

TA'LIM SOHASIDA IJTIMOYIY REKLAMANING O'RNI

Kuliboyeva Diyora Qaxramon qizi

Kamoliddin Behzod nomidagi Milliy rassomlik va dizayn instituti

Amaliy grafika mutaxassisligi magistranti

<https://doi.org/10.5281/zenodo.15425477>

Annotatsiya. Ushbu maqolada bugungi kunda ijtimoiy reklamaning ta'lim tizimidagi ahamiyati, uning maqsadlari, vositalari va samaradorligi tahlil qilinadi. O'zbekiston ta'lim sohasida ham ijtimoiy reklamalardan foydalanish va bu yo'ldagi amalga oshirilgan ishlar o'rganib chiqildi. Shuningdek, ijtimoiy reklama orqali jamiyatda bilimga nisbatan ijobiy munosabat shakllantirish, o'quvchilarda o'qishga qiziqishni oshirish, ota-onalarning mas'uliyatini kuchaytirish masalalari yoritilgan.

Kalit so'zlar: Ijtimoiy reklama, ta'lim sohasi, axborot texnologiyalari.

РОЛЬ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ В ОБРАЗОВАНИИ

Аннотация. В данной статье будет проанализировано значение социальной рекламы сегодня в системе образования, ее цели, средства и эффективность. Изучено использование социальной рекламы и проделанная работа в сфере образования Узбекистана. Освещаются также вопросы формирования позитивного отношения к знаниям в обществе посредством социальной рекламы, повышения интереса учащихся к учебе, усиления родительской ответственности.

Ключевые слова: Социальная реклама, образование, информационные технологии.

THE ROLE OF SOCIAL ADVERTISING IN EDUCATION

Abstract. This article analyzes the importance of social advertising in the educational system today, its goals, tools and effectiveness. Uzbekistan has also studied the use of social advertising in the field of education and the work done in this way. Also, through social advertising, issues of forming a positive attitude towards knowledge in society, increasing interest in reading in students, strengthening the responsibility of parents are covered.

Keywords: Social advertising, education, information technology.

Ta'lim sohasida ijtimoiy reklamaning o'rni beqiyosdir. U nafaqat axborot vositasi, balki tarbiya, rag'batlantirish, motivatsiya va jamiyatni birlashtiruvchi kuchga aylanmoqda. Bugungi kunda zamonaviy ta'lim tizimini ijtimoiy reklamasiz tasavvur qilib bo'lmaydi. Shuning uchun bu yo'nalishda kreativ va maqsadli yondashuvlar, yoshlar ongiga mos kommunikatsion usullar qo'llanishi lozim.

Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalar tez sur'atlar bilan rivojlanayotgan davrda reklama – odamlarning ongiga, qarashlariga va ijtimoiy xatti-harakatlariga ta'sir etuvchi qudratli vositaga aylanmoqda. Ayniqsa, ijtimoiy reklama nafaqat iste'mol madaniyatini, balki ijtimoiy qadriyatlarini shakllantirishda, fuqarolik ongini yuksaltirishda, ma'naviy tarbiyada muhim o'rin tutadi. U muhim ijtimoiy muammolarga e'tibor qaratish, sog'lom turmush tarzini shakllantirish va ta'limga bo'lgan munosabatni rivojlantirishda muhim vosita hisoblanadi. Ayniqsa, ta'lim sohasida ijtimoiy reklama yosh avlodning bilim olishga bo'lgan ishtiyoqini oshirish, ota-onalar, ustozlar va jamiyat e'tiborini ta'limga jalb qilishda beqiyos ahamiyatga ega.

Ta'lim sohasida ijtimoiy reklama orqali yosh avlodni bilimga undash, maktab va oliygohlar obro'sini oshirish, ustoz-muallim siymosini qadrlash, kasbga yo'naltirish kabi dolzarb vazifalar hal etiladi. Shu bois ushbu maqolada aynan ta'lim va ijtimoiy reklama o'zaro qanday bog'liq ekani ilmiy asosda yoritib beriladi.

Ijtimoiy reklama bu – tijorat maqsadlaridan farqli ravishda, ijtimoiy muammolarga e'tibor qaratish, axloqiy qadriyatlarni targ'ib qilish va fuqarolik ongini rivojlantirishga xizmat qiluvchi kommunikatsion vositadir. Unda inson salomatligi, atrof-muhit muhofazasi, ta'lim, madaniyat, ma'naviyat, oilaviy qadriyatlar kabi masalalar ko'tariladi.

Ta'limga oid ijtimoiy reklama esa jamiyatda bilim olishga bo'lgan ehtiyojni uyg'otish, uni zamonaviy yondashuvda targ'ib qilish va kelajak avlodni ma'rifatli qilib tarbiyalashda yordam beradi.

Ijtimoiy reklama ta'lim tizimida quyidagi asosiy vazifalarni bajaradi:

- ✚ Bilim olishni qadrlashga undaydi – “Kitob – bilim kaliti”, “Ilm – nur” kabi shiorlar orqali bilim egallashga rag'bat uyg'otadi.

- ✚ Maktab va o'qituvchining ijtimoiy obro'sini mustahkamlaydi – ustoz siymosini yuksaltiradi.

- ✚ Yoshlarni kasbga yo'naltiradi – zamonaviy kasblar haqida motivatsion ma'lumot beradi.

- ✚ Ta'limdagi tenglik va adolat tamoyillarini targ'ib qiladi – barcha bolalarning o'qish huquqini yodga soladi.

- ✚ Jamiyatda mas'uliyat hissini shakllantiradi – ota-onalar, pedagoglar va yoshlar orasida ta'limga jamoaviy yondashuvni rag'batlantiradi.

Ta'limga oid ijtimoiy reklama quyidagi kommunikatsion vositalar orqali tarqatiladi:

- ✚ TV va radio roliklar – qisqa, ta'sirli lavhalar orqali esda qoluvchi axborot beriladi;

- ✚ Ijtimoiy tarmoqlar (Instagram, Telegram, YouTube) – yoshlar uchun samarali platforma;

- ✚ Banner va plakatlari – maktab va ko'chalarda ko'zga ko'rinadigan shaklda joylashtiriladi;

- ✚ Videodarslar va animatsiyalar – ayniqsa bolalar uchun tushunarli va qiziqarli vosita;

- ✚ Mobil ilovalar va onlayn kampaniyalar – zamonaviy texnologiyalardan foydalanish orqali keng auditoriyani qamrab oladi.

Ushbu reklama turlari orqali nafaqat o'quvchilar, balki ota-onalar va keng jamoatchilik ham ta'limiy jarayonga jalb qilinadi. Shiorlar, grafika, video montajlar ijtimoiy reklamaning ijobiy qabul qilinishiga bevosita ta'sir qiladi.

Amaliy tajribalarning ko'rsatishicha, ijtimoiy reklamaning ta'siri quyidagicha namoyon bo'ladi:

- ✚ O'quvchilarning o'qishga nisbatan munosabati yaxshilanadi;

- ✚ Kitobxonlik madaniyati rivojlanadi;

- ✚ Ota-onalar farzandlarining ta'limiga ko'proq e'tibor bera boshlaydi;

- ✚ O'qituvchi mehnatiga nisbatan hurmat ortadi;

- ✚ Kasb tanlashda ijobiy psixologik muhit shakllanadi.

Bu ta'sirlar orqali jamiyatda intellektual salohiyat o'sadi, ma'naviy rivojlanish jadallashadi. Shuningdek, reklama orqali turli yutuqli o'quvchilar hayoti yoritilishi, rag'batlantirishlar ko'rsatilishi boshqalarga motivatsiya beradi.

Ta'lim sohasida ijtimoiy reklamalarning o'rniga haqida gapirar ekanmiz, bugungi kunda bu sohada ham reklamaga talab ortib bormoqda. Sababi, yurtimizda ko'plab ta'lim muassasalari tashkil etilmoqda. Bundan kelib chiqadiki talim muassasalari orasida o'z-o'zidan raqobat shakllanadi. Aniqroq aytadigan bo'lsak, yoshlarga oliy ta'lim berish sohasida ham kuchli raqobat muhiti vujudga kelmoqda. Raqobat muhiti esa ta'lim sifatining oshishiga, yetishib kelayotgan kadrlarning har tomonlama yetuk va bilimli bo'lishiga zamin yaratadi. Bu raqobatga bardosh bera olish, ta'lim oluvchilarni mazkur muassasaga jalb etish va ularni ushlab qolish maqsadida ham reklamaga ehtiyoj vujudga keladi.

Ta'lim muassalarida, o'z xizmatlari darajasini yaxshilash, uni jahon standartlariga moslashtirish asosiy maqsad va vazifalardan biri hisoblanadi. Ta'lim xizmati jamiyatdagi ijtimoiy-iqtisodiy jarayonlarga ijobiy ta'sir ko'rsatadi: mamlakat mehnat resurslaridan foydalanishning umumiy samaradorligini oshirishga, ularning raqobatbardoshligini oshirishga yordam beradi.¹

Buning uchun har bir ta'lim tashkilotida talabalarning ta'lim tashkilotidan chiqib ketishining oldini olish uchun kuchaytiruvchi reklamadan foydalanish kerak. Reklamani u yoki bu turini tanlash, birinchi navbatda, ta'lim tashkilotining bozorda o'z brendini yoki ta'lim xizmatlarini ilgari surishda o'z oldiga qo'yadigan maqsadlariga bog'liq. Ammo har qanday holatda ham, birinchi navbatda, maqsad va vazifalarni belgilash, ta'lim muassasasida reklamani asosiy funktsiyalarini aniqlash va reklama strategiyasini qurish kerak, bu esa ta'lim tashkilotining bozordagi o'rnini tahlil qilishdan boshlanishi kerak. Ta'lim tashkilotlarida, ta'lim xizmatlarini targ'ib qilish tizimida ta'lim tashkilotining ijobiy imidji va obro'sini shakllantirishga ta'sir qiluvchi jamoatchilik bilan aloqaning norasmiy kanallari muhim o'rin tutadi. Bunday aloqa kanallarini qo'shnilar, qarindoshlar, do'stlar, ta'lim muassasalari xodimlari, o'z karyeralarida ma'lum yuksaklikka erishgan bitiruvchilar deb atash mumkin.

Shuni ta'kidlash kerakki, bugungi kunda reklamani tegishli vositasi, maqsadli auditoriya bilan reklama aloqasining istiqbolli va tez o'sib borayotgan kanallaridan biri bu internet muhitidir. Ta'lim xizmatlari to'g'risidagi reklama ma'lumotlarini iste'molchilarga tezkor yetkazish uchun ta'lim muassasalari o'zlarining internet saytlari va ijtimoiy tarmoqlaridan foydalanadilar, ularda ta'lim tashkiloti, muassasa tuzilishi, ta'lim dasturlari, qabul shartlari, shuningdek, ta'lim muassasasi haqidagi to'liq ma'lumotlar mavjud. talabalar va xodimlarning kundalik hayoti ta'minlanishi kerak. Ko'pgina ta'lim muassasalarida amaliyot shuni ko'rsatadiki, veb-sayt va ijtimoiy tarmoqlarning faol ishlashi ta'lim xizmatlarini ilgari surish, muassasa imidjini qo'llab quvvatlash, aloqalarni ta'minlash, o'quv jarayonining qulayligini oshirish, shuningdek ta'lim bozori va mehnat bozori o'rtasidagi munosabatlarni rivojlantirish.

¹ Avliyoqulov, Ashurali Avazovich, & Ermatova, Maftuna Arslonbek Qizi (2022). TA'LIM XIZMATLARIDA MARKETING BOSHQARUVI. Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences, 2 (3), 744-749.

Yuqoridagilardan kelib chiqib, ta'lim xizmatlarini ilgari surishda reklama va uning kanallarining rolining bugungi kundagi ahamiyati va dolzarbligini qayd etishimiz mumkin.²

So'nggi yillarda O'zbekiston ta'lim tizimida keng ko'lamli islohotlar amalga oshirilmoqda. Bilim olishga bo'lgan talabning ortishi, yoshlar salohiyatini to'laqonli ro'yobga chiqarish zarurati ta'lim sohasida turli kommunikatsion vositalardan samarali foydalanishni taqozo qilmoqda. Ayniqsa, ijtimoiy reklama ta'limni targ'ib qilishda, ma'naviy-axloqiy qadriyatlarni singdirishda muhim vositaga aylangan. O'zbekiston tajribasida ijtimoiy reklama ta'limga quyidagi ijobiy ta'sirlarni ko'rsatmoqda:

- ✚ Maktabga qatnashuv ko'rsatkichlari oshdi;
- ✚ Kitobxonlik va mutolaa madaniyati shakllanmoqda;
- ✚ Ixtisoslashtirilgan maktablar va oliy ta'limga qiziqish kuchaydi;
- ✚ O'qituvchi kasbining ijtimoiy nufuzi yuksalmoqda;
- ✚ Oilalarning farzand ta'limiga mas'uliyati oshdi.

Tahlillar shuni ko'rsatadiki, ta'limga oid ijtimoiy reklama yoshlar ongiga chuqur kirib boradi va ularni bilim olishga rag'batlantiradi.

Bugungi kunda ijtimoiy reklama barcha ta'lim muassasalarida va ta'limning barcha sohalarida qulay shart-sharoitlarni yaratishning eng samarali vositalaridan biri sifatida foydalanilmoqda. Bu ta'limning barcha darajalarini insonparvarlashtirish shakli va texnologiyasi bo'lib xizmat qiladi. Shunday qilib, ijtimoiy reklama umuman jamiyatning rivojlanishiga samarali ta'sir qiladi, ta'lim muhitida ustunlik qiladi va shu bilan zamonaviy ta'limni oshiradi va ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

Ijtimoiy reklama yurtimiz ta'lim sohasida keng qo'llanilayotgan bo'lsa-da, quyidagi muammolarga duch kelmoqda, bular:

- ✚ Ayrim reklama shakllarining mazmunan sayozligi;
- ✚ Vizual dizayn va tilning yoshlar mentalitetiga to'g'ri kelmasligi;
- ✚ Regionlarda (ayniqsa, chekka hududlarda) ijtimoiy reklama yetarlicha keng tarqalmagani.

Yuqorida keltirilgan muammolarni bartaraf etishda quyidagi takliflar ishlab chiqildi:

- ✚ Ijtimoiy reklama kontentini yoshlar bilan birgalikda ishlab chiqish;
- ✚ Zamonaviy formatlar (short video, stikerlar, infografika)dan foydalanish;
- ✚ Reklamalarga ustozlar va taniqli shaxslarni jalb qilish;
- ✚ Har bir viloyat uchun moslashtirilgan reklama strategiyalarini yaratish.

Bugungi kunda O'zbekiston mazkur soha yuzasidan ko'plab ishlar amalga oshirilmoqda masalan, "Teach for Uzbekistan" loyihasi doirasida sifatli ta'limni targ'ib qilish, yoshlarni bilim olishga undash va ta'lim tizimini rivojlantirishga qaratilgan ijtimoiy reklama materiallari ishlab chiqildi. Bu loyiha orqali ta'lim sohasida ijtimoiy reklamani ahamiyati yanada oshdi.

Ziyonet.uz portali orqali ta'limga oid ijtimoiy reklama materiallari, videoroliklar va maqolalar keng ommaga taqdim etildi. Bu platforma orqali yoshlar va ota-onalar ta'limning ahamiyati haqida ma'lumot olish imkoniyatiga ega bo'ldilar. Ijtimoiy tarmoqlar orqali ta'limga oid ijtimoiy reklama kampaniyalari amalga oshirildi.

² Махмудов Махсатиллах Абдували ўгли Международный научный журнал «Научный Фокус» № 9(100), часть 1 Января, 2024 <https://nauchniyimpuls.ru/index.php/sf/article/download/14184/9896/9642>

Bu kampaniyalar orqali yoshlar orasida ta'limga bo'lgan qiziqishni oshirish maqsad qilingan. O'zbekiston ta'lim tizimida ijtimoiy reklama vositalaridan foydalanish yosh avlodni ma'naviy va bilimli etib tarbiyalashda eng samarali yo'llardan biri sifatida ahamiyat kasb etib bormoqda desak mubolag'a bo'lmaydi.

Xulosa qilib aytganda, ta'lim tizimida ijtimoiy reklamaning roli tobora ortib bormoqda.

Ta'lim sohasida ijtimoiy reklamaning o'rni beqiyosdir. U nafaqat axborot vositasi, balki tarbiya, rag'batlantirish, motivatsiya va jamiyatni birlashtiruvchi kuchga aylanmoqda. Bugungi kunda zamonaviy ta'lim tizimini ijtimoiy reklamasiz tasavvur qilib bo'lmaydi. U insonni o'z-o'zini anglashga, ilmga muhabbat qo'yishga, jamiyatdagi ma'naviy fazilatlarni qadrlashga undaydi. Ayniqsa, yosh avlod ongiga chuqur ta'sir etish uchun ta'limiy reklama zamonaviy, original va kontekstga mos tarzda tayyorlanmog'i lozim. Shuning uchun bu yo'nalishda kreativ va maqsadli yondashuvlar, yoshlar ongiga mos kommunikatsion usullar qo'llanishi lozim.

Kelajakda raqamli texnologiyalar, sun'iy intellekt va kognitiv dizayn asosida ishlab chiqilgan ijtimoiy reklama vositalari ta'lim sifatini oshirishda yanada muhim rol o'ynashi kutiladi.

REFERENCES

1. Mamatqulov A. Axborot kommunikatsiyalari va reklama asoslari. – Toshkent, 2020.
2. Ibragimov I. Ta'limda kommunikatsiya texnologiyalari. – Toshkent, 2019.
3. Боронилова И. Г., Шамсутдинова И. Ф. Реклама как условие формирования положительного имиджа образовательной организации / И. Г. Боронилова, И. Ф. Шамсутдинова // Вестник БГПУ им.М.Акмуллы. — 2020. — № 2 (55) — С.115–119.
4. Avliyoqulov, Ashurali Avazovich, & Ermatova, Maftuna Arslonbek Qizi (2022). TA'LIM XIZMATLARIDA MARKETING BOSHQARUVI. Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences, 2 (3), 744-749.
5. Махмудов Махсатиллах Абдували ўгли Международный научный журнал «Научный Фокус» № 9(100), часть 1 Января, 2024
<https://nauchniyimpuls.ru/index.php/sf/article/download/14184/9896/9642>