

MAKTAB VA OLIY TA'LIM TIZIMIDA IJTIMOIIY REKLAMA ORQALI IJTIMOIIY FAOLLIKNI OSHIRISH

Kuliboyeva Diyora Qaxramon qizi

Kamoliddin Behzod nomidagi Milliy rassomlik va dizayn instituti

Amaliy grafika mutaxassisligi magistranti

<https://doi.org/10.5281/zenodo.17589070>

Annotatsiya. Ushbu maqolada maktab va oliy ta'lim tizimida ijtimoiy reklama vositalari yordamida o'quvchi va talabalar orasida ijtimoiy faollikni oshirish masalalari yoritilgan. Ijtimoiy reklamaning ta'lim muassasalaridagi tarbiyaviy, kommunikativ va axloqiy ahamiyati tahlil qilinib, yoshlarning fuqarolik mas'uliyatini shakllantirishda uning o'rni ilmiy-nazariy jihatdan asoslab berilgan. Shuningdek, ijtimoiy reklama orqali yoshlarni ekologik, madaniy, vatanparvarlik, sog'lom turmush tarzi va raqamli madaniyat kabi yo'nalishlarda faol ishtirok etishga undovchi metodik yondashuvlar ko'rsatib o'tilgan.

Kalit so'zlar: ijtimoiy reklama, ta'lim tizimi, ijtimoiy faollik, yoshlar, kommunikatsiya, media madaniyat, tarbiyaviy jarayon.

ПОВЫШЕНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ ЧЕРЕЗ СОЦИАЛЬНУЮ РЕКЛАМУ В СИСТЕМЕ ШКОЛЬНОГО И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Аннотация. В данной статье рассматриваются вопросы повышения социальной активности учащихся и студентов с помощью средств социальной рекламы в системе школьного и высшего образования. Анализируется воспитательное, коммуникативное и нравственное значение социальной рекламы в образовательных учреждениях, а также ее роль в формировании гражданской ответственности молодежи. Кроме того, в статье представлены методические подходы, направленные на побуждение молодежи к активному участию в экологических, культурных, патриотических, здоровьесберегающих и цифровых инициативах через использование инструментов социальной рекламы.

Ключевые слова: социальная реклама, система образования, социальная активность, молодежь, коммуникация, медиакультура, воспитательный процесс.

ENHANCING SOCIAL ACTIVITY THROUGH SOCIAL ADVERTISING IN THE SCHOOL AND HIGHER EDUCATION SYSTEM

Annotation. This article examines the issues of enhancing social activity among school and university students through the use of social advertising tools within the education system.

The study analyzes the educational, communicative, and moral significance of social advertising in educational institutions and its role in fostering civic responsibility among young people. The article also presents methodological approaches that encourage youth participation in ecological, cultural, patriotic, healthy lifestyle, and digital literacy initiatives through social advertising practices.

Keywords: social advertising, education system, social activity, youth, communication, media culture, educational process.

Bugungi globallashuv sharoitida ta'lim tizimi nafaqat bilim beruvchi, balki jamiyatda faol, ijtimoiy mas'uliyatli, ongli shaxsni shakllantiruvchi tizimga aylanmoqda. Shu jihatdan, ijtimoiy reklama o'quvchi va talabalar ongida axloqiy, fuqarolik va ijtimoiy qadriyatlarini shakllantiruvchi,

ularni faol hayot pozitsiyasiga yo'naltiruvchi samarali vositadir. Ta'lim jarayonida ijtimoiy reklama o'quvchi va talabalarni dolzarb ijtimoiy muammolar ekologiya, sog'liqni saqlash, axborot xavfsizligi, millatlararo bag'rikenglik, vatanparvarlik va madaniy merosni asrash kabi masalalarga befarq bo'lmaslikka undaydi. U nafaqat xabar yetkazadi, balki ijtimoiy ongni shakllantiradi, faol fuqarolik pozitsiyasini uyg'otadi va axloqiy tarbiyani mustahkamlaydi.

Maktab va oliy ta'lim tizimlarida ijtimoiy reklama vositalaridan foydalanishning nazariy asoslari, amaliy tajribalari hamda o'quvchi va talabalar faolligini oshirishdagi metodik yo'nalishlarni quyidagicha tahlil qilib ko'rib chiqamiz. Ijtimoiy reklamaga ijtimoiy faollikni shakllantiruvchi vosita sifatida qarayigan bo'lsak, Ijtimoiy reklama aslida tijoriy maqsadga qaratilmagan, balki jamiyatda ijobiy g'oyalarni targ'ib qiluvchi kommunikatsiya shakli bo'lib, uning asosiy maqsadi ijtimoiy ongni o'zgartirish va faol xulq-atvorni shakllantirishdir.

Psixologik jihatdan olganda, reklama inson hissiyotiga ta'sir etish, diqqatni jalb qilish va xatti-harakatni rag'batlantirish kuchiga ega. Shu sababli uni ta'limda to'g'ri yo'naltirilgan shaklda qo'llash o'quvchi va talabalar faolligini oshirishda beqiyos ahamiyat kasb etadi.

Maktab ta'limida ijtimoiy reklama tarbiyaviy va didaktik imkoniyatlarni keltirib chiqaradi.

Maktab yoshidagi o'quvchilarda ijtimoiy faol pozitsiyani shakllantirish uchun reklama vositalaridan quyidagi yo'nalishlarda foydalanish mumkin: Ekologik muhofaza, sog'lom turmush, tozalik va odob mavzularidagi vizual plakatlar. Video roliklar va mini aksiyalar, sinf yoki maktab miqyosida ijtimoiy mavzularda tayyorlangan qisqa videolar hamda ijodiy tanlovlar o'quvchilarning ijodkorligini oshiradi. Bu kabi faoliyatlar o'quvchilarda vizual tafakkur, jamoaviy ishlash ko'nikmalari, estetik did va axloqiy ongni rivojlantiradi. Eng muhimi, ularning "men ham o'zgartira olaman" degan ijtimoiy ishonchini kuchaytiradi.

Oliy ta'lim tizimida ijtimoiy reklamadan foydalanish yoshlar faolligi va media madaniyatidagi ahamiyati ham beqiyosdir. Oliy ta'lim muassasalarida ijtimoiy reklama talabalarining fuqarolik madaniyatini shakllantirishda muhim pedagogik mexanizm hisoblanadi.

Talabalar auditoriyasida ijtimoiy reklama vositalari media loyihalar, sotsial tarmoq kompaniyalari, interaktiv trening va seminarlar shaklida amalga oshiriladi.

Shunday qilib, oliy ta'lim tizimida ijtimoiy reklama axborot texnologiyalarini ijtimoiy mas'uliyat bilan uyg'unlashtirish, tanqidiy fikrlashni rivojlantirish va ijtimoiy faollikni amalda namoyon etishga xizmat qiladi.

Ta'lim jarayonida ijtimoiy reklama vositalarini o'rgatish uchun quyidagi metodlar samarali hisoblanadi:

- ✚ Loyiha asosida o'qitish metodi – o'quvchi va talabalar ijtimoiy muammo tanlab, uni reklama shaklida hal etish g'oyasini ishlab chiqadi.

- ✚ Tahliliy metod – mavjud ijtimoiy reklama namunalari tahlil qilinadi, ularning g'oyasi va ta'sir kuchi o'rganiladi.

- ✚ Ijodiy mashg'ulotlar – talabalar o'z g'oyasini poster, video yoki raqamli media shaklida ifodalaydi.

- ✚ Baholash va tahlil – yaratilgan reklama namunalarini ijtimoiy samaradorlik mezonlari asosida tahlil qilish (mazmun, estetik ifoda, hissiy ta'sir, ijtimoiy chaqiriq). Ushbu metodikalar o'quvchilarni nafaqat dizayn yoki axborot tili bilan tanishtiradi, balki ijtimoiy mas'uliyatni his etuvchi shaxs sifatida kamol toptiradi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti tomonidan qabul qilingan bir qator hujjatlar "Yoshlar siyosatini rivojlantirish to'g'risida"gi farmonlar, "Ma'naviyat va ma'rifat markazi" faoliyatini qo'llab-quvvatlash qarorlari — yoshlarning ijtimoiy faolligini oshirishda media vositalar, xususan, ijtimoiy reklamaning ahamiyatini oshirdi.

Bugungi kunda bir qator o'quv muassasalarida "Yoshlar ovozi" ijtimoiy media loyihalari, "Ekologik targ'ibot haftaliklari", "Raqamli madaniyat darslari", "Anti-bulling" va "Book Challenge" kabi aksiyalar o'tkazilmoqda. Bu kabi tashabbuslar o'quvchi va talabalarni fikr bildirish, ijtimoiy tahlil qilish va ijobiy tashabbus ko'rsatishga o'rgatmoqda.

Shuningdek, ta'lim muassasalarida o'quvchi va talabalar ishtirokida o'tkazilgan ijtimoiy reklama faoliyatining samaradorligi quyidagi mezonlar asosida baholanishi mumkin:

- ✚ Axborot samaradorligi — reklama g'oyasining tushunarliqligi va ta'sirchanligi;
- ✚ Pedagogik samaradorlik — o'quvchi faoliyatidagi o'zgarishlar, tashabbuskorlik;
- ✚ Estetik ifoda — vizual yoki verbal ifodaning badiiy saviyasi;
- ✚ Ijtimoiy ta'sir — reklama orqali jamoadagi ijobiy o'zgarishlar.

O'rganishlar natijasidan ma'lumki, ijtimoiy reklama bu ta'lim tizimida yoshlarni ijtimoiy mas'uliyat, fuqarolik burchi va insoniy qadriyatlar ruhida tarbiyalovchi kuchli kommunikativ vositadir. U o'quvchi va talabalarga nafaqat bilim, balki ijtimoiy ong, empatiya va ijobiy tashabbusni singdiradi.

Shu bois, maktab va oliy ta'lim tizimida ijtimoiy reklama dars jarayonining tarkibiy qismi sifatida qaralishi, uni ishlab chiqish va tahlil qilish topshiriqlari pedagogik amaliyotga muntazam kiritilishi zarur. Bu esa yoshlarning nafaqat iste'molchi, balki ijtimoiy o'zgarish yaratuvchi shaxs sifatida shakllanishiga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Karimov N. Ijtimoiy reklama va uning ta'sir mexanizmlari. Toshkent: Kamalak, 2023.
2. Alimova Z. Ta'limda kommunikativ texnologiyalar. Toshkent, 2021.
3. Donis D. Visual Communication in Education. London, 2015.
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-4758-son Qarori "Yoshlar ijodiyoti va ma'naviyatini qo'llab-quvvatlash to'g'risida", 2020.
5. Tursunov Sh. Media madaniyat va ta'lim. Toshkent, 2022.