириш ҳисобланади.

Умумлашма қиладиган бўлсак, экологик муаммолар давлат, ижтимоий, нодавлат ташкилотларининг асосий янгиликларини ва контентлари қаторидан жой эгаллаган. Аммо экологик пиар билан боғлиқ бўлган ташкилий тадбирлар

кўпчилик ҳолатларда мавсумий ва маълум бир саналар асосида тайёрланиб келинмоқла. Бизнинг фикримизча экологик пиар ишларини тез-тез ташкил этиб туриш орқали аҳолининг экологияга бўлган муносабатини ўзгартириши мумкин.

Адабиётлар

1. 2022 год: природа в аварийном режиме/ UNEP. [URL:https://www.unep.org/ru/novosti-iistorii/istoriya/2022-god-priroda-v-avariynom-rezhime](https://www.unep.org/ru/novosti-iistorii/istoriya/2022-god-priroda-v-avariynom-rezhime).
2. Гульмутдинова К. Р. Экологический пиар: обзор кейсов мировой практики // Социальные коммуникации: наука, образование профессия. 2020. № 20. С. 127–132.
3. Кривонос А. Д. Феноменология „отраслевых“ PR // Российская школа связей с общественностью. 2016. № 8. С. 78–87.
4. Данилюк Т. А., Хамаганова К. В. Экологический PR в современной России: современное состояние и перспективы развития // Труды института бизнес-коммуникаций. 2017. Том 1. С. 71–74.
5. <https://www.unep.org/ru/novosti-iistorii/istoriya/2022-god-priroda-v-avariynom-rezhime>.
6. Каминская Т. Л. Коммуникативные тренды российского экологического PR // Мир русского слова. 2019. № 2. С. 32–36.
7. <https://t.me/nukuspress/20942>
8. <https://www.youtube.com/watch?v=mx1eUyV3AD4>

Research Science and
Innovation House

