TALABALAR ORASIDA SHAXSIY BRENDNI SHAKILLANTIRISHDA IJTIMOIY TARMOQLARNI ORNI.

Qurbonova Muhlisa Sherali qizi
Oxus University talabasi,Toshkent,100208 O’zbekiston
muhlisaqurbonova908@gmail.com
Samandar Yusupov Anvarovich
Oxus University katta o’qituvchisi,Toshkent 100208 O’zbekiston
Samandar75781111@gmail.com

Annotatsiya. *Ushbu maqolada talabalar orasida shaxsiy brendni shakillantirishda ijtimoiy tarmoqlarning ahamiyati, ularning yoshlar imkoniyatlariga ta’siri hamda internet muhitida o’zini to’g’ri namoyon etish masalarlari yoritilgan. Shuningdek, ijtimoiy tarmoqlardan samarali foydalanish orqali talabalarning bilim va ko’nikmalarini namoyish etish, kasbiy rivojlanishiga erishish hamda kelajakdagi faoliyati uchun mustahkam poydevor yaratish imkoniyatlari ko’rib chiqilgan.*

Kalit so’zlar. *shaxsiy brend, talabalar, ijtimoiy tarmoqlar, shaxsiy imji, raqamli marketing, kasbiy rivojlanish, internet madaniyati.*

Kirish. Bugungi kunda raqamli texnologiyalar hayotimizning deyarli barcha sohalariga kirib kelmoqda. Ayniqsa, ijtimoiy tarmoqlar insonlarnig o’zaro muloqot qilish, ma’lumot almashish va o’z qobiliyatlarini namoyish etishida muhim vositaga aylandi. Instagram, Telegram, Linkedln va boshqa platformalar nafaqat muloqot qilish, balki insonning jamiyatdagi o’rnini shakllantirishda ham xizmat qilmoqda. Hozirgi vaqtda oliy ta’lim muassasalarida tahsil olayotgan talabalar uchun bilim olishning o’zi yetarli emas. O’z bilimini namoyish eta olish, boshqalar bilan samarali muloqot qilish, yangi imkoniyatlarni izlash va o’ziga xos jihatlarini ko’rsata bilish ham muhim ahamiyat kasb etadi. Aynan shu jarayonda shaxsiy brend tushunchasi alohida o’rin tutadi.

Shaxsiy brend - bu insonning boshqakar ongida qanday taassurot qoldirishiqaysi bilim va qobiliyatlari bilan tanilish hamda qanday qadriyatlarni o’zigda mujassam,etishidir. Uni shakllantirish faqat mashhur insonlar yoki tadbirkorlar uchun emas, balki o’z kelajagini qurayotgan talabalar uchun ham muhimdir.

Shaxsiy brend tushunchasi va uning talabalr hayotidagi ahamiyati: Shaxsiy brendni faqat chiroyli suratlar, ko’p obunachilaryoki ommabop sahifa bilan bog’lash to’g’ri emas. Aslida, insoning bilimi, dunyoqarashi, muomila madaniyati, mas’uliyati va o’z ustida ishlashi uning shaxsiy brendini belgilovchi asosiy omillardir.Masalan, marketing yo’nalishida tahsil

olayotgan talaba ijtimoiy tarmoqlarda reklama tahlilari, yangi marketing usullari va o’zi tayyorkolagan chiqarish va erishgan natijalarini ko’rsatish ham auditoriya uchun qiziqarli bo’lishi mumkin.

Uchinchidan, muntazamlik muhimdir. Bir kun ichida ko’plab postlar joylashtirib, keyin uzoq vaqt faol bo’lmaslikdan ko’ra aniq reja asosida sifatli materiallarni muntazam ulashish foydaliroqdir.

Bundan tashqari, kontentning tashqi ko’rinishi, mantnning savodxonligi va muallifning muloqot uslubi ham umumiy taassurotga ta’sir qiladi. Shu sababli talabalar nafaqat nima yozayotganiga, balki uni qanday taqdim etayotganiga ham e’tibor berishlari zarur.

Ijtimoiy tarmoqlardan foydalanishdagi muammolar va xavflar: Ijtimoiy tarmoqlarda ko’plab imkoniyatlarni taqdim etsa-da, ulardan noto’g’ri foydalanish ayrim muammolarni keltirib chiqarishi mumkin. Eng avvalo, ayrim talabalar shaxsiy brendi faqat mashhurlik va obunachilar soni bilan baholaydilar. Natijada ular mazmunli kontent yaratishdan ko’ra, ko’piroq e’tibor jalb qilishga intilishlari mumkin. Aslida, katta auditoriyaga ega bo’lish har doim ham ishonchli shaxsiy brend shakllanganini anglatmaydi. Ba’zan kichik auditoriyaga ega, ammo o’z sohasida foydali bilim va tajriba ulashadigan talabaning kasbiy obro’si ancha mustahkam bo’lishi mumkin. Yana bir muhim masala – internetdagi shaxsiy ma’lumotlar va obro’ni himoya qilishdir. Ijtimoiy tarmoqlarda joylashtirilgan ayrim suratlar, izohlar yoki fikrlar kelajakda ham boshqalarning e’tiboriga tushishi mumkin. Shu sababli talabalar internetda o’zini tutishi madaniyatiga rioya qilishlari, mumkin. Muhimi, tanlangan yo’nalish uning haqiqiy qiziqishlari va maqsadlariga mos maqsadlariga mos kelishi lozim. Ikkinchidan, joylashtiriladigan kantent foydali, tushunarli va ishonchli bo’lishi kerak. Inson bilmagan mavzuda o’zini mutaxassis sifatida ko’rsatishga urinishi shart emas. Aksincha, o’rganayotgan bilmlarini ulashish, xatolaridan xulosa ekshirilmagan ma’lumotlarni tarqatmasliklari va boshqalarning fikrlariga hurmat bilan munosabatda bo’lishlari kerak. Bundan tashqari, o’zini boshqalar bilan doimiy taqqoslash ham salbiy oqibatlarga olib kelishi mumkin. Ijtimoiy tarmoqlarda ko’pincha insonlarning hayotidagi eng yaxshi lahzalar namoyish etiladi. Shuning uchun boshqa talabaning yutuqlarini ko’rib, o’zini muvaffaqiyatsiz deb hisoblash to’g’ri emas. Har bir insonning rivojlanish sur’ati, imkoniyatlari va maqsadlari turlicha.

Shaxsiy brendi shakllantirishda eng muhim jihat – boshqalarga o’xshashga urinish emas, balki o’zining haqiqiy qobiliyatlari va imkoniyatlarini rivojlantirishdir. Talabalar uchun amaliy tavsiyalar:Talabalar ijtimoiy tarmoqlar orqali shaxsiy brendini shakllantirishni bir necha oddiy qadamdan boshlashlari mumkin.

Birinchdan, o’z qiziqishlari va kelajakdagi maqsadlarini aniqlash lozim. Inson qaysi sohada rivojlanishni istashini bilsa, shu yo’nalishda mazmunli kontent yaratishi osonlashadi.

Ikkinchida, ijtimoiy tarmoqdagi sahifasini tartibga keltirishi kerak. Profil rasmi, qisqacha ma’lumot va joylashtiriladigon materiallar inson haqida aniq va ijobiy taassurot uyg’otishi mumkin.

Uchinchida, o’rganilgan bilimlarini amaliy misollar bilan yotishi foydalidir. Masalan, talaba biror loyiha tayyorlasa, undagi vazifalar, duch kelgan muammolari va chiqarilgan xulosalari haqida yozishi mumkin.

To’rtinchidan, o’z sohasidagi boshqa talabalar va mutaxxasislar bilan muloqot qilish, ularning tajribasini o’rganish ham muhim. Bu yangi g’oyalar va hamkorlik imkoniyatlarini yuzaga keltirishi mumkin.

Beshinchidan, natijalarni baholashda faqat ko’rishlar va yoqtirishlar soniga tayonmaslik kerak. Sahifa orqali qanday bilimlar o’zlashtirilgani, qanday yangi aloqalar o’rnatilgani va qanday imkoniyatlarga erishilgani ham muhim mezon hisoblanadi. Eng asosiysi, shaxsiy brend bir kun shakllanmaydi. U izlanish, mehnat, muntazamlik va o’z ustida ishlash orqali rivojlanadi.

Talabalar shaxsiy brendining kelajakdagi kasbiy imkoniyatlarga ta’siri: Hozirgi mehnat bozorida ish beruvchilar nomzodning faqat diplomi yoki baholariga emas, balki uning amaliy ko’nikmalari, dunyoqarashi, muloqot qobiliyati va tashabbuskorligiga ham e’tibor qaratmoqda. Shu nuqtaiy nazardan, talabalik davrida shakllangan shaxsiy brend kelajakdagi kasbiy faoliyat uchun muhim ahamiyatga ega. Masalan, universitetda tahsil olayotgan talaba o’zining kichik loyihalari, erishgan natijalari, qatnashgan tadbirlari va o’rgangan yangi bilimlarini ijtimoiy tarmoqlarda yoritib borishi mumkin. Bu orqali u o’z faoliyatining kichik portifelini yaratadi. Kelajakda ish beruvchi yoki hamkorlar uning sahifasi orqali qiziqishlari va imkoniyatlari haqida dastlabki tasavvurga ega bo’lishlari mumkin.Bundan tashqari, iltimoiy tarmoqlar orqali turli soha vakillari bilan tanishish, tajriba almashish va hamkorlik qilish imkoniyatlari ham mavjud. Bunday aloqalar talabalarga yangi loyihalarda qatnashish, amaliy tajriba orttirish va o’z yo’nalishida rivojlanishga yordam beradi.

Shuni ham ta’kidlash kerakki, kuchli shaxsiy brend yaratish uchun albatta mashhur bo’lish shart emas. O’z sohasiga qiziqadigan, foydali ma’lumot ulashadigan va o’z ustida muntazam ishlaydigon talaba ham ishonchli obro’ga ega bo’lishi mumkin.

Raqamli muhitda talabaning shaxsiy imiji va ishonch.Shaxsiy brendning asosiy tarkibiy qismlaridan biri bu ishonchdir. Ijtimoiy tarmoqlarda insoning qanday fikr bildirishi, boshqalar bilan qanday muloqot qilishi va qanday ma’lumotlarni ulashishi uning shaxsiy imijiga ta’sir ko’rsatadi. Ayniqsa, talabalar internet muhitida o’z fikrlarini madaniyatli ifodalash, boshqa insonlarning qarashlarini hurmat qilishi va tarqatilayotgan ma’lumotlarning to’g’riligiga e’tibor berishlari zarur. Chunki internetda qoldirilgan har bir izoh yoki joylashtirilgan material insonning obro’siga ta’sir qilishi mumkin.

Yana bir jihat – haqiqiylik. Ayrim yoshlar ijtimoiy tarmoqlarda o’zlarini boshqacha ko’rsatishga, mavjud bo’lmagan yutuqlarni namoyish etishga harakat qiladilar. Biroq bunday yondashuv uzoq muddatli ishonchni shakllantirmaydi. Aksincha, inson o’zining haqiqiy bilimlari, tajribasi va imkoniyatlarini namoyish etishi orqali mustahkam shaxsiy brend yaratishi mumkin.Demak, raqamli muhitda muvaffaqiyatli shaxsiy imjga ega bo’lish uchun nafaqat chiroyli sahifa, balki samimiylik, mas’uliyat va doimiy rivojlanish ham talab etiladi. Xulosa.Xulosa qilib aytganda, bugungi globallashuv va raqamli rivojlanish davrida ijtimoiy tarmoqlar talabalar orasida shaxsiy brendni shakllantirishning muhim vositalaridan biriga aylanmoqda. Ular yoshlarga o’z bilimlari, qobiliyatlari, qiziqishlari va erishgan yutuqlarini keng auditoriyaga namoyish etish imkoniyatini bermoqda. Shu bilan birga, ijtimoiy tarmoqlar orqali talabalar nafaqat o’zlarini tanitish, balki yangi bilimlarni egallash, tajriba almashish va kelajakdagi kasbiy faoliyati uchun foydali aloqalarni o’rnatish imkoniyatiga ham ega bo’ladilar.

Maqolada ko’rib chiqilgan masalalardan kelib chiqib aytish mumkinki, shaxsiy brendni shakllantirish oddiygina ijtimoiy tarmoqda faol bo’lish yoki ko’p obunachiga ega bo’lish bilan cheklanmaydi. Ayniqsa, talabalik davrida o’z qiziqishlarini aniqlash, muayyan yo’nalishda rivojlanish va o’z bilimlarini boshqalar bilan bo’lishish kelajakdagi muvaffaqiyat uchun muhim qadam hisoblanadi.

Shuningdek, ijtimoiy tarmoqlardan foydalanishda vaqtni to’g’ri taqsimlash, shaxsiy ma’lumotlarni himoya qilish, yolg’on axborot tarqatmaslik va internet madaniyatiga rioya qilish zarur. Chunki shaxsiy brend faqat ijobiy ko’rinish yaratish emas, balki boshqalarning ishonchini qozonish va uni saqlab qolish jarayonidir.Umuman olganda, har bir talaba ijtimoiy tarmoqlarda faqat ko’ngilochar vosita sifatida emas, balki o’z kelajagini rivojlantirish uchun yaratilgan imkoniyat sifatida qarashi lozim. Bugun internetda ulashilgan foydali bilim, amalga oshirilgan kichik loyiha yoki bildirilgan asosli fikr katta imkoniyatlarga yo’l ochishi mumkin. Shuning uchun talabalar shaxsiy brendini shakllantirishni aynan talabalik davridan boshlashlari, o’z ustilarida muntazam ishlashlari va raqamli imkoniyatlardan oqilona foydalanishlari maqsadga muvofiqdir.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Kaplan A.M., Haenlein M. Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. //Business Horizons. – 2010. – Vol. 53, No.1. -P. 59-68

2. Labrecque L.I., Markos E., Milne G. R. Online Personal Branding: Processes, Challenges, and Implications. // Journal of Interactive Marketing. – 2011. – Vol. 25, No.1. - P. 37-50.

3. Rampersad H. K. A New Blueprint for Poweful and Authentic Branding. // Performance Improvement. – 2008. – Vol. 47, No. 6. – P. 34-37.

4. Khadher M. Personal Branding Phenomenon. // International Journal of Information, Business and Management. -2014. – Vol. 6, No.2. -P. 29-40.

5. Peters T. The Brand Called You. // Fast Company. -1997. – August 31.

6. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 4.0:Moving from Traditional to Digital. – Hoboken: Wiley, 2017.