

ДАВЛАТ ФУҚАРОЛИК ХИЗМАТЧИЛАРИНИНГ ИЖТИМОЙ ИМИДЖИНИ ШАКЛЛАНТИРИШДА ОММАВИЙ АХБОРОТ ВОСИТАЛАРИНИНГ ЎРНИ

Хуршида Ҳасанова

Замонавий жамиятда давлат фуқаролик хизмати — давлат бошқарувининг асосий устуни, аҳоли билан давлат ўртасидаги кўприк вазифасини бажарадиган муҳим тузилма ҳисобланади. Фуқаролик хизматчиларининг самарали иши давлатнинг нуфузига, тўғридан-тўғри эса аҳолининг давлатга бўлган ишонч даражасига таъсир этади. Шу боис хизматчиларнинг ижтимоий имиджини шакллантириш ва мустахкамлаш масаласи стратегик аҳамият касб этади.

Бу жараёнда Оммавий ахборот воситалари (ОАВ)нинг роли беқиёс. Медиа жамият онгини шакллантиради, ахборотни тарғиб қилади, хизматчиларнинг фаолиятини очиқ-ошкора ёритади ва фуқаролар билан мулоқотни яқинлаштиради. Бугунги рақамли даврда ОАВ нафақат ахборот тарқатиш, балки ижтимоий фикрга таъсир кўрсатишда ҳам етакчи кучга айланган.

1. Давлат фуқаролик хизматчиларининг ижтимоий имиджи тушунчаси

Ижтимоий имидж — бу аҳолининг муайян тоифага нисбатан шаклланган умумий тасаввури, руҳий баҳосидир.

Фуқаролик хизматчиси имиджи қуйидаги жиҳатлар билан белгиланади:

1) Касбий компетенция

- билим даражаси;
- хизмат вазифаларини тўғри бажариш;
- масъулият ва интизом.

2) Шахсий фазилатлар

- одоб-ахлоқ;
- муомала маданияти;
- ҳалоллик ва шаффофлик.

3) Фуқароларга муносабат

- мурожаатлар билан ишлаш;
- тезкорлик;
- мулоқот маданияти.

Жамият бу сифатларни асосан ОАВ орқали кўради.

Шу боис ОАВда хизматчилар тўғрисидаги контент қанчалик тўғри ва холис бўлса, ижтимоий имидж шунчалик мусбат шаклланади.

2. ОАВнинг ижтимоий имиджни шакллантиришдаги асосий вазифалари

2.1. Ахборот бериш ва шаффофликни таъминлаш

Давлат хизматларининг очиқлиги — жамият ишончи гаровидир. ОАВ:

хизматчиларнинг фаолиятини кенг ёритади;

-давлат дастурлари ва ислохотлари ҳақида тушунтириш ишларини олиб боради;

-фуқароларга давлат органлари қандай ишлаётганини кўрсатади.

Бу жараёнда жамоатчиликда “давлат хизматчилари очиқ ишляпти, халқ учун хизмат қилмоқда” деган фикр пайдо бўлади.

2.2. Мусбат образ яратиш

-ОАВ хизматчиларнинг:

-ютуқлари,

-янги ташаббуслари,

-инновацион хизмат турларини жорий этиш каби ишларини тарғиб қилади.

Масалан, электрон ҳукумат, онлайн хизматлар, коррупцияга қарши кураш бўйича амалга оширилаётган ишларни ёритиш — хизматчиларнинг замонавий, фаол, халқ манфаати учун ишлаётган тоифа сифатидаги образини кучайтиради.

2.3. Танқид ва таҳлил орқали ривожланишга туртки бериш

ОАВнинг танқидий функцияси ҳам муҳим:

-камчиликлар;

-хизматлардаги қийинчиликлар;

-бюрократик тўсиқларни ёритиш

-фуқаролик хизматидаги муаммоларни бартараф этишга ёрдам беради. Тўғри танқид фуқаролик хизматчиларини масъулиятли, интизомли ва халқнинг ишончини оқлашга мажбур қилади.

2.4. Фуқаролар билан мулоқот кўприги

ОАВ:

-мурожаатлар, шикоятлар, саволларни давлат органларига етказди;

-расмий шахсларнинг интервьюларини ташкил қилади;

-жамоатчилик ва давлат ўртасида икки томонлама коммуникацияни таъминлайди.

Бу жараён хизматчиларнинг “юқорида ўтирган олис амалдор” эмас, “халққа яқин хизматчи” экани ҳақидаги тасаввурни шакллантиради.

3. ОАВ турлари ва уларнинг таъсир даражаси

3.1. Анъанавий медиа (телевидение, радио, газета, журнал)

Анъанавий ОАВ ҳали ҳам энг таъсирчан манбалардан бири:

Телевидение:

кенг қамровли аудитория;

расмий хабарларнинг ишончли манбаи.

Газета ва журналлар:

таҳлилий материалларни чуқур ёритиш имкони;

давлат хизматчилари фаолияти бўйича мақолалар.

Радио:

тезкор ахборот узатиш;

провинция ва чекка ҳудудларгача етиб бориш.

Анъанавий медианинг обрў-эътибори юқори бўлгани учун унда давлат хизматчиларининг фаолияти ёритилиши имиджга кучли таъсир қилади.

3.2. Интернет ва рақамли медиа

Бугунги кунда энг таъсирчан платформа:

ахборот тезлиги;

интерактивлик;

фуқароларнинг фикр билдириш имконияти.

Давлат хизматчилари Telegram, Instagram, Facebook каби ижтимоий тармоқлардаги расмий саҳифалар орқали жамоатчилик билан мулоқот қилади. Бу эса имиджни янада инсонпарвар ва очиқ қилади.

3.3. Блогерлар ва фриланс медиа

Блогерларнинг таъсири жуда катта:

аудитория ишончи юқори;

ҳаётий мисоллар;

фуқароларнинг тўғридан-тўғри фикрлари.

Агар блогерлар давлат хизматчилари фаолиятини холис ва объектив ёритса, бу жамиятдаги ишончни оширади.

4. ОАВда фуқаролик хизматчилари имиджини шакллантиришдаги асосий муаммолар

4.1. Ахборотнинг бирёқлама ёритилиши

Айрим ҳолларда:

фақат расмий ахборот берилиши,

танқиднинг яширилиши

ортиқча мақтов

жамоатчиликда ҳақиқий тасаввур пайдо бўлишига тўсқинлик қилади.

4.2. Фейк хабарлар ва манипуляциялар

Интернетда тарқаладиган:

ёлғон маълумотлар;

манипулятив постлар;

монтаж қилинган видеолар

хизматчилар имиджига жиддий зарар етказиши мумкин.

4.3. Медиа саводхонлик пастлиги

Фуқаролар ҳар доим ахборотни танлаб қабул қила олмаслиги:

ҳақиқий ва сохта контентни фарқлаш қийинлиги

имиджга салбий таъсир кўрсатади.

5. Фуқаролик хизматчилари имиджини яхшилаш бўйича тавсиялар

1) ОАВ билан тизимли ҳамкорлик

матбуот хизматларини кучайтириш;

тезкор маълумот бериш;

жамоатчиликка йўналтирилган медиапланлар тузиш.

2) Очиқлик ва ҳисобдорликни ошириш

брифинглар;
пресс-турлар;
онлайн брифинглар.

3) Ижтимоий тармоқларда фаоллик
расмий саҳифалар;
интерактив эфирлар;
мурожаатларга жавоб бериш.

4) Танқидий материаллар билан конструктив ишлаш
камчиликларни тан олиш;
уларни бартараф этиш режаларини эълон қилиш;
журналистлар билан очиқ мулоқот.

5) Медиа саводхонликни ошириш
хизматчилар учун медиа-тренинглар;
нотўғри ахборотга қарши тезкор реакция;
PR ва коммуникация кўникмалари.

Хулоса

Давлат фуқаролик хизматчисининг ижтимоий имиджи — бу фақат унинг шахсий фазилатлари натижаси эмас, балки ОАВ орқали жамият онгида яратиладиган умумий образдир. ОАВ бу жараёнда:

ахборот тарқатувчи,
танқидчи,
тушунтирувчи,
жамоатчилик фикрини шакллантирувчи
куч сифатида муҳим ўрин эгаллайди.

Агар медиа билан тўғри, очиқ ва тизимли ҳамкорлик йўлга қўйилса, фуқароларнинг давлатга ва хизматчиларга бўлган ишончи ортади, давлат бошқаруви самараси юксалади ва жамиятда ижобий муносабат мустаҳкамланади.