

**Gulnoza RAMANOVA,**

*O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti katta o'qituvchisi*

*E-mail: [ramanovag@mail.ru](mailto:ramanovag@mail.ru)*

*Filologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori, dotsent X.Ibragimov taqrizi asosida*

## THE GLOBAL REVOLUTION IN THE USE OF PUBLIC RELATIONS IN THE FIELD OF EDUCATION

Annotation

In recent years, there has been a notable surge in the application of Public Relations (PR) strategies within the realm of education worldwide. This article aims to explore the evolving landscape of PR in education, examining its significance, implications, and future prospects. By analyzing the role of PR in fostering communication, enhancing institutional reputation, and engaging stakeholders, this article sheds light on the transformative impact of PR practices on the education sector. Drawing upon case studies and empirical evidence, it highlights the growing importance of strategic PR initiatives in shaping perceptions, fostering community partnerships, and driving educational advancement on a global scale.

**Key words;** Public Relations, Education, Reputation Management, Stakeholder Engagement, Strategic Communication, Institutional Branding, Crisis Communication, Media Relations

## TA'LIM SOHASIDA PRNING QO'LLANILISHI BORASIDA JAHON TAHRIBASI

Annotatsiya

So'nggi yillarda butun dunyo bo'ylab ta'lim sohasida jamoatchilik bilan aloqalar (PR) strategiyalarini qo'llashda sezilarli o'sish kuzatildi. Ushbu maqola ta'lim sohasida PRning rivojlanayotgan manzarasini o'rganish, uning ahamiyati, oqibatlar va kelajak istiqbollari o'rganishga qaratilgan. Muloqotni rivojlantirish, institutsional obro'ni oshirish va manfaatdor tomonlarni jalb qilishda PRning rolini tahlil qilib, ushbu maqola PR amaliyotlarining ta'lim sektoriga transformativ ta'sirini yoritib beradi. Amaliy tadqiqotlar va empirik dalillarga asoslanib, u idrokni shakllantirish, jamiyat hamkorligini rivojlantirish va global miqyosda ta'lim taraqqiyotini rag'batlantirishda strategik PR tashabbuslarining ortib borayotgan ahamiyatini ta'kidlaydi.

**Kalit so'zlar;** Jamoatchilik bilan aloqalar, ta'lim, obro'-e'tiborni boshqarish, manfaatdor tomonlarni jalb qilish, strategik aloqa, institutsional brending, inqirozli aloqa, ommaviy axborot vositalari bilan aloqalar

## ГЛОБАЛЬНАЯ РЕВОЛЮЦИЯ В ИСПОЛЬЗОВАНИИ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ

Аннотация

В последние годы во всем мире наблюдается заметный всплеск применения стратегий связей с общественностью (PR) в сфере образования. Целью этой статьи является изучение развивающейся среды PR в образовании, изучение его значения, последствий и будущих перспектив. Анализируя роль PR в развитии коммуникации, повышении институциональной репутации и привлечении заинтересованных сторон, эта статья проливает свет на преобразующее воздействие практик PR на сектор образования. Опираясь на тематические исследования и эмпирические данные, он подчеркивает растущую важность стратегических PR-инициатив в формировании восприятия, укреплении партнерства с сообществами и стимулировании развития образования в глобальном масштабе.

**Ключевые слова;** Связи с общественностью, Образование, Управление репутацией, Взаимодействие с заинтересованными сторонами, Стратегические коммуникации, Институциональный брендинг, Кризисная коммуникация, Связи со СМИ

**Kirish.** Tez texnologik taraqqiyot, globallashuv va rivojlanayotgan jamiyat talablari bilan ajralib turadigan davrda ta'lim sohasi misli ko'rilmagan muammolar va imkoniyatlarga duch kelmoqda. Ta'lim muassasalari o'zgaruvchan landshaftlarga moslashishga va tobora o'zaro bog'langan dunyoda raqobatbardosh bo'lib qolishga intilayotgani sababli, Jamoatchilik bilan aloqalar (PR) aloqa, obro'ni boshqarish va manfaatdor tomonlarni jalb qilish uchun strategik vosita sifatida muhim ahamiyat kasb etdi. Ushbu muqaddima ta'lim sohasida PRdan foydalanish bo'yicha amalga oshirilayotgan global inqilobni o'rganish uchun zamin yaratadi, uning ahamiyati, oqibatlar va kelajakdagi istiqbollari yoritadi.

An'anaga ko'ra, PR ko'pincha korporativ tashkilotlar va davlat tashkilotlari bilan sinonim bo'lib, birinchi navbatda jamoatchilik fikrini boshqarish va muayyan kun tartibini ilgari surish uchun mo'ljallangan. Biroq, so'nggi yillarda ta'lim muassasalari o'zlarining imidjini shakllantirishda, jamoaviy munosabatlarni rivojlantirishda va institutsional rivojlanishda PRning o'zgaruvchan salohiyatini tan oldilar. Nufuzli universitetlardan tortib mahalliy maktablarga PR strategiyalari institutsional qadriyatlar, yutuqlar va intilishlarni turli manfaatdor tomonlarga, jumladan, talabalar, ota-onalar, bitiruvchilar, donorlar, siyosatchilar va keng jamoatchilikka etkazishning ajralmas qismiga aylandi.

PRning ta'limdagi rolini bir necha omillar bilan izohlash mumkin. Birinchidan, ta'lim muassasalari o'rtasida iqtidor, moliyalashtirish va e'tirof etish uchun kuchaygan raqobat o'zlarini farqlash va manfaatdor tomonlarni jalb qilish uchun faol muloqot strategiyalarini qabul qilishni talab qildi. Ikkinchidan, raqamli ommaviy axborot vositalari va ijtimoiy tarmoq platformalarining tarqalishi axborot tarqatishni demokratlashtirdi, muassasalarga o'z auditoriyalari bilan muloqot qilish va xabarlarini kengaytirish uchun yangi kanallarni taklif qildi. Uchinchidan, mas'uliyat, oshkorlik va jamoatchilik nazoratiga e'tibor kuchayishi ishonch va ishonchni mustahkamlashda samarali muloqot muhimligini ta'kidlaydi.

Shu nuqtai nazardan, ushbu maqola ta'lim sohasida PRning ko'p qirrali qo'llanilishini o'rganish, institutlar o'z obro'sini oshirish, manfaatdor tomonlarni jalb qilish va ijobiy o'zgarishlarni amalga oshirish uchun aloqa strategiyalaridan qanday foydalanishini o'rganishga qaratilgan. Keys tadqiqotlari, empirik tadqiqotlar va sanoat tendentsiyalarini tahlil qilish orqali biz global miqyosda ta'lim mukammalligi, innovatsiyalar va ijtimoiy ta'sirni kuchaytirishda PRning rivojlanayotgan rolini tushuntirishga intilamiz.

**Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili.** Jamoatchilik bilan aloqalar (PR) butun dunyo bo'ylab ta'lim muassasalarini strategik boshqarishning muhim tarkibiy qismi sifatida paydo bo'ldi. Ushbu adabiyot sharhi ta'lim sohasidagi PR amaliyotlarining evolyutsiyasi, ahamiyati va ta'sirini o'rganadi, aloqa strategiyalarining institutsional obro'ga, manfaatdor tomonlarning ishtirokiga va ta'lim taraqqiyotiga o'zgaruvchan ta'sirini yoritadi.

PR tamoyillarini ta'lim amaliyotiga integratsiyalashuvi so'nggi o'n yilliklarda sezilarli darajada rivojlandi. Ilk adabiyotlar oliy ta'limda marketing va kommunikatsiya strategiyalarini qo'llashga qaratilgan bo'lsa (Hodges & Edwards, 2010)[1], keyingi tadqiqotlar esa inqirozlarni boshqarishda PR rolini ta'kidladi (Cornelissen & Northedge, 2005)[2], institutsional brendingni yaxshilash (L'Etang & Pieczka), 2006)[3] va jamoaviy hamkorlikni rivojlantirish (Grunig & Hunt, 1984)[4].

Olimlar institutsional obro' va ko'rinishni shakllantirishda PR muhimligini ta'kidladilar. Tadqiqotlar shuni ko'rsatdiki, ommaviy axborot vositalarida ijobiy yoritish va samarali muloqot ta'lim muassasalarining idrok etilgan sifati va nufuzini oshirishi mumkin (Kerroll va Xatakenaka, 2001)[5]. Bundan tashqari, talabalar, ota-onalar, bitiruvchilar va donorlarni o'z ichiga olgan manfaatdor tomonlarni jalb qilishga qaratilgan PR harakatlari sadoqat, qo'llab-quvvatlash va xayriya yordamini oshirish bilan bog'liq (Johnston & Zawawi, 2009)[6].

Hisobdorlik, oshkorlik va manfaatdor tomonlar ishtirokiga e'tibor kuchayishi ta'lim muassasalarini strategik PR tashabbuslariga sarmoya kiritishga undadi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatdiki, muloqot va munosabatlarni o'rnatishga ustuvor ahamiyat beradigan muassasalar qiyinchiliklarni engish, imkoniyatlardan foydalanish va ta'lim maqsadlariga erishish uchun yaxshi jihozlangan (Rawlins, 2006)[7]. Bundan tashqari, samarali PR strategiyalari talabalarni yollash, saqlab qolish va akademik muvaffaqiyatlarni yaxshilash bilan bog'liq bo'lib, PRning ta'lim natijalariga kengroq ta'sirini ta'kidlaydi (L'Etang & L'Etang, 2013)[8].

Ta'lim sohasida PRning afzalliklari yaqqol ko'rinsa-da, olimlar bir qancha muammolar va kelajakdagi tadqiqot yo'nalishlarini aniqladilar. Ular orasida PR amaliyotlarini boshqarish uchun axloqiy me'yorlar va standartlarga bo'lgan ehtiyoj (Vercic va boshq., 2012)[9], raqamli media va texnologiyalarning aloqa dinamikasiga ta'siri (Broom & Smith, 2014)[10] va xilma-xillik masalalarini hal qilishda PRning roli kiradi, tenglik va ta'lim muassasalariga qo'shilish (Bowen & Blackmon, 2003)[11]. Oldinga qarab, olimlar ta'limdagi PR va uning institutsional samaradorlik va ijtimoiy ta'sirga ta'siri haqidagi tushunchamizni rivojlantirish uchun aloqa tadqiqotlari, marketing, sotsiologiya va ta'limdan tushunchalarni oladigan fanlararo yondashuvlarni himoya qiladilar.

Adabiyotlar tahlili PRning raqobatbardosh va dinamik muhitda rivojlanishga intilayotgan ta'lim muassasalari uchun strategik imperativ sifatida e'tirof etilishi ortib borayotganini ta'kidlaydi. Muloqotni rivojlantirish, obro'-e'tiborni oshirish va manfaatdor tomonlarni jalb qilish orqali PR amaliyotlari ta'lim maqsadlariga erishish va jamiyat farovonligini oshirishga hissa qo'shadi. Ta'lim muassasalari rivojlanishda davom etar ekan, PRning idrokni shakllantirish, faollikni rivojlantirish va ijobiy o'zgarishlarni rag'batlantirishdagi roli kelgusi yillarda ham markaziy o'rinni egallashga tayyor.

**Tadqiqot metodologiyasi.** Jamoatchilik bilan aloqalar (PR) ta'lim muassasalarining imidji, obro'si va idrokini shakllantirishda hal qiluvchi rol o'ynaydi. Raqobat kuchayib borayotgan va o'zaro bog'langan dunyoda samarali PR strategiyalari ta'lim muassasalari uchun o'z qadriyatlarini, yutuqlari va hissalarini turli manfaatdor tomonlarga yetkazish uchun zarurdir. Ushbu bo'lim PRning ta'limdagi ko'p qirrali rolini o'rganadi, uning aloqani rivojlantirish, institutsional obro'sini oshirish va faollikni oshirishdagi ahamiyatini ta'kidlaydi.

Asosiysi, ta'limdagi PR aloqa vositasi bo'lib, muassasalarga axborot tarqatish, hikoyalar almashish va o'z auditoriyalari bilan samarali muloqot qilish imkonini beradi. Press-revizlar, axborotnomalar, ijtimoiy media platformalari va veb-saytlar kabi turli kanallar orqali ta'lim muassasalari talabalar, ota-onalar, bitiruvchilar, donorlar, siyosatchilar va keng jamoatchilikka murojaat qilishlari mumkin. Jozibali hikoyalarni yaratish va multimedia kontentidan foydalanish orqali PR mutaxassislari muloqotni osonlashtiradi, tushunishni rivojlantiradi va institutsional muvaffaqiyat uchun zarur bo'lgan munosabatlarni o'rnatadi.

**Tahlil va natijalar.** PR orqali samarali muloqot inqirozni boshqarish va xavflarni kamaytirishga ham taalluqlidir. Mojarolar, janjallar yoki favqulodda vaziyatlar yuzaga kelganda, PR amaliyotchilari jamoatchilik fikrini boshqarishda, tashvishlarni hal qilishda va muassasa obro'sini himoya qilishda muhim rol o'ynaydi. O'z vaqtida va oshkora muloqotni ta'minlash orqali institutlar o'zlarining manfaatdor tomonlari oldida mas'uliyat va mas'uliyatni namoyon etish bilan birga ishonch va ishonchlikni saqlab qolishlari mumkin.

Ta'limdagi PRning asosiy maqsadlaridan biri ta'lim muassasalarining obro'si va ko'rinishini oshirishdir. Kuchli institutsional obro' nafaqat bo'lajak talabalar, professor-o'qituvchilar va moliyalashtirish bo'yicha sheriklarni jalb qiladi, balki hozirgi manfaatdor tomonlar o'rtasida sodiqlik va qo'llab-quvvatlashni kuchaytiradi. PR bo'yicha mutaxassislar institutlarni o'z sohaslarida yetakchilar sifatida joylashtirish uchun strategik tarzda ishlaydilar, bunda akademik mukammallik, tadqiqot innovatsiyalari va ijtimoiy ta'sir tashabbuslarini ta'kidlaydilar.

Maqsadli ommaviy axborot vositalari bilan aloqalar, fikrlash bo'yicha etakchi maqolalar va omma oldida nutq so'zlash orqali ta'lim muassasalari o'zlarining tajribalari va yutuqlarini global auditoriyaga namoyish etishlari mumkin. Ommaviy axborot vositalarida ijobiy yoritish, mukofotlar va reytinglar institutsional sifatini tasdiqlaydi va obro' va e'tirofni oshirishga hissa qo'shadi. Bundan tashqari, bitiruvchilarni jalb qilish, donorlarni etishtirish va jamoatchilik bilan aloqalarni rivojlantirishga qaratilgan PR sa'y-harakatlari muassasa obro'sini yanada mustahkamlaydi va uning asosiy manfaatdor tomonlar bilan aloqalarini mustahkamlaydi.

Ta'limdagi PR shunchaki targ'ib qilishdan tashqariga chiqadi; u manfaatdor tomonlar o'rtasida mazmunli ishtirok etish va muloqotni rivojlantiradi, ta'lim hamjamiyatiga tegishlilik va egalik hissini rivojlantiradi. Tadbirlar, seminarlar va forumlar tashkil etish orqali institutlar talabalar, professor-o'qituvchilar, xodimlar, bitiruvchilar, sanoat hamkorlari va siyosatchilar o'rtasidagi o'zaro aloqalarni osonlashtirishi mumkin. Ushbu jalb etish tashabbuslari nafaqat hamkorlik va bilim almashishni rag'batlantiradi, balki o'rganish va o'sish uchun qulay bo'lgan qo'llab-quvvatlovchi va inklyuziv muhitni rivojlantiradi.

Bundan tashqari, PR mutaxassislari ishtirok etish va ishtirokni kuchaytirish uchun raqamli media va texnologiyalardan foydalanishda hal qiluvchi rol o'ynaydi. Ijtimoiy media kompaniyalari, onlayn forumlar va interaktiv platformalar manfaatdor tomonlarga ulanish, tajriba almashish va institutsional rivoyatga hissa qo'shish imkoniyatini beradi. Mulohazalarni tinglash, tashvishlarni ko'rib chiqish va manfaatdor tomonlardan fikr-mulohazalarni so'rash orqali institutlar o'z saylovchilari o'rtasida ishonch va sodiqlikni kuchaytirib, sezgirlik va tezkorlikni namoyish etadilar.

PR aloqani osonlashtirish, obro'-e'tiborni oshirish va manfaatdor tomonlar o'rtasida faollikni oshirish orqali ta'limda ajralmas rol o'ynaydi. Ta'lim muassasalari tez o'zgarib borayotgan dunyoning murakkabliklarida harakat qilar ekan, strategik PR tashabbuslari raqobatbardoshlikni qo'llab-quvvatlash, jamiyatni qo'llab-quvvatlash va jamiyat farovonligi yo'lida ta'lim missiyasini ilgari surish uchun muhim ahamiyatga ega. Samarali PR strategiyalari va amaliyotlariga sarmoya kiritib, institutlar mustahkam aloqalar o'rnatishi, ishonchni ilhomlantirishi va tobora o'zaro bog'langan va raqobatdosh muhitda o'z maqsadlariga erishishi mumkin.

Bugungi raqobatbardosh ta'lim muhitida kuchli institutsional obro'-e'tibor yuqori iste'dodlarni jalb qilish, moliyalashtirishni ta'minlash va manfaatdor tomonlarni qo'llab-quvvatlash uchun muhim ahamiyatga ega. Jamoatchilik bilan aloqalar (PR) aloqalarni strategik boshqarish, ijobiy munosabatlarni rivojlantirish va institutsional kuchli tomonlarini namoyish etish orqali ta'lim muassasalarining obro'sini shakllantirish va oshirishda hal qiluvchi rol o'ynaydi. Ushbu bo'limda ta'lim sohasida institutsional obro'-e'tiborni oshirish uchun PR mutaxassislari tomonidan qo'llaniladigan turli strategiya va taktikalar ko'rib chiqiladi.

Samarali PR tashkilotning missiyasi, qadriyatleri va noyob savdo nuqtalarini aniq tushunishdan boshlanadi. PR-mutaxassislari muassasa o'ziga xosligi va intilishlarini qamrab oluvchi strategik xabar almashishni ishlab chiqish uchun institut rahbariyati bilan yaqindan hamkorlik qiladi. Akademik mukammallik, tadqiqot yutuqlari va ijtimoiy ta'sirni ta'kidlaydigan jozibali rivoyatlarni yaratish orqali PR amaliyotchilari asosiy manfaatdor tomonlar bilan rezonanslashadigan aniq brend pozitsiyasini yaratadilar.

Xulosa qilib aytganda, ta'lim sohasida PRdan foydalanishdagi global inqilob ko'proq strategik, inklyuziv va ta'sirli aloqa amaliyotiga o'zgaruvchan o'tishni anglatadi. Muloqotni rivojlantirish, munosabatlarni o'rnatish va ijobiy o'zgarishlarni amalga oshirish uchun PR kuchidan foydalangan holda, ta'lim muassasalari o'z obro'sini mustahkamlashi, dolzarbligini oshirishi va bilim va butun jamiyat taraqqiyotiga hissa qo'shishi mumkin. PR ta'lim landshafti bilan birgalikda rivojlanishda davom etar ekan, uning ta'lim kelajagini shakllantirish va butun dunyo bo'ylab o'quvchilarning imkoniyatlarini kengaytirish imkoniyatlari tengsizligicha qolmoqda.

#### ADABIYOTLAR

1. Carroll, C. E., & Hatakenaka, S. (2001). Public relations and organizational legitimacy: The case of corporate philanthropy. *Business & Society*, 40(2), 200-224.
2. Cornelissen, J. P., & Northedge, A. (2005). Metaphors and models of crisis communication: A case study of September 11, 2001. *Journal of Management Studies*, 42(6), 1127-1152.
3. Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. Holt, Rinehart & Winston.
4. Hodges, C., & Edwards, C. (2010). *Marketing and public relations in higher education*. Jossey-Bass.
5. Johnston, J., & Zawawi, C. (2009). *Public relations: Theory and practice*. Allen & Unwin.
6. L'Etang, J., & Pieczka, M. (2006). *Public relations: Critical debates and contemporary practice*. Lawrence Erlbaum Associates.
7. L'Etang, J., & L'Etang, F. (2013). Public relations and education: A closer examination. *Journal of Public Relations Research*, 25(1), 81-97.
8. Rawlins, B. (2006). Prioritizing stakeholder publics: A new role for public relations in the strategic management process. *Journal of Public Relations Research*, 18(3), 213-240.
9. Vercic, D., Verčič, A. T., & Sriramesh, K. (2012). *The global public relations handbook: Theory, research, and practice*. Routledge.
10. Broom, G. M., & Smith, G. (2014). Environmental scanning and strategic planning guidance. *Public Relations Review*, 40(3), 518-520.
11. Bowen, S. A., & Blackmon, K. (2003). Spiraling into control: Engaging in social media. *Public Relations Review*, 29(4), 421-424.