Inqirozli kommunikatsiya sharoitida OAV

va ijtimoiy tarmoqlardagi tanqidlarga munosabat



Internet va telekommunikatsiya vositalarida barcha ijtimoiy munosabatlar tartibga solib kelinmoqda. Shuningdek, aholiga turli axborot va ma'lumotlar aynan internet, aniqrog'i ommaviy axborot vositasi rolini bajarayotgan ijtimoiy tarmoqlar orqali yetkazilmoqda. O'z navbatida, hozir ijtimoiy tarmoqlar aholining "murojaat va e'tiroz bildirish daftari"ga aylanib ulgurgan.

Pandemiya sharoitida elektron axborot almashinuvi va buning barobarida axborot tizimlari juda tez taraqqiy etdi. Aynan Covid-19 pandemiyasini misol sifatida aytish lozimki, aholining birinchi navbatda tibbiy xizmatlar bilan bog‘liq muammolari tez ko‘tarildi. Ijtimoiy tarmoqlar va OAVda ko‘tarilgan muammolarga o‘z vaqtida berilmagan munosabat hamda javoblar natijasida aholi o‘rtasida sog‘liqni saqlash tizimiga nisbatan turli salbiy fikrlar shakllanishi mumkinligini ko‘rishimiz mumkin. Biron-bir favqulodda holat yoki davlat yohud boshqa bir xizmat ko‘rsatishning sifatsizligi yuzasidan tezkorlik bilan va tizimli tarzda berilmagan javob “inqirozli kommunikatsiya”ga olib keladi. Inqirozli kommunikatsiyalar – inqiroz ta’siridan oldin, ta’siri paytida va keyin uning barqaror obro‘sini saqlab qolish va obro‘ga ta’sir qiladigan xavflarni minimallashtirish uchun tashkilot va jamoatchilik o‘rtasida samarali munosabatlarni o‘rnatishga qaratilgan faoliyat.

Inqiroz kommunikatsiyalari o‘z “ombori”da nafaqat maxsus inqiroz texnologiyalari (diagnostika, kelgusidagi yo‘nalishni taxmin qilish, inqirozni boshqarish), balki inqirozli vaziyatni bartaraf etish uchun moslashish texnologiyalarga ham ega bo‘lishi lozim. Inqiroz kommunikatsiyalarini boshqarishda asosiy rolni nafaqat “ma’lumot” va “axborot”ga egalik, balki turli xil ijtimoiy tuzilmalarni bog‘laydigan hamda maqsadli auditoriya bilan ta’minlaydigan jamoatchilik bilan aloqalar o‘ynaydi. Inqirozli kommunikatsiya jarayonida o‘zaro fikr almashish, manfaatlar va ustuvorliklarni hisobga olish, muloqotning har ikki tomoniga o‘zaro ta’sir ko‘rsatishni ta’minlash muhim sanaladi. Shunday qilib, inqirozli aloqalar ko‘p qirrali, har tomonlama xarakterga ega bo‘lib, bu ularning inqirozdagi eng muhim rolini belgilaydi. Inqiroz kommunikatsiyalari sohasidagi tadqiqotchilar so‘nggi yigirma yil ichida inqirozli aloqaning turli nazariyalarini tahlil qilish va tanqid qilishda muvaffaqiyatlarga erishdilar va ularning ba’zilari amaliyotda sinab ko‘rildi.

Bugungi kunda G’arbda inqirozli kommunikatsiyaning quyidagi nazariyalari keng tarqagan:

• Biron-bir tashkilotga hujum yoki bosim natijasida yuzaga keladigan tahdidni boshqarishga tayanadigan korporativ mudofaa nazariyasi. Ushbu nazariyaga ko‘ra, tashkilotning javob strategiyasi o‘z aybini inkor etish, qarshi hujumlar, shuningdek, xatolarni tan olish va ommaviy “tavba”ga asoslanishi mumkin.

• Obro‘-e’tibor yoki imijni tiklash nazariyasi. Tashkilotning imiji birinchi navbatda inqirozdan aziyat chekadi va manfaatdor tomonlar va jamoatchilikning umidlarini oqlamagan tashkilot o‘z obro‘sini tezda yo‘qotadi. Shuning uchun “obro‘ni tiklash nazariyasi” o‘z obro‘sini rivojlantirishga qaratilgan. Inqirozga sabab bo‘lgan harakatlarni sanab o‘tish kabi inqirozli aloqa strategiyalari qatoriga javobgarlikni o‘z zimmasiga olish yoki yuklangan majburiyatlardan qochish; tuzatilgan harakat senariysini qabul qilish yoki inqirozli vaziyatga passiv (pessimistik harakat qilish) rioya qilishni kiritish mumkin.

• Vaziyat inqirozini tahlil qilish nazariyasi. Texas universiteti professori U.Kumbs inqiroz tipologiyasini oydinlashtirish, inqiroz tarixini o‘rganish, tashkilotning inqirozgacha bo‘lgan obro‘sini tahlil qilish asosida inqirozli aloqalar strategiyasini ishlab chiqish kerak deb hisoblaydi.

Yangilanish nazariyasi. Har qanday inqirozning salbiy ma'nosini anglaydigan oldingi uchta nazariyadan farqli o'laroq, yangilanish nazariyasi inqirozli vaziyat tashkilot uchun ochadigan imkoniyatlarga qaratilgan. Yangilanish nazariyasi inqiroz davrida tashkilotning obro'si va imijini saqlab qolish muhim ahamiyatga ega deb hisoblaydi, lekin u har doim ham inqirozning salbiy ta'sirini bartaraf etishda va tashkilot tomonidan inqirozga qarshi choralar ko'rishda asosiy rol o'ynamaydi. Yangilanish nazariyasiga amal qiluvchi tadqiqotchilar inqiroz davrida va undan keyin tashkilot uchun yangi imkoniyatlar unga yangi "inqiroz" bilimlarini olish, mavjud kommunikatsiyalarni qayta qurish va yangilash orqali tiklanishiga yordam beradi deb hisoblashadi. Bu esa pirovardida tashkilotga uzoq muddatli o'sish imkoniyatini beradi.

Shuni ta'kidlash kerakki, har bir tashkilot yoki davlat organi har qanday holat uchun inqirozli kommunikatsiya rejasini tuzishi kerak. Bu reja barcha jamoa vakillarini qamrab olgan bo'lishi lozim. Zero, bu har bir xodimning xabardorligini oshirishda muhim o'rin tutadi. Matbuot kotiblari rahbariyatning topshirig'ini kutish o'rniga yoki muhokama va ishni qanday olib borishni kutish o'rniga bu kabi rejalarni tuzib qo'ygan bo'lishi zarur. Bu vaziyat qo'ldan chiqib ketishining oldini oladi. Unutmaslik kerakki, tezkorlik bilan harakat qilish lozim. Statistikaga ko'ra, bugungi kunda munosobat bildirish yoki himoya qilish uchun hattoki 8-12 soat talab qilinmoqda. Bugungi axborot texnologiyalari rivojlangan davrda bu muddat uzoq hisoblanadi.

Inqirozli kommunikatsiya vaqtida ijtimoiy tarmoqlarda muloqot qilish bo'yicha tashkilot yoki davlat idoralari rahbarlari hamda matbuot xizmatiga quyidagi tavsiyalarni berish maqsadga muvofiq:

- Xodimlar tashkilot pozitsiyasi haqida xabardor bo'lishi lozim.
- Ochiq, bor haqiqat bilan hamda ishonch bilan muloqot qilish zarur.
- Faqat va faqat ishonchli ma'lumot va manbalarga tayanish lozim. Bu yo'nalish alohida ahamiyatga ega, zero, asossiz xabarlarning ijtimoiy tarmoqlarda tarqatilishiga qarshi kurashish platformalar, hukumatlar va brend kompaniyalar uchun ham muammo bo'lib kelgan. Inqiroz paytida bu jihat, ya'ni yolg'on axborot nafaqat tashkilot reputatsiyasiga zarar keltirishi, balki juda xavfli bo'lishi ham mumkin. Biroq bugungi kunda ijtimoiy tarmoqlar axborot keng ommaga (auditoriya) yetkazilishidan oldin texnik himoya va "faktcheking" choralarini ko'rmoqda.
- Doimiy muloqotda bo'lish uchun ijtimoiy tarmoqlarni monitoring qilish va "eshitish"ni o'rganish. Shuni aytish kerakki, ijtimoiy tarmoqning o'zi sizdagi inqiroz haqida eshitgan birinchi subyekt hisoblanadi. Agarda ijtimoiy tarmoqdagi foydalanuvchilar ovozini eshitish bo'yicha strategiya maqbul bo'lsa, rahbar (yoki matbuot kotibi) yoki jamoa auditoriyaning kayfiyatini kuzatish imkoniyatiga ega bo'ladi. Amaliyotda ijtimoiy tarmoqlarni eshitish (kuzatish) bo'yicha bir qator usul va vositalar mavjud. Bu vositalarning asosiy vazifasi muloqotlarni, eslanmalarni (@name), qidiruv so'rovlarini kuzatish imkonini beradi. Masalan, "Hootsuite" shunday texnik vositalardan biridir.
- Savollar uchun joy qoldirish lozim. Insonlarda doimo savollar bo'ladi. Rahbar (yoki matbuot kotibi) avvalo odamlarning savollari qanday usullarda yetib kelishini yo'lga qo'yishi kerak.
- Yo'qolib qolmaslik tamoyilining mavjudligi va ishlashi. Har qanday qiyin vaziyatda jarayonni qo'lga olish lozim.

Fikrimizcha, yuqoridagi tavsiyalarga amal qilish bugungi globallashuv va har tomonlama ziddiyatli jarayonlarda asqotadi. Bundan tashqari, tashkilotlar va davlat idoralari matbuot xizmatlarining aholi bilan ijtimoiy tarmoqlarda muloqot madaniyatini rivojlantirishga muhim hissa qo'shadi.

Abdumo'min YULDASHOV,
TDYU Intellektual mulk huquqi kafedrasi dotsenti v.b.