

**ОЛИЙ ТАЪЛИМ МУАССАЛАРИНИНГ БРЕНДИНИ
ШАКЛЛАНТИРИШ ВА ЖАМОАТЧИЛИК БИЛАН АЛОҚАЛАРНИ
РИВОЖЛАНТИРИШДА СУНЪИЙ ИНТЕЛЛЕКТНИНГ СТРАТЕГИК
ЎРНИ: МЕДИА ИМИЖНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА ЗАМОНАВИЙ
ИННОВАЦИОН ВОСИТА СИФАТИДА**



<https://doi.org/10.24412/2181-1784-2025-24-489-498>

Ғулом Назаров Акмал ўғли

ТДИУ “Молия” кафедраси мустақил тадқиқотчиси

ТДИУ Ахборот ва медиа хизмати матбуот котиби

+99899464667

gulom.nazar21@gmail.com

Аннотация: Ушбу тадқиқотда сунъий интеллект (SI) технологияларининг олий таълим муассасаларида жамоатчилик билан алоқалар (PR) ва университет брендини шакллантириш жараёнларидаги стратегик аҳамияти таҳлил қилинади. Замонавий рақамли муҳитда университетларнинг рақобатбардошлиги нафақат таълим сифатидан, балки уларнинг медиа макондаги кўриниши, оммавий ахборот воситалари ва ижтимоий тармоқлардаги имижси билан ҳам белгиланмоқда. Тадқиқот доирасида SI воситаларининг — контентни автоматлаштириш, аудитория билан ўзаро алоқани шахсийлаштириш, реал вақтли мониторинг ва таҳлил қилиш каби функциялари — университет PR стратегияларига қандай таъсир кўрсатиши ўрганилди.

Калит сўзлар: Сунъий интеллект (SI), олий таълим муассасалари, университет бренди, жамоатчилик билан алоқалар (PR), медиа имиж, рақамли трансформация, инновацион коммуникация технологиялари

Аннотация: В данном исследовании анализируется стратегическое значение технологий искусственного интеллекта (ИИ) в процессах формирования связей с общественностью (PR) и университетского бренда в высших учебных заведениях. В современном цифровом пространстве конкурентоспособность университетов определяется не только качеством образования, но и их присутствием в медиaprостранстве, имиджем в средствах массовой информации и социальных сетях. В рамках исследования изучено влияние инструментов ИИ — таких как автоматизация контента,

персонализация взаимодействия с аудиторией, мониторинг и аналитика в режиме реального времени — на PR-стратегии университетов.

Ключевые слова: *искусственный интеллект (ИИ), высшие учебные заведения, университетский бренд, связи с общественностью (PR), медиа-имидж, цифровая трансформация, инновационные коммуникационные технологии.*

Abstract: *This study analyzes the strategic importance of artificial intelligence (AI) technologies in public relations (PR) and university brand formation processes within higher education institutions. In today's digital environment, the competitiveness of universities is determined not only by the quality of education but also by their visibility in the media space and their image in mass media and social networks. The research examines how AI tools — such as content automation, audience interaction personalization, real-time monitoring, and analytics — influence university PR strategies.*

Keywords: *Artificial Intelligence (AI), higher education institutions, university brand, public relations (PR), media image, digital transformation, innovative communication technologies.*

КИРИШ

Сўнгги йилларда Ўзбекистон Республикасида амалга оширилаётган таълим ислохотлари мамлакатни барқарор ва инклюзив ривожлантиришнинг устувор стратегик йўналишларидан бирига айланди. Айниқса, Президент Шавкат Мирзиёев раҳбарлигида қабул қилинган миллий тараққиёт стратегиялари, концепциялар ва давлат дастурлари таълим тизимини қайта шакллантиришда мустаҳкам институционал асос яратди. Бугунги кунда олий таълим тизими нафақат билим бериш, балки мамлакатнинг интеллектуал салоҳиятини шакллантиришда ҳал қилувчи рол ўйнамоқда.

Янги Ўзбекистонда инсон капиталини ривожлантириш, рақобатбардош ва халқаро меҳнат бозори талабларига жавоб берадиган мутахассислар тайёрлаш — устувор вазифалар қаторига киритилди. Бу мақсадда амалга оширилаётган ислохотлар, хусусан, таълим сифатини ошириш, имкониятлар тенглигини таъминлаш, рақамли трансформацияни жорий этиш, шунингдек, илм-фан ва инновацияни таълим билан интеграция қилиш каби йўналишлар, таълим тизимини глобал стандартларга яқинлаштиришга хизмат қилмоқда.

Айнан 2017–2025 йиллар даврида қабул қилинган “Таълимни ривожлантириш концепцияси”, “Инсон капиталини ривожлантириш давлат дастури”, “Ўзбекистон – 2030” стратегияси ва бошқа норматив-ҳуқуқий

хужжатлар асосида миллий таълим тизими ислоҳ қилинди. Жумладан, олий таълим муассасаларининг сони сезиларли даражада ошди, давлат-хусусий шериклик асосида нодавлат ОТМлар ташкил этилди, кўплаб университетларга академик ва молиявий мустақиллик берилди [1],[2],[3].

Бундан ташқари, таълимда рақамли технологиялар, масофавий ўқитиш платформалари, сунъий интеллект ва ахборот-таҳлил воситалари орқали замонавий таълим муҳити яратилди. Ўзбекистон университетлари халқаро рейтинглар ва аккредитациялар тизимида фаол жалб этилмоқда, бу эса таълим тизимининг халқаро майдондаги рақобатбардошлигини кучайтирмоқда.

Шу нуқтаи назардан, замонавий коммуникация воситалари, айниқса сунъий интеллект (СИ) технологиялари, университетлар учун шунчаки техник восита эмас, балки стратегик рақобат ресурслари сифатида кўрила бошланди. Сунъий интеллект — бу инсон ақлига хос бўлган қобилиятларни, жумладан, идрок этиш, мулоҳаза юритиш, ўрганиш ва атроф-муҳит билан ўзаро таъсирлашиш каби жараёнларни амалга ошира оладиган машиналар ёки дастурларни яратиш ва тадқиқ этиш соҳасидир [4].

АДАБИЁТЛАР ТАҲЛИЛИ

Сунъий интеллект (СИ) технологияларининг жамоатчилик билан алоқалар (PR) ва университет коммуникациялари соҳаларидаги таъбиқи сўнгги йилларда илмий ҳамда амалий доираларда катта қизиқиш уйғотмоқда. Қуйидаги илмий манбалар ушбу соҳада олиб борилаётган долзарб тадқиқотларни қамраб олади. Adi (2023) таҳрирлаган *Artificial Intelligence in Public Relations and Communications* асарида PR соҳасида СИ технологияларининг қўлланилиши, амалий мисоллар ва келгусидаги тенденциялар таҳлил қилинади [5]. Бу асар соҳадаги мутахассислар учун асосий манба бўлиб хизмат қилади. Bourne (2019) ўз мақоласида СИнинг неолиберал моделлар билан уйғунлашувини танқидий нуқтаи назардан баҳолайди [6]. Унда СИга танқидий ёндашув шакллантириш зарурлиги таъкидланади. Seidenglanz ва Baier (2023) томонидан тайёрланган тадқиқотда СИ технологияларининг PR соҳасидаги этик муаммолари, касбий ўзгаришлар ва келажакдаги йўналишлар таҳлил қилинган [7]. Бу иш алоҳида ҳолда университетларнинг ахборот сиёсати ҳам қўлланилиши мумкин. Cousins (2023) эса *cancel culture* (бекор қилиш маданияти) даврида автоматлаштирилган нарратив таҳлил ва контент классификацияси ёрдамида СИнинг сўз эркинлиги ва брендингдаги аҳамиятини кўрсатади [8]. Valin ва Gregory (2020) томонидан нашр этилган *Ethics Guide to AI in PR* эса СИ

технологияларини жамоатчилик билан алоқаларда масъулиятли ва этик фойдаланиш бўйича қўлланма сифатида хизмат қилади [9].

Ramesh (2021) ва Tang, Li & Zhang (2023) ўз мақолаларида СИнинг олий таълим муассасаларидаги ахборот алмашинуви ва манфаатдор томонлар билан алоқаларни мустаҳкамлашдаги ролини ёритишади [10], [11]. Ушбу тадқиқотлар университет брендини шакллантиришда амалий асос бўлиб хизмат қилади. Kim (2022) мақоласида университет брендини реал вақтда кузатиш ва таҳлил қилиш учун СИ воситаларини таққослайди. Бу таҳлил рақамли трансформацияга интиланган университетлар учун муҳим [12]. Yin (2018) эса кейс-стади тадқиқот методологияси ҳақидаги асосий манба сифатида PR соҳасида амалий тадқиқотлар олиб боришда асос бўлади [13]. Тақдим этилган бошқа манбалар — Kaplan & Haenlein (2019) [14], Floridi (2018) [15], West (2018) [16], Brynjolfsson & McAfee (2017) [17], Ng (2019) [18] ва Zuboff (2019) [19] — сунъий интеллектнинг кенг ижтимоий, иқтисодий ва ахлоқий оқибатларини чуқур таҳлил қилади. Улар PR ва университетлар коммуникация тизимида СИдан фойдаланишдаги контекстуал ва фалсафий қарашларни бойитишга хизмат қилади.

МЕТОДОЛОГИЯ

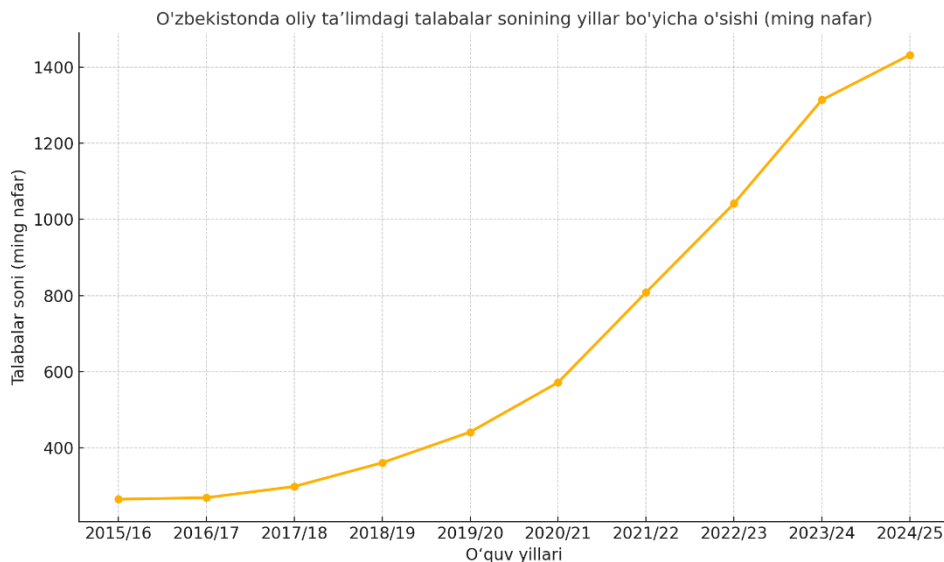
Ушбу тадқиқот сифат жиҳатидан (qualitative) таҳлилий метод асосида олиб борилди. Мақсад университет PR стратегияларига сунъий интеллект технологияларини қандай самарали интегратсия қилиш мумкинлигини аниқлашдир.

Тадқиқот объекти сифатида Европа ва Осиё давлатларидаги етакчи университетларнинг рақамли PR фаолияти танлаб олинди. Предмет эса — сунъий интеллектнинг коммуникацион стратегияларга бевосита таъсирини ўрганишдан иборат.

ТАҲЛИЛ ВА НАТИЖАЛАР

Сўнгги ўн йиллик давомида Ўзбекистон Республикасида олий таълим тизимидаги трансформация жараёнлари мамлакатнинг барқарор ривожланиш стратегиясининг узвий қисмига айланди. Бу жараёнда талабалар қамрови ва олий таълим муассасаларида таҳсил олаётган ёшлар сонининг кескин ошиши стратегик ислохотларнинг муҳим кўрсаткичи сифатида намоён бўлмоқда. Миллий статистика қўмитаси маълумотларига кўра, **2024/2025-ўқув йили бошига келиб**, Ўзбекистондаги олий таълим муассасаларида **1 432,8 минг нафар талаба** таҳсил олмоқда. Бу кўрсаткич **2015/2016-ўқув йилидаги 264,3 минг нафарга** нисбатан **1 168,5 минг нафарга кўп** бўлиб, умумий ўсиш **5,4 баробарни** ташкил этди [20]. Бу статистика нафақат таълим соҳасидаги кенг

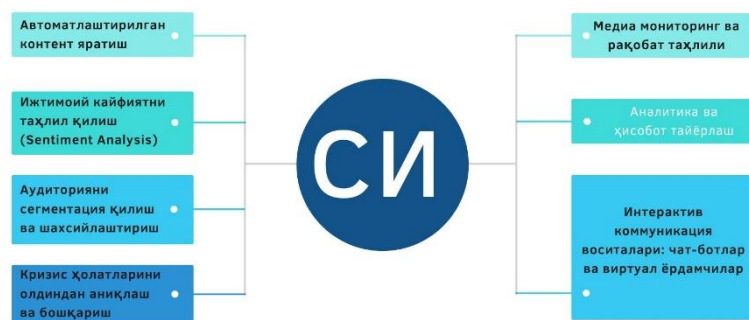
қамровли ислохотларнинг, балки мамлакатда инсон капиталига бўлган эътиборнинг, имкониятлар тенглиги ва аниқ стратегик мақсадларнинг амалий натижаси ҳисобланади.



Шунингдек, Миллий статистика қўмитаси маълумотларига кўра, **2024/2025 ўқув йили бошига келиб**, Ўзбекистонда фаолият юритаётган олий таълим ташкилотларининг (шу жумладан, филиаллар) умумий сони **222** тани ташкил этди. Бу кўрсаткич **2015/2016 ўқув йилидаги 69** та ОТМ билан солиштирилганда **153** тага кўпайган, яъни **3,2 баробарлик институционал ўсиш** таъминланган [21].

Бундай тезкор ва кескин ўсиш фонида, ҳар бир олий таълим муассасаси учун фақат таълим мазмуни ва академик натижалар эмас, балки институционал имиж, бренд позицияси ва жамоатчилик билан алоқалар сифатини шакллантириш ҳам рақобатда муҳим омилга айланмоқда. Чунки рақобат энди нафақат ўқитувчи ва талабалар сониди, балки қабул қилинаётган ахборот сифатини бошқариш, ижтимоий майдонда фаол ва профессионал позицияни сақлаш каби кўп қиррали жиҳатларда кечмоқда.

Сунъий интеллектнинг жамоатчилик билан алоқалар (PR) соҳасидаги имкониятлари



Автоматлаштирилган контент яратиш. СИ воситалари пресс-релизлар, блоглар, ижтимоий тармоқ постлари ва мақолаларни инсон аралашувисиз автоматик равишда яратиш имконини беради.

Ижтимоий кайфиятни таҳлил қилиш (Sentiment Analysis). PR стратегияларининг муваффақияти кўп жиҳатдан жамоатчилик фикрини тўғри англашга боғлиқ.

Аудиторияни сегментация қилиш ва шахсийлаштириш. СИ воситалари орқали аудитория маълумотлари (яхлит профиллар, муҳокама мавзулари, фаоллик даражаси ва ҳ.к.) асосида юзлаб сегментларга бўлинади.

Кризис ҳолатларини олдиндан аниқлаш ва бошқариш. Machine learning ва real-time monitoring воситалари PR жамоаларига салбий трендларни аввалроқ аниқлашга ёрдам беради.

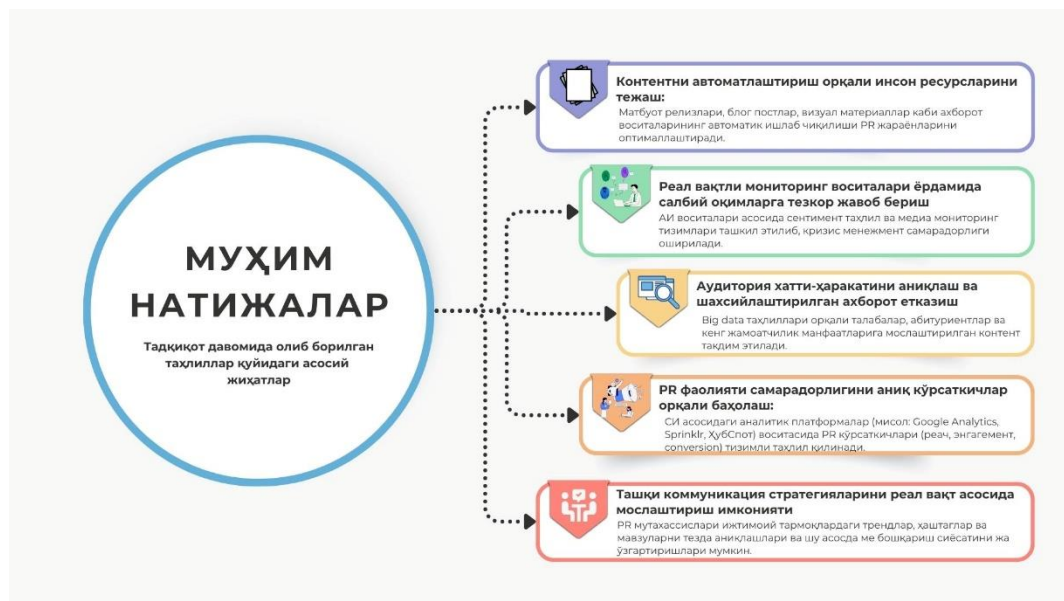
Медиа мониторинг ва рақобат таҳлили. СИ алгоритмлари бир вақтнинг ўзида юзлаб манбалардан маълумот йиғиши, таҳлил қилиши ва муҳим сигналларни филтрлаш имкониятига эга.

Аналитика ва ҳисобот тайёрлаш. Автоматлаштирилган ҳисоботлар, график таҳлиллар ва визуализация воситалари PR стратегияларининг самарадорлигини баҳолашда СИнинг яна бир муҳим афзаллигидир.

Интерактив коммуникация воситалари: чат-ботлар ва виртуал ёрдамчилар. Умумий саволларга автоматик жавоб бериш, фойдаланувчининг талабини тезкор қондириш ҳамда PR идорасига келаётган юкни камайтириш мақсадида интеллектуал чат-ботлар кенг қўлланилмоқда.

Мисол сифатида келтириш мумкинки, Калифорния давлат университетида ChatGPT Edu жорий этилган. CSU тизими OpenAI билан ҳамкорликда 23 кампусда 500,000 талабага ChatGPT Edu платформасини жорий қилди [22]. Бу платформа талабаларга шахсийлаштирилган таълим ва ўқув қўлланмалари тақдим этади, шунингдек, ўқитувчиларга маъмурий вазифаларда ёрдам бermoқда. Майами университетининг коммуникация мактабида СИ воситалари медиа мониторинг, контент яратиш ва шахсийлаштирилган PR стратегияларини ишлаб чиқишда қўлланилмоқда [23]. CELSA университетида PR ва коммуникация соҳаларида СИ технологияларини ўқитиш ва тадқиқ қилишга алоҳида эътибор қаратилмоқда [24]. Quadriga университетида СИнинг PR ва коммуникация соҳаларидаги қўлланилиши бўйича тадқиқотлар олиб бoрилади, шунингдек, амалий мисоллар ва келгусидаги тенденциялар таҳлил қилинади [25].

Тадқиқот давомида олиб бoрилган таҳлиллар қуйидаги асосий жиҳатларни аниқланди:



Амалий тавсиялар:

- **Университетлар учун СИ воситаларини босқичма-босқич жорий қилиш йўналиши.** Технологик модернизатсия босқичма-босқич амалга оширилиши зарур: аввал мониторинг, кейин автоматлашган контент ишлаб чиқариш, охирида эса шахсийлаштирилган ахборот етказиш платформалари.
- **Сунъий интеллектдан фойдаланишда этик нормалар асосида ички регламентлар ишлаб чиқиш.** Айниқса маълумотларни қайта ишлаш, шахсий маълумотларни ҳимоя қилиш ва фейк ахборотлар хавфини бартараф этиш учун ички регламент зарур.
- **PR тизимини комплекс асосда шакллантириш.** СИ технологиялари контент ишлаб чиқариш, мониторинг ва аудитория таҳлилининг бирлаштирилган ягона тизимга жамланиши керак. Бу — “AI-powered PR architecture” концепсияси асосида амалга оширилади.

ХУЛОСА

Ушбу тадқиқот натижалари шундан далолат берадики, рақамли трансформация жараёнида олий таълим муассасалари ўз бренди, жамоатчилик билан алоқалари ва медиа имижини каби стратегик йўналишларда сунъий интеллект (СИ) технологияларини самарали жорий этишга тобора кўпроқ эҳтиёж сезмоқда. Жаҳон тенденцияларига мос равишда, СИ нафақат техник ёки хизмат кўрсатувчи восита, балки университетнинг интеллектуал салоҳияти, ишончли имижини ва рақобатбардош ахборот сиёсатида ҳал қилувчи омилга айланмоқда.

Таҳлиллар шуни кўрсатмоқдаки, СИ технологияларининг жамоатчилик билан алоқалар (PR) соҳасидаги интеграцияси университетларга бир қанча юксак имкониятларни тақдим этмоқда. Жумладан:

- Инсон ресурсларини тежайдиган автоматлаштирилган контент жараёнлари;
- Оммавий ахборот муҳитини доимий мониторинг қилиш ва жавобгарликни тезкорлик билан таъминлаш;
- Аудиторияни таҳлил қилиш ва маълумотни шахсийлаштириб етказиш;
- PR самарадорлигини аниқ кўрсаткичлар ва таҳлилий платформалар орқали баҳолаш.

Амалиётда бу имкониятлар университетларнинг ахборот сиёсатини оптималлаштириш, PR стратегияларини таҳлилларга асосланган ҳолда йўналтириш ва аҳоли, талабалар ҳамда жамоатчилик билан ишончли алоқаларни шакллантиришга хизмат қилади.

Шу билан бирга, келгусидаги тадқиқотлар куйидаги йўналишларда давом эттирилиши мақсадга мувофиқ ҳисобланади:

- Сунъий интеллект технологияларининг Telegram ботлари, YouTube AI платформалари ва Web 3.0 каби замонавий рақамли муҳитлардаги амалий қўлланилиши;
- Тури жиҳатдан фарқли университетлар ўртасида СИ асосидаги PR стратегияларининг солиштира таҳлили;
- Ўзбекистон реалияти ва миллий таълим сиёсатига мос «AI-driven PR Model» ишлаб чиқилиши.

Якунловчи хулоса сифатида таъкидлаш мумкинки, сунъий интеллект технологиялари олий таълим муассасалари учун келажакдаги муваффақиятли медиа имиж ва самарали жамоатчилик билан алоқалар сиёсатининг пойдевори бўлиб хизмат қилади. Бу технологиялар университетларнинг рақобатбардошлигини таъминлаш, уларни халқаро майдонда таниқли бренд сифатида шакллантириш ҳамда замонавий ахборот муҳитида самарали фаолият юритишларида катта ҳисса қўшади.

ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР

1. <https://lex.uz/docs/4545884> – Ўзбекистон Республикаси олий таълим тизимини 2030 йилгача ривожлантириш концепциясини тасдиқлаш тўғрисида”ги Президент фармони
2. <https://lex.uz/docs/5793261> – “Давлат олий таълим муассасаларининг академик ва ташкилий-бошқарув мустақиллигини таъминлаш бўйича

қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг ПҚ-60-сон қарори

3. <https://lex.uz/docs/5793251> – “Давлат олий таълим муассасаларига молиявий мустақиллик бериш чора-тадбирлари тўғрисида” Ўзбекистон Республикаси Президентининг ПҚ-61-сон қарори

4. Collins, C., Dennehy, D., Conboy, K., & Mikalef, P. (2021). Artificial intelligence in information systems research: A systematic literature review and research agenda. *International Journal of Information Management*, 60, 102383. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102383>

5. Adi, A. (Ed.). (2023). Artificial Intelligence in Public Relations and Communications: Cases, Reflections, and Predictions. Quadriga University of Applied Sciences.

6. Bourne, C. (2019). AI cheerleaders: Public relations, neoliberalism and artificial intelligence. *Public Relations Inquiry*, 8(2), 109–125. <https://doi.org/10.1177/2046147X19835250>

7. Seidenglanz, R., & Baier, M. (2023). The Impact of Artificial Intelligence on the Professional Field of Public Relations/Communications Management: Ethical Issues, Challenges, and an Attempt at a Forecast. Quadriga University of Applied Sciences.

8. Cousins, A. (2023). Harnessing AI in PR: Using Automated Narrative Analysis and Content Classification in an Era of “Cancel Culture”. In A. Adi (Ed.), *Artificial Intelligence in Public Relations and Communications* (pp. 96–110). Quadriga University of Applied Sciences.

9. Valin, J., & Gregory, A. (2020). Ethics Guide to Artificial Intelligence in PR. Chartered Institute of Public Relations.

10. Ramesh, B. (2021). Artificial Intelligence Applications in Digital Media and Higher Education Communication. *Journal of Media Innovations*, 12(3), 45–62.

11. Tang, Y., Li, X., & Zhang, M. (2023). Enhancing Stakeholder Engagement Through AI-Driven Communication Strategies in Universities. *International Journal of Educational Technology*, 15(1), 29–48.

12. Kim, H. (2022). Real-Time Monitoring Tools in University Branding: A Comparative Study of AI Applications. *Journal of University Marketing*, 10(2), 74–89.

13. Yin, R. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). SAGE Publications.

14. Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2019). Siri, Siri, in my hand: Who’s the fairest in the land? On the interpretations, illustrations, and implications of artificial intelligence. *Business Horizons*, 62(1), 15–25.

15. Floridi, L. (2018). Artificial intelligence, a philosophy of information, and the social good. *Philosophy & Technology*, 31(1), 1–8.
16. West, D. M. (2018). *The Future of Work: Robots, AI, and Automation*. Brookings Institution Press.
17. Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2017). *Machine, Platform, Crowd: Harnessing Our Digital Future*. W. W. Norton & Company.
18. Ng, A. (2019). *AI Transformation Playbook: How to Lead Your Company into the AI Era*. deeplearning.ai.
19. Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism*. PublicAffairs.
20. Миллий статистика қўмитаси ахбороти: <https://stat.uz/uz/matbuot-markazi/qo-mita-yangiliklar/54056-o-zbekiston-respublikasida-oliy-ta-lim-tashkilotlarining-kunduzgi-ta-lim-shaklida-tahsil-olayotgan-talabalar-soni>
21. Миллий статистика қўмитаси ахбороти: <https://stat.uz/uz/matbuot-markazi/qo-mita-yangiliklar/61919-10-yil-ichida-faoliyat-yuritayotgan-oliy-ta-lim-tashkilotlari-soni-153-taga-ko-paygan>
22. Reuters. (2025). OpenAI targets higher education in US with ChatGPT rollout at California State. [Online] Available at: <https://www.reuters.com/technology/openai-targets-higher-education-us-with-chatgpt-rollout-california-state-2025-02-04/>
23. University of Miami. (2024). Where AI Meets Public Relations. [Online] Available at: <https://com.miami.edu/2024/12/06/where-ai-meets-public-relations/>
24. Wikipedia. (2024). CELSA Sorbonne University. [Online] Available at: https://en.wikipedia.org/wiki/CELSA_Sorbonne_University