ACADEMIC RESEARCH IN EDUCATIONAL SCIENCES VOLUME 2 | ISSUE 6 | 2021
ISSN: 2181-1385
Scientific Journal Impact Factor (SJIF) 2021: 5.723
DOI: 10.24411/2181-1385-2021-01082

ЎЗБЕКИСТОНДА АҲОЛИНИНГ СИЁСИЙ САВОДХОНЛИГИНИ ОШИРИШДА ИЖТИМОИЙ-СИЁСИЙ РЕКЛАМАДАН ФОЙДАЛАНИШ ИМКОНИЯТЛАРИ

Гулбахор Исанова
Мирзо Улуғбек номидаги Ўзбекистон Миллий университети
i_gulbahor@nuu.uz

АННОТАЦИЯ

Демократик ислоҳотлар давом этаётган ва фуқаролик жамияти асослари мустаҳкамланаётган бир пайтда жамоатчилик фикрини шакллантириш ва бошқаришда ижтимоий-сиёсий рекламани амалга ошириш билан боғлиқ энг асосий муаммолардан бири — унинг самарадорлигига эришишдир. Ижтимоий-сиёсий рекламанинг самарадорлиги нима билан ўлчанади? Савдо-сотиқ рекламаси самарадорлигини аниқлаш нисбатан осон — бунда товар савдосининг ўсиши билан рекламага қилинган сарф-харажатлар нисбатини аниқлаш кифоя. Аммо ижтимоий-сиёсий реклама самарадорлигини аниқлаш арифметик жиҳатдан мураккаб вазифа саналади. Ижтимоий-сиёсий рекламанинг самарадорлиги, бир қараганда, тегишли сиёсий кучни ёқлаб берилган овозлар, сиёсий партия ёки маълум ижтимоий гуруҳ тарафдорлари сонининг ўсиши билан белгиланади. Бироқ ижтимоий-сиёсий реклама ёрдамида кишилар танловини зарурий ўзанга йўналтириш имкониятлари чекланганини унутмаслик даркор. Айниқса, ижтимоий рекламалар, одатда, маълум даврда ҳамда аудиторияни аниқ бир мақсадга йўналтиришга хизмат қилади.

Калит сўзлар: сайлов, сайлов жараёнлари, сиёсий партия, сиёсий реклама, қора технологиялар.

POSSIBILITIES OF USING SOCIO-POLITICAL ADVERTISING TO INCREASE POLITICAL LITERACY OF THE POPULATION IN UZBEKISTAN

ABSTRACT

At a time when democratic reforms are underway and the foundations of civil society are strengthening, one of the main challenges associated with the implementation of socio-political advertising in the formation and management of public opinion is to achieve its effectiveness. How is the effectiveness of socio-political advertising measured? Determining the effectiveness of commercial advertising is relatively easy - it is enough to determine the ratio of advertising spending to the growth of sales. But determining the effectiveness of socio-political advertising is an arithmetically complex task. The effectiveness of socio-political advertising is, at first glance, determined by the increase in the number of votes cast for a particular political force, the number of supporters of a political party or a particular social group. However, it should be borne in mind that with the help of socio-political advertising, people's ability to direct their choice to the necessary path is limited. In particular, social advertising usually serves to target a specific audience at a particular time and place.

Keywords: elections, electoral processes, political party, political advertising, black technology.