

O'ZBEKISTON MILLIY UNIVERSITETI IMIJINI OSHIRISHDA AXBOROT
XIZMATLARINING IJODIY MAHORATI

Xamrakulova Aziza Xamzakulovna

Mirzo Ulug'bek nomidagi O'zbekiston Milliy universiteti

Jurnalistika va o'zbek filologiyasi fakulteti Jurnalistika kafedrası o'qituvchi

Annotatsiya. *Mazkur maqolada O'zbekiston Milliy universiteti imijini shakllantirish va rivojlantirishda axborot xizmatlarining o'rni hamda ijodiy mahorati tahlil qilinadi. Universitet axborot xizmatlarining kommunikatsion siyosati, raqamli platformalardagi faoliyati, kontent strategiyasi va jamoatchilik bilan aloqalar tizimi ilmiy jihatdan yoritilgan. Shuningdek, universitetning rasmiy veb-sayti va ijtimoiy tarmoqlardagi faoliyati misolida axborot xizmatlarining akademik, ijtimoiy va innovatsion imijni shakllantirishdagi amaliy mexanizmlari ko'rib chiqilgan. Tadqiqot natijasida axborot xizmatlari faoliyatini takomillashtirish, kreativ PR texnologiyalarini keng joriy etish hamda xalqaro kommunikatsiya imkoniyatlarini rivojlantirish bo'yicha ilmiy xulosalar va amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan.*

Kalit so'zlar: *axborot xizmati, universitet imiji, O'zbekiston Milliy universiteti, PR, kommunikatsiya, raqamli kommunikatsiya, kontent strategiyasi, ijtimoiy tarmoqlar, kreativ yondashuv, universitet brendi, jamoatchilik bilan aloqalar, imij menejmenti.*

Аннотация. *В данной статье рассматриваются роль и творческое мастерство информационных служб в формировании и развитии имиджа Национального университета Узбекистана. Проанализированы коммуникационная политика университета, деятельность на цифровых платформах, контент-стратегия и система взаимодействия с общественностью. На примере официального веб-сайта и социальных сетей университета раскрываются практические механизмы формирования академического, социального и инновационного имиджа. По результатам исследования разработаны рекомендации по совершенствованию деятельности информационных служб, внедрению современных PR-технологий и расширению международных коммуникационных возможностей университета.*

Ключевые слова: *информационная служба, имидж университета, Национальный университет Узбекистана, PR, коммуникация, цифровые коммуникации, контент-стратегия, социальные сети, креативный подход, бренд университета, связи с общественностью, имидж-менеджмент.*

Abstract. *This article examines the role and creative competence of information services in shaping and strengthening the image of the National University of Uzbekistan. The study analyzes the university's communication policy, digital media activities, content strategy, and public relations system. Using the official website and social media platforms as examples, the paper explores practical mechanisms for developing the university's academic, social, and innovative image. Based on the findings, recommendations are proposed for improving*

information service activities, implementing modern PR technologies, and expanding international communication opportunities to enhance the university's reputation.

Keywords: *information service, university image, National University of Uzbekistan, public relations, communication, digital communication, content strategy, social media, creative approach, university branding, public engagement, image management.*

O'zbekiston Respublikasi oliy ta'lim tizimida yetakchi o'rinlardan birini egallab kelayotgan O'zbekiston Milliy universiteti (O'zMU) o'zining ko'p yillik tarixiy an'analari, ilmiy salohiyati va akademik muhitining boyligi bilan ajralib turadi. Shu bilan birga, zamonaviy ta'lim makonida universitet imijini shakllantirish va mustahkamlash masalasi tobora dolzarb ahamiyat kasb etib, bunda axborot xizmatlarining roli alohida e'tiborga loyiq bo'lmoqda. Axborot xizmatlari universitetning tashqi kommunikatsiya siyosatini amalga oshiruvchi asosiy bo'g'in sifatida uning jamoatchilikdagi qiyofasini shakllantirishda muhim vazifani bajaradi.

Avvalo, axborot xizmatlari faoliyatining mazmun-mohiyatini aniqlab olish lozim. Axborot xizmati – bu tashkilot faoliyati to'g'risida jamoatchilikni muntazam, tizimli va ishonchli axborot bilan ta'minlovchi tuzilma bo'lib, u PR faoliyatining markaziy elementi hisoblanadi. Universitet doirasida axborot xizmatlari nafaqat yangiliklarni yoritadi, balki universitet imijini ongli ravishda shakllantiruvchi kommunikatsion strategiyalarni ham ishlab chiqadi. Shu jihatdan qaraganda, axborot xizmatlari faoliyati imij menejmentining muhim tarkibiy qismi sifatida namoyon bo'ladi⁸⁹.

O'zbekiston Milliy universiteti misolida qaraganda, axborot xizmatlarining faoliyati ko'p qirrali va tizimli xarakterga ega. Universitet rasmiy veb-sayti, ijtimoiy tarmoqlardagi sahifalari, matbuot xizmati orqali berilayotgan axborotlar uning jamoatchilikdagi obro'sini shakllantirishga xizmat qiladi. Ayniqsa, rasmiy axborot manbalarining muntazam yangilanib borilishi, unda ilmiy yutuqlar, xalqaro hamkorliklar va talabalar hayotiga oid materiallarning yoritilishi universitet imijining ijobiy qabul qilinishiga zamin yaratadi. Mazkur jarayonda axborot xizmatlarining ijodiy yondashuvi muhim ahamiyat kasb etadi. Oddiy axborot berish bilan cheklanib qolmay, balki uni jozibador va auditoriya uchun qiziqarli shaklda taqdim etish zarur. Bu esa kreativ PR yondashuvlarini talab etadi. Masalan, intervyular, reportajlar, videoroliklar, infografikalar va hikoya (storytelling) asosida tayyorlangan materiallar auditoriyada kuchli taassurot uyg'otadi. Shu orqali universitet nafaqat axborot tarqatadi, balki o'zining ijobiy imijini shakllantiradi⁹⁰.

Axborot xizmatlari faoliyatining samaradorligi ko'p jihatdan uning strategik rejalashtirilganligiga bog'liq. O'zbekiston Milliy universitetida ham axborot siyosati ma'lum maqsad va vazifalar asosida amalga oshiriladi. Bunda asosiy e'tibor universitetning ilmiy

⁸⁹ Cornelissen J. Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice. – London: Sage Publications, 2017. – P. 54.

⁹⁰ Fog K., Budtz C., Yakaboylu B. Storytelling: Branding in Practice. – Berlin: Springer, 2005. – P. 88.

salohiyatini namoyon etish, xalqaro hamkorlikni kengaytirish va talabalar uchun yaratilgan sharoitlarni yoritishga qaratiladi. Shu bilan birga, axborot xizmatlari universitet faoliyatining ijtimoiy ahamiyatini ham keng jamoatchilikka yetkazishga intiladi. Axborot xizmatlarining yana bir muhim vazifasi – bu universitet va jamoatchilik o'rtasida samarali muloqotni ta'minlashdir. Zamonaviy kommunikatsiya nazariyalariga ko'ra, bir tomonlama axborot uzatish samarali hisoblanmaydi. Aksincha, ikki tomonlama muloqot (two-way communication) modeli asosida faoliyat yuritish zarur. Bu model doirasida auditoriyaning fikr-mulohazalari, takliflari va e'tirozlari inobatga olinadi. O'zbekiston Milliy universitetining ijtimoiy tarmoqlardagi faolligi, foydalanuvchilar bilan muloqotga kirishishi aynan shu modelning amaliy ifodasi sifatida baholanishi mumkin⁹¹. Shu bilan birga, axborot xizmatlarining professional darajasi ham imijni shakllantirishda hal qiluvchi ahamiyatga ega. Axborot xodimlarining jurnalistika, PR va kommunikatsiya sohalaridagi bilim va ko'nikmalari qanchalik yuqori bo'lsa, yaratilayotgan kontent ham shunchalik sifatli bo'ladi. Bu esa o'z navbatida universitet imijiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Shu sababli ham ko'plab universitetlar axborot xizmatlari xodimlarini muntazam ravishda malaka oshirish kurslariga jalb etadi va ularning professional rivojlanishini qo'llab-quvvatlaydi⁹².

O'zbekiston Milliy universiteti imijini shakllantirishda axborot xizmatlarining faoliyati raqamli kommunikatsiyalar bilan chambarchas bog'liq. Ijtimoiy tarmoqlar, xususan Telegram, Instagram va YouTube platformalari orqali universitet o'z auditoriyasi bilan bevosita aloqada bo'lmoqda. Bu platformalarda muntazam ravishda joylashtirilayotgan kontent universitet hayotini keng jamoatchilikka ochib beradi. Ayniqsa, yoshlar auditoriyasi uchun bunday platformalar asosiy axborot manbai hisoblanadi. Shu boisdan ham raqamli muhitda faol bo'lish universitet imijini mustahkamlashning muhim omiliga aylanmoqda⁹³.

Axborot xizmatlarining ijodiy mahorati faqatgina kontent yaratish bilan cheklanib qolmaydi. U shuningdek, axborotni to'g'ri vaqt va to'g'ri auditoriyaga yetkazishni ham o'z ichiga oladi. Bu esa media rejalashtirish va kommunikatsiya strategiyalarini chuqur tahlil qilishni talab etadi. Masalan, muhim ilmiy yutuqlar yoki xalqaro hamkorliklar haqidagi axborotlarni keng auditoriyaga yetkazish orqali universitet o'zining nufuzini oshirishi mumkin. Yuqoridagi tahlillar shuni ko'rsatadiki, O'zbekiston Milliy universiteti imijini shakllantirishda axborot xizmatlarining roli nihoyatda muhim bo'lib, ularning ijodiy yondashuvi va professional faoliyati universitetning jamoatchilikdagi qiyofasini belgilovchi asosiy omillardan biri hisoblanadi. Axborot xizmatlari orqali yaratilayotgan kommunikatsion muhit universitetning ochiqligi, zamonaviyligi va innovatsion salohiyatini namoyon etadi. Shu boisdan ham bu yo'nalishda olib borilayotgan ishlarni ilmiy asosda takomillashtirish dolzarb vazifalardan biri bo'lib qolmoqda.

⁹¹ Grunig J. Public Relations and Communication Management. – New York: Routledge, 2001. – P. 76.

⁹² Самохвалова М. В. Связи с общественностью в образовании. – Москва: Юрайт, 2019. – С. 112.

⁹³ Qosimov M. Zamonaviy kommunikatsiya texnologiyalari. – Toshkent: Fan, 2020. – B. 39.

O'zbekiston Milliy universiteti imijini shakllantirishda axborot xizmatlari faoliyatining amaliy jihatlarini tahlil qilish ushbu jarayonning real mexanizmlarini anglash imkonini beradi. Axborot xizmatlari tomonidan olib borilayotgan ishlar nafaqat universitet faoliyatini yoritishga, balki uning strategik rivojlanish yo'nalishlarini jamoatchilikka yetkazishga ham xizmat qiladi. Shu nuqtai nazardan qaraganda, axborot xizmatlari universitetning kommunikatsion siyosatini amalga oshiruvchi markaziy institut sifatida faoliyat yuritadi.

Amaliy faoliyatni tahlil qilish shuni ko'rsatadiki, O'zbekiston Milliy universitetida axborot xizmatlari bir nechta asosiy yo'nalishlarda ish olib boradi. Birinchidan, rasmiy axborotlarni tayyorlash va tarqatish orqali universitet faoliyatining ochiqligini ta'minlash. Ikkinchidan, universitet hayotiga oid ijtimoiy va madaniy tadbirlarni yoritish orqali ijtimoiy imijni shakllantirish. Uchinchidan, ilmiy tadqiqotlar va innovatsion loyihalarni keng jamoatchilikka taqdim etish orqali akademik imijni mustahkamlash. Ushbu yo'nalishlarning uyg'unligi universitetning kompleks imijini yaratishga xizmat qiladi.

Axborot xizmatlari faoliyatida kontent strategiyasi muhim o'rin tutadi. Kontent strategiyasi – bu qanday axborot, qaysi shaklda va qaysi auditoriyaga yetkazilishini belgilovchi tizimli yondashuvdir. O'zbekiston Milliy universiteti misolida kontent strategiyasi ko'proq ta'lim sifati, ilmiy yutuqlar va talabalar hayotiga qaratilganligini kuzatish mumkin. Bunday yondashuv universitetning asosiy qadriyatlarini aks ettirishga xizmat qiladi. Shu bilan birga, kontentning turli formatlarda – matn, foto, video va grafik ko'rinishda taqdim etilishi uning ta'sirchanligini oshiradi⁹⁴. Axborot xizmatlarining samaradorligi ko'p jihatdan ularning auditoriyani to'g'ri segmentatsiya qilishiga bog'liq. Oliy ta'lim muassasalari uchun auditoriya bir xil emas, balki turli ijtimoiy guruhlardan iborat: abituriyentlar, talabalar, ota-onalar, ilmiy hamjamiyat, ish beruvchilar va xalqaro hamkorlar. Har bir auditoriya uchun mos kommunikatsiya uslubini tanlash muhim hisoblanadi. Masalan, abituriyentlar uchun qiziqarli va motivatsion kontent muhim bo'lsa, ilmiy hamjamiyat uchun akademik yutuqlar va ilmiy maqolalar ustuvor ahamiyatga ega. Shu boisdan ham axborot xizmatlari faoliyatida differensial yondashuv muhim o'rin tutadi⁹⁵. Bundan tashqari, O'zbekiston Milliy universiteti axborot xizmatlari faoliyatida vizual kommunikatsiya vositalaridan keng foydalanilmoqda. Zamonaviy axborot makonida vizual materiallar – foto va videolar – auditoriya e'tiborini jalb qilishda muhim rol o'ynaydi. Universitet hayotiga oid fotoreportajlar, videoroliklar va intervyular orqali tashkilotning ichki muhitini ko'rsatish uning ochiqligi va shaffofligini ta'minlaydi. Bu esa o'z navbatida ijobiy imij shakllanishiga xizmat qiladi⁹⁶.

Axborot xizmatlari faoliyatida yana bir muhim jihat – bu tezkorlik va operativlikdir. Axborotning tez va aniq yetkazilishi zamonaviy kommunikatsiyaning asosiy talablardan biri hisoblanadi. O'zbekiston Milliy universitetida muhim voqealar, tadbirlar va yangiliklar tezkor ravishda e'lon qilinishi universitetning faol va ochiq tashkilot ekanligini ko'rsatadi. Shu bilan

⁹⁴ Chaffey D. Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. – London: Pearson, 2019. – P. 144.

⁹⁵ Smith R. Strategic Planning for Public Relations. – New York: Routledge, 2017. – P. 96.

⁹⁶ Kress G., van Leeuwen T. Reading Images: The Grammar of Visual Design. – London: Routledge, 2006. – P. 45.

birga, bu jamoatchilik bilan doimiy aloqani ta'minlashga yordam beradi. Axborot xizmatlarining ijodiy mahorati, ayniqsa, maxsus PR loyihalarni amalga oshirish jarayonida yaqqol namoyon bo'ladi. Masalan, ochiq eshiklar kunlari, ilmiy konferensiyalar, tanlovlar va ijtimoiy loyihalar doirasida olib borilayotgan kommunikatsiya ishlari universitet imijini mustahkamlashga xizmat qiladi. Bunday loyihalar orqali universitet o'zining nafaqat ta'lim maskani, balki ijtimoiy faol institut sifatidagi rolini ham namoyon etadi⁹⁷. Shuningdek, O'zbekiston Milliy universiteti axborot xizmatlari faoliyatida hamkorlik aloqalari muhim o'rin tutadi. Ommaviy axborot vositalari, davlat tashkilotlari va boshqa universitetlar bilan hamkorlikda amalga oshirilayotgan loyihalar universitetning ijtimoiy kapitalini oshiradi. Bu esa uning imijiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Ayniqsa, nufuzli OAVda universitet faoliyatining yoritilishi uning keng auditoriya tomonidan tan olinishiga xizmat qiladi.

Raqamli transformatsiya sharoitida axborot xizmatlari faoliyatining samaradorligi ularning innovatsion texnologiyalarni qanchalik samarali qo'llashiga bog'liq. O'zbekiston Milliy universiteti ham bu borada muayyan yutuqlarga erishmoqda. Ijtimoiy tarmoqlarda interaktiv kontent yaratish, onlayn translyatsiyalar o'tkazish va foydalanuvchilar bilan real vaqt rejimida muloqot qilish universitet imijini zamonaviy va innovatsion sifatida shakllantiradi⁹⁸.

Axborot xizmatlari faoliyatini chuqurroq tahlil qilish shuni ko'rsatadiki, O'zbekiston Milliy universiteti imijini shakllantirish jarayonida mazkur tuzilma nafaqat axborot uzatuvchi, balki strategik kommunikatsion boshqaruv subyekti sifatida ham faoliyat yuritadi. Bu esa axborot xizmatlarining funksiyalarini kengaytirib, ularni universitet imijini ongli ravishda loyihalovchi va yo'naltiruvchi institut darajasiga olib chiqadi. Aynan shu jihat zamonaviy oliy ta'lim muassasalarida PR faoliyatining yangi bosqichga ko'tarilganini ko'rsatadi.

Tahlillar shuni ko'rsatadiki, axborot xizmatlari faoliyatining samaradorligi ko'p jihatdan uning strategik integratsiyalashgan kommunikatsiya tizimiga asoslanganligiga bog'liq. Integratsiyalashgan kommunikatsiya (integrated communication) tushunchasi turli kommunikatsiya kanallari va vositalarining yagona g'oya va maqsad asosida uyg'unlashgan holda ishlashini anglatadi. O'zbekiston Milliy universitetida bu jarayon rasmiy sayt, ijtimoiy tarmoqlar, matbuot chiqishlari va oflayn tadbirlar o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik orqali namoyon bo'ladi. Bunday tizim axborotning yagona stilistika va mazmunda yetkazilishini ta'minlab, universitet imijining yaxlit shakllanishiga xizmat qiladi⁹⁹.

Bundan tashqari, axborot xizmatlarining ijodiy mahorati ularning kontent yaratish jarayonidagi innovatsion yondashuvlarida ham yaqqol namoyon bo'ladi. Zamonaviy PR amaliyotida oddiy axborot yetkazishdan ko'ra, auditoriyani jalb etuvchi va hissiy ta'sir uyg'otuvchi kontent yaratish ustuvor ahamiyat kasb etmoqda. Shu nuqtai nazardan qaraganda, O'zbekiston Milliy universiteti axborot xizmatlari tomonidan ishlab chiqilayotgan

⁹⁷ Seitel F. The Practice of Public Relations. – New York: Pearson, 2015. – P. 210.

⁹⁸ Лапшина М. А. Интернет-коммуникации в PR. – Москва: Инфра-М, 2018. – С. 73.

⁹⁹ Kitchen P., Burgmann I. Integrated Marketing Communication. – London: Palgrave Macmillan, 2015. – P. 61.

kontentda narrativ yondashuv, ya'ni voqealarni hikoya shaklida taqdim etish usuli keng qo'llanilmoqda. Bu esa auditoriyada yanada chuqurroq taassurot qoldirib, universitetga nisbatan ijobiy munosabatni shakllantiradi¹⁰⁰.

Axborot xizmatlari faoliyatining yana bir muhim jihati – bu universitet brendining kommunikativ ifodasini ta'minlashdir. Har bir universitet o'zining qadriyatlari, missiyasi va strategik maqsadlariga ega bo'lib, ushbu elementlar uning brend asosini tashkil etadi. Axborot xizmatlari aynan shu qadriyatlarni turli kommunikatsiya vositalari orqali jamoatchilikka yetkazadi. O'zbekiston Milliy universiteti misolida ilmiy an'analar, innovatsion rivojlanish va milliy qadriyatlarga sodiqlik asosiy brend elementlari sifatida ko'zga tashlanadi. Ushbu elementlarning kommunikatsiyada izchil aks ettirilishi universitet imijining barqarorligini ta'minlaydi¹⁰¹. Shuningdek, axborot xizmatlari faoliyatida auditoriya bilan emotsional aloqani o'rnatish muhim omillardan biri hisoblanadi. Zamonaviy kommunikatsiya nazariyalariga ko'ra, auditoriya bilan faqatgina axborot almashinuvi emas, balki hissiy bog'liqlikni shakllantirish ham zarur. Bu jarayonda talabalar hayoti, muvaffaqiyat hikoyalari, ijtimoiy loyihalar va insoniy qadriyatlarga oid materiallar muhim rol o'ynaydi. O'zbekiston Milliy universiteti axborot xizmatlari tomonidan talabalar va bitiruvchilarning yutuqlarini yoritish orqali aynan shu emotsional aloqani shakllantirishga erishilmoqda.

Bundan tashqari, axborot xizmatlarining faoliyati doirasida krizis kommunikatsiyasini boshqarish masalasi ham alohida ahamiyat kasb etadi. Har qanday yirik tashkilot faoliyatida turli salbiy holatlar yoki tanqidiy vaziyatlar yuzaga kelishi mumkin. Bunday holatlarda axborot xizmatlarining tezkor va professional harakati universitet imijini saqlab qolishda hal qiluvchi rol o'ynaydi. O'zbekiston Milliy universiteti misolida ham axborot xizmatlarining tezkor munosabati va rasmiy bayonotlari orqali salbiy axborotlarning oldini olish yoki ularning ta'sirini kamaytirish imkoniyati yaratilmoqda¹⁰².

Axborot xizmatlari faoliyatining samaradorligini oshirishda ichki va tashqi kommunikatsiya o'rtasidagi muvozanatni ta'minlash ham muhimdir. Ichki kommunikatsiya universitet ichidagi axborot almashinuvini tartibga solib, jamoa ichida yagona axborot maydonini yaratadi. Bu esa tashqi kommunikatsiyaning ham samarali bo'lishiga zamin yaratadi. Chunki ichki muhitdagi barqarorlik va ijobiy psixologik iqlim tashqi imijga bevosita ta'sir ko'rsatadi.

Zamonaviy sharoitda axborot xizmatlarining faoliyati ma'lumotlar tahliliga asoslangan holda olib borilishi ham muhim ahamiyat kasb etmoqda. Analitik yondashuv orqali auditoriya xatti-harakati, kontent samaradorligi va kommunikatsiya kanallarining ta'sir darajasi aniqlanadi. Bu esa kelgusida yanada samarali PR strategiyalarini ishlab chiqish imkonini beradi. O'zbekiston Milliy universiteti misolida ijtimoiy tarmoqlardagi faollik, ko'rishlar soni

¹⁰⁰ Salmon C. Storytelling: Bewitching the Modern Mind. – London: Verso, 2010. – P. 34.

¹⁰¹ Aaker D. Building Strong Brands. – New York: Free Press, 1996. – P. 79.

¹⁰² Coombs W. Ongoing Crisis Communication. – London: Sage Publications, 2014. – P. 102.

va auditoriya reaksiyalarini tahlil qilish orqali kommunikatsiya siyosatini takomillashtirishga erishilmoqda¹⁰³.

Shu bilan birga, axborot xizmatlari faoliyatida milliy va global kommunikatsiya standartlarini uyg'unlashtirish masalasi ham dolzarb hisoblanadi. O'zbekiston Milliy universiteti milliy qadriyatlarga asoslangan holda faoliyat yuritgan holda, bir vaqtning o'zida xalqaro ta'lim makonida ham o'z o'rnini mustahkamlashga intilmoqda. Bu esa axborot xizmatlaridan ikki yo'nalishda – milliy auditoriya va xalqaro hamjamiyat uchun mos kontent yaratishni talab etadi.

Oldingi tahlillar davomida O'zbekiston Milliy universiteti axborot xizmatlari faoliyatining nazariy va amaliy jihatlarini ko'rib chiqildi. Endi mazkur faoliyatning samaradorligini umumlashtirish, mavjud muammolarni aniqlash va uni takomillashtirish yo'nalishlarini belgilash muhim ahamiyat kasb etadi. Chunki zamonaviy oliy ta'lim tizimida axborot xizmatlari faqatgina yordamchi tuzilma emas, balki universitetning strategik rivojlanishida muhim rol o'ynovchi asosiy institutlardan biriga aylangan.

Avvalo, O'zbekiston Milliy universiteti axborot xizmatlari faoliyatining kuchli tomonlarini qayd etish lozim. Universitetning raqamli platformalardagi faolligi, ijtimoiy tarmoqlarda muntazam kontent joylashtirilishi, ilmiy va ijtimoiy faoliyatning keng yoritilishi uning ijobiy imijini shakllantirishda muhim omil bo'lib xizmat qilmoqda. Ayniqsa, yoshlar auditoriyasiga yo'naltirilgan kontentning ko'pligi universitetning zamonaviy va ochiq tashkilot sifatidagi qiyofasini mustahkamlamoqda. Biroq, mavjud yutuqlar bilan bir qatorda, axborot xizmatlari faoliyatida ayrim muammolar ham kuzatilishi mumkin. Jumladan, kontentning ayrim hollarda bir xilligi, auditoriya segmentatsiyasining yetarli darajada chuqur amalga oshirilmaganligi va xalqaro auditoriya uchun mo'ljallangan materiallarning kamligi shular jumlasidandir. Bu esa universitet imijining global miqyosda yetarli darajada shakllanmasligiga olib kelishi mumkin. Shu boisdan ham axborot xizmatlari faoliyatini yanada takomillashtirish zarurati yuzaga keladi.

Mazkur muammolarni bartaraf etishda, avvalo, strategik kommunikatsiya rejasini yanada takomillashtirish lozim. Har bir kommunikatsiya faoliyati aniq maqsad va natijaga yo'naltirilgan bo'lishi, auditoriyaning ehtiyojlari va qiziqishlari asosida ishlab chiqilishi zarur. Shu bilan birga, kontentni rejalashtirishda innovatsion yondashuvlarni kengroq joriy etish maqsadga muvofiqdir. Masalan, multimedia formatlaridan foydalanish, interaktiv loyihalarni amalga oshirish va zamonaviy PR texnologiyalarini qo'llash orqali auditoriya e'tiborini jalb qilish mumkin¹⁰⁴.

Axborot xizmatlari faoliyatini takomillashtirishda xalqaro tajribani o'rganish va uni amaliyotga tatbiq etish ham muhim ahamiyat kasb etadi. Rivojlangan mamlakatlar universitetlari tajribasi shuni ko'rsatadiki, axborot xizmatlari nafaqat axborot tarqatish, balki universitet brendini global miqyosda ilgari surish bilan ham shug'ullanadi. Shu nuqtai

¹⁰³ Котлер Ф., Картаджайя Х., Сетиван А. Маркетинг 4.0. – Москва: Эксмо, 2018. – С. 55.

¹⁰⁴ Fill C. Marketing Communications: Brands, Experiences and Participation. – London: Pearson, 2013. – P. 173.

nazardan qaraganda, O'zbekiston Milliy universiteti axborot xizmatlari faoliyatida ingliz tilidagi kontent ulushini oshirish, xalqaro media bilan hamkorlikni kuchaytirish va global kommunikatsiya strategiyalarini joriy etish muhim vazifalardan biri hisoblanadi¹⁰⁵. Shuningdek, axborot xizmatlari faoliyatida kreativlik va innovatsion yondashuvlarni yanada rivojlantirish zarur. Zamonaviy axborot makonida auditoriya e'tiborini jalb qilish tobora murakkablashib borayotgan bir paytda, oddiy axborot berish usullari yetarli bo'lmay qolmoqda. Shu sababli ham storytelling, vizual kommunikatsiya, interaktiv kontent va raqamli PR vositalaridan keng foydalanish muhimdir. Bunday yondashuvlar universitet imijini yanada jozibador va zamonaviy ko'rsatishga xizmat qiladi¹⁰⁶.

Axborot xizmatlari faoliyatining samaradorligini oshirishda inson kapitalini rivojlantirish ham muhim omil hisoblanadi. Axborot xodimlarining professional bilim va ko'nikmalarini oshirish, ularni zamonaviy PR va kommunikatsiya texnologiyalari bilan tanishtirish zarur. Bu esa yaratilayotgan kontent sifatini oshirib, universitet imijiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Shu boisdan ham axborot xizmatlari xodimlari uchun treninglar, seminarlar va malaka oshirish dasturlarini tashkil etish muhim hisoblanadi¹⁰⁷. Bundan tashqari, axborot xizmatlari faoliyatida analitik yondashuvni kuchaytirish ham dolzarb masalalardan biridir. Kontent samaradorligini tahlil qilish, auditoriya reaksiyalarini o'rganish va kommunikatsiya strategiyalarini doimiy ravishda takomillashtirib borish orqali imijni boshqarish yanada samarali bo'ladi. Zamonaviy analitik vositalardan foydalanish bu jarayonda muhim rol o'ynaydi.

O'zbekiston Milliy universiteti imijini mustahkamlashda axborot xizmatlarining yana bir muhim vazifasi – bu universitetning ijtimoiy mas'uliyatini yoritishdir. Ijtimoiy loyihalar, xayriya tadbirlari, ekologik tashabbuslar va talabalarning ijtimoiy faolligi haqida axborot berish orqali universitet o'zining jamiyat oldidagi mas'uliyatini namoyon etadi. Bu esa jamoatchilik orasida ijobiy imijni shakllantirishga xizmat qiladi¹⁰⁸.

Yuqorida keltirilgan fikrlar asosida shuni xulosa qilish mumkinki, O'zbekiston Milliy universiteti axborot xizmatlarining ijodiy mahorati universitet imijini shakllantirishda hal qiluvchi omillardan biri hisoblanadi. Ushbu faoliyatni yanada takomillashtirish, innovatsion yondashuvlarni joriy etish va xalqaro standartlarga moslashtirish orqali universitetning nafaqat milliy, balki global miqyosdagi nufuzini oshirish mumkin. Shu jihatdan, axborot xizmatlari faoliyatini ilmiy asosda rivojlantirish oliy ta'lim tizimining ustuvor yo'nalishlaridan biri sifatida qoralishi lozim.

O'zbekiston Milliy universiteti axborot xizmatlari faoliyatini yanada chuqurroq anglash uchun uning amaliy faoliyatini konkret misollar asosida tahlil qilish muhim ahamiyat kasb etadi. Zamonaviy sharoitda universitet imijini shakllantirishda raqamli kommunikatsiya

¹⁰⁵ De Pelsmacker P., Geuens M., Van den Bergh J. Marketing Communications. – London: Pearson, 2018. – P. 201.

¹⁰⁶ Tuten T., Solomon M. Social Media Marketing. – London: Sage Publications, 2017. – P. 88.

¹⁰⁷ Блэк С. Паблик рилейнз: теория и практика. – Москва: Дело, 2002. – С. 67.

¹⁰⁸ Jo'rayev N. Jamoatchilik bilan aloqalar. – Toshkent: O'zbekiston, 2019. – B. 52.

vositalari, xususan rasmiy veb-sayt va ijtimoiy tarmoqlardagi sahifalar hal qiluvchi rol o'ynamoqda.

O'zbekiston Milliy universitetining rasmiy Telegram kanali faoliyati tahlili shuni ko'rsatadiki, unda muntazam ravishda universitet hayotiga oid yangiliklar, ilmiy tadbirlar, xalqaro hamkorliklar va talabalar yutuqlari yoritib boriladi. Xususan, universitetda o'tkazilgan xalqaro konferensiyalar haqidagi materiallar nafaqat informativ xarakterga ega, balki universitetning ilmiy salohiyatini namoyon etuvchi PR vositasi sifatida ham xizmat qiladi. Bunday kontent orqali universitet o'zining akademik imijini mustahkamlab boradi. Shuningdek, Telegram kanalida talabalar muvaffaqiyatlari, grant yutuqlari, fan olimpiadalari natijalari va ijtimoiy tadbirlarga oid postlar keng yoritiladi. Bu turdagi materiallar emotsional kommunikatsiya vositasi sifatida auditoriya bilan yaqin aloqani shakllantiradi hamda universitetning ijtimoiy imijini ijobiy tarzda mustahkamlaydi. Ayniqsa, talabalar hayotiga oid kontent yoshlar auditoriyasini jalb qilishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Universitetning rasmiy veb-sayti faoliyati ham imijni shakllantirishda muhim vosita sifatida namoyon bo'ladi. Saytda joylashtirilayotgan yangiliklar, ilmiy loyihalar, xalqaro hamkorlikka oid ma'lumotlar tizimli ravishda berib borilishi universitetning ochiqlik siyosatini aks ettiradi. Biroq ayrim hollarda axborotning faqat rasmiy-uslubda berilishi uning ta'sirchanligini pasaytirishi mumkin. Shu sababli kontentni yanada kreativ va auditoriyaga yo'naltirilgan shaklda taqdim etish zarurati yuzaga keladi. Vizual kommunikatsiya vositalari ham axborot xizmatlari faoliyatining muhim tarkibiy qismi hisoblanadi. Universitet tomonidan e'lon qilinayotgan fotoreportajlar, videoroliklar va intervyular orqali uning ichki muhiti, infratuzilmasi va talabalar hayoti keng jamoatchilikka taqdim etilmoqda. Bu esa universitetning ochiq va zamonaviy tashkilot sifatidagi imijini mustahkamlashga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Jo'rayev N. Jamoatchilik bilan aloqalar. – Toshkent: O'zbekiston, 2019. 265 b.
2. Jo'rayev N. Axborot xizmatlari faoliyati. – Toshkent: Fan, 2020. 304 b.
3. Qosimov M. Zamonaviy kommunikatsiya texnologiyalari. – Toshkent: Fan, 2020. 287 b.
4. Баранов А. Н. Связи с общественностью. – Москва: Юрайт, 2016. 354 с.
5. Блэк С. Паблик рилейшнз: теория и практика. – Москва: Дело, 2002.