

*07.06.2026

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY TA’LIM,
FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
TOSHKENT DAVLAT SHARQSHUNOSLIK
UNIVERSITETI**

SALIYEVA MUXABBAT KUSHANOVNA

**ZAMONAVIY JURNALISTIKADA GLOBAL
MUAMMOLAR**

O‘quv qo‘llanma

TOSHKENT – 2026

UO‘K -0.76

KBK 76.01

©- Saliyeva Muhabbat Qo‘shanovna. “Zamonaviy jurnalistikada global muammolar” (Matn) - Toshkent. “TDSHU”. 2026. - 200 b.

Taqrizchilar:

Sharipov R.X. f.f.d. dotsent. TDSHU

Mirzaeva J. K. filoljgiya fanlari bo‘yicha falsafa dok (PhD)

“Zamonaviy jurnalistikada global muammolar” xalqaro jurnalistika magistratura yo‘nalishi talabalari uchun zarur o‘quv predmeti hisoblanadi. O‘quv dasturiga mos ravishda tayyorlangan ushbu o‘quv qo‘llanmada mavzuni kengroq taxlil etish uchun anchagina tadqiqotlar, izlanishlar olib borishga to‘g‘ri keldi. Buning uchun sohamiz olimlari manbalariga ham murojaat qilingan holda ish olib borildi.

Mazkur o‘quv qo‘llanma ushbu mavzuda o‘zbek tilida yaratilgan datlabki tajriba hisoblanadi. Binobarin, o‘quv qo‘llanma yuzasidan bildirilgan barcha taklif va mulohazalar mamnuniyat bilan qabul qilinadi va ular kelgusi faoliyatimizda inobatga olinadi.

© M. Saliyeva. 2026.

© Toshkent davlat Sharqshunoslik universiteti

MUNDARIJA

Globallashuv va muammo. Global muammolarni yoritishning siyosiy ijtimoiy ahamiyati	4
Jurnalistikada demografik muammolarning yoritilishi hamda migratsiya	14
Ommaviy kommunikatsiyalarda ekologik muammolar, ekoturizm va ekoharakat	19
Odam savdosi va korrupsiya muammolarining OAV da yoritilishi	28
Siyosiy muammolar ommaviy kommunikatsiyalar sahifalarida	45
OAVda iqtisodiy informatsiya hamda ijtimoiy muammolarning yoritilishi	58
Diniy muammolarning OK larda yoritilishi	69
OAVda ijtimoiylashuv va gender masalalarining yoritilishi	73
Bolalar mavzusining OAVda yoritilishining o'ziga xosligi	86
Oziq – ovqat va uni ommaviy axborot vositalarida yoritilishi	90
Energetikaning dolzarb muammolari va uni ommaviy axborot vositalarida bartaraf etish masalasi	145
Urush va tinchlik masalalarining OAVlarda tahlili	152
Madaniy jarayonlarning ommaviy kommunikatsiyalarda namoyon bo'lishi: muammo va yechimlar	160
Yoshlar orasida jinoyatchilik va uni bartaraf etishda OKning ahamiyati.	181
Demografik siyosat: uning xususiyatlari va yo'nalishlari hamda matbuotda namoyon bo'lishi	194
Global muammoga xos mediamaterial va yo'nalishlari hamda matbuotda yoritilishi	200
Zamonaviy muammolar va ularni bartaraf etish bilan shug'ullanadigan tashkilaotlar faoliyati	208
Glassariy	224
Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati	244

1-MA'RUZA. GLOBALLASHUV VA MUAMMO. GLOBAL MUAMMOLARNI YORITISHNING SIYOSIY IJTIMOIIY AHAMIYATI

REJA:

1. Globallashuv va muammolarning kelib chiqish tarixi.
2. Zamonaviy jurnalistikada global muammolar kontseptsiyasi.
3. Ommaviy axborot vositalariga axborot agentliklari va internet orqali ma'lumotlar kirib kelishi.
4. Global muammolar haqida OAVlarda yoritilishi.

Globallashuv va muammo. Globallashuv nima? Globallashuv – bu xalqaro ahamiyatga ega turli omillarning alohida mamlakatlarda ijtimoiy hayotning barcha jabhalariga tobora ortib borayotgan ta'siri jarayoni. Shunday qilib, sodda qilib aytganda, bu yagona insoniyatga aylanish jarayoni. Ya'ni, aynan globallashuv jarayoni orqali dunyoning barcha mamlakatlari va xalqlaridan kelgan odamlar bir-biriga yaqinlashmoqda deb taxmin qilinadi. Shuni ta'kidlash kerakki, globallashuv ijtimoiy hayotning barcha sohalarida: iqtisodiy, ma'naviy, siyosiy va ijtimoiy sohalarda namoyon bo'ladi.

Globallashuv postindustrial jamiyat bilan ham chambarchas bog'liq va aytish mumkinki, aynan shu jamiyatda u eng tez rivojlanish sur'atlarini boshdan kechirmoqda. Aytgancha, postindustrial jamiyat o'z rivojlanish cho'qqisiga chiqqan jamiyatdir!

Globallashuvning asosiy sabablari nimada? Sabablar ma'lum bir natijaga erishishga hissa qo'shadi. Bizning holatimizda, bizni qiziqtirgan natija aynan globalizatsiya!

Globalizatsiyaning asosiy sabablari:

-Yuqori texnologiyalarning paydo bo'lishi, shuningdek, sanoat jamiyatidan postindustrial jamiyatga o'tish (internetning paydo bo'lishi). Darhaqiqat, bu globalizatsiyaning eng muhim sabablaridan biridir, chunki aynan shu texnologiyalar tufayli turli mamlakatlardan kelgan odamlar uydin chiqmasdan bir-biri bilan muloqot

qilishlari mumkin va mamlakatlar texnologiyalar almashishlari va shunga mos ravishda rivojlanishi mumkin!

-Xalqaro iqtisodiyotning rivojlanishi. Bu omil globallashuvning rivojlanishi uchun ham muhimdir, chunki u butun dunyo bo'ylab mamlakatlar va xalqlar o'rtasidagi o'zaro ta'sirning kuchayishini o'z ichiga oladi. Va agar iqtisodiyot orqali bo'lmasa, mamlakatlar bir-biri bilan qanday qilib eng ko'p o'zaro ta'sir qiladi?

-Vaqtga bog'liq muammolarni hal qilish zarurati. Bu omil aynan global muammolar masalasiga tegishli bo'lib, uning asosiy xususiyati shundaki, ularni faqat barcha mamlakatlarning birgalikdagi sa'y-harakatlari orqali hal qilish mumkin. Albatta, agar butun dunyo farovonligi xavf ostida bo'lsa, mamlakatlar bir-biri bilan birlasha boshlaydi va globallashuv jarayoni rivojlanadi. Boshqa mamlakatlar madaniyati va tarixini o'rganishga qiziqishning ortishi. Darhaqiqat, juda qiziqarli sabab. Siz tobora ko'proq maktablar endi jahon tarixini yoki boshqa mamlakatlarda sodir bo'layotgan jarayonlarni o'rganishga murojaat qilayotganini payqadingizmi? Bularning barchasi globallashuvning rivojlanishiga ham ta'sir qiladi. Axir, agar mamlakatlar bir-biri haqida ko'proq bilsalar, ularning madaniyatlari avtomatik ravishda yaqinlashadi.

-Iqtisodiy markazlashtirishdan markazlashtirmaslikka o'tish. Iqtisodiy markazlashtirish barcha iqtisodiy jarayonlar davlat tomonidan, uning hukumati tomonidan to'liq tartibga solinishini nazarda tutadi. Endi markazlashtirilmagan iqtisodiyotning paydo bo'lishini tasavvur qiling, unda ishlab chiqaruvchilar nimani va qanday ishlab chiqarishni o'zlari hal qiladilar. Ularning ba'zilar ma'lum tovarlarga talab yuqori bo'lgan boshqa mamlakatlar bilan savdo qilishlari kerakligini anglay boshlaydilar. Bularning barchasi jamiyatning iqtisodiy sohasida ham globallashuvga olib keladi.

Globalizatsiya jamiyatning qaysi sohalarida namoyon bo'ladi? Avval aytib o'tganimizdek, globalizatsiya jamiyatning barcha sohalarida, ya'ni ijtimoiy (ha, hatto shaxslar o'rtasida ham), siyosiy, iqtisodiy va ma'naviy sohalarda namoyon bo'ladi.

Axborot muhitida globallashuvning birinchi bosqichi sifatida ommaviy axborot vositalariga egalik qilishning mustahkamlanishi uchta o'zaro bog'liq komponent:

hukumat, jamiyat va jurnalistika o'rtasidagi an'anaviy munosabatlarning o'zgarishini anglatadi.

Ommaviy axborot vositalarida fikrlar plyuralizmining ortib borishi ularning avvalgi birlashgan mavjudligidan chiqib ketishini ko'rsatadi, bu asosan mamlakat rivojlanishining demokratik ustuvorliklarini shakllantiradi. Shu bilan birga, jurnalistika tizimidagi mulkchilikning o'zgarishi uzoq kutilgan qarashlar va fikrlar erkinligiga olib keladi. Ko'pgina Rossiya ommaviy axborot vositalari endi dogmatik, bir tomonlama fikrlash, faktlarni xolis va noto'g'ri taqdim etish orqali iste'molchilarga ma'lum qarashlarni yuklash tendentsiyasi bilan ajralib turadi. Bu xolislik bir partiyaviy tizim va sotsializm tomonidan shakllantirilgan avvalgi bir o'lchovli voqelikni idrok etishdan kelib chiqadi.

Shu bilan birga, yana bir muhim savol oldinga chiqadi: axborot makonining hozirgi globallashtirishida milliy jurnalistikaning "yuzini" saqlab qolish mumkinmi? Texnologik innovatsiyalar ta'sirida turli mamlakatlardagi media jarayonlari muqarrar ravishda yanada standartlashib, media kontentiga ta'sir ko'rsatmoqda. Ommaviy axborot vositalariga turli axborot agentliklari va internet orqali katta miqdordagi ma'lumotlar kirib keladi, gazetalar, radio va televideniya o'zgarishsiz ko'rinadi.

Rossiya jurnalistikasini standartlashtirish muammosi hozirgi kunda televideniya va radioeshittirishlarda hamda ba'zi bosma nashrlarda o'rnatilgan xorijiy ommaviy axborot vositalari modellarining to'g'ridan-to'g'ri qarzga olinishi tufayli murakkabdir. Natijada, ushbu ommaviy axborot vositalari xorijiy kapital tomonidan moliyalashtiriladi, bu esa o'z navbatida bizning tasavvurimizga notanish bo'lgan axborot yondashuvlarini qarzga olishni va ba'zan hatto oddiy taqlid qilishni ham o'z ichiga oladi. Bundan tashqari, aksariyat rus jurnalistlari jurnalistikadagi milliy tarixiy tajribani yaxshi tushunishmaydi, bu esa inqilobdan oldingi va keyin Sovet davrida ommaviy axborot vositalari faoliyati uchun muvaffaqiyatli asosli usullar va texnikalarni shakllantirdi.

Global muammolar ijtimoiy taraqqiyotning an'anaviy qarama-qarshiliklarini ham, faqat ishlab chiqaruvchi kuchlar rivojlanishining hozirgi bosqichi va butun makroiqtisodiy munosabatlar tizimiga xos bo'lgan sifat jihatidan yangi qarama-

qarshiliklarni ham qamrab oladi. Bundan tashqari, bu universal muammolar milliy va mahalliy qiyinchiliklardan kelib chiqib, bir vaqtning o'zida alohida mamlakatlarning alohida harakatlarini emas, balki butun global hamjamiyatning birgalikdagi sa'y-harakatlarini talab qiladi. Bundan tashqari, bu muammolarni e'tiborsiz qoldirish yoki ularni hal qilishga qaratilgan noto'g'ri o'ylangan, parchalanib ketgan urinishlar insoniyat tsivilizatsiyasining qulashiga olib kelishi mumkin. Global muammolarini aniqlash mezonlarini shakllantirishimiz mumkin:

- 1) ularning hamma joyda mavjudligi butun insoniyatga ta'sir qiladi;
- 2) ular jamiyat rivojlanishida obe'ktiv omil hisoblanadi;
- 3) ular shoshilinch ravishda hal qilinishini talab qiladi, aks holda butun insoniyatning yo'q qilinishi mumkin;
- 4) ular faqat insoniyat jamiyatining birgalikdagi sa'y-harakatlari bilan hal qilinishi mumkin, chunki faqat alohida mintaqalar va davlatlarning sa'y-harakatlari hech qanday muammoni to'liq bartaraf eta olmaydi.

Jurnalistika davrimizning global muammolarini hal qilishda, uning tamoyillari va funktsiyalarini global miqyosda o'zgartirishda muhim tarkibiy qism hisoblanadi. Jamiyat yagona axloqiy kompasni rivojlantirish uchun turli etnik guruhlar, madaniyatlar, siyosiy kuchlar va dinlar vakillari o'rtasida ommaviy axborot vositalarida yanada konstruktiv va intensiv muloqotga muhtoj. Bu global harakatlarda yanada izchillik va fuqarolik jamiyati institutlari va davlat idoralari o'rtasida o'zaro tushunishni kuchaytirishga olib kelishi mumkin. Bundan tashqari, jurnalistlar jamoatchilikni muammolar haqida xabardor qilishda qulay muhitni saqlashlari kerak:

- 1) muammolarni hal qilish uchun safarbarlikka xalaqit beradigan va jamoatchilik isteriyasini kuchaytiradigan vahima va xavotirni qo'zg'atadigan halokatli g'oyalarni tarqatmaslik;
- 2) jamiyatda muammolar hech kimning sa'y-harakatlarisiz hal qilinishi mumkinligiga umid uyg'otmaslik.

Zamonaviy axborot texnologiyalarining rivojlanishi bilan jamiyat bo'ylab har qanday miqdordagi ma'lumotlarning bir zumda tarqalishiga imkon berib, jiddiy hodisani yashirish tobora qiyinlashib bormoqda. "Mobil jurnalistika" deb ataladigan

narsaning rivojlanishi ommaviy axborot vositalarida so‘nggi yangiliklarni chiqarish vaqtini bir necha daqiqagacha qisqartirdi. Shunday qilib, odamlar, atrof-muhit yoki yovvoyi tabiat uchun xavf tug‘diradigan har qanday hodisa darhol jamoatchilikka ma’lum bo‘ladi.

Biroq, “mobil jurnalistika” davrida jiddiy muammolar ko‘pincha kam xabar qilinadi yoki qo‘pol ravishda noto‘g‘ri talqin qilinadi, bu voqeaning mohiyatini buzib ko‘rsatadi va jamoatchilik va rasmiylarga noto‘g‘ri tasavvur beradi.

Vaziyat nazoratdan chiqib ketishining oldini olish va keng jamoatchilik e’tiborini o‘z vaqtida jalb qilish uchun muammo haqida dolzarb ma’lumotlar mavjud bo‘lganda media matnini yaratishni kechiktirmaslik muhimdir. Mish-mishlar tarqala boshlamasdan oldin fuqarolarga ma’lumot berish juda muhimdir. Ommaviy axborot vositalari amaliyotida “aloqa ustuvorligi effekti”¹ deb nomlanuvchi usul mavjud. U shunday ishlaydi: agar o‘quvchi yoki tomoshabin biron bir muhim ma’lumotni olsa, ularning ongi dastlabki taassurotlarini tasdiqlovchi keyingi, batafsilroq ma’lumotni qabul qilishga tayyor bo‘ladi. Biroq, agar keyinchalik bu dastlabki taassurotga zid keladigan faktlar paydo bo‘lsa, ular allaqachon ishongan narsadan voz kechish juda qiyin. Shunga o‘xshash vaziyat 2016-yil oktyabr oyida Saranskda ham yuzaga keldi, unda jinsiy yirtqich haqida qarama-qarshi xabarlar paydo bo‘ldi, rasmiy e’lonlardan oldin mish-mishlar tarqaldi va ko‘plab uydirma faktlarni o‘z ichiga oldi.

Biroq, ma’lumotni oshkor qilish hayotga tahdid solishi mumkin bo‘lgan hollarda (masalan, terrorchilar garovga olganda), vahima qo‘zg‘ashga yoki maxfiy ma’lumotlarning oshkor bo‘lishiga olib kelishi mumkin bo‘lgan hollarda tarqatishda ehtiyot bo‘lish kerak.

Zamonaviy dolzarb muammolarni yoritishda jurnalistlar muammoni xolisona yoritishi, bir xil fikrlarning ustunligidan qochishga harakat qilishi kerak. Ijtimoiy-siyosiy nashrlarda ishlaydigan jurnalistlar ko‘pincha, masalan, atrof-muhitga oid xabarlarda faqat bitta manbadan foydalanib, beixtiyor bo‘lsalar ham, tarafkashlik qilishlari mumkin. Biroq, ko‘p qirrali baholashni talab qiladigan jiddiy masalani

¹ Я. Маматова, С. Сулайманова, составители. Узбекистан по пути развития медиаобразования. Учебное пособие. – Т.: “Extremum-press”, 2015. – С.90.

yoritishda turli manbalar, mutaxassislar va olimlarga murojaat qilish kerak. Bu manbalarning aksariyati bu masala bo'yicha faqat o'z nuqtai nazarini taklif qila oladi, bu esa umumiy qabul qilingan nuqtai nazardan farq qiladi. Ommaviy axborot vositalarida atrof-muhitni yoritishning ijobiy namunasi "Комсомольская правда" gazetasidagi "Yekologiya yili" ruknidir.

Jurnalistlar norasmiy manbalardan olingan ma'lumotlarni sinchkovlik bilan tekshirishlari va boshqa ommaviy axborot vositalari tomonidan nashr etilgan faktlarni ikki marta tekshirishlari kerak. Biroq, ular nafaqat zamonaviy global muammolar haqida salbiy ma'lumotlarni xabar qilishlari, balki yangi ekologik toza o'zgarishlar, muammoni hal qilish choralari va boshqalar kabi ijobiy faktlarni ham ta'kidlashlari kerak. Jurnalist Leonid Mlechinning "Iqlim darvozasi" hujjatli filmida mutaxassislar, olimlar, qonun chiqaruvchilar va amaldorlarning quturgan "yashil" radikalizmdan kim foyda ko'rishi va umumiy falokat xavfi haqidagi fikrlari umumlashtirilgan.

Global muammolar haqida yozish murakkab atamalar va tushunchalardan qochib, keng auditoriya uchun tushunarli bo'lgan sodda tilda yozilishi kerak. Ixtisoslashgan terminologiyadan foydalanish faqat ommaviy axborot vositasi tor mutaxassis auditoriyaga qaratilgan bo'lsa oqlanadi.

"Kommersant"ning "dunyoni yaxshilash bo'yicha" qo'llanmasini yaratishdagi tajribasi ko'rsatkichdir. Unda "Jurnalistika yechimlari nima va u tsivilizatsiyaning global muammolarini hal qilishga qanday yordam beradi" mavzusidagi materiallar mavjud. Matnda "ommaviy axborot vositalari ularning ortidagi hikoyalar va yondashuvlarni tushunarli qilishga chaqirilgan"² deyilgan. Nashr o'quvchilarni sog'liqni saqlash, suv ta'minoti, energetika, moliya, ta'lim, bandlik va boshqa sohalardagi muammolarni muvaffaqiyatli hal qilganlarni tanib olishga undaydi: "Bu hikoyalar oddiy fuqarolar nimalarga erishishi mumkinligi haqidagi nuqtai nazaringizni o'zgartirsin"³

² Инструкция по улучшению мира [Электронный ресурс] // Коммерсант. - URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3019806> (дата обращения: 28.03.2018).

³ Инструкция по улучшению мира [Электронный ресурс] // Коммерсант. - URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3019806> (дата обращения: 28.03.2018).

Jurnalistlar global muammolar haqidagi hikoyalarga ajoyib sarlavhalar, reklamalar, fotosuratlar, videolar, til va uslublar bilan e'tiborni jalb qilishlari mumkin, ammo ular keraksiz sensatsiya va "sariq matbuot"dan qochishlari kerak. Ko'pincha turli agentliklarning o'z ishlari bo'yicha hisobotlarini shunchaki umumlashtirgan va katta miqdordagi statistik ma'lumotlarni o'z ichiga olgan maqolalar auditoriya tomonidan yomon qabul qilinadi. Bunga misol sifatida quyidagi materialni keltirish mumkin: "Giyohvand moddalar sotuvchilardan jami 8804 kg giyohvandlik vositalari va psixotrop moddalar, jumladan, 255 kg heroin, 800 kg dan ortiq gashish va giyohvand moddalar ishlab chiqarishda ishlatiladigan 32 tonnadan ortiq turli xil kimyoviy reagentlar musodara qilindi.

Giyohvand moddalar bilan bog'liq 4474 ta jinoyat aniqlandi, ulardan 317 tasi uyushgan guruhlar tomonidan sodir etilgan, 2269 tasi sotish bilan bog'liq va 385 tasi giyohvandlik vositalari va psixotrop moddalarni kontrabanda qilish va tashish bilan bog'liq. Operatsiyada Armaniston, Belarus, Qozog'iston, Qirg'iziston, Rossiya Federatsiyasi va Tojikistonning maxsus vakolatli organlari, davlat xavfsizlik idoralari, ichki ishlar, bojxona va chegara xizmatlarining 66 000 dan ortiq xodimi ishtirok etdi"⁴. Aksincha, bunday materiallar alohida tashkilotlar ishining ko'rsatkichi bo'lib xizmat qiladi, ammo keyingi barcha ma'lumotlarni rad etishning nojo'ya ta'siriga olib kelishi mumkin. Hayotida muammoga duch kelgan odamlarning real hayotdagi hikoyalari, shuningdek, vaziyatni yaxshilash uchun yechim taklif qilishga va amalga oshirishga urinayotgan tashkilotlarning hikoyalari muammoga e'tiborni jalb qilishi va odamlarni materialni oxirigacha o'qishga undashi mumkin.

Jurnalistlar auditoriya va reytinglarni qidirishda ko'pincha mashhur insonlar haqida yozadilar. Zamonaviy ommaviy axborot vositalarida o'tmishdagi mehnatkash odam o'rnini muvaffaqiyatli media shaxslari – siyosatchilar, aktyorlar, bloggerlar, musiqachilar egalladi. Bu odamlar jamoatchilik bilan qanday gaplashishni va e'tiborni jalb qilishni biladilar, ko'pincha g'ayritabiiy va ijtimoiy jihatdan qoralangan xatti-

⁴ Криницын, Е. В. К проблеме формирования профессионального имиджа будущего журналиста [Текст] / Е. В. Криницын // Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И. Я. Яковлева. - 2003. - № 3 (79). - С. 65-69.

harakatlar bilan. Biroq, jurnalistlar bunday odamni nashr mavzusiga aylantirganda, ko'pincha asossiz ravishda ularning salbiy harakatlariga e'tibor qaratadilar. Bu auditoriyada muvaffaqiyatli insonning ideal qiyofasini yaratadi. Bu, ayniqsa, turli xil giyohvandliklar, murosasiz munosabatlar va zo'ravonlikni yoritishda qabul qilinishi mumkin emas. Masalan: "Jonni Depp bolaligini qishloqda o'tkazdi. U ota-onasini yaxshi ko'rardi va bobosi bilan u va bu haqda gaplashishni yaxshi ko'rardi. Bolalik Depp oilasi tarqalib ketganida tugadi. Jonni uchun bu haqiqiy zarba bo'ldi. U maktabni tashlab, giyohvand moddalar bilan xavfli tajribalarni boshladi. Ekran ortida Jonni juda xavfli turmush tarzini davom ettirdi. Hatto do'sti, aktyor River Feniksning giyohvand moddalarni haddan tashqari dozadan o'limi ham uni to'xtata olmadi"⁵. Bunday matnlarni o'qib bo'lgach, o'quvchi shunday fikrga kelishi mumkin: "Mening butim giyohvand moddalarni iste'mol qilgan va shunga qaramay shunday yuksaklikka erishgan ekan, men ham shunday qila olaman!" Bunday fikrlashni yashirin giyohvandlik targ'iboti qo'zg'atishi mumkin.

Shu bilan birga, giyohvandlikning salbiy oqibatlarini muhokama qiladigan va moslashish va davolashning qiyinligini ko'rsatadigan materiallar jamiyatda to'g'ri munosabatni shakllantirishi va bunday kasalliklardan aziyat chekadigan odamlar sonini kamaytirishi mumkin.

Zamonaviy mavzularni yorituvchi jurnalist to'g'ri so'z boyligidan foydalanishi, ma'lum sohadagi mutaxassislar bilan maslahatlashishi kerak. Masalan, OIV-OITs muammosini muhokama qilishda sensatsiya va so'zlar va iboralarni buzishdan qochish kerak. "XX asr vabosi" iborasi keng tarqalgani jurnalistlar tufaylidir. Biroq, vabo bilan taqqoslashning o'zi noto'g'ri, chunki vabo inson nazoratidan tashqaridagi sabablarga ko'ra tasodifiy aloqa orqali yuqadigan yuqumli kasallikdir. *Vab* so'zining o'zi ojizlik va vahima hissini uyg'otadi. OIV/OITsning vabo bilan bog'liqligi odamlarda ularni osongina yuqtirish mumkinligi va OIV bilan yashayotgan odamlardan ehtiyot bo'lish

⁵ Медведева, А. Скажи наркотикам «Нет!» [Текст] / А. Медведева // Смена. - 2006. - 20 февр.

Криницын, Е. В. К проблеме формирования профессионального имиджа будущего журналиста / Е. В. Криницын // Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И. Я. Яковлева. - 2003. - № 3 (79). - С. 65-69.

kerakligi haqidagi ishonchni uygʻotadi, asosiy ehtiyot choralarini koʻrish orqali esa bunga osongina yoʻl qoʻymaslik mumkin. Masalan, NTV telekanalining “OITs uxlamaydi: XXI asr vabosiga qarshi kurash qayta jonlandi” reportajida vabo bilan taqqoslash mavjud, ammo bu subʼektlar (shifokorlar va mutaxassislar) tomonidan tilning toʻgʻri qoʻllanilishini koʻrsatadi⁶.

“OIV bilan yashovchi shaxs”, “OIV bilan kasallangan shaxs”, “giyohvand”, “giyohvandlik muammolari boʻlgan shaxs”, “jinsiy aloqa xodimi” va boshqalar kabi iboralar oʻrinli deb hisoblanadi.

Shuningdek, ommaviy axborot vositalari tomonidan faol ravishda targʻib qilinadigan “xavf guruhlar” (masalan, inʼeksion giyohvand moddalar isteʼmolchilari) mavjudligi haqida keng tarqalgan stereotip mavjud boʻlib, bu xavf guruhlariga kirmaganlar OIV bilan kasallanish ehtimoli kam degan taxmin mavjud. Bu notoʻgʻri xavfsizlik hissini yaratishi va ehtiyotsiz xatti-harakatlarga olib kelishi mumkin. Ushbu masalani yoritishda ushbu stereotipdan qochish maqsadga muvofiqroq.

Stereotiplar boshqa zamonaviy muammolarni yoritishda ham xavflidir. 1990-yillarda shakllangan “kavkaz millatiga mansub shaxs” salbiy stereotipi rus auditoriyasi ongida mustahkam oʻrnashib qolgan. Biroq, jurnalistika nazariyotchilari va amaliyotchilari tomonidan oʻtkazilgan koʻplab seminarlar va taqdimotlar asta-sekin “Kavkazliklar yo salbiy tasvirlangan, yoki umuman tasvirlanmagan” degan tezisni rad etmoqda. Bunga misol qilib “Ingushetiyada tugʻilgan Daud Aushev Samarada voyaga yetmagan qizni zoʻrlovchidan qutqardi”⁷ kabi nashrlarni keltirish mumkin. Fuqarolik jurnalistlari ham bu mavzuni eʼtiborsiz qoldirmayaptilar. Masalan, 2014-yilda chechen talabasi Islom Katayev oʻzining YouTube kanalida “Kavkazliklar haqida chechen” nomli videoni eʼlon qildi, u “Oh, kavkazlik, siz madaniyat nima ekanligini unutib qoʻydingiz”⁸ soʻzlari bilan boshlanadi.

⁶ Соболев, Р. СПИД не спит: за борьбу с чумой XXI века взялись с новыми силами / Р. Соболев // НТВ. - URL: <http://www.ntv.ru/video/1226721/> (дата обращения: 28.03.2018).

⁷ Харсиева, Л. Подвиг - это состояние души [Электронный ресурс] / Л. Харсиева // Ингушетия. - 2017. - URL: <http://gazetaingush.ru/obshchestvo/urozhenec-ingushetii-daud-aushev-spas-v-samare-nesovershennoletnyuyu-devochku-ot> (дата обращения: 28.03.2018).

⁸ Шарова, А. Чеченец записал обращение в стихах к кавказцам: «О кавказец, ты забыл, что такое культура...» [Электронный ресурс] / А. Шарова, Г. Туз // Комсомольская правда. - URL: <https://www.stav.kp.ru/daily/26198/3085891/#625170> (дата обращения: 28.03.2018).

O‘tilgan mavzu yuzasidan savol va topshiriqlar:

1. Globallashuv va muammolarning kelib chiqish tarixini bilasizmi?
2. Zamonaviy jurnalistikada global muammolar kontsepsiyasi nimani anglatadi?
3. Ommaviy axborot vositalariga axborot agentliklari va internet orqali ma’lumotlar kirib kelishini ta’riflang
4. Global muammolar haqida OAVlarda yoritilishini kuzating va misollar keltiring
5. Stereotiplar va boshqa zamonaviy muammolarni yoritishning xavfli tomonlarini asoslang.
6. Giyohvandlikka qarshi kurashishda qanday manbalarga murojaat qilish kerak deb o‘ylaysiz?
7. Jurnalistlar auditoriya va reytinglarni oshirishda nimalargako‘proq e’tibor qaratishlari kerak?
8. Global muammolar haqida yozish murakkab atamalar va tushunchalardan qochib, keng auditoriya uchun tushunarli bo‘lgan sodda tilda yozilishi kerakligini asoslang.

2- MA'RUZA. JURNALISTIKADA DEMOGRAFIK MUAMMOLARNING YORITILISHI HAMDA MIGRATSIYA

REJA:

1. Jurnalistikada demografik muammolarni va migratsiyani yoritish masalalari.
2. Demografik muammolarning mohiyati.
3. Migratsiyaning turlari.
4. Nima uchun demografiya muhim.

Jurnalistika demografik muammolarni va migratsiyani yoritishi, ularning aholi soni, tarkibi va iqtisodiyotiga ta'sirini tushuntirishi kerak. Shuningdek, u ta'lim, sog'liqni saqlash va ish joylaridan foydalanish imkoniyatlaridagi o'zgarishlar kabi bu hodisalarning sabablari va oqibatlarini o'rganishi va davlat siyosati va jamoatchilik tashabbuslari orqali yechim taklif qilishi kerak. Mintaqaviy va global jihatlarga, shuningdek, mehnat resurslari va madaniy almashinuvni shakllantirishdagi migratsiya roliga e'tibor qaratish zarur.

Demografik muammo - bu Yer aholisining doimiy sezilarli darajada o'sishi, iqtisodiy farovonlikning o'sishidan oshib ketishi, natijada ushbu mamlakatlarda aholi hayotiga tahdid soladigan boshqa muammolarning kuchayishi bilan bog'liq global insoniy muammo.

Migratsiya mamlakatning demografik rivojlanishi, aholi migratsiyasi mamlakat va uning alohida mintaqalarining demografik rivojlanishiga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Bu, birinchi navbatda, aholi soni, millati, jinsi va yoshi tarkibining o'zgarishi, mehnat resurslari mavjudligida namoyon bo'ladi.

Demografik muammoni qanday hal qilishda, insoniyatning demografik muammosini hal qilish yo'llari:

- Ta'lim olish imkoniyatini oshirish.
- Sog'liqni saqlashdan foydalanish imkoniyatini oshirish.
- Gender tengligini targ'ib qilish.
- Infratuzilmani rivojlantirish va mintaqaviy rivojlanish.
- Iqtisodiy rag'batlantirish.
- Oila siyosati.

- Tug‘ilish darajasini rag‘batlantirish.
- Migratsiya siyosati.

Demografiya - bu aholi: uning miqdori, tarkibi (yoshi, jinsi, oilaviy ahvoli) va bu xususiyatlarga ta’sir qiluvchi jarayonlarni, masalan, tug‘ilish, o‘lim va migratsiyani o‘rganadigan fan. Oddiy qilib aytganda, demografiya “Bizning qanchamiz?”, “Yoshimiz va jinsimiz bo‘yicha kimmiz?”, “Qayerga ko‘chaymiz?”, “Kelajakda qanchamiz bo‘lamiz?” degan savollarga javob beradi. jamiyatdagi o‘zgarishlarni tushunish va bashorat qilish.

Migratsiya - Inson huquqlari bo‘yicha ta’lim bo‘yicha qo‘llanma.Migratsiya - bu xalqaro chegara orqali yoki mamlakat ichida harakatlanish jarayoni bo‘lib, sababidan qat’i nazar, har qanday turdagi odamlar harakatini qamrab oladi

Demograflar quyidagi masalalarni anglatadi, tug‘ilish, o‘lim va migratsiyani tahlil qiladi; ular aholi sonining prognozlarini tuzadilar; ular davlat organlari va korxonalar uchun hisobot va tavsiyalar tayyorlaydi; ijtimoiy va iqtisodiy dasturlarni ishlab chiqishda ishtirok etadilar.

Aholining tabiiy o‘sishi - tug‘ilishning o‘limdan ortiqligi, ya’ni ma’lum vaqt oralig‘ida tug‘ilganlar va o‘limlar soni o‘rtasidagi farq; bu aholi sonining o‘sishi uchun asosdir.

- Migratsiyaning chegarani kesib o‘tish xususiyatiga ko‘ra:
 - aholining ichki migratsiyasi (shtat ichidagi);
 - aholining tashqi migratsiyasi (qit'alararo);
- Huquqiy maqomi bo‘yicha
 - qonuniy migratsiya (qonunga muvofiq);
 - noqonuniy yoki tartibsiz migratsiya.

Nima uchun demografiya muhim? Demografiyaning ahamiyati sog‘liqni saqlash, oziq-ovqat ta’minoti, uy-joy, bandlik, ta’lim va migratsiyani rejalashtirish uchun muhimdir. U aholi sonining ko‘payishi va ushbu hududlarga ta’sir ko‘rsatadigan taqsimot muammolarini hal qilish uchun ma’lumotlarni taqdim etadi.

2025-yilda Yer yuzida qancha odam bo‘ladi? 2025-yil sentyabr holatiga ko‘ra, dunyo aholisi taxminan 8,23 milliardni tashkil etadi degan taxminlar mavjud. Bu

ko'rsatkich tug'ilish, o'lim va migratsiyani hisobga oladigan prognozlarga asoslanadi va o'zgarishi mumkin.

Demografik muammo butun dunyo bo'ylab urbanizatsiya va aholi sonining o'sish sur'atlarining doimiy o'sib borishi bilan bog'liq. Aholining haddan tashqari yuqori zichligi va turli xil ekologik va ijtimoiy muammolarning bir vaqtning o'zida to'planishi bilan bu odamlar uchun ham, atrof-muhit uchun ham jiddiy xavf tug'diradi.

Bugungi kunda insoniyatning eng katta global muammosi sifatida **bugungi** kunda asosiy muammo ekologiyadir. Ko'pchilik ilgari resurslarni iste'mol qilish va chiqindilarni boshqarishga e'tibor bermagan bo'lsa-da, endi ustuvorliklar o'zgarishiga majbur bo'ldi. Ko'proq odamlar nafaqat shaxsiy salomatligi, balki sayyoramizning kelajagi ham ularning har biriga bog'liqligini tushunishadi.

Hozirda odamlarni qanday muammolar tashvishga soladi?

- ✓ Global muammolar ro'yxati
- ✓ Harbiy: tinchlikni saqlash muammosi
- ✓ Atrof-muhit: biologik xilma-xillikning kamayishi
- ✓ Tibbiy
- ✓ Ijtimoiy
- ✓ Jinoyatchi
- ✓ Kosmos
- ✓ Insoniyatning mavjudligi uchun global tahdidlarni, masalan, dushman sun'iy intellektning rivojlanishi va global falokatlarni etarlicha baholamaslik

Ko'pgina boshqa fanlardan farqli o'laroq, demografiya aniq tug'ilgan sanaga ega. Bu 1662-yil yanvar oyida ingliz savdogari va kapitan, keyinchalik shahar militsiyasining mayori, o'zini o'qitgan olim Jonning kitobi paydo bo'lganida paydo bo'lgan. Graunt (1620-1674) Londonda nashr etilgan. Bu o'sha paytdagi odatiy amaliyot bo'lganidek, uzoq vaqtga ega edi. Notiq sarlavha: "Ilovada sanab o'tilgan va o'lim byulletenlaridan olingan tabiiy va siyosiy kuzatishlar. Hukumat, din, tijorat,

o'sish, havo, kasalliklar va aytilgan shaharning boshqa o'zgarishlariga oid. Jon Graunt, London fuqarosi"⁹.

Kitob nomining o'zi muallifning keng ijtimoiy niyatlarini bildiradi. U yozilgan vaqtda Angliyada o'lat va boshqa yuqumli kasalliklar keng tarqalgan edi, shuning uchun o'lim haqidagi xabarnomalar amaliy maqsadga ega edi va har hafta Londonda nashr qilinardi. Ko'p odamlar ularni o'qiydilar, shuning uchun ular hayotlariga tahdidning birinchi belgisida tezda shahardan qochib ketishlari mumkin edi. Graunt bu qayg'ulilarning ilmiy ahamiyatini birinchi bo'lib ko'rdi. O'lim byulletenlari. 80 yil davomida Londonning tug'ilish va o'lim haqidagi yozuvlarini o'rganganidan so'ng, u aholining bir qator naqshlarini payqadi.

Xususan, u qizlarga qaraganda ko'proq o'g'il bolalar tug'ilganligini va tug'ilganlar orasidagi jinsiy nisbat London uchun 14 dan 13 gacha doimiy ekanligini aniqladi (ya'ni, qizlarga qaraganda 7,7% ko'proq o'g'il bolalar tug'ilgan). Shuningdek, u vafot etganlar orasida ayollardan ko'ra erkaklar ko'proq ekanligini, Londonda o'lim darajasi tug'ilishdan oshib ketganini va shahar aholisi faqat immigratsiya hisobiga o'sganini ta'kidladi. Viloyatlarda, aksincha, tug'ilish koyeffitsiyenti o'lim darajasidan oshib ketganligi, har bir nikoh o'rtacha to'rtta tug'ilishni keltirib chiqarganligi va tug'ilganlar va o'limlar sonidan shahar aholisini aniqlash uchun foydalanish mumkinligi va aholining yosh tarkibini o'lganlarning yosh taqsimotidan aniqlash mumkin edi. Buning o'zi muhim edi, chunki o'sha paytda na aholini ro'yxatga olish, na boshqa statistika (cherkov statistikasidan tashqari) mavjud emas edi. Va nihoyat, Graunt birinchi bo'lib o'limning birinchi matematik jadvalini (modelini) tuzdi va u odamlarning yoshi o'tgan sayin o'lim ehtimolining muntazam o'sishini tasvirlab berdi.

Bugungi kunda bunday model, shubhasiz, Graunt yaratgan modelga qaraganda, demografiya arsenalidagi asosiy vositalardan biri bo'lib, nafaqat o'lim, balki nikoh,

⁹ Graunt J. Natural and Political Observations Mentioned in a following Index, and made upon the Bills of Mortality. With reference to the Government, Ayre, Difeales, and the feveral Changes of the faid City. By John Graunt, Citizen of London. London. Printed by The Roycroft, for John Martin, James Allestry, and The Dicas, at the Sign of the Bell in St. Pauls Church-yard. MDCLXII.

На самом деле, как выяснилось позднее, соотношение несколько иное: мальчиков примерно на 5% больше, чем девочек; вероятно, общее число рождений, попавших в поле зрения Граунта, было недостаточным для проявления закономерности, но все же разница не слишком велика.

tug‘ilish, aholining yosh tarkibini tahlil qilish, aholi soni va tuzilishi prognozlarini ishlab chiqish uchun ishlatiladi. Xuddi shu modelning metodologik tamoyillari boshqa fanlarda ham qo‘llaniladi.

U migratsiya tadqiqotlarida, sotsiologiyada ijtimoiy harakatchanlikni o‘rganish va prognozlashda, mehnat iqtisodiyotida mehnat aylanmasini o‘rganishda, sog‘liqni saqlashda kasallanishni bashorat qilishda qo‘llaniladi. Shuningdek, u hayotni sug‘urtalash bo‘yicha moliyaviy hisob-kitoblar uchun asosdir.

Grauntning kitobi o‘sha davrning intellektual elitasi tomonidan juda yaxshi qabul qilindi. Uch yil davomida u yana to‘rt marta qayta nashr etildi, ikkinchi nashri o‘sha yilning oxirida nashr etildi. Qirol Charlz II kitobdan shunchalik hayratda ediki, nashr etilganidan atigi bir oy o‘tgach, Graunt qabul qilindi.

Bundan tashqari, podshoh agar Graunt kabi ko‘proq savdogarlar topilsa, ularning hammasini darhol Jamiyatga (ya’ni, Akademiyaga) qabul qilishni buyurdi. Grauntning nozik kitobi (atigi 90 sahifa) bir emas, uchta fanni tug‘di: statistika, sotsiologiya va demografiya, ular uch asr davomida ularning “oilaviy” munosabatlariga oydinlik kiritib beradi - kim kimga. Biroq, birinchi navbatda, Graunt kitobining to‘g‘ridan-to‘g‘ri “avlodi” siyosiy arifmetika edi – bu miqdorni (yoki aniqrog‘i, statistik) o‘rganishga intilgan fan.

O‘tilgan mavzu yuzasidan savol va topshiriqlar:

1. Demografik muammolarning mohiyati nimada?
2. Bugungi kunda insoniyatning eng katta global muammosi nima?
3. Oddiy so‘zlar bilan aytganda demografiya nima?
4. Demografik muammoni qanday hal qilish mumkin?
5. Nima uchun demografiya muhim?
6. Birinchi demograf kim edi?
7. Nima uchun demografiya global muammo hisoblanadi?
8. Hozirda odamlarni qanday muammolar tashvishga solmoqda?

3 – MA’RUZA. OMMAVIY KOMMUNIKATSIYALARDA EKOLOGIK MUAMMOLAR, EKOTURIZM VA EKOCHARAKAT

REJA:

1. Atrof-muhit muammolari insoniyat duch keladigan eng dolzarb muammolardan biri sifatida.
2. Butunittifoq Tabiatni muhofaza qilish jamiyati (VOOP) kabi rasmiy jamoat tashkilotlari tuzilmalariga integratsiyalash.
3. G‘arbda ekologik va “yashil” partiyalarning paydo bo‘lishi.
4. Atrof-muhit muammolari, ekoturizm va ommaviy axborot vositalarida ekologik harakat.

XX-asrning ikkinchi yarmi global hamjamiyatga bir qator global muammolarni, jumladan, toza ichimlik suvi tanqisligi, ocharchilik va dunyoning turli mintaqalari o‘rtasidagi rivojlanishdagi tafovutni taqdim etdi. Atrof-muhit muammolari insoniyat duch keladigan eng dolzarb muammolardan biriga aylandi. Ularni hal qilish zarurligini anglash 1960 va 1970-yillarda ko‘plab G‘arbiy Yevropa mamlakatlari va Qo‘shma Shtatlarda ekologik harakatning paydo bo‘lishiga olib keldi. O‘zbekistonda bu jarayon siyosiy rivojlanishning o‘ziga xos xususiyatlari tufayli dastlab siyosatlashtirilmagan ekologik faoliyat shaklida bo‘ldi. Mamlakatimizda ekologik harakatning yuksalishi faqat 1980-yillarning ikkinchi yarmida boshlandi, bu demokratik o‘zgarishlar va eng avvalo, ovoz berishlarning rivojlanishi tufayli mumkin bo‘ldi.

O‘zbekistonda ekologik harakatning shakllanishi va rivojlanishida to‘rtta davrni ajratish mumkin. Har bir davr o‘ziga xos xususiyatlarga, ishtirokchilar tarkibiga, faoliyat shakllariga va natijalariga ega edi.

1960-1980 - yillarning birinchi yarmi, ekologik harakat rivojlanishidagi passiv bosqich.

Birinchi bosqich siyosiylashtirilmagan atrof-muhitni muhofaza qilish faoliyati bilan tavsiflangan bo‘lib, avtoritar davlatda yagona mumkin bo‘lgan faoliyat bo‘lib, Butunittifoq Tabiatni muhofaza qilish jamiyati (VOOP) kabi rasmiy jamoat tashkilotlari tuzilmalariga integratsiyalashgan. Rossiyalik tadqiqotchi O. N. Yanitskiyning so‘zlariga ko‘ra, qayta qurishdan oldingi davrda fuqarolik tashabbuslari ham, ko‘ngillilar harakati

ham noroziliklarga yo'naltirilgan emas edi. Aksincha, uning asosiy maqsadi davlat idoralari va rasmiy jamoat tashkilotlariga atrof-muhitni muhofaza qilishda yordam berish edi. Ammo aynan shu ishtirok ko'ngillilarga atrof-muhitni yo'q qilishning haqiqiy ko'lami va davlat, uning iqtisodiy va boshqa organlarining ekologik qarshi amaliyotlari haqida tushuncha berdi va qayta qurish davrida amalga oshirilgan ijtimoiy norozilik salohiyatini to'plash uchun turtki bo'lib xizmat qildi.

1980-yillarning ikkinchi yarmi. XX asr ekologik harakatning kuchayishi bilan ajralib turdi. Bu davr ommaviy ishtirok, faoliyat shakllarining xilma-xilligi va ekologik harakat ichidagi keng siyosiy va mafkuraviy tendentsiyalar bilan tavsiflandi. Bu davrda harakat asosan salbiy yo'nalishga ega bo'ldi. Ekolog mutaxassislar sanoat kengayishini cheklash va uning zararli oqibatlarini mahalliyashtirishga umid qilib, eng vayronkor inshootlar va loyihalarga qarshi chiqishdi. Ushbu strategiya turli qarashlarga ega odamlarni, konservativ-etnokratikdan tortib anarxistlargacha, ekologik tashkilotlar ichida birlashtirdi.

Bu davrda Rossiyada ekologik harakatning rivojlanishiga quyidagi voqealar ta'sir ko'rsatdi:

- G'arbda ekologik va "yashil" partiyalarning paydo bo'lishi;
- Mamlakat ichida Mixail Gorbachyovning islohot siyosati bilan bog'liq demokratik, milliy-madaniy va keyin milliy ozodlik harakatining rivojlanishi, bu ekologik harakatga kurashning yanada radikal shakllarini qo'llash imkonini berdi;
- Chernobil atom elektr stantsiyasidagi falokat (1986-yil 26-aprel), bu yadroga qarshi faollar sonining ko'payishiga va butun ekologik harakatning jonlanishiga olib keldi. Falokatdan oldin ekologik muammolar shaxslar va kichik guruhlar tomonidan hal qilingan bo'lsa, Chernobildan keyin harakat keng tarqaldi va rasmiylar buni hisobga olishga majbur bo'lishdi.

Ikkinchi bosqich ommaviy ishtirok, mustaqillikning o'sishi, faoliyatning xilma-xilligi va ekologik harakat ichidagi keng ko'lamlı siyosiy va mafkuraviy yo'nalishlar bilan tavsiflanadi. Harakatning bu davrdagi asosiy resursi atrof-muhitni himoya qilish uchun biror narsa qilishga tayyor odamlar edi. U hali ham atrof-muhitni

muhofaza qilishga qaratilgan bo'lib, asosan hokimiyatga murojaat qiladi, tizimni o'zgartirmasdan o'zlarining individual qarorlarini o'zgartirish niyatida.

Biroq, ekologik harakatlar va guruhlar elitaning mavqeini e'tiborsiz qoldirib, o'z maqsadlarini mustaqil ravishda tanlaydilar va ommaviy safarbarlikka murojaat qiladilar - aholini hokimiyatga murojaatlarini qo'llab-quvvatlashga chaqiradilar. Atrof-muhit harakati bilan bir qatorda, boshqa harakatlar ham atrof-muhitni muhofaza qilish masalasini ko'tardilar, masalan, milliy-madaniy, demokratik, anarxist, vatanparvar va mehnat harakatlari.

Atrof-muhit harakatining eng muhim yutuqlari qatoriga quyidagilar kiradi: Nijniy Novgorod atom elektr stantsiyasi qurilishining taqiqlanishi, Qrim atom elektr stantsiyasi qurilishining to'xtatilishi, Cheboksari suv ombori suv sathini 63 metrdan yuqori ko'tarishni taqiqlash va Katun GESini amalga oshirmaslik va Sibir daryolarining o'z yo'nalishini o'zgartirish. Ammo, ehtimol, o'sha davrdagi ekologik harakatning eng katta yutug'i ko'plab ekologik jamoat tashkilotlarining paydo bo'lishi bo'lgan, ularning kamida 80% bugungi kunda ham faoliyat yuritmoqda. Ushbu tuzilmalar vakillari mamlakat siyosiy hayotida faol ishtirok etishdi (xalq deputatlarining saylanishi, nomzodlarga maslahatchi bo'lib xizmat qilish va boshqalar) va bilvosita bo'lsa ham, islohotlar jarayoniga ta'sir ko'rsatishdi. 1988-yilda ekologik harakat bosimi ostida mamlakat tarixidagi birinchi ekologik agentlik - SSSR Tabiatni muhofaza qilish davlat qo'mitasi tashkil etilgan. Unga hurmatli olim va taniqli jamoat arbobi N. Vorontsov rahbarlik qilgan. Shunday qilib, davlat nihoyat mamlakat tabiiy resurslarini himoya qilish zarurligini angladi.

Rossiya ekologik harakati tadqiqotchisi I.A. Xaliyning fikriga qo'ra, bu davrdagi ekologik harakat federal va mahalliy qonun chiqaruvchi organlarda o'z professional vakillarini saylash, ijtimoiy, siyosatlashtirilmagan va elitist bo'lib qoldi. U moliyaviy qo'llab-quvvatlash masalalarida ham G'arbga yo'naltirilgan bo'lib qolishda davom etdi. Shunga qaramay, ekologik harakat asta-sekin mamlakat siyosiy hayotiga samarali ta'sir ko'rsata boshladi.

1990-yillar – Rossiyada ekologik harakatning institutsionalizatsiyasi. Bir tomondan, ekologik harakat qonuniylashtirildi, ikkinchi tomondan, uning faoliyati va ommaviy jozibadorligi pasaydi.

Atrof-muhit harakatida ishtirok etgan guruhlar orasida quyidagilarni ajratib ko'rsatish mumkin:

- Professionallar (biologlar, ekologlar va boshqalar). Bunday odamlarning ekologik harakatga qo'shilishining asosiy sababi rasmiy tuzilmalarda samarali ishlay olmaslikdir.

- Demokratik, anarxist, milliy-madaniy va milliy ozodlik harakatlari. Ularning faollari ekologik tashabbuslarga altruistik qarashlar bilan qo'shilishadi. Talabalar, gumanitar fanlar vakillari va o'rta sinfning alohida a'zolari ham xuddi shu sababga ko'ra harakatga jalb qilinadi.

- Harakatni zarurat tug'ilganda qo'llab-quvvatlovchilarga aylangan odamlar. Bular asosan muhim ekologik vaziyatlar yuzaga keladigan shaharlashgan hududlarda yashovchilar (masalan, ifloslantiruvchi sanoat korxonalarini qurilishi). Moskvaning Bitsa, Tushino, Bratayevo va boshqa guruhlar shunday paydo bo'ldi. Ushbu guruh vakillari hozirda yashil harakatning asosini tashkil qiladi, garchi yirik ekologik guruhlarining rahbarlari bu muhitdan kamdan-kam hollarda chiqib kelishadi.

Uchinchi bosqich ekologik harakatning siyosiy maydonga kirishi, shuningdek, uning ommaviy jozibadorligi va mashhurligining pasayishi bilan tavsiflanadi. Bu bosqichda yashillarning asosiy resursi moliyaga aylanadi.

Qayta qurish davrida ko'plab kasaba uyushma harakatlari ekologik shiorlardan voz kechdilar. Biroq, saylov bazasini kengaytirish uchun Rahbarlar, demokratik nomzodlarning saylov platformalariga eng bahsli ob'ektlarni yopishga yordam berish uchun mavhum shakllangan ekologik talablar va va'dalarni kiritishni targ'ib qilinadi. Oxir-oqibat, ekologik harakatlarning aksariyati saylovlarda "Demokratik Rossiya" nomzodlarini qo'llab-quvvatladilar, ularning g'alabasi va Sovet Ittifoqi Kommunistik partiyasining mag'lubiyatini ekologik muammolarni hal qilish umidlari bilan bog'ladilar.

Biroq, ekologlar to'satdan ularning kutganlariga to'g'ridan-to'g'ri zid bo'lgan jarayonlarga duch kelishdi. 1990-1991-yillarda demokratik ma'muriyatlar ekologik muammolarga yondashuvlarini tubdan qayta ko'rib chiqdilar. Eng yorqin misollardan biri Moskva rahbariyatining Shimoliy issiqlik elektr stantsiyasi qurilishini muzlatishdan bosh tortishi edi. Bu davrda avj olgan iqtisodiy ofatlar bu siyosat uchun yangi nazariy asos yaratishga imkon berdi. Ommaviy axborot vositalari jamoatchilikni ekologik muammolar iqtisodiy muammolardan keyin hal qilinishi kerakligiga ishontirdi.

Ko'plab demokratik boshqaruv tizimi jamiyat rivojlanishining ustuvor yo'nalishlarini tabiat va odamlar foydasiga o'zgartirishiga bo'lgan umidlari puchga chiqdi. Bu umidlar bilan birga ekologik harakatning bir qismi ham barbod bo'ldi.

Yevgeniy Gaydar, Oleg Poptsov va Boris Nemtsov kabi ko'plab taniqli rus siyosatchilari siyosiy faoliyatini ekologik harakat bilan boshladilar, ammo oxir-oqibat bu harakatdan yuz o'girishdi.

“Yashillar” avtoritarizmga qarshi harakatdagi sobiq ittifoqchilari tomonidan orqadan pichoqlandi. Hokimiyatga kelgan demokratlar endi mashhur ekologik shiorlardan foydalanmay qo'yishdi va hatto ular ham ishlatilmay qolgan edi. Iqtisodiy inqiroz iqtisodiy manfaatlarni birinchi o'ringa qo'ydi. Yadro energiyasiga qarshi kurashda hamma bilan birga bo'lgan “Yashillar harakati”da siyosiy faoliyatini boshlagan Yegor Gaydar hukumat rahbari bo'lganida nafaqat yadroga qarshi rezolyutsiyadagi imzosini unutdi, balki yadro sanoatini kengaytirish to'g'risidagi rezolyutsiyani (mashhur “26 ta yangi reaktor”) ham imzoladi. Xuddi shu narsa mintaqaviy darajada ham sodir bo'ldi.

Jamiyat tobora ko'proq iste'molchilar ustuvorliklariga yo'naltirildi. Atrof-muhit masalalarida “demokratik” rahbarlarning pozitsiyasining tez o'zgarishi ekologik harakatga ruhiy tushkunlik keltirdi. Ba'zi faollar ekologik ustuvorliklarga qarshi bo'lganlarning argumentlarining asoslilikiga ishonch hosil qilishdi. Mustaqil, konstruktiv dastursiz qolgan holda, ular sobiq siyosiy rahbarlarining yo'lidan borishda davom etishdi. Ba'zi ekologlar o'zlarining jamoat faoliyati natijalaridan chuqur hafsalasi pir bo'ldi va sanoat kengayishiga qarshilik ko'rsatish befoyda degan xulosaga

kelishdi. Boshqalar esa sodir bo'lgan o'zgarishlar haqida kam ma'lumotga ega bo'lib, "g'alaba qozongan demokratiya"ga ishonishda davom etishdi.

Atrof-muhit harakatining ijtimoiy bazasi keskin qisqardi. Shu bilan birga, rivojlanayotgan ekologik falokat, "demokratik" lagerning tobora aniqroq mas'uliyati bilan birgalikda, muqobil ijtimoiy dasturga yo'naltirilgan tashkilotlarning ekologik harakat ichidagi ta'sirining asta-sekin o'sishiga yordam berdi. Anarxist nazariyalar ekologik hamjamiyatda sezilarli ta'sirga ega bo'la boshladi (bu anarxistlarning ekologik ishlarda faol ishtiroki bilan osonlashdi). Bu bosqichda ekologik harakatning ekologik faoliyati turli shakllarga ega bo'ldi.

Atrof-muhit faollari jamoatchilik baholari va jamoatchilik muhokamalarini o'tkazdilar, sudda harakat manfaatlarini himoya qildilar, rasmiylar bilan rasmiy kelishuvlar tuzdilar va qonunchilik va referendum tashabbuslarini taklif qildilar. Norozilik namoyishlari ham davom etdi. Nihoyat, Yashil partiyaning tuzishga urinishlar bo'ldi.

Yashil partiyaning yaratish harakati 1988-yil dekabr oyida paydo bo'ldi (u 1989-yildan beri shu nom ostida mavjud edi), ammo partiyaning o'zi 1990-yil martgacha e'lon qilinmadi. Partiyaning 1990-1991 yillardagi rivojlanishi bo'linishlar, tashkilotlarning parchalanishi va paydo bo'lishi hamda funktsional mintaqalararo tuzilmalarning yo'qligi bilan ajralib turdi. Aksariyat atrof-muhit faollari Yashil partiya va uning mafkurasidan qochib, ikkinchisi bir tomondan harakatni bo'ysundirishga, ikkinchi tomondan "demokratik lager"ni bo'lishga intilayotganidan shubha qilishdi. Shu bilan birga, muqobil mafkurani izlash turli ekologik siyosat nazariyalari tarafdorlari o'rtasidagi mafkuraviy farqlar bilan bog'liq ichki nizolarga to'la edi.

"Yashil partiyaning yaratish harakati"dan tashqari, ko'rib chiqilayotgan davrda yana bir qancha ekologik partiyalar tashkil etildi: "Kedr ekologik partiyasi" Butunrossiya siyosiy jamoat tashkiloti, Rossiya Yashil partiyasi, "Rossiya ekologik partiyasi Yashillari" siyosiy partiyasi va Rossiya Yashillari Ittifoqi ("Yashil Rossiya"). Biroq, bu partiyalarning federal va mintaqaviy saylovlarda ishtirok etishga urinishlari muvaffaqiyatsiz bo'ldi. So'nggi yillarda, Rossiya Federatsiyasining 2001-yil 11-iyuldagi 95-FZ-sonli "Siyosiy partiyalar to'g'risida"gi Federal qonuni va 2009-yil 28-

apreldagi 75-FZ-sonli “Siyosiy partiyalar uchun minimal a’zolik chegarasini bosqichma-bosqich qisqartirish munosabati bilan “Siyosiy partiyalar to’g’risida”gi Federal qonunga o’zgartirishlar kiritish to’g’risida”gi Federal qonunining qabul qilinishi bilan Rossiyadagi oxirgi ekologik partiya, Rossiya ekologik partiyasi “Yashillar” 2009-yil 12-yanvarda faoliyatini to’xtatdi (“Yashillar” Butunrossiya jamoat harakati” ga qayta tashkil etildi).

Atrof-muhit harakatining ekologik partiyalarni yaratishda ishtirok etishga urinishlarining muvaffaqiyatsiz bo’lishiga qaramay, bu davrda ekologik tashkilotlarning ekologik faoliyati katta ahamiyatga ega bo’ldi.

2000-yildan hozirgi kungacha – siyosiy islohotlar va globallashuv sharoitida Rossiya ekologik harakatining rivojlanishi.

Hozirgi vaqtda Rossiya ekologik harakati barcha darajalarda: xalqaro, milliy va mintaqaviy tashkilotlarning samarali tarmog’ini rivojlantirishda davom etmoqda. Hozirda Rossiyadagi eng yirik nodavlat ekologik tashkilot Ijtimoiy-ekologik ittifoqdir. Ko’rib chiqilayotgan davrda Rossiyada yirik xalqaro ekologik tashkilotlarning vakolatxonalari ochildi – Xalqaro tabiatni muhofaza qilish ittifoqi, Jahon yovvoyi tabiat jamg’armasi, Greyenpeace va Xalqaro hayvonlar farovonligi jamg’armasi. Yirik mintaqaviy ekologik jamoat tashkilotlari (Dront, Amur SoYeS) o’z ta’sir doirasini kengaytirdilar.

Harakat siyosiy jihatdan unchalik mustahkamlanmagan bo’lsa-da, shunga qaramay, u o’zining siyosiy ta’sirini kengaytirishga muvaffaq bo’ldi. Uning rahbarlari Rossiyaning ekologik doktrinasi va boshqa milliy ahamiyatga ega hujjatlarni ishlab chiqishda, atrof-muhitni muhofaza qilish bo’yicha milliy kongresslar va konferentsiyalarni tayyorlashda ishtirok etdilar va mahalliy va mintaqaviy ma’muriyatlar bilan hamkorlik qildilar. Harakat rahbarlari professional siyosatchilarga aylandilar va jamoatchilik maydonida kuchli ishtirok etdilar. Ekologik harakatning sharafiga, uning kundalik atrof-muhitni muhofaza qilish faoliyati davom etmoqda. Ushbu ishning asosiy yo’nalishlari quyidagilarni o’z ichiga oladi, alohida muhofaza qilinadigan tabiiy hududlarning maqomini saqlab qolish va rivojlanishini qo’llab-quvvatlash, Sochining 2014-yilgi Qishki Olimpiada o’yinlariga tayyorgarlik ko’rishini

jamoatchilik ekologik monitoringi (xususan, Sochi milliy bog'i va Kavkaz qo'riqxonasi to'g'risidagi qonunchilikka rioya qilinishini ta'minlash), transgen oziq-ovqat mahsulotlariga qarshi kurash va boshqalar.

Global muammolar ham atrof-muhit tashkilotlari tomonidan e'tibordan chetda qolmaydi. Masalan, atrof-muhit faollari 2006-yilgi Fuqarolik G8 forumida faol ishtirok etib, o'z pozitsiyalarini, jumladan, global energiya xavfsizligi masalalarida himoya qilishdi. Qizg'in munozaralardan so'ng, Xalqaro Ijtimoiy-iqtisodiy va ekologik jamiyatlar ittifoqi (IUCN), Greyenpeace va Jahon yovvoyi tabiat jamg'armasi (WWF) tomonidan taklif qilingan hujjat qabul qilindi.

Atrof-muhit harakati ham norozilik faolligi shakllaridan foydalanishda davom etmoqda. Masalan, 2001-yildan 2006-yilgacha bir tomondan atrof-muhit tashkilotlari va Sharqiy Sibir aholisi, ikkinchi tomondan Transneft kompaniyasi o'rtasidagi qarama-qarshilik davom etdi. Jamoatchilik Sharqiy Sibir-Uzoq Sharq-Xitoy neft quvurini qurish rejalariga qarshi chiqdi, uni Baykal ko'lining mavjudligiga haqiqiy tahdid deb bildi. Norozilik namoyishlari (mitinglar va piketlar) bilan bir qatorda, faollikning boshqa shakllari, jumladan, ommaviy axborot vositalarida nashrlar, manfaatdor tomonlar bilan muzokaralar, Rossiya prezidentiga murojaatlar va boshqalar keng qo'llanildi. Qarama-qarshilik Vladimir Putinning quvur liniyasini Baykal ko'lining shimoliga ko'chirish to'g'risidagi qarori bilan yakunlandi .

Atrof-muhitni muhofaza qilish jamoat tashkilotlari va jamoatchilikning Baykal ko'lini saqlab qolish uchun kurashi, shuningdek, ekologik harakatning boshqa harakatlari oddiy demokratiyaning o'sishini va fuqarolarning (hech bo'lmaganda ularning faol qismining) o'z pozitsiyalarini himoya qilish qobiliyatini namoyish etadi. Bularning barchasi, bizning fikrimizcha, turli tashkilotlar tomonidan ifodalangan ekologik harakat so'nggi yillarda mamlakatimizda rivojlanib borayotganini tasdiqlaydi. U boshqa jamoat tashkilotlari orasida o'z o'rnini topdi va Rossiyada fuqarolik jamiyati va demokratik davlat tamoyillarining bosqichma-bosqich rivojlanishining ko'rsatkichidir.

O'tilgan mavzu yuzasidan savol va topshiriqlar

1. Atrof-muhit muammolari insoniyat duch keladigan eng dolzarb muammolardan biri ekanligini aniqlang.
2. Butunittifoq Tabiatni muhofaza qilish jamiyati (VOOP) kabi rasmiy jamoat tashkilotlari tuzilmalariga integratsiyalashning ahamiyatini aniqlang.
3. G'arbda ekologik va "yashil" partiyalarning paydo bo'lishi haqida nima bilasiz?
4. Atrof-muhit muammolari, ekoturizm va ommaviy axborot vositalarida ekologik harakatning faoliyatini prezentatsiya orqali tushuntiring.
5. Atrof-muhitni muhofaza qilish jamoat tashkilotlari va jamoatchilikning Baykal ko'lini saqlab qolish uchun kurashi haqida nima bilasiz bilimlaringizni mustahkamlang.
6. Global muammolar hamda atrof-muhitni muxofaza qilish tizimi mas'ul tashkilotlar tomonidan e'tibordan chetda qolmayotganmikan izlanish manbalar topish va bilimlarni mustahkamlash.
7. Ekologik doktrinasi va boshqa milliy ahamiyatga ega hujjatlarni ishlab chiqishda, atrof-muhitni muhofaza qilish bo'yicha milliy kongresslarning faoliyati haqida manbalar tayyorlang.
8. Sochi milliy bog'i va Kavkaz qo'riqxonasi to'g'risidagi qonunchilikka rioya qilinishini ta'minlashda dunyo hamjamiyati nimalarga erishgan?

4 – MA'RUZA. ODAM SAVDOSI VA KORRUPSIYANING OMMAVIY AXBOROT VOSITALARIDA YORITILISHI

REJA:

1. Ommaviy axborot vositalarida odam savdosi va korrupsiyaga oid xabarlar
2. Ommaviy axborot vositalarida korrupsiyaning oldini olish choralari
3. Odam savdosiga qarshi kurashning huquqiy jihatlar
4. Odam savdosining gender jihatlar

Odam savdosi mavzusi jurnalistlar va ommaviy axborot vositalari muharrirlari uchun eng dolzarb, murakkab va axloqiy jihatdan mas'uliyatli vazifalardan biridir. Raqamlar ko'lami hayratlanarli. Odam savdosi qurbonlari sayyoramizdagi eng zaif odamlar qatoriga kiradi. qullikning turli shakllarida yashovchi 40 million kishi, mehnat uchun ekspluatatsiya qilingan 150 million bola va taxminan 150 million nafar migrant ishchilar to'g'risidagi asosiy axborotlarga asoslanilsa, *(Bu odamlarning millionlarcha - aniq sonini hech kim bilmaydi - odam savdogarlari changaliga tushib qolgan)* ularning hikoyalarini ommaga yetkazish sezgirlik va mas'uliyatni talab qiladi, ayniqsa jurnalistik reportajlar va ommaviy axborot vositalari materiallarining tili, burchagi va konteksti zarar yetkazishi mumkinligi sababli ular nafratni qo'zg'atishi mumkin. Ular stereotiplarni abadiylashtirishi mumkin. Bu jaholat va tushunmovchilikka hissa qo'shishi, e'tiborni asosiy sabablardan chalg'itishi va inqirozni qanday hal qilish haqida zarur jamoatchilik muhokamasiga to'sqinlik qilishi mumkin. Odam savdosi odamlarni ekspluatatsiya qiladi va ularning insoniy huquqlarini foyda olish maqsadida buzadi.

Shaxslarga qarshi jinoyat, odatda majburiy mehnat, uy qulligi, jinsiy ekspluatatsiya, qullik va organlarni olib tashlashni tashkil etuvchi jinoiy guruhlar va tarmoqlar bilan bog'liq bo'lgan odam savdogarlari tomonidan sodir etiladi.

Agar odamlar qonuniy ravishda kelib chiqish mamlakatini tark eta olmasalar yoki boruvchi mamlakatda yashay olmasalar va ishlay olmasalar, odam savdosiga moyil bo'ladilar.

Odam savdosi nazorat ro'yxatida ko'rsatilganidek, shaxsga qarshi jinoyat, majburiy bo'lmagan harakat, yoki ishtirok etuvchi shaxsning tasdiqlangan roziligisiz sodir etilgan bo'lsa uzoq muddatli ekspluatatsiya munosabatlarining bir qismi bo'lsa, ekspluatatsiyadan foyda olishni o'z ichiga oladi bunday sharoitda ichki yoki xalqaro shaklda bo'lishi mumkin. Odam savdosiga qarshi kurash bo'yicha asosiy xalqaro

huquqiy hujjatlar Birlashgan Millatlar Tashkilotining Transmilliy uyushgan jinoyatchilikka qarshi konventsiyasi¹⁰ va uning protokollari, xususan, Odam savdosining, ayniqsa ayollar va bolalar savdosining oldini olish, bostirish va jazolash protokoli (Palermo protokoli sifatida ham tanilgan); Yevropa Kengashining Odam savdosiga qarshi kurash to'g'risidagi 2005-yildagi konventsiyasi¹¹ va Yevropa Ittifoqining odam savdosining oldini olish va unga qarshi kurashish hamda uning qurbonlarini himoya qilish bo'yicha 2011-yildagi 36-sonli Direktivasi¹². Migrantlar kontrabandasi - bu odamlarga bir mamlakatda boshqasiga o'tishni tartibga soluvchi rasmiy protseduralarni chetlab o'tib, noqonuniy harakatlanishga yordam berishga asoslangan biznes.

Bu shaxslarga qarshi jinoyat emas, balki tegishli mamlakatlarning milliy qonunlariga qarshi jinoyatdir.

Ko'pgina hollarda, kontrabandachilar migrantlarning inson huquqlarini ham buzishlari mumkin, lekin ularning vazifasi asosan migrantlar va qochqinlar muntazam, uyushgan migratsiya orqali mavjud bo'lmagan hollarda tayanadigan xizmatlarni taqdim yetishdir. BMTga ko'ra, kontrabanda "shaxsning fuqarosi bo'lmagan va doimiy yashash huquqiga ega bo'lmagan Ahdlashuvchi Tomon hududiga noqonuniy kirishini to'g'ridan-to'g'ri yoki bilvosita moliyaviy yoki boshqa moddiy foyda olish maqsadida ko'maklashish"¹³ deb ta'riflanadi.

Migrant kontrabandasi bo'yicha nazorat ro'yxati:

- davlatga qarshi jinoyat hisoblanadi
- ishtirok yetuvchi shaxsning roziligi bilan sodir yetiladi
- tomonlar odatda

¹⁰ Конвенция Организации Объединенных Наций против транснациональной организованной преступности Принята резолюцией 55/25 Генеральной Ассамблеи от 15 ноября 2000 года. https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/orgcrime.shtml

¹¹ Yevropa Kengashining Odam savdosiga qarshi kurash to'g'risidagi konventsiyasi (2005-yil 16-mayda Varshavada Yevropa Kengashi Davlat va hukumat rahbarlarining 3-sammiti munosabati bilan imzolash uchun ochilgan). 2007-yil 24-oktabrda Konventsiya o'ninchi ratifikatsiyasini oldi va shu tariqa 2008-yil 1-fevralda kuchga kirish jarayoni boshlandi. Ushbu Konventsiya asosan odam savdosi qurbonlarini himoya qilish va ularning huquqlarini kafolatlashga bag'ishlangan keng qamrovli shartnoma hisoblanadi.

¹² Главная Директива Европейского Парламента и Совета Европейского Союза 2011/36/ЕС от 5 апреля 2011 г. о предупреждении и противодействии торговле людьми, о защите пострадавших и о замене Рамочного Решения Совета ЕС 2002/629/ПВД // <https://base.garant.ru>

bir martalik tijorat munosabatlariga kirishadilar

- tartibsiz migratsiya xizmatlari uchun to'lovni o'z ichiga oladi
- davlat chegarasini kesib o'tishni o'z ichiga oladi

Milliy himoya mexanizmi bu davlat idoralari va fuqarolik jamiyati tashkilotlari odam savdosi yoki qullik qurbonlarini aniqlash va ularga yordam berishni ta'minlash uchun hamkorlik qiladigan tushunchadir. Bunday mexanizmlar ixtisoslashgan milliy tuzilmalar shaklida, ba'zan esa vakolatli davlat idoralari va fuqarolik jamiyati ishtirokchilari o'rtasida amalda hamkorlik amaliyoti shaklida mavjud.

Ular Yevropa Kengashining odam savdosiga qarshi kurashish to'g'risidagi konventsiyasiga muvofiq tashkil etilgan. Potentsial qurbonlarni topish va aniqlash jarayoni har bir mamlakatning himoya mexanizmining markazida turadi. Transmilliy himoya mexanizmi - bu odam savdosining aniqlangan yoki potentsial qurbonlariga keng qamrovli transchegaraviy yordam ko'rsatish va yoki boshqa joyga ko'chirish bo'yicha xalqaro hamkorlik shartnomasi. U yordam jarayonining barcha bosqichlarini, dastlabki tekshirishdan tortib, rasmiy aniqlash va yordam berishgacha, ixtiyoriy yordam bilan qaytish, ijtimoiy inklyuziya va fuqarolik, jinoiy protseduralargacha qamrab oladi. Ushbu mexanizm odam savdosi qurbonlarining kelib chiqishi, manzili va tranziti mamlakatlaridagi davlat organlari, xalqaro agentliklar va nodavlat tashkilotlari o'rtasidagi hamkorlikka asoslangan bo'lib, ular inson huquqlarini himoya qilish va rag'batlantirish majburiyatlariga rioya qilinishini ta'minlaydi.

Noqonuniy yoki hujjatsiz migrantlar ko'pincha noto'g'ri tarzda **noqonuniy migrantlar** deb ataladi. Uyg'unlashgan atama, lekin odamlar bila turib qonunni buzib, noqonuniy migratsiya qilganda ham migratsiya noqonuniy bo'lishi mumkin. "Noqonuniy" yoki "hujjatsiz" migrantlar atamalari afzalroq, ammo ulardan foydalanish migrantlar kontrabandasi va odam savdosining noqonuniyligini yashirmasligi kerak. Barcha noqonuniy migrantlar ham odam savdosiga moyil emas, lekin ular ekspluatatsiya va inson huquqlari buzilishi xavfi ostida, ayniqsa kontrabanda xizmatlaridan foydalansalar byelgilangan mamlakatda noqonuniy migrant maqomi qo'rqitilgan shaxslarning majburiy mehnat va qullik tashkilotchilari tomonidan ekspluatatsiya qilinishiga olib kelishi mumkin.

Qullik yoki zamonaviy qullik - bu tahdidlar, zo‘ravonlik, aldash va yoki hokimiyatni suiiste‘mol qilish tufayli qochib qutula olmaydigan yoki yo‘q qila olmaydigan turli xil majburlash va ekspluatatsiya shakllarini qamrab oluvchi keng qamrovli atama.

Qullik xalqaro gumanitar huquq tomonidan qat‘iyan taqiqlangan. Qullik ta‘rifi muammoning boshqa jihatlarini, masalan, majburiy nikoh, qullik va odam savdosini ham qamrab oladi. Zamonaviy qullik ko‘lamini o‘lchashda xalqaro tashkilotlar asosan majburiy mehnat bilan shug‘ullanadigan yoki majburiy nikohda yashaydigan odamlar soniga e‘tibor qaratadilar.

Jinsiy savdo kattalar kuch, firibgarlik, tahdidlar yoki majburlash ta‘siri ostida tijorat jinsiy aloqasi, masalan, fohishalik bilan shug‘ullanganda yuzaga keladi. Bolalarni jinsiy ekspluatatsiya qilish kattalarni jinsiy ekspluatatsiya qilishdan farq qiladi, chunki bolalar jinsiy aloqalarni sotishga rozilik bergan deb da‘vo qilish hech qachon qonuniy emas. Ko‘pincha ishlatiladigan “bolalarni fohishalik qilish” atamasi bolalarni tijorat jinsiy ekspluatatsiyasi uchun qayta yozilgan atamadir.

Bolalar fohishabozligi odatda uyushgan jinoyatchilikning bir turi bo‘lib, ko‘pincha odam savdogarlari ko‘magida jinoiy tashkilot tomonidan boshqariladi. Majburiy nikoh ayol yoki qiz, ba‘zan esa erkak yoki o‘g‘il bola o‘z xohishiga qarshi turmushga chiqishga majburlanganda sodir bo‘ladi. Qiz oila tomonidan sotilishi, oilaviy qarzni to‘lash uchun sovg‘a sifatida berilishi yoki “sharafini” tiklash uchun turmushga chiqarilishi mumkin.

Uy xizmatkorlari ishlaydigan uydan chiqishga ruxsat berilmaganda, uy xizmatkorlari odatda kam maosh oladi yoki umuman haq olmaydilar va ko‘pincha zo‘ravonlikka duchor bo‘ladilar.

Qullik shunchaki qiziq yoki uyatli tarixiy hodisa emas. Xalqaro mehnat tashkiloti (XMT) ma‘lumotlariga ko‘ra, 2016-yilda dunyoning barcha burchaklarida zamonaviy qullik qurbonlari soni 40,3 million yerkak, ayol va bolalarni tashkil yetdi. Ulardan taxminan 25 millioni majburiy mehnatda, yana 15 millioni esa majburiy nikohda bo‘lgan. Va bu tarix emas, balki mavzu. Majburiy (majburiy) mehnat XMT konventsiyalari tomonidan odamlar zo‘ravonlik yoki qo‘rqitish orqali yoki

qarzdorlikning to‘planishi, shaxsni tasdiqlovchi hujjatlarni yashirish yoki immigratsiya organlariga xabar berish tahdidi kabi nozikroq vositalar orqali ishlashga majburlanadigan vaziyat sifatida belgilanadi¹⁴.

Qullik va odam savdosining aksariyat holatlari majburiy mehnat bilan bog‘liq. Bojxona mehnati shaxsning ish bilan to‘lanadigan, ammo vaqt o‘tishi bilan o‘sib boradigan va hech qachon to‘liq qoplanmaydigan qarzdorlikni o‘z zimmasiga oladigan yoki qabul qiladigan vaziyatni tavsiflaydi.

Shartli qullik ishchi soxta mehnat shartnomasi yordamida qullikka aldanganida yuzaga keladi.

Odamlar ish va'dalari bilan shartnomaviy qullikka jalb qilinadi, lekin ular ish joyiga yetib kelganlaridan so‘ng, ular kompensatsiyasiz va ketish imkoniyatisiz ishlashga majbur bo‘ladilar. Bolalar mehnati xalqaro huquqda bolalar tomonidan bajariladigan, ularni iqtisodiy yekspluatatsiyaga duchor qiladigan yoki xavfli bo‘lishi mumkin bo‘lgan ish sifatida ta’riflanadi.

Ularning hayoti yoki sog‘lig‘iga zarar yetkazadigan, ta’lim olishlariga xalaqit beradigan yoki jismoniy, aqliy, ma’naviy, axloqiy yoki ijtimoiy rivojlanishiga boshqacha tarzda zarar yetkazadigan ish.

Bolalar tomonidan bajariladigan barcha ishlar ham bolalar mehnati deb hisoblanmaydi, lekin agar bu ularning farovonligiga xavf tug‘dirsa, ularni sog‘lom bolalikdan mahrum qilsa yoki ularni ta’lim olish huquqidan mahrum qilsa, bunday ish deyarli bolaning huquqlarini buzishi kafolatlanadi.

Bolalar mehnatining eng yomon shakllari – bu bolalarning majburiy mehnatga, fohishalikka, pornografiyaga yoki noqonuniy faoliyatga majburlanadigan vaziyatlarni tasvirlash uchun ishlatiladigan xalqaro atama. Bolalar mehnatining eng yomon shakllari bilan bog‘liq asosiy xalqaro huquqiy hujjatlar Xalqaro mehnat tashkilotining konventsionalari va BMTning Bola huquqlari to‘g‘risidagi konvensiyasidir. Bundan tashqari, bolalar savdosi 18 yoshga to‘lmagan har qanday shaxsga nisbatan

¹⁴ <https://www.nytimes.com/2017/11/19/world/africa/libya-migrants-slavery.html>

qo'llaniladigan BMTning Odam savdosi protokoli doirasiga kiradi, deb aniq belgilangan¹⁵.

Global va juda optimistik maqsadning bayonoti - bu bolalar mehnati, majburiy mehnat, zamonaviy qullik va odam savdosiga chek qo'yish. Birlashgan Millatlar Tashkiloti tomonidan 2015-yilda qabul qilingan global rivojlanish strategiyasining bir qismidir. BMTning Barqaror rivojlanish maqsadlari, xususan, 8.7-maqsad, 2025-yilga kelib bolalar mehnatining eng yomon shakllariga chek qo'yish majburiyatini o'z ichiga oladi.

Tahririyat strategiyalari - Odam savdosi bo'yicha ommaviy axborot vositalarida muhokamalar masalaning barcha jihatlarini yoritishda kontekstni taqdim yetish, professionallikni namoyish yetish va jabrlanuvchilarga nisbatan hamdardlikni namoyish yetish uchun tuzilishi mumkin. Xususan, ommaviy axborot vositalari muharrirlari jurnalistlarni quyidagilarga undashlari kerak:

Odam savdosiga oid davlat siyosatini tushunish. Odam savdosi va ekspluatatsiyaga qarshi zaiflik turli xil ijtimoiy, iqtisodiy va siyosiy omillar, jumladan, immigratsiya qoidolari, irqiy va gender kamsitilishi, hukumat korrupsiyasi, zaif qonunchilik va zaif ijro etilishi natijasida yuzaga keladi. Jurnalistlar bu holatlarni tushunishlari va kerakli xulosani chiqarishlari zarur.

Hukumatning inson huquqlari siyosatini xavfsiz va ishonchli harakatlanish imkoniyati, yashash joyini izlash erkinligi va mehnat bozoriga kirish erkinligi bo'yicha xalqaro standartlar nuqtai nazaridan ko'rib chiqadi. Jurnalist mamlakatlarni (*yuboruvchi va qabul qiluvchi mamlakatlar*) odam savdosi holatlarini aniqlash uchun tizimlar mavjudligini va odam savdosi qurboni bo'lgan bolalar va kattalarni himoya qilish va rehabilitatsiya qilishni ta'minlash uchun milliy mexanizmlarga ega ekanligini aniqlash uchun kuzatadi. Shuningdek, jurnalist odam savdosi, majburiy mehnat, zamonaviy qullik va bolalar huquqlarining buzilishiga qarshi kurashuvchi guruhlar bilan yaxshi ish munosabatlarini o'rnatadi. Jurnalistlar va inson huquqlari tashkilotlari

¹⁵https://www.unodc.org/documents/organized-crime/GPTOC/GPTOC2/GPTOC3/Guidelines-RUS_Trafficking_in_Persons_.pdf. ТОРГОВЛЯ ЛЮДЬМИ И НЕЗАКОННЫЙ ВВОЗ МИГРАНТОВ
Руководство по международному сотрудничеству.

o'rtasida ko'pincha ma'lum bir tushunmovchilik mavjud. Ba'zi tashkilotlar odam savdosi va majburiy mehnatning kam ma'lum bo'lgan shakllari haqidagi hayratlanarli faktlarni ommaga oshkor qilishdan (masalan, jurnalistlarga jabrlanuvchilar bilan tanishish imkoniyatini berish orqali) ehtiyot bo'lishadi. O'rnatilgan munosabatlar ushbu muammolarni, shuningdek, jurnalistlar uchun ishonchli va ochiq ma'lumotlar va tadqiqotlarning yo'qligini hal qilishga yordam beradi, bu ko'pincha mavzu tanlash va hisobot taqdim etishda hal qiluvchi ahamiyatga ega.

Ommaviy axborot vositalari va NNTlar tahririyat mustaqilligini buzmasdan yoki muhtojlarga yordam berish tamoyillarini buzmasdan va odam savdosi qurbonlarining insoniy qadr-qimmatini kamsitmasdan birgalikda ishlashlari zarur.

Ichki kompetentsiyalarni rivojlantirish.

Jurnalistlarga odam savdosi bilan bog'liq ma'lumotlarni tadqiq qilish uchun yetarli tahririyat vaqtiga ega bo'lish imkoniyatlarini yaratish.

Odam savdosi, migratsiya va zamonaviy qullik haqidagi xabarlarni o'z ichiga olgan holda, o'quvchilar yoki tomoshabinlardan ma'lumot olishga qaratilgan (*ishonch telefonlari va boshqa kommunikatsiya tarmoqlari, tizimlarni yaratish zarur*)

Hukumat va xalqaro tashkilotlar bilan yaqin hamkorlikda, xususan, odam savdosi qurbonlari soni bo'yicha odam savdosi, majburiy mehnat va noqonuniy migratsiya bo'yicha ma'lumotlarni to'plash va almashishni yaxshilashga hissa qo'shadi.

Jamoatchilikni muammo haqida xabardor qilish uchun odam savdosi va unga bog'liq muammolar haqida xabardorlikni oshirish bo'yicha maqsadli kampaniyalar dasturini ishlab chiqish. Bunday tashabbuslar, shuningdek, jamoatchilikning jurnalistikaga bo'lgan ishonchini mustahkamlashga yordam beradi. Ushbu masala bo'yicha ommaviy axborot vositalari bilan aloqalarning bir nechta yaxshi namunalari yuqori sifatli va samarali jurnalistika modellarini yaratishga olib keladi, jumladan, CNNning Ozodlik loyihasi va Al Jaziraning Qullik: XXI asr yovuzli modellari va boshqa.

Sifatli jurnalistika uchun tahririyat etikasi juda muhimdir. Odam savdosi masalasini yoritish axloqiy reportajning asosiy tamoyillariga bilim va sadoqatni talab qiladi. Bular:

1. Aniqlik va faktlarga rioya qilish. Qasddan yolgʻon, soxta yangiliklar va tasdiqlanmagan maʼlumotlardan saqlaning.

2. Mustaqillik. Vijdoningizga muvofiq harakat qiling. Migratsiyaga qarshi targʻibotni tarqatmang yoki siyosiy yoki boshqa manfaatlar uchun ogʻzaki soʻzlovchiga aylanmang.

3. Xolislik. Esingizda boʻlsin, siz muammoni har tomondan yoritishingiz kerak. Ayniqsa, odam savdosi qurbonlari va jabrlanuvchilariga ovoz berish, qabul qiluvchi mamlakatlarda yashovchi odamlarning qonuniy tashvishlari bilan birga.

4. Insonparvarlik. Jurnalistika zarar yetkazmasligi kerak. Reportajlaringizda hamdardlik koʻrsating. Odam savdosi qurbonlariga jismoniy va hissiy inqirozni yengishga yordam beradigan yechimlarni koʻrsating.

5. Hisobdorlik va shaffoflik. Ishingiz uchun javobgar boʻling.

Xatolarni tuzating, har doim kimligingizni bildiring va usullaringizda shaffof boʻling.

Jurnalistlar ushbu asosiy qadriyatlarni oʻz ishlarining barcha jihatlariga qoʻllashlari kerak. Jurnalistlar odam savdosi kabi travmatik holatlar qurbonlarini hurmat qilish uchun alohida masʼuliyatga yega yekanligini unutmang. Masalan, Milliy matbuot fotosuratchilari assotsiatsiyasining axloq kodeksida quyidagilar talab qilinadi: fojialar. Shaxsiy qaygʻu va qaygʻu lahzalariga aralashish faqat jamoatchilik sodir boʻlgan voqealarni yoritishda asosiy va obyektiv manfaatdorlikka yega boʻlgan taqdirdagina oqlanadi.»

Quyidagi savollar jurnalistlarga odam savdosi bilan shugʻullanayotganliklarini aniqlashga yordam beradi. Agar siz ushbu savollarning birortasiga “Ha!” deb javob bergan boʻlsangiz, yehtiyotkorlik bilan harakat qiling va ushbu Qoʻllanmada keltirilgan maʼlumot manbalaridan maslahat uchun foydalaning.

1. Men muomala qilayotgan odamlar zoʻravonlik, psixologik terror yoki boshqa xulq-atvor nazorati shakllari orqali hozirgi vaziyatga majburlanganmi?

2. Ular zoʻravonlik va qoʻrqitish qurbonlarimi?

3. Ular pul toʻlashga majbur boʻlganmi?

4. Ular imtiyozli mavqega yega yoki ular ustidan hokimiyatga yega bo'lgan kimdir tomonidan majburlanganmi?

Jurnalistlar uchun kodekslar va standartlarning to'liq ro'yxati <http://accountablejournalism.org> saytida mavjud.

Umuman olganda, ommaviy axborot vositalaridagi muxbirlar va muharrirlar dezinformatsiya, ijtimoiy tarmoqlardan olingan soxta yangiliklar va manfaatdor tomonlarning targ'iboti tuzog'iga tushmaslikka harakat qilishlari kerak.

Raqamlar – bu shakllantiruvchi faktlar jurnalistik reportajlar asosida, ammo ular chalg'ituvchi bo'lishi mumkin. Odam savdosi, majburiy mehnat va zamonaviy qullik hodisalari bilan bog'liq maxfiylik tufayli aniq raqamlarni olishning iloji yo'q. Biz foydalanadigan ma'lumotlarning soxtalashtirilganligi xavfi har doim mavjud, shuning uchun jurnalistlar raqamlarni o'z ichiga olgan har qanday bayonotlarni ikki marta tekshirish, faktlarni tasdiqlash, statistikani aniqlik uchun tekshirish va jamoatchilikni tasdiqlanmagan ma'lumotlardan ogohlantirish majburiyatiga ega.

Esingizda bo'lsin, qiziqish mavzusidagi eng ishonchli tahminlar Xalqaro mehnat tashkiloti va ushbu Qo'llanmada tilga olingan boshqa tegishli xalqaro tashkilotlar tomonidan taqdim yetiladi, ammo hatto bu taxminlar va ularni olish uchun ishlatiladigan usullar ham jurnalistlar tomonidan diqqat bilan tanqidiy tekshiruvdan o'tkazilishi kerak.

Noto'g'ri tushunchalarga qarshi turing. Muammoning jinsiy tarkibiy qismini ta'kidlash va ommaviy axborot vositalarida sensatsiyani keng tarqatish.

Bu asosan jinsiy ekspluatatsiya maqsadida amalga oshiriladi, uning qurbonlari asosan ayollar va qizlardir. Aslida, odam savdosi muammosi jinsiy ekspluatatsiya emas, balki majburiy mehnat bilan bog'liq. Jinsiy ekspluatatsiya maqsadida odamlarni (shu jumladan erkaklar va o'g'il bolalarni) savdo qilish jiddiy hodisa bo'lib, uni hal qilish kerak, ammo mehnat ekspluatatsiyasi uchun odam savdosiga e'tibor qaratish hisobiga emas. Ijobiy bo'ling va mumkin bo'lgan yechimlarni ko'rsating. Ijtimoiy va shaxsiy bardoshlilik imkoniyatlarini, shuningdek, odam savdosi qurbonlarini reabilitatsiya qilishni ta'kidlash muhimdir. Odam savdosidan omon qolganlar ko'plab qiziqarli hikoyalarni aytib berishlari mumkin. Muammoga ijobiy va muvozanatli

nuqtai nazar auditoriyangizda ishonchni uygʻotadi. Muammoni taqdim etayotganda, siyosat masalalarini oʻrganing va vaziyatni yaxshilash yoʻllarini koʻrib chiqing. Pulga ergashing. Odam savdosi sanoati va zamonaviy qullik arzon majburiy mehnat taʼminotini taʼminlaydi, bu esa hamma uchun tovarlar va xizmatlar narxini pasaytiradi. Bu global sanoat boʻlib, jurnalistlardan muammoni ham ichki, ham xalqaro miqyosda tadqiq qilishni talab qiladi. Bu mavzu boʻyicha tergov jurnalistikasining ajoyib namunalari mavjud, masalan, BBCning “Sotuvdagi insonlar” hujjatli filmi va Germaniyadagi ARD telekanalida shunga oʻxshash dastur. Ikkalasi ham 2017-yilda efirga uzatilgan.

Ommaviy axborot vositalari, shuningdek, mahalliy past sifatli xizmat koʻrsatuvchi provayderlar (masalan, avtomobil yuvish, tirnoq salonlari va qurilish maydonchalari) arzon ishchi kuchi biznes modelidan qanday foydalanishlarini tekshirishlari mumkin. Ushbu joylarda ishlaydiganlar odam savdosining potentsial qurbonlarimi? Jurnalistlar pulni kuzatib, qul mehnatidan foydalanadigan qazib oluvchi kompaniyalarning ish usullarini tekshirishlari mumkin. Bunday tergov jurnalistikasi jamoatchilikka biz hammamiz qanday qilib, u yoki bu darajada odam savdosi muammosiga bogʻliq boʻlishimiz mumkinligini koʻrsatishga yordam beradi. Bu oʻquvchilar va tomoshabinlarning eʼtiborini tortadi.

Umid yarating. Odam savdosi qurbonlari yoki majburiy mehnat sharoitida boʻlganlar ojiz va abadiy ruhiy jarohatlangan degan xulosaga kelish oson. Bu har doim ham shunday emas. Insonning bardoshliligi haqida xabar beradigan va zamonaviy qullik va majburiy mehnat falokatidan keyin hayotlarini qayta tiklay olgan odamlarning hikoyalarini aytib beradigan jurnalistlar bizga boshqacha, ijobiyroq yondashuvning namunasini taqdim etadilar. Qullik va odam savdosi fojiasi ommaviy axborot vositalarida yoritishga loyiq, ammo u har doim yashirin jinoyat bilan bogʻliqligini, uni tergov qilish jurnalistlardan ulkan resurslarni talab qilishini unutmang. Jabrlanganlarga kirish baʼzan qiyin, ammo bu mavzu boʻyicha reportajlarni jamoatchilik eʼtiboriga havola qilishga ularning ovozi yordam beradi.

Jurnalistlar intervyu so‘raganlarida, odamlar bunday e‘tibordan mamnun bo‘lishadi va jamoatchilik e‘tiborida bo‘lish bilan bog‘liq xavflarni (o‘zlari yoki boshqalar uchun) anglamasliklari mumkin.

Bu, ayniqsa, odam savdosi dramasiga aloqador bo‘lganlar, shuningdek, gumanitar ofatlar, urushlar va boshqa travmatik voqealarga aloqador bo‘lganlar uchun to‘g‘ri keladi.

Jurnalistlar manbalar bilan, ayniqsa odam savdosi qurbonlari va omon qolganlari bilan o‘zaro munosabatlarida iloji boricha shaffof bo‘lishlari kerak. Jurnalistlar quyidagilarni bajarishlari kerak:

- voyaga yetmaganlar (masalan, 18 yoshgacha bo‘lgan shaxslar yoki rozilik yoshidagi shaxslar) bilan ishlayotganliklarini aniqlashlari;
- manbalarning zaifligini baholashlari (ayniqsa, voyaga yetmaganlar va yosh kattalar, shuningdek, travma va zo‘ravonlik qurbonlari);
- shaxsiy hayotga hurmat. Har bir inson, ayniqsa bolalar, shaxsiy hayotga va hurmat bilan munosabatda bo‘lish huquqiga ega;
- bolalar bilan mas‘uliyatli kattalar yoki vasiy ishtirokida suhbat o‘tkazilishini ta‘minlash;
- ularga xabar berish jarayonini va xabar qilinayotgan ma‘lumotlarning ahamiyatini tushuntirish;
- odam savdosini yoritishda, eng og‘ir holatlardan tashqari, yolg‘on, noto‘g‘ri ma‘lumot berish yoki hiyla-nayranglardan qochish.

Esingizda bo‘lsin: Agar jabrlanuvchining ota-onasi yoki vasiysi bo‘lmasa, savodsiz bo‘lsa yoki o‘qiy olmasa yoki jabrlanuvchi vijdotsiz yoki ishonchsiz tashkilot tomonidan vakillik qilinsa, jurnalistlar o‘z vijdoniga va o‘z axloqiy hukmlariga tayanishlari kerak. Aynan shu paytda jurnalist axloq va insoniylikni namoyish qilishi kerak.

Quyida axloqiy jurnalist odam savdosidan qochgan odamlar bilan suhbatlashganda o‘ziga berishi kerak bo‘lgan qo‘shimcha savollar ro‘yxati keltirilgan:

- Men ularga nima uchun bu suhbatni o‘tkazayotganimni va hikoyamning maqsadini tushuntirdimmi?

- Men to‘liq ... Niyatlarim haqida shaffofmanmi?
- Ularni, masalan, voyaga yetmagan suhbatdoshni yoki zaif shaxsni himoya qilishga harakat qildimmi?
- Ular taqdim etgan ma’lumotlarni nashr etishning potentsial oqibatlarini tushunishlariga ishonch hosil qildimmi?
- Suhbatdoshlar suhbat shartlarini va men foydalanadigan “yozuvdan tashqari”, “kirish ma’lumotlari” va “havola qilinmasdan nashr qilish uchun” kabi atamalarni to‘liq tushunishlariga aminmanmi?
- Agar manba suhbat uchun maxsus shartlarni so‘rasa, ushbu shartlarga rioya qilishimning chegaralari qanday? Men manbaning suhbat bilan bog‘liq xarajatlarini qoplashim kerakmi?
- Qanday oqilona xarajatlar to‘lanishi mumkin?
- Agar mening xabarlarim ular uchun huquqiy muammolar tug‘dirsa, manbalarga qo‘shimcha yordam ko‘rsatishga, masalan, huquqiy himoya bilan yordam berishga rozimanmi?
- Suratga olish yoki videotasvirga olishdan oldin ruxsat so‘radimmi?
- Suhbatdoshlarning travmatik xotiralarni qayta tiklashiga olib kelishi mumkin bo‘lgan vaziyatlardan qochib, ularga erkin gapirish va o‘z fikrlarini bildirishga imkon berish uchun savollarni to‘g‘ri va aniq berdimmi?
- Suhbatdoshning tajribasining ijobiy jihatlarini ta’kidladimmi? Suhbatdosh mening hisobotimni nashr etishdan oldin faktik xatolarni qanday tekshirishi mumkinligini tushuntirdimmi?
- Barcha tegishli savollar berildi va ularga javob berildimi? Men ehtiyotkor, sezgir va suhbatdoshning manfaatlarini himoya qila oldimmi?

Anonimlik bunga muhtoj bo‘lganlar uchun huquqdir, lekin u hech qachon beg‘araz berilmaydi. Biroq, odam savdosi holatida, eng zaif shaxslarni himoya qilish majburiyati jurnalistlardan ekspluatatsiya qurbonlariga va kelajakda ularning shaxsi ma’lum bo‘lsa, xavf ostida bo‘lishi mumkin bo‘lganlarga anonimlik berish variantlarini ko‘rib chiqishni talab qiladi, ular anonimlikni so‘rash-so‘ramasliklaridan qat’i nazar.

Jurnalistlar insoniyat nomi bilan qonunni buzishlari kerakmi?

Ba'zan jurnalistlar noaniq manbalar bilan shaxsiy munosabatlarga kirishadilar va o'z ishlarining axloqiy asoslarini buzishi mumkin. 2014-yilda shved televideniyesi jurnalisti Fredrik Örnevall migrantlar inqirozini yoritish paytida 15 yoshli suriyalik qochqin bilan do'stlashdi. Jurnalist va uning jamoasi bolaga Shvetsiyaga kirishga yordam berishga qaror qilishdi. Örnevallning bola sayohati haqidagi filmi Shvetsiya jamoat televideniyesida namoyish etildi va keng e'tirofga sazovor bo'ldi, ammo rejissyor sudga tortildi va odam savdosida ayblandi. Uning xatti-harakatlari muxbirlar orasida munozaralarga sabab bo'ldi: ular tadbirlarda ishtirok etishlari kerakmi yoki shunchaki kuzatuvchi bo'lib qolishlari kerakmi?

Jurnalistlar qullik yoki majburiy mehnat sharoitida bo'lgan odamlarning intervyulari, fotosuratlari va videolavhalarini olishga qiziqishadi. Migrantlarning dramasi va qurbonlarning, ko'pincha odam savdogarlari changalida qolganlarning fojiasi kuchli, hissiy jihatdan yuklangan tasvirlarning boy manbasini taqdim etadi, ammo bu tasvirlarning aksariyati bahsli va munozarali.

Yangiliklar guruhining mavjudligi zaif, qo'rqitilgan va ekspluatatsiya qilingan odamlarni yanada ko'proq travma qilishi mumkinligini yodda tuting.

Jurnalistlar odam savdosi qurbonlarini suratga olayotganda xavfsiz va qo'llab-quvvatlovchi muhit yaratish uchun qo'lidan kelgan barcha ishni qilishlari kerak.

Kuchli fotosuratlar va videolardan foydalanish jurnalistikaning ta'sirini kuchaytiradi, ammo ommaviy axborot vositalari faqat stereotiplarni kuchaytiradigan yuzaki taassurotlar yaratmasliklari juda muhimdir. Sensatsiya, shaxsiy hayotga tajovuz yoki voyerizmni qo'zg'atadigan fotosuratlardan foydalanishdan yoki videolar yaratishdan saqlaning.

Har doim odamlarni suratga olish yoki suratga olish uchun ruxsat so'rang, garchi jamoat joyida suratga olish uchun bunday ruxsat talab qilinmasligi kerak. Iloji bo'lsa, oldindan yozma ruxsat so'rang.

Jinsiy tasvirlardan foydalanishdan va klişelarni, masalan, zanjirband qiz, tanasida shtrix-kod bo'lgan odam yoki fohishaxonada panjara ortida yotgan bolani tasvirlashdan saqlaning. Bunday tasvirlar jamoatchilikni chalg'itishi mumkin bo'lgan

odam savdosi haqidagi stereotiplarni kuchaytiradi. Masalan, odam savdosining ko‘plab qurbonlari omon qoladi va normal hayotga qaytishga intiladi. Ko‘pchilik shafqatsizlik orqali ekspluatatsiyaga majburlanmagan, balki hissiy manipulyatsiya va giyohvandlik qurboniga aylangan¹⁶ Zo‘ravonlikning grafik tasvirlaridan saqlaning. Haddan tashqari zo‘ravonlikni tasvirlash jamoat manfaatlariga xizmat qiladigan holatlar juda kam uchraydi. Umuman olganda, muharrirlar va direktorlar jismoniy zo‘ravonlik yoki jarohatni tasvirlashning maqbul chegaralarini ko‘rib chiqishlari va quyidagi savollarni berishlari kerak: Zo‘ravonlikni tasvirlashning chegarasi qayerda? Maqola yoki reportajning xabarini yetkazish uchun qullik va odam savdosi qurbonlarining chandiqlari, yaralari va singan oyoq-qo‘llarini ko‘rsatish oqlanishi mumkinmi?

Sifatli jurnalistika jamoatchilikni odam savdosi haqida muammoni ahamiyatsiz qilish yoki odam savdosi qurbonlari va omon qolganlarini yanada ekspluatatsiya qilish o‘rniga, bu yovuzlikka qarshi kurashni qo‘llab-quvvatlaydigan va kuchaytiradigan tasvirlar va matnlar orqali xabardor qiladi¹⁷.

Siyosat migratsiya haqidagi ommaviy axborot vositalarining yoritilishini qanday buzib ko‘rsatmoqda

Immigrantlar haqidagi munozaralardagi salbiy ovozlar, hatto bu tom ma’noda jamoatchilik oldida sodir bo‘lganda ham, odam savdosi haqidagi xabarlariga qaraganda ko‘proq ommaviy axborot vositalarining e’tiborini tortadi. Axloqiy jurnalistika tarmog‘i va Xalqaro migratsiya siyosatini rivojlantirish markazi (ICMPD) tomonidan 2015 va 2016-yillarda tayyorlangan mamlakat hisobotlari, ko‘pincha yolg‘on yoki buzib ko‘rsatilgan ma’lumotlarga asoslangan ommaviy axborot vositalariga noo‘rin siyosiy ta’sir majburiy mehnat, bolalar mehnati va odam savdosi kabi chuqurroq muammolarni yoritishni qanday qilib siqib chiqarishini ko‘rsatuvchi ishonchli dalillarni taqdim etadi¹⁸

Ommaviy axborot vositalari va jurnalistika uchun muhim vazifa - immigratsiyaning eng haqiqiy muammolariga, shuningdek, tom ma’noda kunduzi

¹⁶ CM.http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/protocol2.shtml

¹⁷ CM.http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/protocol2.shtml

¹⁸http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@dcomm/documents/publication/wcms_575540.pdf

sodir bo'layotgan jiddiy inson huquqlari buzilishlarini aniqlash va ular haqida xabar berishdir¹⁹.

Ommaviy axborot vositalarida odam savdosi va korrupsiyaga oid xabarlar to'g'ri, xolis va mas'uliyatli bo'lishi, jabrlanuvchilarning ovoziga e'tibor qaratilishi va insonparvarlik bilan yondashishi zarur. Muhojirlarga qarshi tashviqotdan qochish va siyosiy manipulyatsiya vositasiga aylanmaslik muhim. Korrupsiyaga qarshi samarali kurashish uchun ommaviy axborot vositalari uni aniqlash va oldini olishga, shuningdek, korrupsiyaga qarshi madaniyatni shakllantirishga hissa qo'shishi mumkin.

Ommaviy axborot vositalari fuqarolarga korrupsiya holatlari bo'yicha dolzarb ma'lumotlarga kirish imkonini beradi va jamoatchilikning xabardorligini oshiradi. Bu odamlarga muammoning ko'lamini yaxshiroq tushunish va unga qarshi kurashish zarurligini anglash imkonini beradi.

Hukumat shaffofligini ta'minlash. Korrupsiya holatlari haqida xabar berish davlat idoralarini ochiq va shaffof harakat qilishga majbur qiladi. Mansabdor shaxslar qonunbuzarliklar uchun oshkoralikdan qo'rqib, qonunlar va qoidalarga rioya qilishga majbur bo'ladilar, bu esa hokimiyatni suiiste'mol qilish darajasini pasaytiradi.

Hukumat faoliyatini monitoring qilish. Jurnalistlar tergov o'tkazadilar, qonunbuzarliklarni aniqlaydilar va huquqni muhofaza qilish organlari va korrupsiyaga qarshi kurash organlarining e'tiborini tortadigan materiallarni nashr etadilar. Natijada, ko'plab korrupsiya holatlari sudga tortiladi va jazolanadi.

Jamoatchilik fikrini shakllantirish. Korrupsiya holatlarini muntazam ravishda yoritish bunday harakatlarga nisbatan salbiy jamoatchilik munosabatini yaratadi. Fuqarolar korrupsiyaga qarshi choralarni faol qo'llab-quvvatlay boshlaydilar, jamoat tashabbuslarida ishtirok etadilar va mansabdor shaxslardan javobgarlikni talab qiladilar²⁰.

¹⁹ 4 http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/childcon.shtml

²⁰ <http://www.ilo.org/global/standards/subjectscovered-by-international-labour-standards/child-labour/lang-en/index.htm>

Jurnalistik tekshiruvlar faollar va tashkilotlarni korrupsiyaga qarshi kurashishga ilhomlantiradi. Odamlar guruhlar va harakatlarda birlashib, muammolarga e'tiborni jalb qilish uchun kampaniyalar uyushtirmoqdalar.

Shunday qilib, ommaviy axborot vositalari korrupsiyaga qarshi kurashda kuchli vosita bo'lib, adolatli va ochiq jamiyatni shakllantirishga hissa qo'shadi.

Korrupsiyani yoritish va oshkora qilish usullari: Ommaviy axborot vositalari korrupsiyaning oldini olish choralari, masalan, tashkilotlar ichidagi ichki qoidalar va tartiblar haqida ma'lumot berishi mumkin. Ommaviy axborot vositalari korrupsiyaga oid jinoyatlar va huquqbuzarliklarni aniqlash va fosh qilishga hissa qo'shishi mumkin. Materiallarni nashr etish mansabdor shaxslar va fuqarolarni korrupsiyaga qarshi choralar ko'rishga undashi mumkin.

OAV uchun muhim tamoyillar:

-Aniqlik va majburiyat: ma'lumotlar ishonchli bo'lishi kerak.

-Mustaqillik: vijdoningizga muvofiq ish tuting va shaxsiy manfaatlar uchun og'iz bo'lmang.

Bugungi kunda kuchli xalqaro huquqiy bazaga va ko'pchilik mamlakatlarning milliy qonunchiligida odam savdosi jinoyat deb e'tirof etilganiga (uni jinoiy huquqbuzarlik deb e'tirof etilishiga) qaramay, odam savdosi to'xtovsiz davom etmoqda. Huquqni muhofaza qilish organlarining "odam savdosi" yoki "qul mehnati" moddalarini bo'yicha ochilgan jinoyat ishlari sonining kamayganini ko'rsatuvchi ma'lumotlari bu jinoyatning fosh etilmay qolayotganini ko'rsatsa kerak. Bu aniqlash xavfi past bo'lgan juda daromadli jinoiy korxona bo'lib qolmoqda. Eksploatatsiya qilinadigan hududlar ko'paymoqda.

Aholining zaifligi kamaymayapti. Bundan tashqari, odam savdosi qurboni bo'lish xavfi ilgari an'anaviy tarzda "zaif toifalar" deb hisoblanmagan aholi guruhlariga - ma'lumotga ega bo'lmagan yoki o'ta past daromadga ega bo'lganlarga ham taalluqlidir.

Odam savdosi ommaviy jinoiy hodisaga aylanib, daromad bo'yicha giyohvand moddalar va qurol-yarog' savdosi bilan muvaffaqiyatli raqobatlashmoqda. Bundan tashqari, u davlat va shaxslar uchun xavf tug'diruvchi, iqtisodiy xavfsizlik, sog'liq va

iqtisodiy rivojlanishning boshqa omillariga tahdid soladigan jiddiy transmilliy tahdid sifatida tan olinadi. Odam savdosi va uyushgan jinoyatchilikning boshqa shakllari o'rtasidagi bog'liqlik (Birlashgan Millatlar Tashkilotining Narkotiklar va jinoyatchilik bo'yicha boshqarmasi ma'lumotlariga ko'ra, ulardan yigirmadan ortig'i) bir qator milliy hisobotlarda topilgan odam savdogarlarining jinoiy faoliyatiga qarshi kurashda erishilgan yutuqlarni o'ta optimistik baholashga yo'l qo'ymaydi.

O'tilgan mavzu yuzasidan savol va topshiriqlar

1. Masalani har tomondan, jumladan, muhojirlarni qabul qiluvchi mamlakatlar fuqarolarining qonuniy tashvishlarini yoritib bering.

2. Jabrlanganlarga rahm-shafqat ko'rsating, ularning jismoniy va hissiy inqirozlarini engishga yordam beradigan echimlarga e'tibor qarating.

3. Jurnalistlar hech qanday zarar etkazmasligi kerak. O'z vijdoniga ko'ra harakat qilish, tashviqot tarqatmaslikka harakat qilish kabi masalalarda jurnalist mahoratini qanday aniqlaymiz?

4. XXI asrda odam savdosi (uning ko'rinishlari, qurbonlari, ko'lami, gyeosiyosiy va ijtimoiy omillar)ni sanang.

5. Odam savdosining gender jihatlari haqidagi fikrlaringizni auditoriyada namoyish qiling.

6. Muammoni hal qilishda xalqaro tashkilotlarning roli qanday?

7. Global muammoni hal qilishda xalqaro tashkilotlarning yondashuvini yoriting.

8. Fuqarolik jamiyatini safarbar qilishda qanday manbalarga tayaniladi?

9. Fotosurat Flickr C.C. tomonidan taqdim etilgan: Peter Haden (2008)

10. Tergov jurnalistikasini rag'batlantirish.

11. Odam savdosi masalalari bo'yicha ichki tahririyat muhokamalarini tashkil qilish.

5 -MA'RUZA. SIYOSIY MUAMMOLAR OMMAVIY KOMMUNIKATSIYA SIFATIDA

REJA:

1. Siyosiy aloqa usullari qanday?

2. Aloqa usullarining 4 turi.
3. Samarali muloqotning 5 ta qoidasi.
4. Siyosiy aloqa usullari.
5. Aloqa usullarining 4 turi.

Bugungi kunda sivilizatsiyaning yangi formatini - axborot, texnetronik, antropogen shakllanishini ta'kidlash mumkin. Ushbu formatning haqiqati uning mavjudligining asosini belgilaydi, inson sotsializatsiyasining boshqa formatlarini, jumladan, virtual reallikda, inson boshqa **myen** bilan uchrashadigan formatlarni nazarda tutadi va bu yangi sotsializm shakli postmodern davrga kiritilgan²¹. Inson zamonaviy dunyodagi organik va noorganik tanaga ega bo'lgan yagona mavjudotdir. Va agar birinchisi rivojlanishdan to'xtagan bo'lsa (bu bayonot endi ilmiy hamjamiyatda aksioma deb hisoblanmaydi), ikkinchisi doimiy ravishda ramziy modifikatsiyaga (semiotik, texnik, ikonik) duchor bo'ladi. Inson, uning tanasi "so'z sifatida tushuniladigan dunyoga, harf sifatida tushuniladigan dunyoga, kitob sifatida tushuniladigan dunyoga, rasm sifatida tushuniladigan dunyoga, keyin texnik tasvir sifatida va bu tasvirlarning ochilishi sifatida, media haqiqati sifatida" proyektsiyalanadi.

Axborot va kommunikatsiya asrlar, ming yilliklar davomida jamiyat taraqqiyotida muhim rol o'ynagan, ammo postindustrial dunyo ular hukmronlik qiladigan dunyodir. Zamonaviy texnologiyalar virtual fazo-vaqt matosini – ham vertikal, ham gorizonta ravishda – G. Maklyuenning global qishloq nuqtasigacha siqib chiqardi. Shunday qilib, agar virtual fazo-vaqt matosini Dekart koordinatalar tizimi sifatida tasavvur qilinsa, undagi axborot oluvchilar kelib chiqishi, bu yerda va hozir nuqtasiga qarab harakatlanadilar. Bu axborot va kommunikatsiya makonining zichlashishi va portlashining, shuningdek, o'tmish va hozirgi zamon "o'shanda va hozir" o'rtasida o'rtasidagi aloqaning yo'qolishining, uzatish qit'asi lokuslarining oddiy odamlar

²¹ Агошков А.В., Васильев А.Г., Жукова О.А. и др. Какой тип культуры складывается в современной России?: материалы круглого стола. Вопросы культурологии. 2010. № 8. С. 109.

hayotida, ommaviy auditoriyaning kundalik hayotida avvalgi ahamiyatining omillaridan biri bo‘lib xizmat qiladi²².

Muloqot zamonaviy jamiyatning mavjudligining asosiy elementi, zaruriy shartiga aylandi. Siyosiy muloqot, o‘z navbatida, muloqotning asosiy tarkibiy birliklaridan biri, uning o‘zgartirilgan belgisidir. Siyosiy muloqot - bu muloqotning o‘ziga xos turi - siyosiy xabarlar, siyosiy matnlar orqali siyosiy ma’nolarni yaratish, uzatish, qabul qilish va tarqatish jarayoni. Kommunikatsiyani ichki siyosiy tizim jarayonidagi o‘zaro ishtirokchilar o‘rtasida va tashqi ijtimoiy tizimlararo axborot kommunikatsiya makoniga uzatish mumkin bo‘ladi.

Amerikalik siyosatshunos G. Lassvell bu sohadagi tadqiqotlarning asoschisi hisoblanadi. U Birinchi jahon urushi davrida va undan keyin siyosiy muloqotni o‘rgangan. Uning ishining katta qismi tabiiy ravishda siyosiy targ‘ibotga bag‘ishlangan bo‘lib, u buni muhim belgilar yordamida jamoatchilik fikri va xatti-harakatlarini manipulyatsiya qilish jarayoni sifatida tushungan. XX asrning ikkinchi yarmida bu soha yangi axborot texnologiyalarining rivojlanishi va keyinchalik K. Deutschning kibernetik nazariyasi (modeli) kabi kommunikatsiyaning yangi nazariyalari va konsepsiyalari bilan rivojlangan alohida fan - siyosiy kommunikatsiya tadqiqotlari sifatida paydo bo‘ldi.

Bugungi kunda ko‘plab tadqiqotchilar turli tuzilmalarni kommunikatsiya nuqtai nazaridan o‘rganishga intilishadi. K. Deutsch shuningdek, kommunikatsiyani siyosiy tizimning asosiga qo‘ydi va uni kibernetik tizimga o‘xshatdi. Shunday qilib, model muallifi siyosat va siyosiy jarayonlarni tizimning turli elementlari (shaxslar) sa’y-harakatlarini boshqarish va muvofiqlashtirish jarayonlari sifatida ko‘rib chiqadi, siyosiy axborotning aylanma oqimlari esa «asab tizimi» vazifasini bajaradi (siyosatshunos J.-M. Kottret, o‘z navbatida, bu sohadagi siyosiy kommunikatsiya inson tanasida qon aylanishiga ahamiyati va roli jihatidan o‘xshashligini ta’kidladi).

Siyosiy kommunikatsiyaning quyidagi tasniflari mavjud:

1. Mavzuning tabiati bo‘yicha.

²² Дебрэ Р. Введение в медиологию. М.: Праксис, 2010. 368 с.

2. Qabul qiluvchining tabiati bo'yicha.
3. Og'zaki va yozma nutq janrlari bo'yicha.
4. Monolog va dialogik janrlar bo'yicha.
5. Vazifasi bo'yicha.
6. Axborot hajmi bo'yicha.
7. Gapning maqsadi bo'yicha²³.

Siyosiy muloqotning umumiy ijtimoiy xususiyatlariga yagona axborot-kommunikatsiya makonini, muloqot jarayonini va boshqalar kiradi²⁴.

Quyidagilar siyosiy muloqotning o'ziga xos xususiyatlari:

- siyosiy muloqotning asosiy tarkibiy qismlari – siyosiy jarayon, axborot almashinuvi va ommaviy kommunikatsiyalar - unga ommaviy xarakter beradi;
- siyosiy muloqotning maqsad va vazifalari qandaydir tarzda siyosiy soha va aktyorning unga ta'sir o'tkazish istagi bilan bog'liq;
- siyosiy aktyorlar siyosiy muloqotning sub'ektlari, qarshi sub'ektlari va obektlari sifatida harakat qilishadi;
- hokimiyat uchun kurashda siyosiy aktyorlar o'rtasidagi o'zaro ta'sir;
- ixtisoslashgan lug'at va frazeologiyadan foydalanish;
- siyosiy muloqot millatlararo xarakterga ega. Shunisi e'tiborga loyiqki, tadqiqotchilar bu hodisaga faqat XX asrning ikkinchi yarmida e'tibor berishni boshladilar, qisman o'sha paytgacha siyosat faqat davlat boshqaruvi sohasi sifatida belgilanganligi sababli. Bu yondashuv bir qator muhim kamchiliklarga ega edi: u auditoriya fikr-mulohazalarini hisobga olmadi; Davlat tuzilmalaridan tashqarida bo'lgan, ammo mamlakatdagi siyosiy jarayonlarga ta'sir ko'rsatish imkoniyatiga ega bo'lgan ijtimoiy subektlar, shuningdek, xalqaro hokimiyat tomonidan nazorat qilinmagan xalqaro munosabatlar sohasi axborot-kommunikatsiya makonidan chetlashtirildi;

²³ Чудинов А.П. Дискурсивные характеристики политической коммуникации. Политическая лингвистика. 2012. С. 53-54.

²⁴ Шавалиева Е.Б. Коммуникативные vs метакоммуникативные процессы // Коммуникация в социально-гуманитарном знании, экономике, образовании: III международная научно-практическая конференция. Минск, 2012. С. 51.

- siyosiy muloqotning ritualistik tabiati. Yaqinda ko‘plab tadqiqotlar tomosha jamiyati va shou siyosati deb ataladigan narsalarga bag‘ishlandi. Siyosiy muloqotdagi xabarlar ko‘pincha rasmiy ravishda uzatiladi, hech qanday asosiy siyosiy ma’noga ega emas. Bunday xabarlar, ularga keyingi munosabat va hatto aktyorni xabar yaratishga undagan axborot bahonasi ham sahnalashtirilishi mumkin. Bugungi kunda tadqiqotchilar siyosiy muloqotning ritualistik tabiatini qayta ko‘rib chiqmoqdalar, chunki bu xususiyat zamonaviy axborot texnologiyalarining paydo bo‘lishi va siyosiy jarayonlarda globallashuvning kengayishi va chuqurlashishi bilan yangi imkoniyatlarga ega bo‘ldi.

XX asrning ikkinchi yarmining boshlaridan beri ko‘plab tadqiqotchilar siyosiy kommunikatsiyani sxematik tarzda tasvirlashga harakat qilishdi. G. Lasswell uni zanjir diagrammasi sifatida taqdim etdi: Kim? (Manba) – Nima yetkazilmoqda? (Xabar) - Qaysi kanal orqali? (Ommaviy axborot vositalari) - Kimga? (Adresat) - Qanday natija bilan? (Samaradorlik). Keyinchalik bu zanjir R. Braddok (“Qanday sharoitlarda?” va “Qanday maqsadda?” komponentlari bilan), K. Shannon va W. Weaver (“Shovqin, aralashuv” komponenti) va M. Defler (“Fikr-mulohaza” komponenti) tomonidan kengaytirildi. Shunisi e’tiborga loyiqki, M. Deflerdan oldingi tadqiqotchilar siyosiy kommunikatsiyani chiziqli va bir tomonlama jarayon sifatida ko‘rishgan. Bugungi kunda, axborot texnologiyalari rivojlanishi bilan, vertikal tuzilmalarni axborot o‘zaro ta’sirining gorizontall shakllariga assimilyatsiya qilish jarayoni haqida gapirish o‘rinli. “Jamiyat qanchalik demokratik bo‘lsa, siyosiy axborot almashinuvining gorizontall darajasi shunchalik muhim bo‘ladi, bu davlat tomonidan boshlangan dominant aloqa oqimini kengroq qadriyatlar asosida shakllangan fuqarolik jamiyatining axborot ehtiyojlari va ustuvorliklari bilan bog‘laydi”²⁵.

Shunday qilib, siyosiy muloqot siyosiy muloqot jarayoni va makon sifatida ancha aniq tuzilishga ega bo‘lib, uning idroki ilmiy tadqiqotlarda ma’lumotnoma bo‘lib xizmat qiladigan asosiy tushunchalarning ko‘plab turli xil talqinlari va formulalari bilan buziladi. Shunday qilib, raqamli makonda siyosiy muloqot holatida (shuningdek,

²⁵ Грачев М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. М.: Прометей, 2004. – с. 32.

siyosiy internet aloqasi, onlayn siyosiy muloqot deb ham ataladi), internet turli mualliflar tomonidan siyosiy muloqot shakli, kanali, turi va vositasi sifatida ta'riflanadi; targ'ibot bir vaqtning o'zida shakl va usul va boshqalardir. Ushbu maqolada biz siyosiy muloqotni siyosiy muloqot tuzilishini optimallashtirish maqsadida guruhlangan elementlar to'plamiga ega konstruksiya sifatida taqdim etamiz; Tadqiqot ushbu sohada mavjud va kelajakdagi ishlarni tizimli ravishda optimallashtirishga qaratilgan.

Taklif etilgan asos R.J. Shvartsenbergning siyosiy aloqa kanallariga asoslangan²⁶. Siyosiy kommunikatsiya tizimi biologik taksonomik darajalar iyerarxiyasiga o'xshaydi va shunga o'xshash quyidagi zanjirni ifodalaydi: kanal guruhi - tur - metaform - shakl - texnologiya - usul - texnikalar, usullar.

Aloqa kanallari guruhi - bu kommunikatorning xabarlarini maqsadli auditoriyaga yetkazish vositasidir. Shuni ta'kidlash kerakki, xabarlar ilgari "sub'ekt-obe'kt" rejimida uzatilgan bo'lsa, endi sub'ekt-qarshi-sub'ekt rejimi haqida gapirish o'rinliroq: zamonaviy axborot texnologiyalari tufayli maqsadli auditoriyadan fikr-mulohaza olish imkoniyati va ahamiyati ortib bormoqda. Shunday qilib, siyosiy kommunikatsiyadagi auditoriya hozirda qarshi sub'ekt sifatida ishlaydi va shu ma'noda uning roli siyosiy aktyorlar va tadqiqotchilar tomonidan qayta baholanmoqda. Siyosiy kommunikatsiya jarayonlarini tadqiq qiluvchi R.J. Shvartsenberg quyidagi kanallarni (kanallar guruhlarini) aniqlaydi:

- norasmiy kanallar orqali muloqot;
- tashkilotlar orqali muloqot;
- ommaviy axborot vositalari orqali muloqot²⁷.

Bugungi kunda auditoriyaga potentsial ta'sir haqida ommaviy axborot vositalarining emas, balki ommaviy axborot vositalarining ta'siri haqida gapirish odatiy holdir, shuning uchun quyidagi zamonaviy aloqa kanallari guruhlarini ajratish o'rinli ko'rinadi:

²⁶ Шварценберг Р.Ж. исследователь политико-коммуникативных процессов, выделяет следующие каналы (группы каналов):. – коммуникация через неформальные каналы;.

²⁷ Шварценберг Р.-Ж. Политическая социология. М., 1992. - с. 175-бет

- norasmiy kanallar orqali muloqot;
- tashkilotlar orqali muloqot;
- ommaviy axborot vositalari orqali muloqot.

Siyosiy kommunikatsiyaning ushbu guruhlangan kanallariga asoslanib, quyidagi toifani aniqlash mumkin: siyosiy kommunikatsiya turlari. Aloqa turi - bu umumlashtirilgan, idealizatsiya qilingan model, siyosiy kommunikatsiya tuzilishidagi asosiy mantiqiy birliklardan biri. Dastlabki ikki holatda, kommunikatsiya turlarini siyosiy aktyorlar - hokimiyat tepasida bo'lgan va siyosiy jarayonlarga ta'sir ko'rsatishga qodir shaxslar (norasmiy aloqalar orqali muloqot) yoki shunga o'xshash tashkilotlar (tashkilotlar orqali muloqot) tasniflari asosida aniqlash mumkin. Aksincha, ommaviy axborot vositalarini tipologizatsiya qilish murakkab jarayondir, chunki bu tushuncha, "ommaviy axborot vositalari" atamasi kabi, turli daraja va shakllardagi ko'plab hodisalarni qamrab oladi. Ushbu bosqichda, "ommaviy axborot vositalari orqali siyosiy muloqot" toifasi doirasida keyinchalik siyosiy muloqotning kichik turlarini aniqlash ham o'rinli bo'ladi deb taxmin qilish mumkin. Bu masala alohida maqolada batafsil ko'rib chiqishga loyiqdir.

Farz qilaylik, siyosiy muloqot tadqiqotchisining maqsadi onlayn ommaviy axborot vositalarida manipulyativ usullarni o'rganishdir. Bu holda, qiziqish kanali guruhi ommaviy axborot vositalari orqali siyosiy muloqot, turi ommaviy axborot vositalari orqali muloqot va kichik turi elektron ommaviy axborot vositalari bo'ladi. Kichik turi va shakl o'rtasidagi o'tish davri bo'g'ini metaform ya'ni shakli, o'ziga xos xususiyatlari tufayli kichik turi ichida ajratilgan tarkibiy birlik bo'ladi. Masalan, ham televideniye, ham onlayn ommaviy axborot vositalari elektron ommaviy axborot vositalaridir, ammo ularning turli xususiyatlari muqarrar ravishda ushbu kanallar orqali siyosiy muloqotning xususiyatlariga ta'sir qiladi.

Quyidagi mantiqiy birliklar xabarning o'zini, uning tashqi (shakli) va ichki (usuli) komponentlarini o'rganadi. Siyosiy muloqot shakli siyosiy aktyor xabarining «qobig'i» dir. Shaklga xabar muallifi tomonidan ko'zlangan maqsadlar, media matn muallifining maqsadlari (media turi va janrini tanlash) va u efirga uzatiladigan kanalning xususiyatlari ta'sir qiladi. Siyosiy muloqot usullari xabarning ichki

komponenti bilan bog'liq bo'lib, aktyor tomonidan qo'yilgan maqsadga erishish uchun xabarning ma'nosini yetkazish usullarini ifodalaydi. Usullar ushbu ish kontekstida siyosiy muloqotning minimal tarkibiy birligi bo'lgan usullar va texnikalarni ajratib turadi; usullar to'plami texnologiyani tashkil qiladi. Shunday qilib, berilgan misolda shakl onlayn ommaviy axborot vositalaridagi media matn bo'lib, uning doirasida tadqiqotchi siyosiy muloqot makonida onlayn ommaviy axborot vositalarida efirga uzatiladigan media matnlarida qo'llaniladigan manipulyativ texnologiyalar usullarini (usullar ichidagi usullar va texnikalar) o'rganadi.

Siyosiy muloqotning rivojlanishida quyidagi tendentsiyalarni qayd etish mumkin:

- Dunyoning chekka hududlarini internetga (mobil va internet xizmatlari) bosqichma-bosqich ulash orqali siyosiy muloqot uchun yagona makonni kengaytirish; ushbu xizmatlar narxining pasayishi kam rivojlangan mamlakatlarni ham qamrab olishga olib keladi.

- Xalqaro va ichki darajalarda siyosiy aktyorlar o'rtasidagi o'zaro ta'sirning chuqurlashishi.

- Siyosiy muloqot uchun makonni virtualizatsiya qilish: "tarmoq siyosati"ning paydo bo'lishi, siyosiy jarayonlarning markazlashtirilmaganligi, tizim ichida sodir bo'layotgan o'zgarishlar dinamikasi va tezligining oshishi, bilvosita muloqot hajmining oshishi (axborot texnologiyalari orqali), ba'zi aloqa jarayonlarining real muhitdan virtual muhitga o'tkazilishi, aktyorlarning ramziy tuzilmalar bilan bevosita o'zaro ta'sir qilish imkoniyatining paydo bo'lishi va boshqalar.

- Internetning texnik imkoniyatlari axborot urushi sharoitida manipulyativ texnologiyalarning imkoniyatlari ortib borayotganidan dalolat beradi.

- Hukumat va jamiyat o'rtasidagi muloqotning internetga o'tishi: «yelektron hukumatlar»ning paydo bo'lishi va rivojlanishi, interaktivlik darajasining ortishi, hukumat tomonidan asosan monologdan muloqotning muloqotga (yoki kvazi-dialogga) o'tishi, ya'ni yuqorida ta'kidlanganidek, sub'ekt-obe'kt munosabatlaridan sub'ekt-qarshi sub'ekt munosabatlariga o'tish²⁸.

²⁸ Суворова А.Ю. Политические коммуникации. Сущность, структура и современные развития. Текст научной статьи по специальности «Политологические науки». Государственная

- Kvazi-dialog yoki hukumat va jamiyatning yaqqol yaqinlashishi. Raqamli muhit, uning ochiqligi va qulayligi tufayli davlat idoralarining kamchiliklari va kamchiliklari yanada shaffof bo'lib qoldi. **Elektron hukumatlar** doirasida odatda davlat idoralariga hisobdor bo'lgan tashkilotlar, muassasalar va shaxslar tomonidan ko'rsatiladigan sifatsiz mahsulotlar yoki xizmatlar haqida shikoyat qilish mumkin. Mansabdor shaxslarning munosabati, shuningdek, davlat xizmati, davlat apparati va umuman hukumatning obro'siga bevosita ta'sir qiladi. Bu ta'sir kuchi davlat amaldorlarining samaradorligini oshiradi va birinchi qarashda hukumat va xalq o'rtasidagi yaqin aloqalarni mustahkamlashga yordam beradiganga o'xshaydi. Biroq, ommaviy axborot vositalarida aks ettirilgan ijtimoiy-madaniy voqelikni obektiv voqelik bilan bir xil deb hisoblash mumkin bo'lmaganidek, bu holatda ham biz tomonlar o'rtasidagi kvazi-dialog bilan ko'proq shug'ullanamiz. "Agar u ommaviy axborot vositalarida yoritilmagan bo'lsa, u mavjud emas edi" tamoyili ham ma'lum darajada qo'llaniladi. Davlat amaldorlari elektron hukumat tizimi haqida foydalanuvchilarning ijobiy sharhlariga erishishga va eng ko'p odamlarni qiziqtirgan muammolarni hal qilishga undaladilar. Shunday qilib, ma'lum bir muammoga duch kelgan odamlar soni qancha ko'p bo'lsa (ma'lum bir jamoaning aholi zichligi qanchalik yuqori bo'lsa), qaror qabul qiluvchilar shunchalik ko'p rag'batlantiriladi. Taxminan aytganda, bu shuni anglatadiki, gipotetik amaldor miqyosdagi sezilarli farqqa qaramay, mintaqaning chekkasidagi kichik qishloqning gazlashtirish muammosini hal qilishdan ko'ra, transport vositalari ko'p boradigan yo'ldagi chuqurni hal qilish foydaliroq bo'ladi.

- Onlayn makonda siyosiy jarayonning notekis ochiqligi. Elektron fuqarolik jamiyati ishtirokchilari o'z huquqlarini himoya qilish, huquqbuzarliklarni ommaga yetkazish va hokazolar uchun internetdan faol foydalanadilar. O'z navbatida, byurokratiya axborot ochiqligiga qarshi turadi va shu bilan davlat va elektron fuqarolik

jamiyati vakillari o'rtasidagi ochiqlik va o'zaro ta'sirga tayyorlik darajalari o'rtasida nomutanosiblikni keltirib chiqaradi.

- Siyosiy kommunikatsiya makonida potentsial ishtirokchilar sonining ortishi, axborot hajmi va ma'nolarni cheksiz uzatish imkoniyati axborot shovqinining sezilarli darajada oshishiga va logomaxiyaga moyillikka olib keladi (yunoncha *advo* - **so'z** va *tsaxp* – **jang** ma'nosini anglatadi).

Logomaxiya - bu *nizo haqidagi nizo- ma'nosini anglatadi*²⁹, unda ishlatilgan tushunchalarning ta'riflari, shuningdek, nizo predmeti bir necha bor almashtiriladi va tomonlar ma'noni buzib ko'rsatadi. Siyosatchilar va partiyalar hokimiyat va ovozlari uchun raqobatlashadi va ommaviy axborot vositalari iqtisodiy jihatdan o'z egalariga qaram. Bu vaziyat, gavjum kommunikatsiya makonida, ularni o'zlariga foyda keltiradigan, haqiqatdan uzoq bo'lishi mumkin bo'lgan ma'lumotlarni doimiy ravishda uzatishga majbur qiladi. Axborot va kommunikatsiya makoni tez sur'atlar bilan ko'plab tez-tez uchraydigan ma'lumotlar bilan to'ldiriladi.

Siyosiy tarmoqlar - siyosiy qarorlarni shakllantiruvchi va ularni amalga oshirishda ishtirok etuvchi kommunikatsiyaning faol va ongli o'zaro ta'siriga asoslangan munosabatlar yig'indisi hisoblanadi shu bilan birga, siyosiy aloqa usullari, siyosiy muloqotda auditoriyani ishontirish uchun logotiplar, etos va pafos kabi ritorik strategiyalardan keng foydalaniladi. Bularga metaforalar, hikoyalar va strategik nutq kiradi. Ular jamoatchilik fikri va idrokini shakllantirishga hissa qo'shadi. Siyosatni tasvirlashda qadimgi yunoncha *pyolitiki politiká* - *shaharlar ishlaridan*) guruhlarda yoki shaxslar o'rtasidagi hokimiyat munosabatlarining boshqa shakllarida, masalan, maqom yoki resurslarni taqsimlash kabi qarorlar qabul qilish bilan bog'liq faoliyatlar to'plamidir.

Siyosiy munosabatlarda asosan davlat ichidagi hokimiyatni qo'lga kiritishni amalga oshirish, uni taqsimlash bo'yicha siyosiy sub'ektlarning o'zaro ta'sirida ko'rinadi.

²⁹ А.Ю. Суворова. Политические коммуникации: сущность, структура и современные тенденции развития

Qadimgi Yunonistonda yozilgan Aflotunning “Respublika” va “Aristotelning “Siyosat” asarida siyosiy fikrning ikkita asosiy ma’nosi keng tarqalgan³⁰. Dunyodagi jamiki faylasuflar ko‘pincha ularga murojaat qilishadi. Ularning g‘oyalari tanqid qilinadi, qo‘llab-quvvatlanadi yoki ishlab chiqiladi.

Aloqa usullarining 4 turi mavjud bo‘lib, ular og‘zaki, og‘zaki bo‘lmagan, vizual va yozma turlari deb belgilanadi.

Samarali muloqotning 5 ta qoidasi mavjud - ular maqsadga erishish uchun samarali muloqot qoidalariga amal qilish kerak:

- Faqat eshitish...
- Empatiya ko‘rsatish...
- Ijobiy narsaga e’tibor qaratish ...
- Samimiy bo‘lish...
- Boshqa odamni hurmat qilish ...
- Pauza...
- Halolik

Muloqotning turli usullari, usullari va uslublarining kombinatsiyasiga qarab, aloqaning uchta asosiy turini ajratish odatiy holdir: **og‘zaki, og‘zaki bo‘lmagan va paraverbal**. Mutaxassislarning fikricha, odamlarning o‘zaro ta’sirining to‘rt dan uch qismi og‘zaki muloqotdan iborat.

Siyosiy mafkura turlari - *Liberalizm* shaxs erkinliklari va huquqlarini himoya qilish manfaatlarida davlat hokimiyatini cheklashga intiladi. ...

Konservatizm jamiyatda an’ana, barqarorlik va tartibning muhimligini ta’kidlaydi.

Sotsializm

Kommunizm....

Anarxizm

Ekologizm....

³⁰ А.Ю. Суворова. Политические коммуникации: сущность, структура и современные тенденции развития –М. АСПЕКТ. – с.122.

Siyosat - bu tashkilot faoliyati uning xulq-atvor modeli, shu jumladan davlatning o'z maqsadlariga ya'ni manfaatlariga erishishdagi faoliyati, masalan - texnik siyosat; Siyosat - bu biror narsa yoki kimnidir mustaqil boshqarish bilan bog'liq har qanday harakat dasturi, barcha turdagi faoliyat hisoblanadi.

Siyosiy manfaatlar esa o'ziga xos shaklda – siyosatning eng keng tarqalgan ta'rifiga asoslanadi, asosiy siyosiy manfaatlarga quyidagilar kiradi. davlat hokimiyatini qo'lga kiritish, davlat hokimiyatini saqlash, davlat hokimiyatidan foydalanish va boshqa.

Siyosiy faoliyat jamiyatda hokimiyatni qo'lga kiritish, ushlab turish va amalga oshirish bilan bog'liq maqsadli faoliyatdir. *Birlamchi* maqsad jamiyatni boshqarish va uning dolzarb muammolarini hal qilishdir³¹. Bunga siyosiy institutlarni yaratish, shuningdek, siyosiy dastur va qarorlarni ishlab chiqish va amalga oshirish kiradi.

Samarali muloqotning 10 ta qoidasi

1. Tinglang, (chin ko'ngildan).
2. Suxbatdoshni tushunish..
3. Ijobiy narsalarga e'tibor qaratish
4. Halol bo'lish.
5. To'g'ridan-to'g'ri gapirish.
6. Hurmat ko'rsatish.
7. Pauza qilishni o'rganish.
8. Zarur bo'lganda yo'l berish.
9. Izchil bo'lish.
10. Imo-ishoralaringiz va yuz ifodalariningizni kuzatib borish.

O'z maqsadiga ko'ra, siyosat bir qator fundamental funktsiyalarni bajaradi, masalan, hokimiyat nuqtai nazaridan muhim bo'lgan ijtimoiy guruhlar manfaatlarini amalga oshiradi. Jamiyatda mavjud jarayonlar va munosabatlarni, shuningdek, mehnat va ishlab chiqarish sharoitlarini tartibga soladi.

³¹ А.Ю. Суворова. Политические коммуникации: сущность, структура и современные тенденции развития

Siyosatshunoslik bilimi va qiziqishining o'zagi davlat hokimiyati bo'lib, u jamiyatdagi hokimiyatning rasmiylashtirilgan shakllarini o'rganadi, masalan, hokimiyat qanday qo'lga kiritiladi, uni qanday saqlab qolish mumkin, qanday yo'qoladi va jamiyat foydasi yoki zarari uchun qanday faoliyat turlari amalga oshiriladi, kabi masalalarni o'z ichiga oladi.

Siyosatning turlari:

- Siyosiy rejimlarning turlari
- Demokratik rejim
- Gibridd rejim
- Avtoritar rejim
- Totalitar rejim
- Anarxiya

Muvaffaqiyatli va samarali muloqot sirlari - faol tinglash, diqqat bilan tinglash, aniqlik kirituvchi savollar berish va boshqa odamning gaplariga chin dildan qiziqish bildirish muhimdir.

- Og'zaki bo'lmagan muloqotga aniq e'tibor berish xususiyati.
- Empatik bo'lish xususiyati,
- Nutqni aniq va qisqa bo'lishiga ishonch hosil qilish xususiyati,
- Ochiq vat to'g'ri savollar berish xususiyati, va boshqalar.

Siyosatning asosiy vazifasi – tashkiliy, ya'ni jamiyat uchun tashkiliy tuzilmani yaratadi,

Siyosiy kommunikativlik – esa odamlar o'rtasidagi aloqa, ma'lumot almashish va aloqalarni ta'minlashdan iborat.

Siyosiy tarbiyaviylik – shaxsning ichki dunyosiga ta'sir qiladi, shaxsni davlat ishlariga jalb qiladi.

Siyosiy nazorat qilish – hokimiyatdan foydalanish orqali jamiyatga ta'sir qiladi

Jamiyatdagi siyosiy tizimning uchta asosiy xususiyati mavjud bo'lib,

Birinchidan, Siyosiy elita demokratik jamiyatda siyosiy ishtirokchi sifatida paydo bo'ladigan yagona sub'ektlar emas balki uning shakli vaqti-vaqti bilan o'zgarib turadi.

Ikkinchidan, Saylovda ishtirok etish fuqarolarning siyosiy subekt sifatidagi faoliyati hasoblanadi.

Uchinchidan, Siyosatning subektlariga davlat, siyosiy tashkilotlar va birlashmalar, ijtimoiy guruhlar va jamoalar kiradi.

O‘tilgan mavzu yuzasidan savol va topshiriqlar

1. Siyosiy aloqa usullari qanday?
2. Jamiyatdagi siyosiy tizimning uchta asosiy xususiyati nimalardan iborat?
3. Siyosatning asosiy vazifalari nimalardan iborat?
4. Muvaffaqiyatli muloqot sirlari nimada?
5. Siyosat nimani o‘rgatadi?
6. Siyosatning ma’nosi nima?
7. Samarali muloqotning 10 ta qoidasi qanday?
8. Samarali muloqotning 5 ta qoidasi qanday?
9. Aloqa usullarining 4 turi mavjud?

6-MA’RUZA. OAVDA IQTISODIY INFORMATSIYA HAMDA IJTIMOIY MUAMMOLARNING YORITILISHI

REJA:

1. Ommaviy axborot vositalarida iqtisodiy axborot va ijtimoiy muammolarni yoritish.
2. Global tengsizlik jiddiy muammo.
3. Global muammolarni yuqori sifatli yoritish jamoatchilikni xabardor qilish va jamoatchilik fikrini o'rganish.
4. Global muammolarni xalqaro va milliy ommaviy axborot vositalarida yoritish.

Bugungi dunyoda ommaviy axborot vositalari jamoatchilik fikrini shakllantirishda va global muammolar haqida ma'lumot tarqatishda muhim rol o'ynaydi. Iqlim o'zgarishi va migratsiya inqirozlaridan tortib, ijtimoiy tengsizlik va manfaatlar to'qnashuvigacha, ommaviy axborot vositalari jamiyat yeng dolzarb muammolar haqida bilib oladigan kanalga aylanib bormoqda.

Global muammolar nafaqat alohida mamlakatlarga, balki butun insoniyatga ta'sir qiladi. Ular murakkab tabiatga yega bo'lib, ijtimoiy, iqtisodiy va yekologik jihatlarni qamrab oladi va xalqaro darajada muvofiqlashtirilgan sa'y-harakatlarni talab qiladi. Xalqaro tashkilotlar bilim, texnologiya va resurslar almashinuvi, shuningdek, global siyosat va kelishuvlarni ishlab chiqish uchun platforma yaratadi. Masalan, iqlim o'zgarishi issiqxona gazlari chiqindilarini tubdan kamaytirishni va kam uglerodli iqtisodiyotga o'tishni talab qiladi. 2015-yilgi Parij kelishuvi harorat ko'tarilishini cheklash bo'yicha global maqsadlarni belgilab berdi, ammo ularga yerishish uchun qayta tiklanadigan yenergiyaga investitsiyalar va yenergiya samaradorligini oshirish kabi yanada kengroq choralar talab yetiladi.

Global tengsizlik jiddiy muammo bo'lib qolmoqda. Resurslarning adolatsiz taqsimlanishi ijtimoiy barqarorlikka putur yetkazadi va barqaror rivojlanishga to'sqinlik qiladi. Shu nuqtai nazardan, global muammolarni ommaviy axborot vositalarida yoritish muhimdir, chunki u tahdid haqidagi tasavvurlarni shakllantiradi va jamiyatni ustuvor yo'nalishlarga yo'naltiradi. Xalqaro ommaviy axborot vositalari butun dunyodan ma'lumot taqdim yetadi, mutaxassislar, olimlar va rasmiylarni jalb qiladi, milliy darajada osonlikcha sezilmaydigan voqealar haqida yanada keng qamrovli tasavvur yaratadi. Ular turli global muammolar o'rtasidagi o'zaro

bogʻliqlikni aniqlashga yordam beradi, rivojlanayotgan mamlakatlarda iqlim oʻzgarishi oziq-ovqat xavfsizligiga qanday taʼsir qilishini va mojarolar migratsiyani qanday qoʻzgʻatishini koʻrsatadi. Xalqaro ommaviy axborot vositalari yashirin muammolarni ochib beradigan chuqur tadqiqotlar uchun resurslarga yega va sifatli jurnalistika xabardorlikni oshirishga, ijtimoiy harakatlarni va siyosat oʻzgarishini ragʻbatlantirishga yordam beradi.

Shu bilan birga, ommaviy axborot vositalari ishonchsiz maʼlumotlardan foydalanib, muammolarni boʻrttirib koʻrsatishi mumkin, bu yesa dunyoning buzilgan manzarasiga olib keladi. 2012-yildagi “dunyoning oxiri” isteriyasi kabi misollar shuni koʻrsatadiki, sensatsionistik reportajlar vahima qoʻzgʻatishi va jamiyatni beqarorlashtirishi mumkin, hatto ilmiy mutaxassislar bunday bashoratlarni rad yetgan taqdirda ham. Orson Uyellsning “Dunyolar urushi” radio dramatizatsiyasi kabi tarixiy misollar auditoriyaning ishonarli, ammo ishonchsiz maʼlumotlarga nisbatan zaifligini koʻrsatadi. Milliy ommaviy axborot vositalari koʻpincha ichki voqealarga yeʼtibor qaratadi, global muammolar maʼlum bir mamlakatga qanday taʼsir qilishini koʻrsatadi. Ular mahalliy muammolarni chuqurroq oʻrganishlari, ularni fuqarolar uchun yanada yaqinroq qilishlari va hamdardlik va harakatlarni ragʻbatlantirishlari mumkin. Biroq, milliy ommaviy axborot vositalari siyosiy yoki mafkuraviy qutblanish, tarafkashlik va ommaviy axborot vositalariga yegalik qilishning jamlanishi tufayli fikrlarning cheklangan xilma-xilligi kabi muammolarga duch kelmoqda.

Ijtimoiy tarmoqlar kun tartibini belgilash mexanizmlarini oʻzgartirmoqda. Ular faollar va NNTlarga anʼanaviy ommaviy axborot vositalari yeʼtibor bermagan masalalarga yeʼtibor qaratish uchun platforma yaratadi. Virusli kontent va ommaviy kampaniyalar iqlim oʻzgarishi kabi muammolarni yoritishga yordam beradi va fuqarolik ishtirokini ragʻbatlantiradi.

Global muammolarni yuqori sifatli yoritish jamoatchilikni xabardor qilish, jamoatchilik fikrini shakllantirishning kalitidir. Sifatsiz maʼlumot yoki tarafkashlik notoʻgʻri maʼlumotlarga va salbiy oqibatlariga olib kelishi, ommaviy axborot vositalariga boʻlgan ishonchni kamaytirishi va qaror qabul qilishni murakkablashtirishi mumkin. Ishonchli maʼlumotni taʼminlash uchun jurnalistlar axloqiy meʼyorlarga qatʼiy

rioya qilishlari, mutaxassislarni jalb qilishlari va turli nuqtai nazarlarni taqdim yetishlari kerak. Ommaviy axborot vositalari nafaqat xabardor qilishlari, balki hujjatli filmlar, tok-shoular, podkastlar va vebinarlar orqali jamoatchilik ishtirokini rag'batlantirishlari mumkin. Sifatli tahlilga misol sifatida statistika, tadqiqotlar va yekspertlar fikridan foydalangan holda murakkab masalalarni o'rganadigan tahliliy maqolalarni keltirish ma'isadga muvofiq bo'ladi, shu bilan muammoni chuqurroq tushunishga va auditoriya o'rtasida obe'ktiv nuqtai nazarni shakllantirishga yordam beradi. Ushbu yondashuv faktlarni tekshirish va turli nuqtai nazarlarni taqdim etishning muhimligini ta'kidlaydi.

Shunday qilib, global muammolarni xalqaro va milliy ommaviy axborot vositalarida yoritish jamoatchilik fikrini shakllantiradi, siyosiy jarayonlarga ta'sir qiladi va fuqarolik jamiyati faoliyatini rag'batlantirishi mumkin. Tarafkashlik va past sifatli axborot kabi mavjud muammolarga qaramay, ommaviy axborot vositalarining roli shubhasizdir. Global muammolarni ommaviy axborot vositalarida samarali yoritish ularni yengib o'tish yo'lidagi muhim qadam bo'lib, nafaqat auditoriyani xabardor qilish, balki harakat qilishga ilhomlantirishga ham qodir.

Ommaviy axborot vositalari inson hayotining ajralmas qismidir. Media formatlarining xilma-xilligi bizga mamlakatimizning har bir fuqarosi va umuman dunyo foydalanadigan turli kanallardan ma'lumot olish imkonini beradi. Internet, gazetalar, televideniye va radio barchasi jamoatchilikka xizmat qiladi, muhim voqealarni yoritadi, ijtimoiy ahamiyatga yega masalalarni tushunadi va to'g'ri xulosalar chiqarishga va to'g'ri xabarlarni ta'kidlashga yordam beradi. Yuqori sifatli ommaviy axborot vositalari ommaviy auditoriya orasida vahima qo'zg'ashdan qochadi va hech qachon axborot urushiga aralashmaydi.

Zamonaviy jurnalistikaning muhim funktsiyalaridan biri ijtimoiy xabardorlikdir. 2020-yilning dastlabki o'n kunligidagi hozirgi sharoitda ijtimoiy jurnalistika katta mas'uliyatni o'z zimmasiga oladi - ikkiga bo'linish va betartiblik nuqtalarida ijtimoiy tartibga solishning samarali mexanizmi bo'lib xizmat qiladi. 2020-yil yanvaridan global hamjamiyat bir vaqtning o'zida ikkita yirik muammo bilan larzaga keldi, koronavirus pandemiyasi va global iqtisodiy o'zgarishlar (*rublning qulashi, neft*

narxlarining o'zgarishi va OPEC+ bilan tushunmovchiliklar). Bunday vaziyatda jurnalistlarning asosiy vazifasi odamlarga umid baxsh yetish va jamiyatda nekinlikni saqlab qolishdir.

Tadqiqotchilar inqiroz yoki favqulodda vaziyat paytida ommaviy axborot vositalari bajarishi kerak bo'lgan bir qator majburiyatlarni aniqlaydilar, ya'ni - ijtimoiy sohaning holati haqida keng qamrovli axborot berish, mavzular va muammolarni ko'tarish, o'zgarishlarni kuzatish va ularni baholash. Qiyin vaziyatlarni yashirmaslik, balki turli ekspert xulosalari orqali kelajakdagi o'zgarishlarni aniq tushunish.

- odamlarga yangi sharoitlarga moslashishga yordam berish va maslahat berish.

- keskinlikni yumshatish, keng jamoatchilik orasida vahima va stressning oldini olish va paydo bo'layotgan muammolarga yechimlar taklif qilish maxoratini rivojlantirish davr talabiga aylangan dolzar masala hisoblanadi.

Koronavirus pandemiyasi butun sayyoraga zarba berdi. Infektsiya hamma joyda tarqalgan holda vahima, ishonchsizlik va noo'rin xatti-harakatlar hukm surishiga sababchi bo'ldi. Ommaviy axborot vositalarining faoliyati bunday sharoitlarda ancha kuchaydi, nafaqat holatlar soni haqidagi ma'lumotlari bilan balki ijobiy tomonga o'zgarilishi haqida xabar beruvchi sifatida, balki turli sohalar va dori-darmonlar, oziq-ovqat, ijtimoiy yordam, iqtisodiyot va boshqalar bo'yicha mutaxassis va yordamchiga aylandi.

Pandemiya davrida ommaviy axborot vositalari xorijdagi vaziyatlar shu bilan birga xududda yashovchi odamlarning karantin va o'zini o'zi izolyatsiya qilish bilan qanday kurashayotgani haqida axborotlar, hikoya va materiallar tarqatdi. O'zbekiston aholisi, sezgir xalq bo'lgani uchun, zarur tovarlarni ommaviy ravishda sotib olishni boshladi. Shuni ta'kidlash kerakki, O'zbekistonda oziq-ovqatga talabning keskin oshishi o'zini o'zi izolyatsiya qilish haftaligi e'lon qilinishidan oldin boshlangan.

Gazetalar, onlayn ommaviy axborot vositalari va televideniye global muammo - oziq-ovqat inqirozi haqida gapira boshladi. Ushbu maqolada bu muammo ommaviy axborot vositalarining jamoatchilik fikri va qarashlariga ta'siri tufayli tez sur'atlar bilan o'sib borayotgan oziq-ovqat narxlarining va sun'iy ravishda yaratilgan tanqisliklarning

ta'siriga ishora qiladi. Bugungi kunda oziq-ovqat inqirozi butun insoniyat uchun dolzarb bo'lgan global muammo bo'lib qolmoqda.

Oziq-ovqat inqirozi va uning yechimlari O'zbekistonlik va xalqaro olimlar uchun asosiy tadqiqot mavzulariga aylanib ulgurdi. Shunday qilib, T. Maltus "aholi geometrik ravishda o'sadi, oziq-ovqat ishlab chiqarish esa arifmetik ravishda o'sadi. Aynan shu tafovut ko'plab ijtimoiy muammolarning - qashshoqlik, ocharchilik, epidemiyalar, urushlarning sababidir"³² deb ta'kidlaydi.

Oziq-ovqat xavfsizligi bo'yicha taniqli rus mutaxassisi Ye. Kovlev ham global oziq-ovqat muammosining tabiiy ikkilanishini muhokama qilib, o'z nuqtai nazarini bildiradi. Masalan, birinchi turi ijtimoiy-iqtisodiy bo'lib, u oziq-ovqat ishlab chiqarish va tarqatish usuli bilan bog'liq (bu ochlik va to'yib ovqatlanmaslikni o'z ichiga oladi), ikkinchi turi yesa global bo'lib, bu oziq-ovqat ishlab chiqarish va oziq-ovqat mahsulotlari uchun tabiiy resurslarning yetishmasligini ko'rsatadi.

Bugungi kunda ko'plab tadqiqotchilar va mutaxassislar oziq-ovqat muammosi ishlab chiqarish uchun xom ashyo yetishmasligi yemas, balki narxlarning oshishi natijasi degan xulosaga kelishdi. Ochlik dunyoning barcha mamlakatlarida kuzatilmoqda. So'nggi hisob-kitoblarga ko'ra, ochlik va surunkali to'yib ovqatlanmaslikdan aziyat chekayotgan odamlar soni tobora ortib bormoqda: "2017-yilda bunday odamlar soni 821 millionni tashkil yetgan – ya'ni yer yuzidagi har to'qqiz kishidan biri och"³³.

"Ba'zi mamlakatlar ochlik va to'yib ovqatlanmaslikni boshdan kechirmoqda, boshqalari yesa oziq-ovqat ortiqchaligi yoki ortiqcha iste'mol bilan kurashmoqda. Shunday qilib, paydo bo'layotgan manzara unchalik yoqimli yemas: oziq-ovqat resurslari butun dunyo bo'ylab notekis taqsimlangan"³⁴.

Xorijiy olim A. Senning so'zlariga ko'ra, "ochlikning sabablarini butun dunyo bo'ylab aholi jon boshiga yetarli miqdorda oziq-ovqat ishlab chiqarilmaganligida

³² Malthus T. An Essay on the Principle of Population, as its Effects the Future Improvement of Sodety, with Remarks on the Speculations of Mr. Godwin, M. Condorcet, and other Writers. L., 1798

³³

³⁴

emas, balki yetarli oziq-ovqat resurslari bo'lsa ham, odamlar ulardan foydalana olmaydigan holatlarda izlash kerak"³⁵.

Bu holat 2020-yil mart oyida ikki hafta davomida, do'kon javonlari tom ma'noda bo'sh bo'lganida kuzatilishi mumkin yedi. Video va fotoreportajlar ijtimoiy tarmoqlarni to'ldirib yubordi va ommaviy axborot vositalari oziq-ovqat ta'minoti haqida kundalik ma'lumotlarni nashr yetib, hamma narsa yetarli va uzoq vaqtga yetadi, deb da'vo qilib, odamlarni tinchlantirishga harakat qilishdi.

Masalan, 2020-yil 25-martda (ommaviy oziq-ovqat xaridlari avjida) mintaqaviy SMOLNAROD (Smolensk) onlayn nashriyoti "Rossiyada ocharchilik va moliyaviy inqiroz bo'ladimi: iqtisodchi uchun yetti savol" nomli maqola chop yetdi. Maqolada jurnalist aholi orasida vahima muammosini ham ko'taradi va shuning uchun ularni iqtisodchining yekspert xulosasi bilan tinchlantirishga harakat qiladi. Media matnida oziq-ovqat tanqisligi, xususan, narxlarning oshishi va ayrim mahsulotlarning tanqisligi bilan bog'liq bo'lishi mumkin bo'lgan holatlar haqida ma'lumot berilgan. Matn vahima qo'zg'atmaydi yoki ommaviy auditoriyani qo'rqitmaydi; aksincha, intervyu oluvchi o'quvchini tinchlantirishga harakat qildi.

Global iqtisodiy rivojlanishning hozirgi bosqichidagi global oziq-ovqat muammosi. Ushbu maqolada "global oziq-ovqat muammosi" atamasi XX asr oxiri va XXI asr boshlarida kuzatilgan va aksariyat mamlakatlarda aholining yeng kambag'al qatlamlarini ocharchilikka olib kelayotgan oziq-ovqat narxlarining misli ko'rilmagan darajada oshishini anglatadi. Muallif global oziq-ovqat muammosini tahlil qilishning nazariy yondashuvlarini taqdim yetadi, uning asosiy omillarini ochib beradi va uning global iqtisodiyotga ta'sirini yumshatish yo'llarini o'rganadi. Maqolada shuningdek, "oziq-ovqat muammosi" va "oziq-ovqat xavfsizligi" atamalari farqlanadi. Xulosa shuki, global oziq-ovqat muammosining yomonlashuvining asosiy sababi amaliy qishloq xo'jaligi fanlariga investitsiyalarning yetishmasligi bo'lib, bu mavjud resurslardan samarasiz foydalanishga olib keladi. Ushbu muammoga yechimlar keltirilgan.

O‘z navbatida, “Комсомольская правда” gazetasi o‘quvchilarni o‘zining sarlavhasi bilan qo‘rqitadi: “Agar koronavirus aprel oyiga qadar pasaymasa, Rossiya do‘konlarida sotiladigan hech narsa qolmaydi”. Maqolada shuningdek, hozirda tez orada tugaydigan zaxiralar sotilayotgani ham aytilgan. Bu holat ijtimoiy jurnalistika maqsadlarini buzadi, vahima qo‘zg‘atadi va, yehtimol, noto‘g‘ri ma’lumotlarni tarqatadi. Chunki oziq-ovqat ishlab chiqarish to‘xtatilmagan va ulkan mamlakatimizdagi barcha shaharlar oziq-ovqat ta’minotini to‘liq qabul qilmoqda.

“Версия” gazetasi ham o‘n kilogramm grechka sotib olish bilan bog‘liq vaziyatga to‘xtalib, “Ovqatlanishga tayyor yemas: Rossiya oziq-ovqat inqiroziga duch kelyaptimi?” maqolasida oziq-ovqat muammosini ko‘rib chiqdi. “Комсомольская правда” dan farqli o‘laroq, “Версия” jurnalistlari o‘z xulosalarini shunchaki odamlarni qo‘rqitish o‘rniga faktlar va tadqiqotlar bilan mustahkamlaydilar. Afsuski, maqola optimistik nuqtai nazarni taqdim yetmaydi. Mualliflar oziq-ovqat inqirozi yaqinlashib kelayotganiga va bu narxlarning oshishi bilan ham bog‘liq bo‘lishiga ishonishadi. Mutaxassislarning fikricha, keyingi ikki-uch yil ichida oziq-ovqat bilan bog‘liq vaziyat yaxshilanishi kutilmaydi.

Ba’zilar muammo o‘n yil davom yetishiga ishonishadi. Rossiyada ham oziq-ovqat narxlari rekord darajada ko‘tariladi. BMT va Iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot tashkiloti mutaxassislarning hisob-kitoblariga ko‘ra, oziq-ovqat narxlari keyingi o‘n yil ichida pasaymaydi, balki faqat oshadi. Jahon banki oziq-ovqat inqirozidan tezda tiklanish kutilmasligini bashorat qilmoqda. Ye.V. Serovanning so‘zlariga ko‘ra, «bu holatda oziq-ovqat inqirozining ta’rifi tarixan sodir bo‘lganidek (ayniqsa urushlar va tabiiy ofatlar paytida) mutlaq oziq-ovqat tanqisligini anglatmaydi» .

Olimning fikriga qo‘shilmaslik mumkin yemas, buni 2020-yil aprel oyining o‘rtalaridan may oyining oxirigacha Rossiya aholisi quyidagi mahsulotlar: konservalangan mahsulotlar, kofe, kakao, choy, ziravorlar, un mahsulotlari, baliq va tuxum narxlari oshishini boshdan kechirishi haqidagi ma’lumotlar ham qo‘llab-quvvatlaydi .

Bu ma'lumot ommaviy axborot vositalarida ham turli yo'llar bilan tarqatilmoqda: neytral dan salbiy gacha va hatto vahima qo'zg'atuvchi. Onlayn sarlavhalarining ba'zi misollari:

1. Rubl quladi. Avval nima narx ko'tariladi va ruslar nimani kutishlari kerak?

2. Yetkazib beruvchilar oziq-ovqat narxlarining o'rtacha 5-15% ga oshganini xabar qilishdi. Nashr shunchaki olingan ma'lumot va fikrlarni ommaviy auditoriyaga yetkazadi. O'sish haqiqatan ham sodir bo'lmoqda va iqtisodiyotdagi o'zgarishlar bilan oqlanadi.

3. Ruslar oziq-ovqat narxlarining 50% gacha ko'tarilishi haqida ogohlantirildi. Maqolada narxlarning oshish sababi tushuntiriladi: rublning qadrsizlanishi, bu yesa chakana sotuvchilarning zarar ko'rishiga sabab bo'lmoqda.

4. Rublning pasayishi tufayli narxlar qanday ko'tariladi. "Vedomosti" jurnalistlari nafaqat narxlarning oshish sababini tushuntirib berishdi, balki odamlar "eski" narxlarda nimani sotib olishni bilishlari uchun tovarlar toifasini ham aniqladilar.

5. Chakana sotuvchilar oziq-ovqat narxlarining 50% gacha ko'tarilganini ye'lon qilishdi.

Nashrlarning sarlavhalari va tegishli mazmuniga asoslanib, biz narxlarning keskin oshishi oziq-ovqat tanqisligiga ham olib keladi, degan xulosaga keldik, chunki aholining katta qismi shunchaki kerakli miqdorda oziq-ovqat sotib ololmaydi.

Ko'rinib turibdiki, deyarli barcha ommaviy axborot vositalari narxlarning oshishi haqida xavotirda. Ular asosan narxlarning oshishi jarayonini muhokama qiladilar va odamlarni qimmatlashadigan toifalar haqida xabardor qiladilar. Tahlil qilingan nashrlarning hech biri bu muammoning yechimlarini o'rganmagan.

Shuni ta'kidlash kerakki, 2020-yil yanvar oyida Rossiya Prezidenti Vladimir Putin Rossiya uchun Oziq-ovqat xavfsizligi doktrinasini imzoladi. "Yangi hujjatga ko'ra, Rossiyada oziq-ovqat xavfsizligi - bu Rossiya Federatsiyasining oziq-ovqat mustaqilligini ta'minlaydigan va har bir fuqaro uchun majburiy talablarga javob beradigan oziq-ovqat mahsulotlarining jismoniy va iqtisodiy jihatdan mavjudligini, faol va sog'lom turmush tarzi uchun zarur bo'lgan oziq-ovqat mahsulotlarini oqilona

iste'mol qilish standartlaridan kam bo'lmagan miqdorda kafolatlaydigan ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish holatidir” .

Ammo bu dasturni amalga oshirish haqida gapirish qiyin, chunki “koronavirus pandemiyasi mamlakatimiz iqtisodiyotiga, agrosanoat kompleksiga va ishlab chiqarish sanoatiga jiddiy ta'sir ko'rsatdi”. Sun'iy ravishda yaratilgan oziq-ovqat tanqisligi (bloggerlar to'liqini davridagi kabi) ham bloggerlar (aytgancha, nafaqat oziq-ovqat bloggerlari), ham boshqa soha vakillari uchun ajoyib yangilikka aylandi.

Bloggerlar chetda qolmadilar va o'z kanallarida butun bir tergov yepizodlarini boshladilar. Masalan, blogger Vitaliy Pokashevarim o'z kanalida “Garag'ay uchun reydlar Moskvada oziq-ovqat tanqisligi?” (2020-yil mart) nomli videoni ye'lon qildi (2020-yil 19-mart). Videoda muallif do'konlarda grechka, un, shakar va hojatxona qog'ozi bor-yo'qligini tekshirish uchun standart do'konlarga (Pyaterochka, Magnit, Perekrestok, Lenta va boshqalar) tashrif buyurgan. Ma'lum bo'lishicha, Moskvada barcha do'konlarda yaxshi zaxira mavjud. Agar ma'lum bir mahsulot zaxirada qolmasa, do'kon menejeri mas'uliyat bilan uning yertasi kuni yetkazib berilishini ye'lon qilar yedi - bu standart ish tartibi. Boshqa bloggerlar ham ommaning vahima ichidagi kayfiyatini aks yettirib, to'liq izolyatsiyada omon qolish uchun real hayotdagi xaridlarni uyushtirishdi. Bu shuni anglatadiki, blogger nafaqat narxlarni oshirish g'oyasini, balki majburiy karantinni ham qo'llab-quvvatladi. “Yahudiy kundaligi” kanalining muallifi va boshlovchisi Aleksandr Bogomolov tom ma'noda 12 oyga yetadigan oziq-ovqat sotib oldi. “bir yillik omon qolish uchun oziq-ovqat xaridlari! Yepidemiya, favqulodda vaziyatlar, urush holatlarida favqulodda yordam”, videosida muallif grechkadan tortib konservalangan mahsulotlar va ziravorlargacha bo'lgan 12 ta standart oziq-ovqat mahsulotlarini sotib oldi. Ko'p odamlar tahlil qilingan kontentda vahima tuyg'usini kuzatdilar va buning uchun muallifni sharhlarda tanqid qilishdi.

Shunday qilib, Vitaliy Pokashevarimning kontenti bo'sh do'konlar haqidagi mish-mishlarni rad yetishga va odamlarni tinchlantirishga harakat qilgan bo'lsa, “Yahudiy kundaligi” misolida vahima tarqalishini aniq ko'rish mumkin. Aytgancha, agar har birimiz bir yil davomida oziq-ovqat xaridlariga borsak, oziq-ovqat inqirozi muqarrar bo'lar edi.

Oziq-ovqat tanqisligini hal qilish uchun turli xil yondashuvlar qo'llanildi. Masalan, Oleg Grigoryev ("Oblomoff" kanalining muallifi va boshlovchisi) o'z obunachilari bilan karantin paytida (uzoq vaqt saqlanadigan oziq-ovqatlardan foydalangan holda) tayyorlanadigan taomlar retseptlarini baham ko'rdi. "Do'konlar olti oyga yopiq bo'lsa-chi? Chodirdan yeng mazali 3 ta taom" videosida muallif shov-shuv ko'tarish yoki vahimaga tushishdan qochadi; buning o'rniga u pandemiya tufayli odamlarning vaqtinchalik o'zini o'zi izolyatsiya qilishining ijobiy jihatlarini topishga harakat qiladi.

Xulosa qilib aytganda, ommaviy axborot vositalari, jumladan, fuqarolik jurnalistlari (bloggerlar) oziq-ovqat tanqisligidan xavotirda yekanliklarini aytish mumkin. Biz bilib olganimizdek, barcha ommaviy axborot vositalari ma'lum oziq-ovqat mahsulotlarining tanqisligi narxlarning oshishi bilan bog'liq deb hisoblashadi. Bizning tahlilimiz shuni ko'rsatadiki, jurnalistika o'zining ijtimoiy vazifasini odamlarni xabardor qilish, aniq ma'lumotlarni oshkor qilish va ularga hozirgi vaziyatda o'zini qanday tutish kerakligi bo'yicha yordam berish va maslahat berish orqali bajaradi.

O'tilgan mavzu yuzasidan savol va topshiriqlar

1.Ommaviy axborot vositalarida iqtisodiy axborot va ijtimoiy muammolarni yoritishning ahamiyatini tushuntiring.

2. Global tengsizlik jiddiy muammo ekanligiga misollr keltiring.

3.Global muammolarni yuqori sifatli yoritish jamoatchilikni xabardor qilish va jamoatchilik fikrini o'rganishda nimalarga etibor berish kerakligini tushuntiring

4.Global muammolarni xalqaro va milliy ommaviy axborot vositalarida yoritishni kuzatganmisiz o'z fikringizni bildiring.

5. Oziq-ovqat tanqisligini hal qilish uchun qayday sharoitlarda turli xil yondashuvlar qo'llanildi.

6.Zamonavi

y jurnalistikaning muhim funktsiyalaridan biri ijtimoiy xabardorl ekanligini isbotlang.

7. Gazetalar, onlayn ommaviy axborot vositalari va televideniyeda global muammo - oziq-ovqat inqirozi haqida yoritilishini aniqlang va unga izoh bering.

8. Ijtimoiy sohaning holati haqida keng qamrovli ma'lumot bering, mavzular va muammolarni ko'taring, o'zgarishlarni kuzating va ularni baholang.

**7 -MA'RUZA. DINIY MUAMMOLARNING OMMAVIY
KOMMUNIKATSIYA TARMOQLARIDA YORITILISHI**

REJA:

1. Ommaviy kommunikatsiya tarmoqlaridagi muammolarga sharh.
2. Kontentni ma'lum bir tarqatish vositasiga integratsiya qilish.
3. Raqamli jurnalistikada platformalashtirish: media ishlab chiqarish uchun yangi strategiyalar.
4. Onlayn yangiliklar kontentining eng samarali turlari.

Ommaviy kommunikatsiya tarmoqlaridagi muammolarga sharh berish, hozirda internet kontent tarqatishning asosiy kanali bo'lib xizmat qiladi: oyiga taxminan 5 milliard kishi internetdan, xususan, ijtimoiy tarmoqlardan foydalanadi va o'rtacha 2,5 soatni onlayn o'tkazadi. Ijtimoiy tarmoqlar, axborot tarqatish vositasi sifatida, katta afzalliklarga ega. Dastlab, veb-sahifa axborot uzatishning asosiy vositasi bo'lib, ijtimoiy tarmoqlar faqat media saytlarini targ'ib qilish uchun yordamchi vosita bo'lib xizmat qilgan. Biroq, raqamli texnologiyalarning joriy etilishi bilan onlayn media saytlariga trafik kamayib bormoqda, foydalanuvchilar yangiliklarni asosan ijtimoiy tarmoqlardan olishmoqda³⁶.

Kontentni ma'lum bir tarqatish vositasiga integratsiya qilish va o'quvchilar uchun eng qiziqarli ma'lumot turlarini aniqlash masalalari A.A. Gradyushkoning "Raqamli jurnalistikada platformalashtirish: media ishlab chiqarish uchun yangi strategiyalar" nomli tadqiqot maqolasida batafsil ko'rib chiqilgan. Ushbu ishda muallif eksperimental aholi so'rovi natijalarini taqdim etdi: respondentlarning 86,4% raqamli texnologiyalar an'anaviy ommaviy axborot vositalariga sezilarli ta'sir ko'rsatganiga ishonishadi va innovatsiyalar faqat uzatiladigan ma'lumot hajmini oshirishini kutishadi. Respondentlarning 9,1% ijtimoiy tarmoqlardan foydalanishlarini, uning ta'sirini minimallashtirishga harakat qilishlarini aytishdi va respondentlarning atigi 4,5% ommaviy axborot vositalari veb-saytlariga ko'proq ishonishlarini va ijtimoiy tarmoq yangiliklar platformalaridan foydalanmasliklarini aytishdi³⁷.

³⁶ Дружинин А.М., Гуров Ф.Н. Цифровизация медиапроизводства: адаптация, целеполагание, аксиологические аспекты. Гуманитарный вестник. 2022;2(94):1-12.

³⁷ Градюшко А.А. Платформизация в цифровой журналистике: новые стратегии медиапроизводства. Труды БГТУ. 2023;4(1):34-40.

Shunday qilib, ommaviy axborot vositalarida ijtimoiy tarmoqlar alohida platformalarni ifodalaydi, ularning har biri o'ziga xos kontentga ega kichik media maydonidir. Ushbu platformalarda kontentni loyihalash va joylashtirish jurnalistlarning zimmasida bo'lib, ulardan professional tahririyat kompetentsiyalariga ega bo'lishni talab qiladi. Muallif shuningdek, "Onlayn yangiliklar kontentining eng samarali turlari" mavzusida so'rovnoma o'tkazdi³⁸. O'quvchilarni jalb qilish innovatsiya orqali erishish mumkin bo'lgan muhim samaradorlik ko'rsatkichi ekanligini unutmang. Biroq, bir xil hujjatni bir nechta manbalarda nashr etish mumkin emas; har bir kontent har bir axborot tarqatish platformasining talablariga moslashtirilishi kerak.

Biroq, ijtimoiy tarmoqlarda kontent nashr etishning ham salbiy tomoni bor. Internetda ko'p miqdorda yolg'on ma'lumotlar paydo bo'ladi, bu jurnalistikaning sifati va xolisligiga salbiy ta'sir qiladi va foydalanuvchilar o'rtasida keskinlikning kuchayishiga hissa qo'shadi. Bunday yangiliklarga targ'ibot, reklama yoki haqiqiy voqealarga asoslanmagan xayoliy kontent kiradi. Yolg'on ma'lumotlarga qarshi kurashish uchun ma'lumotlarni tekshirish tizimini va nashr etilgan ma'lumotlarning mazmuni va sifatini monitoring qilish mexanizmini joriy etish zarur. Shuningdek, moderatorlarga "yolg'on ma'lumot" sababini ko'rsatib, shikoyatlar yuborish imkoniyatini berish kerak, ular ma'lumotlarni ikki marta tekshiradilar va agar tasdiqlansa, kontentni olib tashlaydilar³⁹. Ommaviy axborot vositalari ishlab chiqarishdagi yana bir muhim soha raqamli texnologiyalarning kontent tarqatishga ta'siridir. Innovatsiyalarning joriy etilishi bilan ommaviy axborot vositalari onlayn nashriyotga o'tmoqdalar. Biz A.Yu.ning ilmiy maqolasida tasvirlangan raqamli platformaning rivojlanishini ko'rib chiqamiz. Zelenkovaning "Media biznesida kontent yaratish va tarqatishni raqamlashtirish". Raqamli platformalar media iste'molini yanada qulayroq qiladi, bu foydalanuvchilarga qo'shimcha ma'lumot olish

³⁸ Градюшко А.А. Платформизация в цифровой журналистике: новые стратегии медиапроизводства. Труды БГТУ. 2023;4(1):34-40.

³⁹ Ильченко С.Н. Фейковая журналистика как элемент современной шоу-цивилизации. В: Труды международной научно-практической конференции «Журналистика в цифровую эпоху: как меняется профессия». Екатеринбург, 14-15 апреля 2016 года. Екатеринбург: Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина; 2016. С. 240.

uchun bir resursdan boshqasiga o'tish imkonini beradi, bu esa zamonaviy media platformasining o'ziga xos xususiyatiga aylanib bormoqda. Yagona raqamli platformada inson barcha kerakli ma'lumotlarga kirish huquqiga ega. Raqamlashtirish jarayoni media ishlab chiqarishga joriy etilmoqda. Shunday qilib, media kommunikatsiyalarida raqamlashtirish foydalanuvchi tomonidan yaratilgan ma'lumot yoki uni sun'iy intellekt yordamida yaratish kabi innovatsion texnologiyalar yordamida kontent yaratish jarayonini anglatadi. Muallif media kontentini yaratishda qo'llaniladigan quyidagi innovatsion texnologiyalarni ko'rib chiqdi: virtual reallik, sun'iy intellekt, blokcheyn texnologiyalari va Katta ma'lumotlar⁴⁰.

Virtual reallik, blokcheyn texnologiyalari va Katta ma'lumotlar o'quvchilarni virtual dunyoga to'liq singdiradigan kontent yaratish imkonini beradi. Ushbu texnologiyalar uzatiladigan ma'lumotni yanada esda qolarli va tushunarli qilishga yordam beradi va ular shuningdek, ko'p sonli kodlarni samarali ravishda uzatadi. Sun'iy intellekt media ishlab chiqarishda ma'lum manba ma'lumotlari va axborot tahlili asosida kontent yaratish jarayonlarini avtomatlashtirish uchun qo'llaniladi.

Biroq, nafaqat kontent yaratish jarayoni, balki uni tarqatish usullari ham muhimdir. Axborotni joylashtirish uchun to'g'ri platformalarni tanlash va ularning har biriga kontentni moslashtirish kerak. Raqamli platformani tanlashda maqsadli auditoriya, format va kontent mavzusi kabi jihatlarni hisobga olish kerak. Shunday qilib, raqamlashtirish kontentni tarqatishning an'anaviy usullaridan zamonaviy usullarga o'tish imkonini beradi. Media mahsulotlarini tarqatish uchun ijtimoiy media va boshqa platformalardan foydalanish jamoatchilikning yangiliklar va boshqa kontent bilan aloqasini oshiradi⁴¹.

Shunday qilib, raqamli texnologiyalarning kontentni tarqatish jarayoniga ta'siri va axborotni joylashtirish maydoniga moslashtirish ko'rib chiqilgan holda media ishlab chiqarishni raqamlashtirish texnologik bazani doimiy ravishda yangilab turishni talab qiladigan murakkab jarayondir. Raqamli texnologiyalar axborotni joylashtirish uchun

⁴⁰ Зеленкова А.Ю. Цифровизация создания и распространения контента в медиабизнесе. Вопросы медиабизнеса. 2022;1(4):29-33.

⁴¹ Кузнецова Е.И., Русавская А.В. Влияние цифровизации на изменение технологий и информационной модели современного медиабизнеса. Вестник Московского университета МВД России. 2022;(1):376.

raqamli platformalardan foydalangan holda media ishlab chiqarish sektorini rivojlantirish uchun yangi ufqlarni ochadi. Bugungi kunda asosiy kontent tarqatish platformalari ijtimoiy mediaga o'tayotganligi sababli, media ishlab chiqarish kengroq auditoriyaga yetib borish uchun ko'p platformali tarqatishga o'tmoqda. Foydalanuvchilar ma'lumot qidirishlari shart emas: ular shunchaki kerakli ma'lumotlarni olish uchun raqamli platformaga tashrif buyurishlari mumkin.

O'tilgan mavzu yuzasidan savol va topshiriqlar

1. Ommaviy kommunikatsiya tarmoqlaridagi muammolarga sharhlang.
2. Kontentni ma'lum bir tarqatish vositasiga integratsiya qilishni aniqlang.
3. Raqamli jurnalistikada platformalashtirish: media ishlab chiqarish uchun yangi strategiyalarni o'ylab topish.
4. Onlayn yangiliklar kontentining eng samarali turlarini aniqlash.
5. Raqamli texnologiyalarning joriy etilishi bilan onlayn media saytlariga trafik kamayib bormoqda, foydalanuvchilar yangiliklarni asosan ijtimoiy tarmoqlarda kuzanbshayotganligi boshqa OAV larga salbiy ta'sirini ko'rsating.
6. Internetda ko'p miqdorda yolg'on ma'lumotlar paydo bo'ladi, bu jurnalistikaning sifati va xolisligiga salbiy ta'sir qiladi va foydalanuvchilar o'rtasida keskinlikning kuchayishiga hissa qo'shayotganligini aniqlang va masalani hal qilish yo'llarini toping.
7. Yolg'on ma'lumotlarga qarshi kurashish uchun ma'lumotlarni tekshirish tizimini va nashr etilgan ma'lumotlarning mazmuni va sifatini monitoring qilish mexanizmini joriy etish zarurati mumkinligi to'g'risida misollar keltiring.

8. -MA'RUZA. OAVDA IJTIMOIYLASHUV VA GENDER MASALALARINING YORITILISHI

REJA:

1. Ommaviy axborot vositalarida ijtimoiylashuv va gender masalalarini yoritish.

2. Gender tushunchasi.

3. Nima uchun bizga gender va genderga asoslangan zo‘ravonlik bo‘yicha resurs kerak?

4. Jamiyatdagi hayotiy voqealarning OAV da yoritilishi.

Gender va ijtimoiylashuv tahliliga o‘tishdan oldin, sizning kontekstingizdagi gender va gender masalalari va bu yoshlar bilan ishlash bilan qanday bog‘liqligi haqida bir nechta fikrlarni bildirish o‘rinlidir. Gender nozik masala. Gender va gender bilan bog‘liq muammolarni tushunish va idrok etish ko‘pincha chuqur shaxsiy bo‘lishi mumkin va bu mavzularni hal qilish o‘tmishdagi yoki hozirgi tajribalar haqidagi xotiralar va his-tuyg‘ularni uyg‘otishi mumkin. Shaxsiyat masalalari bilan shug‘ullanayotganda, biz ishlaydigan odamlar duch keladigan qiyinchiliklarni tushunish har doim ham mumkin emas. Yoshlar guruhi bilan bunday munozaralarga kirishishdan oldin, ularni qanday qilib nozik va mas‘uliyatli tarzda boshqarishni diqqat bilan ko‘rib chiqishingiz kerak.

Gender siyosiy masala sifatida. Gender va gender haqidagi munozaralar ham ko‘pincha juda keskin va siyosiy bo‘lib, turli mafkuraviy, diniy va boshqa chuqur e‘tiqodlarga ta‘sir qilishi mumkin. Bunday munozaralar yoki treninglarda fasilitatorning roli murakkab; inson o‘z munosabati va fikrlariga sezgir bo‘lishi va boshqalarga bu mavzularni mazmunli muhokama qilish uchun nima kerakligini bilishi kerak. Yuqorida keltirilgan ta‘riflar va farqlarga qaramay, siz “gender” va «jins» atamalarining bir-birining o‘rnida ishlatilishiga duch kelishingiz mumkin. Masalan, ba‘zi anketalar yoki shakllar sizning “jinsingiz” haqida so‘raydi va faqat siz tanlashingiz mumkin bo‘lgan “erkak” va “ayol” toifalarini taqdim etadi. Ko‘pgina tillarda jins va gender o‘rtasidagi farq yo‘q yoki gender tushunchasi yaqinda paydo bo‘lgan rivojlanishdir; buni milliy va xalqaro yoshlar bilan ishlashda yodda tutish muhimdir. Ushbu Atamalarning doimiy chalkashligi bizning mamlakatlarimizda gender masalalarini muhokama qilishda yuzaga keladigan ba‘zi chalkashliklarning ko‘rsatkichi bo‘lishi mumkin.

Genderga asoslangan zo‘ravonlik bo‘yicha yoshlar bilan ishlash inson huquqlari ta‘limining markazida turadi: inson qadr-qimmatida tenglikka erishishga qaratilgan

ta'lim dasturlari va tadbirlar. So'nggi yillarda Yevropa Kengashining Yoshlar va sport boshqarmasi inson huquqlari bo'yicha ta'limni Yevropa yoshlar ishi va fuqaroligining markaziy jihatiga aylantirish uchun yoshlar tashkilotlari, uyushmalar, tashabbuslar va tarmoqlar bilan hamkorlik qildi. Madaniyatlararo ta'lim, siyosiy ishtirok va ozchiliklar va yoshlarni qo'llab-quvvatlash kabi boshqa dasturlar bilan birgalikda ishlab chiqilgan inson huquqlari bo'yicha ta'lim ta'lim, siyosat va madaniyat sohalarida bir qator amaliy choralarni katalizlash salohiyatiga ega. Inson huquqlari bo'yicha ta'lim yosh faollar uchun keng va istiqbolli soha bo'lib, universal, bo'linmas va ajralmas, ammo siyosiy manipulyatsiya, sukut va munozaralarga ham duchor bo'lgan huquqlarni qamrab oladi.

Yoshlar va sport boshqarmasi, xususan, Strasburg va Budapeshtdagi Yevropa yoshlar markazlari hamda Yevropa yoshlar jamg'armasi orqali, rasmiy va norasmiy ta'limda, shuningdek, Yevropaning turli ijtimoiy va madaniy voqeliklarida qo'llanilishi mumkin bo'lgan ta'lim yondashuvlari, tadbirlari va resurslarini ishlab chiqish va amalga oshirishda mashhur obro'ga ega bo'ldi. Yevropada va butun dunyoda sodir bo'layotgan voqealar bu ishni tobora zarur qiladi, chunki tinchlik madaniyatiga intilish tobora yangi mojarolar va xavflarga duch kelmoqda. Shu nuqtai nazardan, inson huquqlari bo'yicha ta'lim bo'yicha yoshlar dasturi 2000-yilda inson huquqlari bo'yicha ta'limni yoshlar siyosati va ishlariga joriy etish uchun ishlab chiqilgan. Yoshlar va sport boshqarmasi tashkil etilganidan beri yoshlarni genderga asoslangan zo'ravonlikning oldini olishga qaratilgan sa'y-harakatlarga jalb qilish uchun gender va zo'ravonlik bo'yicha ko'plab tadbirlar o'tkazdi.

“Demokratik jamiyatda kundalik hayotda zo'ravonlikka qarshi choralar” keng qamrovli loyihasi Yevropa Kengashi tomonidan 2002-yilda boshlangan. Genderga asoslangan zo'ravonlik bo'yicha o'quv materiallarini ishlab chiqish g'oyasi birinchi marta 2001-yilda Budapeshtdagi Yevropa yoshlar markazida bo'lib o'tgan “Yevropada yosh ayollarga nisbatan zo'ravonlik” seminari uchun tavsiyalarda ifodalangan. Ushbu va boshqa ko'plab seminarlar natijasida “Yoshlar va zo'ravonlikning oldini olish - Yoshlar siyosati bo'yicha tavsiyalar” nashrida umumlashtirilgan tavsiyalar paydo bo'ldi.

Har qanday jurnalistik materialning mavzusi ijtimoiy masalalardir. Barcha jurnalistlar, ular ishlaydigan yoki hamkorlik qiladigan ommaviy axborot vositalarining o'ziga xos xususiyatlaridan, ularning formatidan, tahririyat siyosatidan va mulkchilik shaklidan, tashkiliy ierarxiyadagi o'rnidan va shaxsiy tematik va janr ustuvorliklaridan qat'i nazar, auditoriyasini nima qiziqtirishi va hayajonlantirishi haqida yozadilar va filmlar suratga oladilar. Boshqa yo'l yo'q: bu jurnalistikaning mohiyati va vazifasiga, va oxir-oqibat, sog'lom fikrga zid keladi. Bu auditoriya nafaqat "odamlar", balki turli darajadagi ma'lumotga ega bo'lgan, iqtisodiyotning turli sohalarida ishlaydigan va hozirda (endi ishlaymay qolgan), turli din va madaniyatlarga mansub va umuman olganda, o'z qadriyatlari, afzalliklari, munosabatlari va hayotga qarashlari jihatidan farq qiladigan yosh va qari odamlardir. Va odamlar ham erkaklar va ayollarga bo'lingan. Boshqa barcha fazilatlar o'zgaruvchan yoki hatto shartli bo'lsa-da (masalan, bugungi kunda inson yosh va tabiiy ravishda yoshlik muammolari bilan qiziqadi, lekin bir necha yildan so'ng bu odam yetuk kattalarning muammolari bilan qiziqib qoladi va pensiya jamg'armalari, gerontologiya va qariyalar uylari kabi mavzular ustuvor vazifaga aylanadigan vaqt uzoq emas), erkak yoki ayol bo'lish sifati insonning butun hayotiga xosdir. Bu shuni anglatadiki, erkaklar va ayollar muammolari inson hayoti davomida dolzarb bo'lib qoladi. Bu muammolarning mazmuni o'zgarishi mumkin, ammo shuning uchun ular muhim va ustuvor vazifa bo'lib qoladi. Shuning uchun, jamiyatda nafaqat shaxs sifatida, balki erkak yoki ayol sifatida qanday yashashimiz va o'zimizni qanday ifoda etishimiz bilan bog'liq mavzular bo'yicha materiallar yaratish har doim dolzarb bo'lib qoladi va auditoriya tomonidan talabga ega bo'ladi.

Buni qanday to'g'ri bajarish kerak? Biz asosan ayollar haqida yoki hatto faqat ayollar haqida yozishimiz kerakmi? Biz faqat ayollar haqida ijobiy yozishimiz kerakmi? Erkaklar haqiqatan ham "Marsdan"mi va ayollar "Veneradan"mi, ya'ni biz uchun bir-birimizni tushunish juda qiyinmi? Albatta yo'q. Erkaklar va ayollar dunyoni turlicha idrok etishlari va talqin qilishlari mumkin bo'lsa-da, bu ularning hayotiy tajribalaridagi farqlar, biologik omillar va tarixiy mehnat taqsimotidan kelib chiqadi, ammo bu haqiqatni ortiqcha ta'kidlamaslik kerak. Ha, biz ayollarmiz yoki erkaklarmiz, lekin biz ham insonmiz va bizning umumiyliklarimiz ustunlik qiladi. Biologik jihatdan

ayol va erkak organizmlari kamida 85% bir xil. Biroq, ikki guruh omillar - biologik va ijtimoiy omillar bilan belgilanadigan farqlar ham mavjud. Biologik farqlar ayollarning farzand ko'rish va tug'ish, keyin esa ularni emizish qobiliyatini o'z ichiga oladi; erkaklar buni qila olmaydi. Ammo erkaklar jismonan kuchliroq, odatda uzunroq, yelkalari kengroq va ularning tana tuzilishi ularga og'irroq ishlarni bajarishga imkon beradi. Bu farqlar, albatta, muhimdir: ular asosan hayotimizning yo'nalishini belgilaydi. Biroq, bu farqlarning aksariyati ijtimoiy - ya'ni tabiat tomonidan emas, balki ijtimoiy (madaniy) jihatdan belgilanadi. Mana bir nechta misollar. Nima uchun mamlakatimizda deyarli barcha boshlang'ich maktab o'qituvchilari ayollar, dasturchilar esa asosan erkaklar? Nima uchun Sovet davrida dasturchilar va bank xodimlari deyarli faqat ayollar edi, bugungi kunda esa bu kasblar jamiyat tomonidan erkaklarcha qabul qilinadi? Nima uchun biz ayollar uchun tabiiy deb hisoblagan xatti-harakatlar erkak tomonidan namoyish etilganda hayratga tushish yoki hatto qoralash bilan kutib olinadi? Agar buning aksi bo'lsa-chi? Nima uchun yuz yil oldin bir jinsdagi odamning tashqi ko'rinishi yoki harakatlarida bugungi kunda bizga mutlaqo normal tuyulgan narsa hayratlanarli bo'lar edi?

Bunday savollar ro'yxati juda uzun. Ularning sharofati bilan biz «tabiiy» va «normal» haqidagi g'oyalarimiz ko'pincha odatlar, qat'iy g'oyalar va stereotiplardan boshqa narsa emasligini va aslida turli jamiyatlarda va bir xil jamiyatning turli bosqichlarida narsalar ikkalasi ham bo'lishi mumkinligini ko'ramiz. Bu shuni anglatadiki, erkaklar va ayollar o'rtasidagi ko'rinadigan biologik farqlar aysbergning suv ustidagi qismiga o'xshaydi, suv osti qismi esa, ya'ni undan sezilarli darajada ustun bo'lgan qism, ma'lum bir vaqtda va ma'lum bir jamiyatda erkaklar va ayollar o'rtasidagi xulq-atvor, faoliyat va fikrlashdagi farqlar haqidagi ijtimoiy va madaniy jihatdan yaratilgan normalardir. Bu «suv ustidagi» qism gender («ijtimoiy jins») deb ataladi - ya'ni biz erkak yoki ayol bo'lib tug'ilganimiz uchun jamiyatda ixtiyoriy yoki ixtiyoriy ravishda o'ynaydigan ijtimoiy rollar. Birini boshqasidan qanday ajratish, bosma va elektron ommaviy axborot vositalarida genderni qanday to'g'ri taqdim etish va zamonaviy ayollar va erkaklarning tasvirlarini qanday qilib to'g'ri va samarali qurish - bular ushbu qo'llanmaning mavzulari.

Biz “jins” so‘zi bilan yaxshi tanishmiz; biz “erkak” va “ayol” jinslari borligini bilamiz. “Gender” atamasi dastlab tilni o‘rganishda paydo bo‘lgan va sinf, guruh yoki kategoriyaga mansublikni ko‘rsatuvchi munosabatlarning ifodasini anglatardi, shuning uchun rus tilidagi “turmush” (oil) so‘zining ma’nolaridan biriga mos keladi.

Gender obe’kt yoki (Jins va jins bir xil emas) shaxs va ilgari sinf (guruh) sifatida belgilangan boshqa obe’ktlar yoki shaxslar o‘rtasidagi a’zolik munosabatlarini shakllantirdi. Shunday qilib, gender obe’kt yoki shaxsga sinf ichidagi mavqeni va natijada boshqa, allaqachon tashkil etilgan sinflarga nisbatan mavqeni belgilaydi yoki belgilaydi. Shunday qilib, gender ijtimoiy munosabatlardir, biologik jins emas, balki har bir shaxsning ijtimoiy munosabatlar nuqtai nazaridan ifodasidir. (Jins - bu ayollar va erkaklar o‘rtasidagi biologik (jismoniy, fiziologik, gormonal, xromosoma) farqlar;

Vaqt o‘tishi bilan bu atama tilshunoslikdan ijtimoiy fanlar va jamoat amaliyotiga o‘tdi va erkaklar va ayollarning maqsadi haqidagi ijtimoiy (biologik bo‘lmagan) funktsiyalar, rollar va g‘oyalarni ifodalashga kirishdi. Gender - bu birinchidan, bizni nafaqat inson sifatida, balki har doim ayol yoki erkak sifatida yaratgan dunyoda hayotning aksidir, ikkinchidan, har qanday farq yoki bo‘linish qat’iy ierarxik (hokimiyat) munosabatlar tizimiga singib ketgan dunyoda.

Ikkinchisi ayniqsa muhimdir. Gap shundaki, biz, masalan, boshlang‘ich maktab o‘qituvchisini ayol kasbi va dasturchini erkak kasbi deb hisoblaymiz, shu bilan mavjud kasblarni ikki guruhga ajratamiz. Gap shundaki, biz barcha kasblarni ko‘proq yoki kamroq obro‘ga, ko‘proq yoki kamroq istiqbolga, yuqori yoki past maoshga ega bo‘lganlarga ajratamiz. Va keyin bizning boshlang‘ich maktab o‘qituvchimiz dasturchiga qaraganda ancha kam obro‘ga, istiqbolga va maoshga ega bo‘ladi. Lekin bolalarni o‘qitish dasturlashdan ko‘ra kamroq bilim, ko‘nikma, kuch va hissiy sadoqatni talab qiladimi?

Unda nima uchun jamiyat bu ikki faoliyatni boshqacha qadrlaydi? Va aksariyat “erkak” kasblar ko‘pchilikka qaraganda obro‘liroq va yaxshiroq maosh oladi, degan gap rost emasmi... Gender - ayollar va erkaklar o‘rtasidagi biologik (jismoniy, fiziologik, gormonal, xromosoma) farqlar;

“Ayol” kasblari, garchi ikkinchisi kam emas, balki ko‘pincha ko‘proq ta’lim, ixtisoslashgan ko‘nikma va malakalar, axloqiy va jismoniy kuch talab qilsa-da?

Bu qiziq:

1. Qadimgi Misrda erkaklar uyda qolib, ijodiy ishlar bilan shug‘ullanishgan. Ayollar uydan tashqarida ishlashgan.

2. Hatto XX asrning boshlarida ham tibbiyot kasbi faqat erkaklarga tegishli edi va ayol shifokor dahshatli hisoblanardi. Bugungi kunga qadar Qo‘shma Shtatlardagi tibbiyot kasbi ancha “erkak” kasbi hisoblanadi.

3. XIX asrning o‘rtalarida yozuv mashinkasi ixtiro qilinganida, gazetalar fiziologlarning tadqiqotlariga tayanib, uning ayol tanasi uchun zararli ekanligini va yozuv mashinasida ishlaydigan ayollar kelajakda normal tug‘a olmasligini yozishgan.

Biroq, vaqt o‘tishi bilan yozuv mashinasining kasbi faqat ayollarga tegishli bo‘lib qoldi va bu ilmiy jihatdan isbotlangan tahdid unutildi, boshqalari esa paydo bo‘ldi: mashina haydash, kompyuterda ishlash va boshqalar ayollar uchun zararli. «Ilmiy ogohlantirishlar»ning maqsadi har doim ayollarning (yuqori) daromad vositasi sifatida yangi texnologiyalarni o‘zlashtirishiga yo‘l qo‘ymaslikdir va bu maqsad odatda ayollar salomatligi uchun kurashadiganlar tomonidan tan olinmaydi.

4. 1870-yillarda Rossiyani ham o‘z ichiga olgan bir qator Yevropa mamlakatlaridagi konservatorlar universitet auditoriyalarida “ayol shaxslar”ning paydo bo‘lishidan xavotir bildirishdi. Ushbu tendentsiyaga qarshi kurashish uchun sinovdan o‘tgan va haqiqiy taktika qo‘llanildi: “tabiat qonunlari” va “tabiiy” holatga murojaat qilish. Masalan, knyaz V. Meshcherskiy “Grajdanin” (Fuqaro) gazetasida o‘zining “Rus ayoliga javob” asarida oliy ma’lumot ayollarni “uchinchi jins”ga aylantiradi, deb ta’kidlagan. Bu g‘oya Angliyada ham mashhur edi. Oksford professori 1869-yilda universitet ma’lumotini olgan ayol “gibrid”, yangi zot – “erkak-ayol”ga aylanishini yozgan. Va Londonning yetakchi shifokorlaridan biri tibbiy ma’lumot izlayotgan ayollarni “intellektual germafroditlar”dan boshqa narsa emas deb ta’riflagan. Bu yerda biz ko‘rib turgan narsa iqtisodiy sohadagi gender tengsizligining bugungi kunda ko‘plab mamlakatlarga xos bo‘lgan ko‘rinishlaridan biridir. Bu,

ayniqsa, “jinsiy” emas, balki erkaklar va ayollarning ijtimoiy rollari bilan bog‘liq bo‘lgani uchun.

O‘qituvchi yoki dasturchi bo‘lish ijtimoiy rollardir; ular bizning biologiyamiz bilan qat’iy bog‘liq emas. Eslatib o‘tamiz, 19-asrda o‘qituvchilik asosan erkaklar kasbi edi; 1990-yillarga qadar Sovet Ittifoqida dasturchilar asosan ayollar bo‘lgan. Bu faktlar jinslarning ijtimoiy xususiyatlari (jins) tarixiy va etnik-madaniy sharoitlar bilan belgilanishini va natijada erkaklar va ayollarning ijtimoiy rollari ularning biologiyasi bilan oldindan belgilanmaganligini, balki ijtimoiy jihatdan qurilganligini isbotlaydi.

Genderning ijtimoiy tuzilishi haqiqati birinchi marta 1950-yillarda qiyosiy madaniy tadqiqotlar bilan shug‘ullangan amerikalik antropologlar tomonidan namoyish etilgan. Amerikaning tubjoy xalqlari - tubjoy amerikalik hindularning hayotini kuzatish orqali tadqiqotchilar qo‘shni qabilalarda mehnat taqsimotida sezilarli farqlarni payqashdi. Bir-biridan 20 mil uzoqlikda joylashgan qabilalar o‘z iqtisodiyotlarini yuritishdi, hayotlarini tashkil qilishdi va marosimlarni boshqacha bajarishdi. Ularning mehnat taqsimoti ham turlicha edi: bir qabiladagi erkaklar bajargan vazifalarni qo‘shni qabiladagi ayollar bajargan.

Bu kuzatish muhim xulosaga olib keldi. Ma’lum bo‘lishicha, “sof erkak” yoki “sof ayol” vazifalari yo‘q: tegishli tayyorgarlik, tajriba va moyillik bilan bir xil vazifalarni ayollar ham, erkaklar ham samarali bajarishi mumkin. Va kengroq ma’noda: erkaklar va ayollarning ijtimoiy rollari va ularning biologik jinsi o‘rtasida, turli jamiyatlar uchun umumiy bo‘lgan qat’iy bog‘liqlik yo‘q. Tadqiqotchilar yana bir muhim haqiqatni ta’kidladilar: ayollar tomonidan ma’lum bir faoliyat (masalan, baliq ovlash) bajarilgan qabilalarda u qabila hayoti uchun foydali deb hisoblangan, ammo o‘z-o‘zidan ravshan va past obro‘ga ega bo‘lgan. Xuddi shu faoliyatni erkaklar bajargan qabilalarda u murakkab, qimmatli va obro‘li ahamiyatga ega bo‘lgan. Bu kuzatish ikkinchi xulosaga olib keldi: ham amaliy hayotda, ham fanda genderning ijtimoiy va biologik toifalari o‘rtasida aniq farqlarni aniqlash kerak, chunki ularning chalkashligi hokimiyat munosabatlarida ayollar va erkaklar o‘rtasidagi tengsizlikning davom etishi va oqlanishiga olib keladi.

Agar biz buni eslamasak, unda ijtimoiy jihatdan zarur, ammo qiyin va obro'siz faoliyatlar (oilalar uchun kechki ovqat pishirish, kvartirani tozalash, bolalarga dars berish, mijozlarga xizmat ko'rsatish va boshqalar) har doim ayollar tomonidan bajariladi, ma'lum sabablarga ko'ra obro'li va yuqori haq to'lanadigan faoliyatlar esa erkaklar tomonidan bajariladi. Va bu bilan biz faqat jinslar o'rtasidagi adolatsizlik va tengsizlikni davom ettiramiz.

Bizning ongimizda biologik jins va ijtimoiy rol chambarchas bog'liq. Birini boshqasidan ajratish qiyin. Biroq, bu hozirgi vaziyatni o'zgartirish uchun amalga oshirilishi kerak, bunda bir ijtimoiy guruh (ayollar) boshqasidan (erkaklardan) yomonroq holatda. Biologik jins bizga tug'ilishda beriladi; biz uni o'zgartira olmaymiz.

Ijtimoiy rol, ya'ni jins, o'zgartirilishi mumkin. Gender tengligi - bu erkaklar va ayollarning biologik jinsidan qat'i nazar, ijtimoiy rollari uchun erkin, ongli tanlovidir.

Ko'rib chiqiladigan savollar:

Freyd "Anatomiya - bu taqdir" deganida haq edimi?

Jinsiy olatning mavjudligi yoki yo'qligi butun hayotimizning asosimi?

Agar siz bir xil oilada, bir joyda, bir vaqtda, lekin qarama-qarshi jinsdagi bola sifatida tug'ilganingizda, hayotingiz qanday bo'lishini o'ylab ko'ring. Nima o'zgargan bo'lar edi? Nima o'zgarmas bo'lib qolgan bo'lar edi? Hayotingiz ko'proq o'zgarish yoki takrorlash bo'larmidi?

BMT statistikasi

Ayollar dunyo ishlarining uchdan ikki qismini bajaradilar.

Ayollar dunyo daromadining o'ndan bir qismini oladilar.

Ayollar dunyodagi barcha savodsiz odamlarning uchdan ikki qismini tashkil qiladi.

Ayollar dunyo mulkining 1% dan kamrog'iga egalik qiladi.

Mutlaq qashshoqlikda yashovchi odamlarning 70% i ayollardir. Ayollarning maoshi erkaklarnikining to'rt dan uch qismini tashkil qiladi.

Ishsizlarning ko'p qismini ayollar tashkil qiladi.

Ayollar parlamentdagi o‘rinlarning atigi 10% ni va vazirlar mahkamasidagi lavozimlarning 6% ni egallaydi.

Hozirgi vaqtda quyidagi xulosalar dunyoning aksariyat mamlakatlari, jumladan, Belarusga ham tegishli:

1. Mavjud siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy va madaniy tizimlar gender tengligini ta’minlamaydi.
2. Ayollar tengsizligi tizimli xarakterga ega.
3. Erkaklar ham kamsitishga duchor bo‘ladi.
4. Tengsizlik ko‘pincha boshqa xususiyatlar (yosh, millat, ma’lumot, ijtimoiy kelib chiqishi va boshqalar) bilan kuchayadi.

Gender tengligi ayollar va erkaklarning turli resurslardan teng foydalanish imkoniyati va jamiyatdagi “ayol” va “erkak” kasblari va rollarining teng qiymatini anglatadi; jamiyatning iqtisodiy va demografik rivojlanishga qo‘shgan hissasiga teng munosabati.

Gender tengligi strategiyasi ikkala jinsga ham foyda keltiradi: bir jinsning hayotini yaxshilash orqali u boshqa jinsning hayotini ham o‘zgartiradi, ularni yanada uyg‘un, sog‘lom va yuqori sifatli qiladi.

Gender tengligi barcha ijtimoiy guruhlariga taqdim etadigan imkoniyatlar:

- Erkaklarning umr ko‘rish davomiyligi oshadi va uning sifati yaxshilanadi;
- Ayollar sog‘lomroq va baxtliroq bo‘ladi, qo‘rquv uchun kamroq sabablarga ega bo‘ladi va yaxshiroq onalar bo‘ladi;
- Ayollarning muhim salohiyatidan jamiyat tomonidan samarali foydalaniladi;
- Ko‘proq bolalar jismoniy, psixologik va ma’naviy jihatdan yanada uyg‘un bo‘lib ulg‘ayadi;
- Ta’lim jarayonida namoyon bo‘ladigan iste’dod va qobiliyatlar soni eksponent ravishda oshadi; ko‘proq odamlar maktablar va boshqa ta’lim muassasalarini o‘z qobiliyatlariga ishonch va o‘zini anglash istagi bilan bitiradilar;

- Qizlar va o‘g‘il bolalar bir-birlarini yaxshiroq tushunadilar va bolalikdan teng huquqli sheriklar sifatida hamkorlik qiladilar, tengdoshlar bilan munosabatlar esa yanada insonparvar va xavfsizroq bo‘ladi;

- Qizlar o‘z qobiliyatlariga ko‘proq mustaqil va ishonchli bo‘ladilar, o‘g‘il bolalar esa boshqalar bilan munosabatlarida sezgirroq va malakaliroq bo‘ladilar;

- O‘g‘il bolalar ham, qiz bolalar ham yetuk va xabardor kasb tanlash va hayot strategiyalarini tanlaydilar;

- Davlatning iqtisodiy barqarorligi;

- Oila ichidagi uyg‘un munosabatlar.

Shunday qilib, gender tengligi jamiyatning barqaror ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishiga hissa qo‘shadi.

“Gender tengligi” atamasi erkaklar va ayollar o‘xshash yoki bir xil bo‘lib qolishini yoki bo‘lishi kerakligini anglatmaydi. Dunyoda bir xil jinsdagi va yoshdagi ikkita bir xil odam bo‘lishi mumkin emas, hatto ikki gender dunyosining vakillari haqida gapirmasa ham bo‘ladi. Tadqiqotchilar bizni – erkaklar va ayollarni – bir-birimizga o‘xshash bo‘lishga chaqirmayaptilar.

Gap shundaki, “erkak” va “nazokatli”, masalan, “haqiqiy erkak” va “haqiqiy ayol” haqidagi g‘oyalarimiz o‘zgarmas haqiqatlar emas, balki bizning g‘oyalarimizdan boshqa narsa emas. Va bu bizning tasavvurlarimiz bo‘lgani uchun, ularni 21-asrdagi hayot taqdim etadigan yangi qiyinchiliklar, yangi imkoniyatlar va yangi ustuvorliklarga muvofiq o‘zgartirish mumkin.

Shuni yodda tutish kerakki, gender tengligi - bu erkaklar va ayollarning nafaqat teng huquqlarga, balki o‘z huquqlari va salohiyatlarini to‘liq ro‘yobga chiqarish uchun teng imkoniyatlarga ega bo‘lish shartlari. Bu juda muhim jihat, chunki mamlakatimizda ayollar huquqlariga deyarli hech qanday qonunchilik cheklovlari yo‘q, ammo Belarusda erkaklar va ayollar o‘rtasida haqiqiy tengsizlik holati mavjud.

Haqiqat shundaki, faqat qonunlar, jumladan, asosiy qonun - Belarus Respublikasi Konstitutsiyasi - gender tengligini ta’minlash uchun yetarli emas. Jamiyatda huquqlarni amalga oshirish imkoniyatlarini yaratadigan mexanizmlar yaratilishi kerak; aks holda, bu huquqlar chiroyli deklaratsiyadan boshqa narsa emas. Bunday

mexanizmlarga ehtiyoj allaqachon tan olingan va 1985-yilda Nayrobida bo‘lib o‘tgan Ayollarni rivojlantirish bo‘yicha Butunjahon konferensiyasining rezolyutsiyasida “erkaklar va ayollar o‘rtasidagi tenglik nafaqat huquqlar tengligi, balki imkoniyatlar tengligi sifatida ham tushuniladi” deyilgan. Bu shuni anglatadiki, ayrim huquqlarga qonunchilik cheklovlarining yo‘qligi gender tengligini amalga oshirish uchun yetarli emas; ushbu huquqiy normani amalga oshirish uchun samarali choralar ham zarur.

Masalan, mamlakatimizning hech bir joyida qonun ayollarning vazirlik lavozimlarida ishlashini taqiqlashi haqida yozilmagan. Biroq, 24 vazirdan faqat bittasi ayol. Bu shuni anglatadiki, davlatda ayollarning hukumatning yuqori pog‘onalarida martaba ko‘tarilish imkoniyatlarini ta‘minlash uchun maxsus choralar yo‘q va natijada bu sohada gender tengligi printsiplari hurmat qilinmaydi. Bundan oldinroq, 1979 yilda “ijobiy kamsitish” tushunchasi Birlashgan Millatlar Tashkilotining Ayollarga nisbatan kamsitishning barcha shakllarini tugatish to‘g‘risidagi konventsiyasida mustahkamlangan edi. Bu shuni anglatadiki, agar ijtimoiy guruh (albatta ayollar emas!) muntazam ravishda kamsitilsa, unda teng imkoniyatlar printsiplari vaziyatni to‘g‘irlash uchun yetarli emas va yanada qat‘iy va samarali choralar, xususan, boshqa barcha narsalar teng bo‘lganda, kamsitilgan guruh vakilini tanlash zarur (masalan, shaxsni yuqori lavozimga tayinlashda). Bunday choralar kamsitish deb hisoblanmaydi, chunki ular vaqtinchalik va vaziyat tuzatilgandan so‘ng bekor qilinadi.

1. Erkaklar va ayollar haqidagi jurnalistik kontent har doim dolzarb va auditoriya tomonidan talabga ega.

2. Jins - bu ayol va erkak organizmlarining biologik (jismoniy, fiziologik, gormonal, xromosoma) xususiyatlari.

3. Gender - bu ma‘lum bir jamiyatda ma‘lum bir vaqtda erkaklar va ayollar ixtiyoriy ravishda yoki ixtiyoriy ravishda o‘ynaydigan ijtimoiy rollar.

4. Jamiyat «ayol» va «erkak» ni shunchaki bir-biridan farqli emas, balki bir-biriga bo‘ysunuvchi sifatida baholaydi.

5. Gender, qoida tariqasida, o‘zgartirilishi mumkin emas. Gender rollari o‘zgarishi mumkin.

6. Mas'uliyat, rollar, resurslar va daromadlarni taqsimlashni yanada adolatli qilish uchun eskirgan gender rollarini o'zgartirish kerak.

7. "Teng huquqlar" gender tengligi tamoyilini amalga oshirish uchun etarli emas. Bu shuningdek, "imkoniyatlar tengligi" va ba'zan hatto "ijobiy kamsitishni" talab qiladi. 8. Gender tengligi bizning shaxsiy hayotimizni yanada uyg'un va baxtli qiladi, jamiyatimizni esa adolatli, insonparvar va samarali qiladi.

Gender tengsizligi. O'zbekistonda gender tengsizligi muammosi unchalik keskin bo'lmas-da, o'rtacha ish haqi tengsizligi mamlakatimiz uchun xarakterli bo'lib qolmoqda. Gender tengsizligi hatto eng iqtisodiy rivojlangan mamlakatlarga ham tanish muammodir. 5-BRM, "Gender tengligiga erishish va barcha ayollar va qizlarning huquq va imkoniyatlarini kengaytirish", birinchi navbatda ta'lim va ish bilan ta'minlash uchun teng imkoniyatlar yaratishga, shuningdek, diniy kamsitish kabi barcha turdagi kamsitishlarni bartaraf etishga qaratilgan. Rossiyada erkaklar va ayollar o'rtasidagi tenglik masalasi unchalik dolzarb emas va erkaklar va ayollar uchun teng huquq va erkinliklar konstitutsiya bilan kafolatlangan⁴².64 Tarixan, mamlakatimizda ayollar va erkaklarning huquqlari SSSRning dastlabki yillarida teng edi va 20-asrning o'rtalarida SSSR Oliy Kengashi Prezidiumining onalikni himoya qilish va abortni qonuniylashtirish to'g'risidagi farmonlari tufayli ayollar uchun sharoitlar yaxshilandi. Shuningdek, Ayollar ishlari, oila, onalik va bolalik qo'mitasi ham mavjud edi, uni qisman ijobiy kamsitishning namunasi deb hisoblash mumkin. Boshqaruv organlarida ayollarning erkaklarga nisbati (odatda uchdan bir qismdan yarim qismgacha) belgilangan va qat'iy rioya qilingan. Ayollar Ukraina va O'zbekiston SSRlarida davlat rahbarlari, shuningdek, SSSR Oliy Kengashi a'zolari lavozimlarida ishlaganlar. SSSRda shakllangan gender tengligi tuzilmasi Rossiyaga meros bo'lib o'tgan. Hozirgi vaqtda Rossiyada erkaklar va ayollar o'rtasidagi tengsizlik, so'nggi yillarda ish haqi nisbatan tenglashganiga qaramay, asosan ish haqining pasayishi ko'rinishida namoyon bo'ladi (Rosstat ma'lumotlariga ko'ra, erkaklar va ayollar ish haqining o'rtacha nisbati o'sib bormoqda: 2005-yildagi 60,7% dan 2013-yilda 74,2% gacha, ammo 2015-yilda

u biroz pasayib, 72,6% gacha). Bu asosan xodimlar - erkaklar va ayollar - ayniqsa rahbarlik lavozimlarida o'rtasidagi martaba lavozimlari va ish haqining notekisligi bilan bog'liq. Zamonaviy Rossiyada tengsizlik mavjud, garchi bu asosan imkoniyatlar tengsizligi emas, balki patriarxal elementlarning saqlanib qolishi bilan bog'liq. Bu qisman ayollar erkaklarga qaraganda ko'proq yarim kunlik ishlashi bilan bog'liq. Rossiyada ayollar ish haqining nisbiy darajasidagi mintaqaviy farqlar saqlanib qolmoqda. Rosstat ma'lumotlariga ko'ra, Ingushetiya Respublikasida ayollar va erkaklar eng teng ish haqi oladilar. Moskva reytingda birinchi o'rinda turadi. 64 Rossiya Federatsiyasi Konstitutsiyasining 19-moddasi, 3-bandi, 3-bob.

O'tilgan mavzu yuzasidan savol va topshiriqlar

1. Nima uchun qimmat restoranlarda ofitsiantlar asosan erkaklar, arzon kafelarda esa asosan ayollar? Arzon kafelarda ishlash osonroqmi?

2. Nima uchun Isroil armiyasida muddatli harbiy xizmat erkaklar va ayollar uchun universal, Belarus Respublikasida esa faqat erkaklar uchun? Isroil armiyasida xizmat qilish osonroq va xavfsizroqmi?

3. Nima uchun yengil sanoatda asosan ayollar, og'ir sanoatda esa erkaklar ishlaydi? Yengil sanoatda ishlash haqiqatan ham "osonroq"mi? Og'ir sanoatga nisbatan yengil atletika haqida nima deyish mumkin?

4. Nima uchun Belarusda boshlang'ich maktab o'qituvchilari orasida ayollar ulushi erkaklarnikiga qaraganda ancha yuqori, maktab direktorlari orasida esa erkaklar va ayollar soni taxminan teng? Nima uchun bolalarni o'qitish "ayollar taqdiri" deb hisoblanadi, ta'lim vaziri lavozimida ishlash esa "erkaklar taqdiri" deb hisoblanadi?

5. Nima uchun mamlakatimizda 24 vazirdan faqat bittasi - Mehnat va aholini ijtimoiy himoya qilish vazirligi rahbari?

6. Bu davlat va jamiyat nuqtai nazaridan boshqarish uchun eng oson va eng ahamiyatsiz vazirlikmi?

7. Gender qanday qilib "o'rganiladi"? Nima uchun gender "jarayonda"?

8. Bizning qadriyatlarimizga, gender haqidagi tasavvurlarimizga va kutganlarimizga nima ta'sir qiladi?

9-MA'RUZA. BOLALAR MAVZUSINING OAVDA YORITILISHINING O'ZIGA XOSLIGI

REJA

1. Bolalar mavzusining ijtimoiy ahamiyati.
2. Bolalar mavzusini OAVda yoritishning huquqiy asoslari.
3. Bolalar mavzusida material tayyorlashda ahloqiy mezonlar.
4. Jamiyat taraqqiyotida bolalar mavzusining OAVda yoritishning ijtimoiy ahamiyati.

Bolalar mavzusini ommaviy axborot vositalarida aks ettirish va keng ommaga yetkazish, ijtimoiy-siyosiy va axborot tayyorlash va uni uzatish jarayonlariga qaraganda biroz mukammalroq. Sababi bolalar dunyosini tushinish va to'g'ri anglash, ularni yetuk shaxs darajasida tarbiyalash, ijodini keng tadbqiq etish uchun, avvalo ularning auditoriyasini, yosh darajasini, qiziqishlarini va ulg'ayish muhitini hisobga olgan holda harakat qilishlari kerak.

Bolalar mavzusini yoritish, o'zbek jurnalistikasi, tarixi va rivojlanish bosqichlari, ya'ni bolalar publitsistikasi bilan bog'liq. U dastlab jamiyatning bolalarga bo'lgan munosabatini tushundiruvchi xodisa sifatida xalq og'zaki ijodida uchraydi. Eng avvalgi bolalar turmushini o'zidaks ettirgan maqolalar, asarlar XIX asr oxiri va XX asr boshlarida ijod qilgan jadidlar asarlarida keltirilgan. Masalan: Abdurauf Fitratning 1917-yili nashr qilingan "O'quv. Ibtidoiy maktablarning so'nggi sinfi uchun" to'plamiga kiritilgan Yurtimiz. Arslon bilan botir "nomli maqolasi bolalar" uchun yozilgan bo'lib, bu maqolada o'sha yillari o'lkada yuz berayotgan ijtimoiy-siyosiy o'zgarishlarni oddiy va tushunarli tilda bolalarga yetkazgan. O'zbekistonda XX asr boshlarida paydo bo'lgan dastlabki bolalar nashrlari :

"Yosh turkistonchilar"

"Bolalar tovushi"

"Bolalar yo'ldoshi"

"Bolalar dunyosi"

"O'zgarish bolalari"

O'sib kelayotgan yosh avlodning yetuk bilim, yuqori ma'aviyat egalari bo'lib yetishishida bolalar matbuoti, bolalar nashrlarining o'rni beqiyosdir. Bugungi kunda bolalar mavzusini yoritishga asoslangan bolalar nashrlarining soni yildan-yilga ortib bormoqda. O'zbekiston Respublikasi prezidenti tomonidan qabul qilingan "2022-2026-yillarda Maktab ta'limini rivojlantirish bo'yicha milliy dasturni tasdiqlash haqida" gi farmonga asoslanib, maktab yoshidagi bolalarning savodxonlik darajasini oshirish, ijodiy faoliyatini rivojlantirish va ularning qiziqishlariga qarab, turli yo'nalishdagi to'garaklarni tashkil etish, qonun-hujjatida keltirilgan.

Mana shu farmonga muvofiq, bolalar matbuotini yanada takomillashtirish bo'yicha keng ko'lamli ishlar amalga oshirilmoqda.

O'zbekistonda bolalar matbuoti 1919-yildan buyon faoliyat yuritib kelmoqda. Masalan: "Bolalar yo'ldoshi" (1919), "Tong" (1920), "Bolalar dunyosi" (1921), "Bilim o'chog'i" (1922-1923), "Uchqun" (1923), "Yosh kuch" (1929-1937) jurnallari dunyo yuzini ko'rdi. "Bolalar yo'ldoshi" jurnali - 1919-yili Samarqandda totarlar maktabining o'qituvchisi va boshlig'i Xabir Abdullayevning boshchiligidan nashr etilgan. Bu jurnalga javobgar Abdurashid Abdujabbor o'g'li edi. Bolalarga asoslanib nashr etilgan birinchi jurnal edi. Lekin bul jurnal 100-soni chiqqandan so'ng o'z faoliyatini yakunlaydi. Sababi shu davrda ijtimoiy-siyosiy voqealarini yoritish bilan birga, bolalar mavzusini yoritishga ham ma'lum darajada cheklovlar o'rnatilgan edi. Mamlakatimizda 1929-yildan boshlab, "Lenin uchquni" (hozirgi "Tong yulduzi") gazetasi, "Pioner Vostoka" ("Yosh kuch") jurnallarining muntazam ravishdagi nashrlar faoliyati yo'lga qo'yildi.

Mustaqillikka erishganimizdan so'ng, bolalar nashrlari ro'yxati bir qancha ortti. Masalan: 1958-yildan buyon va hozirgi kunda ham faoliyat ko'rsatib kelayotgan "G'uncha" jurnali, 1929-yilda birinchi marta "Yosh kuch" nomi bilan chiqa boshlagan, lekin ikkinchi jahon urushi yillari, ya'ni 1941-yili faoliyatini to'xtatgan, 1957-yilda "Pioner" nomi bilan nashr etilgan va shu yilning o'zida "Gulxan" nomiga o'zgartilgan, 1929-yili "Lenin uchquni", 1992-yili "Tong yulduzi" nomi bilan chiqa boshlagan jurnallar bugungi kunda ham o'z faoliyatini yuritib kelmoqda. Yuqorida nomi keltirilgan gazeta va jurnallarning barchasi-bolalar dunyo qarashini

kengaytirish, ijodini qo'llab-quvvatlash, bolalar turmushida yuz berayotgan o'zgarish va yangiliklarini yoritishni maqsad qilgan.

“G'uncha” jurnali 1958-yilda o'z faoliyatini boshlagan va bugungi kunda ham muntazam ravishda nashr etilib kelayotgan maktab yoshigacha bo'lgan bolalar turmushini o'zida aks ettirgan, badiiy - adabiy bezakli Respublika jurnali Muassis: O'zbekiston Respublikasi Xalq ta'limi vazirligi, O'zbekiston matbuoti va axborot agentligi.

Jurnal: “G'unchaoy iste'dodlari”, “Oltin ko'pri”, “She'r kulcha”, “Qog'ozdagi kamalak”, “Topgan topaloq”, “Jolly English”, “Izuchayem russkiy yazik” rukni ostida o'z maqolalarini bolalar auditoriyasiga ulashadi. Jurnalga 1958-1962-yillari Abdusodiq Irisov, 1962-1967-yili Sobir Yunusov, 1967-1971-yili Anvar Bo'riboyev, 1971-1996-yili Yayra Sadullaeva, 1996-2000-yili Erkin Malikov, 2000-2007-yili Yoqutxon Rahimova, 2007-2008-yili Umida Abduazimova, 2009-yildan buyon Difuza Shomalikova muharrirlik qilib kelmoqda. “G'uncha” jurnalining 2024-yil 2-aprel kuni 4-sonida “2-aprel Xalqaro bolalar kitoblari kuni” munosabati bilan “Bolalar bu kitoblarni o'qing: G'afur G'ulom “Shum bola”, Aleksey Tolstoy “Buratino va oltin kalit”, “Eng kitobxon mamlakat”, “Fazodagi kutubxona” sarlavhasi ostida maqolalar keltirilgan. Hozirgi kunda bolalar nashrlarining internet saytlari ham o'z faoliyatini yuritib kelmoqda. Masalan: “Gulxan”, “G'uncha”, “Dono Word”, “Jajji akademik” jurnallarining internetdagi veb-sahifasi www.gulxan.uz, www.g'uncha.uz, www.dono.uz veb-saytlarining ishga tushishi bolalar internet jurnalistikasining o'ziga xos tarafi bor ekanligi aniqlangan. «Gulxan» jurnalining internetdagi veb-sayti www.gulxan.uz 9 bo'limdan iborat:

“Daholarning yoshligi”, “Mashhurlar bolaligi”, “Iste'dod millat mulki”, “Nishona”, “Mulohaza uchun mavzu”, “English time”, “Qizlarjon”, “Sog'lomjon”. Bosh muharrir: Zahro Hasanova. Maktab yoshidagi bolalar uchun mo'ljallangan oylik jurnal.

Gulxan.uz veb-saytining 2024-yil 4-sonida “Qodiriyni o'qib”, “Tabiatning chin farzandi”, “Nayrangboz”, “Barhayot shoir” sarlavhasi ostida maqolalar keltirilgan. Qoraqalpog'iston Respublikasi da ham bolalar nashrlari yo'lga qo'yilgan. Bolalar va

yosh o'smirlar uchun mo'ljallangan nashr "Jetkinshek" gazetasi 1932-yildan buyon faoliyat yuritib kelmoqda. Jetkinshek gazetasida faqatgina bolalar ijodi berilib qo'ymastan, ularning erishayotgan yutuqlari, yosh o'smirlarga yaratilib berilayotgan e'tibor va imkoniyatlar, o'zgarishlar keng ommaga ulashilib kelmoqda. Shiori: Jigerli bol jastan balam. Bosh muharrir: Zuhra Isakova.

Xulosa qilib aytganda, bolalar mavzusining ommaviy axborot vositalarda keng ko'lamda yoritilishi, kelajagimiz bo'lgan yosh avlodning yetuk shaxs, yuqori mana'viyat egalari bo'lib yetilishi uchun asos bo'lib xizmat etadi. Xalqimiz tomonidan bolalarga qaratilgan e'tibor va g'amxo'rlik, prezidentimiz tomonidan yaratilgan imkoniyatlarning barchasi, mamlakatimizda bolalar huquqlarining kafolatlanganidan darak beradi.

10 -MA'RUZA. OZIQ –OVQAT MUAMMOSI VA UNI OMMAVIY KOMMUNIKATSIYA TARMOQLARIDA YORITILISHI

REJA:

1. Jahon hamjamiyati nigohida ochlik, oziq-ovqat bilan ta'minlanganlik va qashshoqlik muammolarining dolzarbligi.
2. Rivojlanayotgan davlatlarda qashshoqlik muammolari.
3. Ochlik masalasini yoritishning ijtimoiy ahamiyati.
4. Jahon hamjamiyati nazarida ochlik, oziq-ovqat xavfsizligi va qashshoqlik muammolarining dolzarbligi.

BMT tomonidan 2015-yilda barqaror rivojlanish kontekstida e'lon qilingan va ilgari Mingyillik rivojlanish maqsadlariga kiritilmagan yangi maqsadlardan biri zo'ravonlikni yengish, adolatga universal kirishni ta'minlash va institutlarning samaradorligini oshirish kabi muammolarni birlashtiradi-16-BRM, «Barqaror rivojlanish uchun tinch va inklyuziv jamiyatlarni targ'ib qilish, barcha uchun adolatga kirishni ta'minlash va barcha darajalarda samarali, hisobdor va inklyuziv institutlarni yaratish»⁴³. Bu kombinatsiya, bir qarashda, juda g'alati ko'rinadi, garchi bu jihatlarining barchasi shubhasiz barqaror rivojlanish uchun ham, inson salohiyatini oshirish uchun ham muhimdir. Bu masalalarning ichki o'zaro bog'liqligi inson va ijtimoiy rivojlanish uchun qulay institutsional muhit yaratishda yotadi. Ushbu muammolarning yechimi insonning shaxsi va mulkning daxlsizligini kafolatlaydi va natijada uzoq muddatli daromad keltiradigan inson kapitaliga investitsiyalar uchun rag'batlarni yaratadi.

Inson kapitali, institutlar va iqtisodiy rivojlanishning o'zaro ta'sirining yo'nalishi va darajasi iqtisodchilar tomonidan turlicha talqin qilinadi. Shunday qilib, D. Asemoglu va boshqalar o'zlarining eng mashhur ishlarida Yevropa mustamlakachilarining mamlakatlarning rivojlanish trayektoriyasidagi roli haqidagi asarlarida institutsional omilga asosiy omil sifatida so'zsiz ustuvorlik berishadi, ammo

⁴³ В этой главе под институтами понимаются нормы (законы, правила, традиции и т. п.), снабженные механизмом принуждения к исполнению. Acemoglu D., Johnson S., Robinson J. The Colonial Origins of Comparative Development: An Empirical Investigation // The American Economic Review. 2001. Vol. 91, № 5. P. 1369–1401.

inson kapitalini mexanizmning muhim elementi sifatida ko'rsatishadi: yaxshiroq institutlarga ega mamlakatlar inson va jismoniy kapitalga ko'proq sarmoya kiritadilar va keyinchalik bu omillardan samaraliroq foydalanadilar⁴⁴. Bunga javoban, E. Glayeser va boshqalar inson kapitaliga ustuvorlik berib, uning miqdori iqtisodiy o'sish sur'atlariga ham, institutsional rivojlanishga ham hal qiluvchi ta'sir ko'rsatishini ta'kidlaydilar⁴⁵. Ushbu da'volarga javoban, D. Asemoglu va boshqalar 2014-yilda inson kapitaliga ta'sir qiluvchi institutlar ekanligini va aksincha emasligini tasdiqlovchi tadqiqotni nashr etdilar⁴⁶. Bu munozara yaqin orada hal qilinishi ehtimoldan yiroq, ammo ushbu maqola maqsadlari uchun institutlar va inson taraqqiyoti o'zaro bog'liqligini va yaxlit ko'rib chiqilishi kerakligini ta'kidlash muhimdir.

Urushlar, qurolli mojarolar va boshqa zo'ravonlik avj olishlari jamiyatdagi jiddiy nomutanosibliklarning ekstremal namunalari bo'lib, ularga mos institutlarni rivojlantirishning iloji yo'q.

Biz urushlarni boshqa mamlakatlarda yanada yumshoq shakllarga ega bo'lgan institutlarning zaiflashishi, yo'q qilinishi yoki yo'qligining ekstremal misollari sifatida ko'ramiz. Urush holatida, hukumat tuzilishini belgilaydigan konstitutsiyaviy institutlar ko'pincha ishlashni to'xtatadi yoki ishlamay qoladi.

Iqtisodiy faoliyat qoidalarini belgilaydigan va mulk huquqlari va erkinliklarini himoya qiladigan iqtisodiy institutlarning yo'qligi yoki samarasizligi zo'ravonlik yoki iqtisodiy, ayniqsa korrupsiya bo'lishi mumkin bo'lgan jinoyatchilikning yuqori darajasiga olib keladi. Urushning inson taraqqiyotiga zarari intuitiv ravishda aniq: bu nafaqat zo'ravonlik sabablaridan o'lim tufayli umr ko'rish davomiyligining qisqarishini, balki hayot sifati va ta'lim imkoniyatlarining pasayishini va mamlakat aholisi o'rtasida tarkibiy nomutanosiblikning yomonlashishini ham o'z ichiga oladi. Biroq, qurolli mojarolarning halokatliligi, ularning jiddiy iqtisodiy va siyosiy

⁴⁴ Acemoglu D., Johnson S., Robinson J. The Colonial Origins of Comparative Development: An Empirical Investigation // The American Economic Review. 2001. Vol. 91, № 5. P. 1369–1401.

⁴⁵ Glaeser E., La Porta R., Lopez-de-Silanes F., Shleifer A. Do institutions cause growth? // Journal of economic growth. 2004. Vol. 9, № 3. P. 271–303

⁴⁶ Acemoglu D., Gallego F., Robinson J. Institutions, Human Capital, and Development // Annual Review of Economics. 2014. Vol. 6, № 1. P. 875–912.

inqirozlarga qaraganda mamlakat taraqqiyoti uchun jiddiyroq oqibatlari har doim ham empirik tarzda tasdiqlanmaydi⁴⁷.

INSON QADRINI YUKSALTIRISH VA ERKIN FUQAROLIK JAMIYATINI YANADA RIVOJLANTIRISH ORQALI XALQPARVAR DAVLAT BARPO ETISH

1-maqsad: Mahalla instituti faoliyatining samaradorligini oshirish, uni jamoatchilik boshqaruvi va nazoratining tayanch bo‘g‘iniga aylantirish.

Hududlardagi ijtimoiy-iqtisodiy muammolarni joyida hal etish maqsadida mahallalar vakolatlarini kengaytirish, ularning moliyaviy mustaqilligini kuchaytirish.

Fuqarolarning o‘z mahallasi hayotidagi ishtirokini hamda davlat organlari va mahallalar o‘rtasida to‘g‘ridan-to‘g‘ri aloqani ta‘minlash, mahallalarda aholi bilan ishlashga qaratilgan jarayonlarni raqamlashtirish.

Mahalladan turib barcha davlat idoralariga murojaat qilish tizimini yaratish, davlat va ijtimoiy xizmatlarni bevosita mahallada ko‘rsatish.

Mahallalarning “o‘sish nuqtalari” va ularda yashovchi aholining tadbirkorlik faoliyatidagi ixtisoslashuvidan kelib chiqib, davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlash tizimini kuchaytirish.

Mahallalar uchun yuqori malakali mutaxassislarni maqsadli tayyorlash, barcha mahalla raislari va hokim yordamchilarida boshqaruv asoslari, bandlikni ta‘minlash, bank-moliya, tomorqa, yer, chorvachilik va parrandachilik bo‘yicha ko‘nikmalarni shakllantirish.

Tadbirkorlikni rivojlantirish, aholi bandligini ta‘minlash va kambag‘allikni qisqartirish masalalari bo‘yicha tuman (shahar) hokimining yordamchisi institutining samarali faoliyatini yo‘lga qo‘yish.

2-maqsad: Xalq deputatlari Kengashlarini hududlarda mavjud muammolarni hal qilishdagi asosiy bo‘g‘inga aylantirish.

⁴⁷ 2 Cerra V., Saxena S. Growth dynamics: the myth of economic recovery // The American Economic Review. 2008. Vol. 98, № 1. P. 439–457; Chen S., Loayza N., Reynal-Querol M. The aftermath of civil war // The World

Xalq deputatlari Kengashlarida doimiy asosda faoliyat yurituvchi deputatlar korpusini shakllantirish va ularning vakolatlarini kengaytirish orqali hududiy ijro organlari faoliyati ustidan nazoratni kuchaytirish.

Xalq deputatlari Kengashlarining mahallalardagi muammolarni hal qilishdagi rolini oshirish, hududlarni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish, aholining turmush darajasini oshirish, mahalliy byudjetni shakllantirish va nazorat qilish bo'yicha ularning mas'uliyatini kuchaytirish.

Mahallalarning joylardagi vakillik organlari bilan, xalq deputatlari Kengashlarining Oliy Majlis Senati bilan, hokimliklarning vazirliklar va ularning hududiy bo'linmalari bilan aloqalarini mustahkamlash. Mahalliy kengashlarning kotibiyatlari faoliyatini yanada kuchaytirish choralarini ko'rish.

3-maqсад: Mahalliy davlat hokimiyati organlari faoliyatining institutsional asoslarini zamon talablariga moslashtirish.

Joylardagi masalalarni hal etishda mahalliy hokimliklarning moliyaviy imkoniyatlarini yanada kengaytirish va har bir vazifa ijrosi, shuningdek sarflanayotgan mablag'lar yuzasidan jamoatchilik oldidagi hisobdorligini oshirish. Mahalliy ijro hokimiyati organlarini demokratik tamoyillar asosida shakllantirish, shu jumladan hokimlarni saylash tizimini joriy etishning huquqiy asoslarini yaratish. Mahalliy davlat hokimiyati organlari tomonidan hududiy ijro organlarining shtat birligi va tuzilmalarini belgilash amaliyotini bosqichma-bosqich kengaytirish, hududlarda amalga oshiriladigan vazifalar bo'yicha "vakolatlar reyestri"ni shakllantirish. Mahalliy boshqaruv faoliyatiga axborot texnologiyalarni keng joriy qilish, hududlarning 40 dan ortiq, jumladan transport, infratuzilma, ijtimoiy va boshqa sohalar bo'yicha ma'lumotlarni jamlovchi tahliliy geoportallarini ishga tushirish.

4-maqсад: Davlat boshqaruvi organlari faoliyatini "fuqarolarga xizmat qilishga yo'naltirish" tamoyili asosida transformatsiya qilish.

Vazirlik va idoralarni tashkil etish va tugatishning aniq tartibi, ularni bir-biridan farqlovchi mezonlarni nazarda tutuvchi huquqiy mexanizmlarni ishlab chiqib, amaldagi davlat boshqaruvi tizimini qayta ko'rib chiqish. Davlat boshqaruvi organlarining shtat birliklarini oshirishga cheklov o'rnatishning tartibini hamda kadrlar

va moddiy resurslardan oqilona foydalanish bo'yicha aniq mezonlarni belgilash. Davlat boshqaruvi organlari faoliyati ustidan davlat nazoratini amalga oshirishda manfaatlar to'qnashuvi vujudga kelishini bartaraf etish, mazkur jarayonga keng jamoatchilikni jalb qilish. Vazirlik va idoralar faoliyatining barcha yo'nalishlarini "Davlat – xalq xizmatchisi" tamoyili asosida fuqaroga xizmat qilishga yo'naltirish.

5-maqсад: Ixcham, professional, adolatli, yuqori natijadorlikka xizmat qiladigan davlat boshqaruvi tizimini joriy qilish.

Vazirlik va idoralar rahbarlariga tashkiliy-huquqiy masalalarni o'zlari mustaqil hal etishi uchun zarur sharoitlarni yaratish, qabul qilinayotgan qarorlarning ular tomonidan samarali ijro etilishini ta'minlash.

Davlat boshqaruvi organlarining hududiy masalalarni hal qilishdagi mas'uliyati va javobgarligini kuchaytirish hamda ularning strategik yo'nalishlarini rejalashtirishga qaratilgan yangi tizim yaratish. Vazirlik va idoralarda ish yuritish va ma'muriy boshqaruv jarayonlari sifatini oshirish.

6-maqсад: Davlat boshqaruvi tizimida ma'muriy apparatni ixchamlashtirish va ish jarayonlarini maqbullashtirish.

Xususiy sektorga o'tkaziladigan ayrim davlat funktsiyalari sonini 3 barobarga oshirish, davlat-xususiy sheriklikni kengaytirish hamda raqamli texnologiyalarni keng joriy etish.

Davlat boshqaruvini nomarkazlashtirish ishlarini jadallashtirish hamda davlat organlari faoliyatining ochiqqligini ta'minlash.

Hududlarni rivojlantirish bo'yicha vazifalarni hal qilishda barcha darajadagi davlat boshqaruvi organlari hududiy boshqarmalarining samarali ishini tashkil etish.

7-maqсад: Mamlakatimizdagi islohotlarni izchil davom ettirishda Oliy Majlis palatalari va siyosiy partiyalar rolini yanada oshirish.

Oliy Majlis palatalarining davlat hokimiyati tizimidagi o'rnini mustahkamlash, ularning ichki va tashqi siyosatga oid muhim vazifalarni hal etishdagi vakolatlarini kengaytirish.

Barcha sohalarda vaziyatni har tomonlama o'rganish va mavjud muammolarni hal etish uchun ta'sirchan choralar ishlab chiqishda Oliy Majlis palatalari va siyosiy

partiyalar rolini yanada kuchaytirish, qabul qilingan qonunlarning amaliyotda soʻzsiz va toʻliq ijro etilishini taʼminlashda parlamentning ishtirokini kengaytirish.

Qonun ijodkorligi va parlament nazoratini amalga oshirishning amaldagi mexanizmlarini samaradorlik nuqtai nazaridan qayta koʻrib chiqish, mazkur jarayonlarda fuqarolarning ishtirokini taʼminlash orqali jamoatchilikning davlat boshqaruvidagi tashabbuskorligini oshirish.

Davlat byudjetini tasdiqlash va uning ijrosini nazorat qilish doirasida parlament tomonidan masʼul tashkilotlarga aniq strategik vazifalarni qoʻyish va natijaga qarab ularga soʻrov yuborish amaliyotini joriy qilish.

Oliy Majlis palatalarida hududlar bilan toʻgʻridan-toʻgʻri, shu jumladan masofaviy ishlash amaliyotini keng joriy qilish, hududlarni rivojlantirish va investitsiya dasturlari muhokamasida tegishli hududdan saylangan deputat va senatorlarning ishtirokini kuchaytirish.

“Elektron parlament” doirasida deputatlarni oʻz saylovchilari bilan, senatorlarni hududlardagi fuqarolar bilan bogʻlash, ular bilan toʻgʻridan-toʻgʻri muloqot olib borish, saylovchilarni qiynayotgan muammolarni muhokama qilish va hal etish jarayonini raqamlashtirish.

Qonunchilik palatasi boshqaruv tizimining samaradorligini oshirish, parlament saylovlarini ilgʻor xorijiy tajriba asosida yanada takomillashtirish.

8-maqсад: Norma ijodkorligi jarayonini modernizatsiya qilish, qonunchilik hujjatlarining qatʼiy ijrosini taʼminlash.

Qonun ijodkorligi jarayonida fuqarolik jamiyati institutlari bilan maslahatlashuvlar oʻtkazish amaliyotini takomillashtirish.

Ijtimoiy munosabatlarni huquqiy tartibga solishning barqarorligi, sifati va samaradorligini taʼminlash maqsadida “aqlli tartibga solish” modeli elementlarini qoʻllash doirasida qonunchilik hujjatlarining tartibga solish taʼsirini baholashni rivojlantirish va kengaytirish.

Huquq tizimining raqobatbardoshligini oshirish va iqtisodiyotning yangi drayverlarini harakatga keltirish doirasida zamonaviy texnologiyalarga va raqamli faoliyatga boʻlgan talablarni qayta koʻrib chiqish.

Sohalarda «tartibga solish yuki»ni kamaytirish doirasida qonunchilik hujjatlarini qisqartirish, davlat organlari faoliyatini tartibga soluvchi normativ-huquqiy hujjatlarni tizimlashtirish.

O‘zbekiston Respublikasi qonunchiligini rivojlantirish kontseptsiyasini ishlab chiqish.

Idoraviy normativ-huquqiy hujjatlarni qabul qilish vakolatiga ega davlat organlari doirasini qisqartirish, shuningdek ushbu hujjatlar sonini maqbullashtirish ishlarini davom ettirish.

9-maqсад: “Elektron hukumat” tizimini rivojlantirish, elektron davlat xizmatlarining ulushini 100 foizga yetkazish hamda byurokratiyani bartaraf etish.

Davlat xizmatlarini mobil ilovalar orqali ko‘rsatishni kengaytirish.

Davlat xizmatlarini ko‘rsatishda shaxsni identifikatsiya qilishning Mobile ID tizimini joriy qilish.

“Elektron hukumat” tizimi idoralararo integratsiyalashuv platformasi orqali davlat organlari hamda xususiy tijorat tashkilotlari o‘rtasida ma’lumot almashinuvini yo‘lga qo‘yish asosida byurokratik jarayonlarni qisqartirish.

Shaxsga doir ma’lumotlarning himoyasini ta’minlaydigan ruxsat berish hamda xabardor qilish tizimini joriy etish.

Fuqarolarga muddatli, muayyan fakti tasdiqlovchi hujjatlarni berish va almashtirishni hamda kompozit davlat xizmatlarini ularning murojaatini kutmasdan turib taklif etish amaliyotini yo‘lga qo‘yish.

Keksa va nogironligi bo‘lgan shaxslarga davlat xizmatlari ko‘rsatishni soddalashtirish, ularga qulayliklar yaratish.

«Raqamli idora» loyihasi doirasida davlat organlarida ish yurituvini raqamlashtirish orqali ma’muriy tartib-taomillarni optimallashtirish va boshqaruv jarayonini avtomatlashtirish.

“Fuqarolarning raqamli pasporti” loyihasini joriy qilish hisobiga aholidan muayyan faktlarni tasdiqlovchi hujjatlarni talab qilish amaliyotini bekor qilish.

Xorijdagi O'zbekiston fuqarolariga davlat xizmatlarini ko'rsatish amaliyotini kengaytirish.

Davlat xizmatlarini raqamlashtirish va ularning 20 foizini xususiy sektorga o'tkazish.

10-maqсад: Davlat fuqarolik xizmati tizimini zamonaviy standartlar asosida tashkil etish.

Davlat xizmatida korrupsiya omillarini bartaraf etish, kadrlarni tanlov asosida ishga qabul qilish va ular faoliyati samaradorligini baholashning huquqiy asoslarini takomillashtirish.

Davlat xizmatchilari va davlat organlari faoliyatini eng muhim samaradorlik ko'rsatkichlari (KPI) asosida baholash tizimi bo'yicha "Milliy reyting" tizimini joriy etish.

Davlat xizmatchilarining kasbiy tayyorgarlik, moddiy va ijtimoiy ta'minot darajasini oshirish tizimini takomillashtirish.

Mahalliy hokimlik organlari, vazirlik va idoralarga rahbarlik lavozimlari uchun munosib nomzodlarni tayyorlash maqsadida Milliy kadrlar zaxirasini shakllantirish.

Davlat xizmatiga kirish, zaxirani shakllantirish, baholash va xizmatni o'tash bilan bog'liq jarayonlarni raqamlashtirishni nazarda tutuvchi "Raqamli davlat xizmati" loyihasini amalga oshirish.

Davlat organlarida ish vaqti va mehnat me'yorlari bo'yicha talablarni qayta ko'rib chiqish.

11-maqсад: Xalq bilan muloqotning mexanizmlarini takomillashtirish.

Xalq bilan ochiq muloqotning mexanizmlarini yanada takomillashtirish, muhim qarorlarni jamoatchilik fikrini inobatga olgan holda qabul qilish amaliyotini kengaytirish.

Davlat organlariga kelib tushgan murojaatlarni jamlovchi markazlashgan tizimni yaratgan holda ularni ko'rib chiqish muddati va sifati ustidan raqamli nazorat o'rnatish, aholining kundalik turmush tarziga bevosita ta'sir qiluvchi masalalar bo'yicha murojaatlar tezkor va sifatli ko'rib chiqilishini ta'minlash.

“Davlat xalqqa xizmat ko‘rsatishi shart” g‘oyasini tatbiq etishni nazarda tutuvchi “Xalqparvar davlat” milliy dasturi izchil amalga oshirilishini ta’minlash.

Jamoatchilik palatasining faoliyatini samarali tashkil etib, uning fuqarolik jamiyatining boshqa institutlari bilan hamkorligini yo‘lga qo‘yish va aholini qiynayotgan muammolarni hal etish yo‘llarini belgilash jarayoniga faol jalb etish.

12-maqсад: Ta’sirchan jamoatchilik nazoratini amalga oshirishning tashkiliy-huquqiy asoslarini takomillashtirish.

Jamoatchilik nazoratini amalga oshirishning zamonaviy shakllarini rivojlantirish, jamoaviy murojaatlar asosida hududiy, tarmoq va davlat dasturlari ijro sifatini tekshirish amaliyotini joriy etish.

Ayrim davlat funktsiyalarini amalga oshirish jarayoniga jamoatchilik nazorati sub’ektlarini keng jalb qilish, davlat organlari faoliyatini o‘rganishda ijtimoiy so‘rovlar o‘tkazish hamda aniqlangan kamchiliklarni ochiq muhokama qilish amaliyotini yo‘lga qo‘yish.

Aholining ijtimoiy-siyosiy faolligini va saylov madaniyatini oshirish, saylovlarga oid xalqaro standartlarni qonunchilikka implementatsiya qilish ishlarini davom ettirish.

Ommaviy axborot vositalarining roli va jurnalistlarning kasbiy faoliyati himoyasini yanada kuchaytirish, odamlarni qiynayotgan muammolar hamda islohotlarning ijrosi ahvolini o‘rganishda ularning mehnatidan samarali foydalanish.

Ijtimoiy sheriklikning samarasini oshirish, nodavlat notijorat tashkilotlar va fuqarolik jamiyatining boshqa institutlarini davlat tomonidan subsidiyalar, grantlar va ijtimoiy buyurtmalar shakllarida qo‘llab-quvvatlash hajmini ikki barobarga oshirish.

Xalq deputatlari Kengashlari huzuridagi nodavlat notijorat tashkilotlarni va fuqarolik jamiyatining boshqa institutlarini qo‘llab-quvvatlash jamoat fondlariga ajratilayotgan mablag‘lar hajmini yetti barobarga oshirish.

II. MAMLAKATIMIZDA ADOLAT VA QONUN USTUVORLIGI TAMOYILLARINI TARAQQIYOTNING ENG ASOSIY VA ZARUR SHARTIGA AYLANTIRISH

13-maqсад: Mulkiy huquqlarning daxlsizligini ishonchli himoya qilish hamda davlat organlarining mulkiy munosabatlarga noqonuniy aralashuvini cheklash.

Xususiy mulk daxlsizligi va himoyasi kafolatlarini kuchaytirish, mulkiy, shu jumladan yer uchastkasiga bo'lgan huquqlarni so'zsiz ta'minlash.

Xususiy mulk ustuvorligini asosiy tamoyil sifatida belgilash, shu jumladan davlat idorasining rasmiy ma'lumotiga ishonib mol-mulk sotib olgan shaxsning huquqini himoya qilish tizimini joriy etish.

14-maqсад: Qonun ustuvorligi va konstitutsiyaviy qonuniylikni ta'minlash hamda inson qadrini ushbu jarayonning bosh mezoni sifatida belgilash.

Mahkumlar va jazoni o'tab bo'lgan shaxslarning mehnat, ijtimoiy ta'minot va xalqaro e'tirof etilgan boshqa huquqlarini ta'minlash, ularning ijtimoiy moslashuvi va jamiyatga reintegratsiyasiga ko'maklashishning samarali mexanizmlarini joriy etish, ushbu yo'nalishda davlat va jamiyat institutlarining birgalikdagi faoliyatini yo'lga qo'yish.

Fuqarolarga huquqiy ta'sir ko'rsatish, shu jumladan harakatlanish erkinligini cheklash bilan bog'liq choralarni qo'llashda qonuniylikni so'zsiz ta'minlash hamda raqamli texnologiyalarni joriy etish orqali jamoatchilik nazoratini kuchaytirish.

Fuqarolarni yashash joyi bo'yicha hisobga olish tizimini yanada soddalashtirish va aholiga qo'shimcha qulayliklar yaratish, ushbu yo'nalishda boshlangan islohotlarni yakuniga yetkazish.

Jinoyat, jinoyat-protsessual va jinoyat ijroiya qonunchiligini takomillashtirish siyosatini izchil davom ettirish, jinoiy jazolar va ularni ijro etish tizimiga insonparvarlik tamoyilini keng joriy etish.

Qiynoqlarning oldini olish bo'yicha preventiv mexanizmlarni takomillashtirish va ushbu yo'nalishda maxsus qonun qabul qilish.

Yuvenal adliya tizimini shakllantirish hamda bola huquqlari qonunchiligini kodifikatsiyalash.

15-maqсад: Davlat organlari va mansabdor shaxslarning faoliyati ustidan samarali sud nazoratini o‘rnatish hamda fuqaro va tadbirkorlik sub’ektlarining odil sudlovga erishish darajasini oshirish.

Ma’muriy sudlarda mansabdor shaxslarning qarorlari ustidan berilgan shikoyatlarni ko‘rib chiqish tizimini takomillashtirish orqali sud nazoratini qo‘llash sohasini kengaytirish.

“Xabeas korpus” institutini yanada rivojlantirish orqali tergov ustidan sud nazoratini kuchaytirish.

Sud protsessida tomonlarning haqiqiy tenglik va tortishuv tamoyillarini ro‘yobga chiqarish.

Sudlar tizimida «yagona darcha» tamoyilini keng joriy etish maqsadida arizalarni sudga taalluqliligidan qat’iy nazar, qabul qilish va vakolatli sudga yuborish hamda muayyan ish doirasida barcha huquqiy oqibatlarni hal qilishni ta’minlash tizimini joriy etish.

Sud tizimini bosqichma-bosqich raqamlashtirish, byurokratik g‘ov va to‘siqlarni bartaraf etish orqali fuqarolar va tadbirkorlik sub’ektlarining odil sudlovga erishish darajasini tubdan oshirish.

Nizolarni hal etishning muqobil usullaridan keng foydalanish uchun zarur tashkiliy-huquqiy shart-sharoitlarni yaratish, yarashuv institutini qo‘llash doirasini yanada kengaytirish.

Sud hokimiyatining chinakam mustaqilligini ta’minlashda sudyalarning hamjamiyati organlarining rolini yanada oshirish, sudyalarning o‘zini o‘zi boshqarish tamoyilini keng joriy etish hamda sudyalarga g‘ayriqonuniy tarzda ta’sir o‘tkazishning oldini olish bo‘yicha ta’sirchan mexanizmlarni yaratish.

Sudyalarning korpusini shakllantirishda ochiqlik va shaffoflikni ta’minlash, sud tizimidagi rahbarlik lavozimlariga tayinlashda saylanish va hisobdorlik kabi demokratik tamoyillarni joriy etish.

Sud tizimini tartibga soluvchi normativ-huquqiy hujjatlarni tizimlashtirish ishlarini olib borish.

16-maqсад: Jamoat xavfsizligini ta'minlash, huquqbuzarliklarning sodir etilishiga sabab bo'lgan shart-sharoitlarni o'z vaqtida aniqlash va bartaraf etishning samarali tizimini yaratish.

Huquqbuzarliklarning oldini olish tizimini sifat jihatidan yangi bosqichga olib chiqish.

Jamoat tartibini saqlash bo'yicha patrullik xizmati faoliyatini tubdan takomillashtirish, shu jumladan zamonaviy axborot texnologiyalarini joriy etgan holda fuqaroni ichki ishlar bo'limiga tekshirish uchun olib borish amaliyotidan voz kechish.

Yo'l infratuzilmasini takomillashtirish va xavfsiz harakatlanish sharoitlarini yaratish orqali yo'llarda avariya va o'lim holatlarini qisqartirish, shu jumladan harakatni boshqarish tizimini to'liq raqamlashtirish va jamoatchilikning ushbu sohadagi ishlarda keng ishtirokini ta'minlash.

17-maqсад: Huquqni muhofaza qiluvchi organlarning yangi qiyofasini shakllantirish va ularning faoliyatini xalq manfaatlarini, inson qadr-qimmati, huquq va erkinliklarini samarali himoya qilishga yo'naltirish.

Ichki ishlar organlarini xalqning ishonchli himoyachisi sifatida xalqchil professional tuzilmaga aylantirish hamda aholi bilan maqsadli ishlashga yo'naltirish.

Qonuniylikni qat'iy ta'minlovchi, ochiq va adolatli prokuratura faoliyatining mustahkam huquqiy asoslarini yaratish hamda "Qonun – ustuvor, jazo – muqarrar" tamoyilini bosh mezoniga aylantirish.

Tezkor-qidiruv va tergov faoliyati ustidan nazoratni kuchaytirish, fuqarolarning qadr-qimmati va erkinligini samarali himoya qilishning ta'sirchan mexanizmlarini joriy etish.

Huquqni muhofaza qiluvchi organlarda jinoyatlar haqida xabarlarni hisobga olish tizimini tubdan isloh qilish, jinoyatlarni yashirish holatlarining oldini olishda zamonaviy usullardan foydalanish.

18-maqсад: Sud va boshqa organlar hujjatlarining o'z vaqtida va to'liq ijrosini ta'minlash.

Sud va boshqa organlar hujjatlarini ijro etishning samarali mexanizmlarini joriy etish.

Sud va boshqa organlar hujjatlarini ijro etishning muqobil, shu jumladan suddan tashqari usullaridan foydalanish ko‘lamini kengaytirish.

Majburiy ijro organlari faoliyatiga xalqaro standartlarni bosqichma-bosqich joriy etish va ayrim funktsiyalarni (sud hujjatlaridan tashqari) xususiy sektorga o‘tkazish, davlat ijrochilari ish yuklamasini kamaytirish.

19-maqсад: Advokatura institutining inson huquqlari, erkinliklari va qonuniy manfaatlarini himoya qilishdagi salohiyatini tubdan oshirish, shuningdek, aholi va tadbirkorlik sub’ektlarining malakali huquqiy xizmatlarga bo‘lgan talabini to‘liq qondirish.

Advokatura institutini to‘laqonli o‘z-o‘zini boshqarish tizimiga o‘tkazish, Advokatlar palatasi boshqaruv organlarining advokatlar hamjamiyati oldidagi hisobdorligini kuchaytirish, tizimga yosh malakali kadrlarni jalb qilish.

Advokatlar malakasini oshirish tizimining zamonaviy va samarali mexanizmlari va institutsional asoslarini shakllantirish.

Advokatlik faoliyatiga zamonaviy axborot texnologiyalarini joriy qilish orqali ortiqcha byurokratiya va qog‘ozbozlikka chek qo‘yish, sudlar, huquqni muhofaza qiluvchi organlar va boshqa davlat organlari bilan elektron hujjatlar almashinuvini yo‘lga qo‘yish.

Bepul huquqiy yordam ko‘rsatish ko‘lamini kengaytirish, notariat va fuqarolik holatlari dalolatnomalarini yozish organlarining xizmatlaridan ovoragarchiliksiz, shu jumladan masofadan turib va “yagona darcha” tamoyili asosida foydalanishni ta’minlash.

20-maqсад: Faol fuqarolik jamiyatini rivojlantirish hamda fuqarolar o‘rtasida qonunga hurmat va itoat qilish hissini shakllantirish.

Aholining huquqiy madaniyati va ongini yuksaltirish, bu borada davlat organlarining fuqarolik jamiyati institutlari, ommaviy axborot vositalari va ta’lim tashkilotlari bilan o‘zaro samarali hamkorligini yo‘lga qo‘yish.

Tadbirkorlar va aholi, ayniqsa uning kam ta'minlangan qatlamlari uchun huquqiy hujjatlarni yurist ishtirokisiz tayyorlash imkonini beruvchi "Legal Tech" platformasini ishga tushirish.

III. MILLIY IQTISODIYOTNI JADAL RIVOJLANTIRISH VA YUQORI O'SISH SUR'ATLARINI TA'MINLASH

21-maqсад: Iqtisodiyot tarmoqlarida barqaror yuqori o'sish sur'atlarini ta'minlash orqali kelgusi besh yilda aholi jon boshiga yalpi ichki mahsulotni – 1,6 baravar va 2030 yilga borib aholi jon boshiga to'g'ri keladigan daromadni 4 ming AQSH dollaridan oshirish hamda "daromadi o'rtachadan yuqori bo'lgan davlatlar" qatoriga kirish uchun zamin yaratish.

Makroiqtisodiy barqarorlikni ta'minlash va yillik inflyatsiya darajasini 2023 yilgacha bosqichma-bosqich 5 foizgacha pasaytirish.

Davlat byudjeti taqchilligini qisqartirish va 2023 yildan yalpi ichki mahsulotga nisbatan uning 3 foizdan oshib ketmasligini ta'minlash.

Har bir tuman byudjetining kamida 5 foizini "Fuqarolar byudjeti" dasturi doirasida aholining takliflari asosida eng dolzarb muammolarni yechishga sarflashni tashkil qilish.

Davlat qarzini boshqarishda yiliga yangi jalb qilingan tashqi qarz miqdori 4,5 milliard AQSH dollaridan oshib ketmasligini ta'minlash.

22-maqсад: Milliy iqtisodiyot barqarorligini ta'minlash va yalpi ichki mahsulotda sanoat ulushini oshirishga qaratilgan sanoat siyosatini davom ettirib, sanoat mahsulotlarini ishlab chiqarish hajmini 1,4 baravarga oshirish.

Sanoatning yetakchi tarmoqlari va iqtisodiyotni yanada liberallashtirish hamda transformatsiya jarayonlarini yakunlash.

Energiya resurslari va tabiiy gaz bozorlarini ijtimoiy himoya kafolatlarini belgilagan holda erkinlashtirib, sohaga xususiy investitsiyalarni keng jalb qilish hamda ehtiyojmand aholini himoya qilish uchun ijtimoiy iste'mol normalarini kiritish.

Iqtisodiyot tarmoqlari va aholiga neft-gaz mahsulotlarini uzluksiz yetkazib berilishini ta'minlash.

Mis sanoati klasterini tashkil etish orqali mis va boshqa mahsulotlar ishlab chiqarish hajmini 2 baravar ko'paytirish hamda 8 milliard dollarlik mahsulot ishlab chiqarish uchun asos yaratish.

Kimyo va gaz-kimyosi sohalarini rivojlantirish va tabiiy gazni qayta ishlash darajasini 8 foizdan 20 foizga yetkazish orqali kimyo sanoatida 2 milliard AQSH dollariga teng mahsulot ishlab chiqarish.

Avtomobil sanoatida kooperatsiyani yanada rivojlantirish orqali ishlab chiqarish hajmini 1,4 baravarga, eksport hajmini 2 baravarga ko'paytirish va mahalliyashtirish darajasini oshirish. Chirchiq shahrida qishloq xo'jaligi mashinasozligi ishlab chiqarishini yagona sanoat klasteri usulida tashkil etish.

Qurilish materiallari ishlab chiqarish hajmini 2 baravarga ko'paytirish.

To'qimachilik sanoati mahsulotlari ishlab chiqarish hajmini 2 baravarga ko'paytirish.

Charm-poyabzal sohasini rivojlantirish orqali ishlab chiqarish hajmini 3 baravarga ko'paytirish.

Farmatsevtika sanoati mahsulotlari ishlab chiqarish hajmini 3 baravar ko'paytirish va mahalliy bozorni ta'minlash darajasini 80 foizga yetkazish.

Elektrotexnika sanoatida yuqori qiymatli mahsulotlar ishlab chiqarish hajmini 2 baravarga va eksportini 3 baravarga oshirish.

Mebel mahsulotlari ishlab chiqarish hajmini 2,8 baravarga ko'paytirish.

Oziq-ovqat sanoatini rivojlantirish dasturini amalga oshirish.

Yirik sanoat tarmoqlari va hududiy korxonalar o'rtasida sanoat kooperatsiyasini rivojlantirish.

Sanoat tarmoqlarida mehnat unumdorligini oshirish dasturlarini keng joriy qilish.

23-maqсад: Geologiya-qidiruv ishlari hajmini keskin oshirish, sohaga xususiy investorlar va ilg'or xorijiy kompaniyalarni keng jalb qilish.

Istiqbolli maydonlarda geologiya-qidiruv va konlarda qazib olish ishlariga shaffof mexanizmlar asosida mahalliy va xorijiy investorlarni keng jalb qilish.

Iqtisodiyot uchun zarur mineral xom ashyo bazasini kengaytirish.

Uglevodorod xom ashyosi mavjud konlar, geologiya-qidiruv maydon va strukturalarini tahlil qilgan holda ularga shaffof mexanizmlar asosida investorlarni jalb qilish orqali qazib chiqarish hajmlarini oshirish.

Geologiya sohasida zamonaviy ta'lim standartlarini keng joriy etgan holda malakali kadrlarni tayyorlash tizimini yo'lga qo'yish hamda ilmiy tadqiqot natijalarini amaliyotga tatbiq etish.

24-maqсад: Iqtisodiyotni elektr energiyasi bilan uzluksiz ta'minlash hamda “Yashil iqtisodiyot” texnologiyalarini barcha sohalarga faol joriy etish, iqtisodiyotning energiya samaradorligini 20 foizga oshirish.

2026-yilga kelib elektr energiyasi ishlab chiqarish ko'rsatkichini qo'shimcha 30 milliard kVt.soatga oshirib, jami 100 milliard kVt.soatga yetkazish.

2026-yilga qadar qayta tiklanuvchi energiya manbalari ulushini 25 foizga yetkazish evaziga yiliga qariyb 3 milliard kub metr tabiiy gazni tejash.

O'zbekiston energetika tizimining qo'shni davlatlar energetika tizimlari bilan barqaror ishlashini ta'minlash.

Sanoat tarmoqlarida yo'qotishlarni kamaytirish va resurslarni ishlatish samaradorligini oshirish.

Uy-joy-kommunal xo'jaligi, ijtimoiy soha obe'ktlari va boshqa sohalarda qayta tiklanuvchi energiya manbalarini keng joriy etish va energiya samaradorligini oshirish.

Elektromobillar ishlab chiqarish va ulardan foydalanish bo'yicha choralarni ko'rish.

Iqtisodiyot tarmoqlarining havoga chiqaradigan zararli gazlar hajmini bir birlik Yalpi ichki mahsulot hisobida 10 foizga qisqartirish.

25-maqсад: Raqamli iqtisodiyotni asosiy “drayver” sohaga aylantirib, uning hajmini kamida 2,5 baravar oshirishga qaratilgan ishlarni olib borish.

Raqamli infratuzilmani yanada rivojlantirish orqali barcha aholi maskanlarini va ijtimoiy obe'ktlarni hamda magistral avtomobil yo'llarini keng polosali ulanish tarmoqlari bilan qamrab olish.

Iqtisodiyotning real sektorida hamda moliya va bank sohalarida ishlab chiqarish va operatsion jarayonlarni raqamlashtirish darajasini 2026-yil yakuniga qadar 70 foizgacha oshirish.

Dasturiy mahsulotlar industriyasi hajmini 5 baravar, ularning eksportini esa 10 baravar oshirib, 500 million AQSH dollariga yetkazish.

26-maqсад: Mamlakatda investitsiya muhitini yanada yaxshilash va uning jozibadorligini oshirish, kelgusi besh yilda 120 milliard AQSH dollari, jumladan 70 milliard dollar xorijiy investitsiyalarni jalb etish choralarini ko‘rish.

Investitsiyalardan samarali foydalanish hamda eksport hajmlarini oshirish bo‘yicha, “pastdan-yuqoriga” tamoyili asosida, yangi tizimni yo‘lga qo‘yish.

2026-yilgacha Xorijiy va mahalliy investitsiyalarni jalb etish strategiyasini amalga oshirish.

Davlat-xususiy sheriklik asosida energetika, transport, sog‘liqni saqlash, ta‘lim, ekologiya, kommunal xizmatlar, suv xo‘jaligi va boshqa sohalarga 14 milliard AQSH dollarga teng investitsiya jalb etish.

Respublika hududlari va xorijiy mamlakatlar biznes vakillari o‘rtasida tashqi iqtisodiy aloqalarni o‘rnatish, jumladan Sirdaryo viloyatining Xitoy Xalq Respublikasi, Surxondaryo viloyatining Rossiya Federatsiyasi hamda Jizzax viloyatining Hindiston biznes doiralari bilan investitsiya va tashqi savdo aloqalarini rivojlantirish.

Surxondaryo viloyatida “Investorlarga ko‘mak markazi”, Navoiy viloyatida Navoiy kon-metallurgiya kombinati tomonidan “Biznesga ko‘maklashish markazi” va Toshkent shahrida “Ilg‘or loyihalar va injiniring markazi” va har bir tumanda “Innovatsiya va texnologiya markazlari” tashkil qilib, tadbirkorlarga amaliy yordam ko‘rsatish.

Toshkent shahrida har yili “Toshkent xalqaro investitsiya forumi”ni o‘tkazib borish.

27-maqсад: Iqtisodiyotda moliyaviy resurslarni ko‘paytirish maqsadida, kelgusi 5 yilda fond bozori aylanmasini 200 million AQSH dollaridan 7 milliard AQSH dollariga yetkazish.

Mamlakatimizda kapital harakatini bosqichma-bosqich erkinlashtirish hamda yirik korxonalarni va ulardagi ulushlarni (aktsiyalarni), shu jumladan fond birjasi orqali xususiylashtirish.

Davlat ulushiga ega tijorat banklarida transformatsiya jarayonlarini yakunlab, 2026-yil yakuniga qadar bank aktivlarida xususiy sektor ulushini 60 foizgacha yetkazish.

28-maqсад: Respublikaning eksport salohiyatini oshirish orqali 2026 yilda respublika eksport hajmlarini 30 milliard AQSH dollariga yetkazish.

Eksportchi korxonalar faoliyatini qo‘llab-quvvatlash tizimini faol davom ettirish orqali respublika eksport salohiyatini oshirish.

Mavjud imkoniyatlarni to‘liq ishga solgan holda mahalliy sanoat tarmoqlari eksport salohiyatini yanada rivojlantirish.

Tashqi bozor va xalqaro talablarga javob beradigan standartlarni joriy etish va mashhur brendlarni jalb qilish.

Xususiy sektorning eksportdagi ulushini 60 foizga yetkazish.

Avtotransport vositalari eksportini 3 baravarga oshirish va 1 milliard AQSH dollariga yetkazish.

Turizm, transport, axborot-kommunikatsiya, jumladan dasturiy ta’minotlar va boshqa xizmatlar eksportini 1,7 baravarga oshirish yoki 4,3 milliard AQSH dollariga yetkazish.

Eksportchi korxonalarga ko‘rsatilayotgan tashkiliy va moliyaviy yordam berish tizimini takomillashtirish.

Eksport tarkibida tayyor va yarim tayyor mahsulotlar hajmini 3,3 baravar ko‘paytirib, Yevropa davlatlariga GSP+ tizimi doirasida tayyor mahsulotlar eksportini kengaytirish.

Mahalliy ishlab chiqaruvchi korxonalar tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulotlarni xorijiy davlatlarga chiqarishda ko‘maklashish tizimini takomillashtirish hisobiga eksportchi korxonalar sonini hozirgi 6 500 tadan 15 000 taga, tovarlarning eksport geografiyasini 115 tadan 150 taga yetkazish.

“Yangi O‘zbekiston – raqobatbardosh mahsulotlar yurti” g‘oyasi asosida 200 ta eksportchini ochiq tanlov asosida saralab, ularni yetakchi eksportyorlarga aylantirish va har tomonlama qo‘llab-quvvatlash.

Qo‘shni davlatlar bilan chegara hududlarda erkin savdo zonalarini faoliyatini yo‘lga qo‘yish.

29-maqсад: Tadbirkorlik faoliyatini tashkil qilish va doimiy daromad manbalarini shakllantirish uchun sharoitlar yaratish, xususiy sektorning Yalpi ichki mahsulotdagi ulushini 80 foizga va eksportdagi ulushini 60 foizga yetkazish.

Har yili O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining tadbirkorlar bilan «Ochiq muloqoti»ni o‘tkazish.

Hududlarda 200 ta yangi sanoat zonalarini tashkil etish va biznes-inkubatorlar tizimini rivojlantirish. Sharoiti og‘ir bo‘lgan tumanlarda tadbirkorlikni rivojlantirish uchun yanada qulay shart-sharoitlar yaratish.

Ilg‘or xorijiy tajriba asosida faktoring amaliyotini rivojlantirish.

2026 yilga borib tadbirkorlik sub’ektlariga soliq yuklamasini yalpi ichki mahsulotning 27,5 foizidan 25 foizi darajasiga kamaytirish.

Hududlarda tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash, ishsizlik va kambag‘allikni qisqartirish bo‘yicha mavjud tuzilmalar faoliyatini takomillashtirish.

Tadbirkorlik sub’ektlari o‘z faoliyatini boshlashi uchun zarur ma’lumotlarni erkin foydalanishga chiqarish. Qurilish faoliyatida qurilish nuqsonlari yoki muammolarining oldini olish.

Iqtisodiyotda davlat ishtirokini qisqartirish va xususiy sektorga keng yo‘l ochish. Iqtisodiy munosabatlarda erkin bozor tamoyillarini joriy etishni kengaytirish.

30-maqсад: Qishloq xo‘jaligini ilmiy asosda intensiv rivojlantirish orqali dehqon va fermerlar daromadini kamida 2 baravar oshirish, qishloq xo‘jaligining yillik o‘sishini kamida 5 foizga yetkazish.

Tumanlarni aniq mahsulot turini yetishtirishga ixtisoslashtirish.

Qishloq xo'jaligida davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash ko'lamini kengaytirish va sug'urtalashning yangi mexanizmlarini amalga oshirish.

Yangi va foydalanishdan chiqqan 464 ming gektar maydonni o'zlashtirish va klasterlarga ochiq tanlov asosida ajratish. 200 ming gektar paxta va g'alla maydonlarini qisqartirish hamda aholiga ochiq tanlov asosida uzoq muddatli ijaraga berish.

Eksportbop mahsulotlar yetishtirish hamda meva-sabzavotchilikni rivojlantirish, intensiv bog'lar maydonini 3 baravar va issiqxonalarini 2 baravar ko'paytirib, eksport salohiyatini yana 1 milliard AQSH dollariga oshirish.

Tuproq unumdorligini oshirish va muhofaza qilish.

Ilm-fan va innovatsiyaga asoslangan agroxizmatlar ko'rsatish tizimini takomillashtirish. Agrosanoat korxonalarini xom ashyo bilan ta'minlash va ishlab chiqarish hajmini 1,5 baravar oshirish.

Agrologistika markazlarini rivojlantirish va zamonaviy laboratoriyalar sonini ko'paytirish. Urug'chilik va ko'chat yetishtirish bo'yicha milliy dasturni amalga oshirish.

Nufuzli xalqaro ilmiy markazlar va oliy ta'lim muassasalari bilan birgalikda Xalqaro qishloq xo'jaligi universitetini tashkil etish. Agrar sohada ilm-fan va amaliyot integratsiyasini chuqurlashtirish.

Aholi tomonidan tomorqalardan samarali foydalanilishi uchun sharoitlar yaratish.

31-maqсад: Suv resurslarini boshqarish tizimini tubdan isloh qilish va suvni iqtisod qilish bo'yicha alohida davlat dasturini amalga oshirish.

Suv resurslaridan samarali foydalanish hisobiga kamida 7 milliard kub metr suvni iqtisod qilish.

Suv xo'jaligi obe'ktlarida elektr energiyasi iste'molini kamaytirish.

Suv xo'jaligi obe'ktlarini davlat-xususiy sheriklik tamoyillari asosida boshqarish.

32-maqсад: Chorvachilik ozuqa bazasini kengaytirish va ishlab chiqarish hajmini 1,5 - 2 baravar ko'paytirish.

Chorvachilik mahsulotlari ishlab chiqarish hajmlarini 1,5 - 2 barobarga oshirish.

Chorvachilik ozuqa bazasini mustahkamlash.

33-maqсад: Hududlarni mutanosib rivojlantirish orqali hududiy iqtisodiyotni 1,4 - 1,6 baravarga oshirish.

14 ta hudud bo'yicha tuman va shaharlar kesimida ishlab chiqilgan besh yillik hududiy dasturlarni amalga oshirish. Ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish reyting ko'rsatkichlari "qoniqarsiz" bo'lgan shahar va tumanlar bo'yicha amaliy chora-tadbirlar dasturini ishlab chiqish va amalga oshirish.

Hududlarda aholining yashash sharoitini yaxshilash uchun urbanizatsiya siyosatini yanada takomillashtirish. Samarqand va Namangan shaharlarini istiqbolda "millionlik shaharlar"ga aylantirish bo'yicha choralar ko'rish. 450 ming aholiga mo'ljallangan Yangi Andijon shahrining dastlabki bir nechta mavzellarini qurib, foydalanishga topshirish. Qashqadaryo viloyatining urbanizatsiya darajasini 50 foizga yetkazish.

Shaharlardagi aholining turmush tarzi qulayligini baholovchi "Shaharlar qulayligi" indeksini joriy etish.

Shaharlarni raqamlashtirish, qurilish va loyihalashtirish ishlari sifatini oshirish va "Aqlli Shahar" kontseptsiyasiga muvofiq rivojlantirish.

Toshkent shahrida barpo etilgan "INNO" innovatsion o'quv-ishlab chiqarish texnoparkini 4 ta hududda tashkil etish. Innovatsion hududga aylantirilayotgan tumanlarda yuqori qo'shilgan qiymat yaratadigan innovatsion mahsulotlar ishlab chiqarish texnologiyalarini o'zlashtirish.

Oliy ta'lim muassasalarida arxitektura-qurilish sohasida olib borilayotgan ilmiy izlanishlarni amaliyot bilan uyg'unlashtirish.

Qurilish sohasini texnik tartibga solish. Aholi punktlarining shaharsozlik hujjatlarini ishlab chiqish tizimini tubdan takomillashtirish va shaharsozlik hujjatlari bilan ta'minlash dasturini ishlab chiqib, amalga oshirish.

Aholini joylashtirishning bosh sxemasini ishlab chiqish. Renovatsiya va uy-joylar dasturlari asosida shaharlarda eskirgan uylar o'rniga 19 million kvadrat metrdan ortiq zamonaviy uy-joylarni barpo etish, 275 mingdan ziyod oilaning yangi massivlarga ko'chib o'tishi uchun sharoit yaratish.

34-maqсад: Hududlarning muhandislik-kommunikatsiya va ijtimoiy infratuzilma tizimini hamda xizmat ko‘rsatish va servis sohalarini rivojlantirish.

“Obod qishloq” va “Obod mahalla” dasturlari doirasida hududlarning “o‘sish nuqtalari”dan kelib chiqib, muhandislik-kommunikatsiya va ijtimoiy infratuzilma obe‘ktlarini qurishga alohida e‘tibor qaratish.

Respublika hududlarida qariyb 80 ming kilometr magistral va taqsimlovchi elektr tarmoqlari, 20 mingdan ortiq transformator punktlari hamda 200 dan ziyod podstantsiyani qurish va yangilash.

Respublika aholisining ichimlik suvi bilan ta‘minlanganlik darajasini 87 foizga yetkazish, 32 ta yirik shaharlar va 155 ta tuman markazlarida oqova suv tizimlarini yangilash.

Suv ta‘minoti quvurlaridagi suv sirqish nuqtalarini sun‘iy yo‘ldosh texnologiyasi orqali masofadan zondlab aniqlash va ta‘mirlashga zamonaviy texnologiyalarni joriy etish.

Toshkent shahrida oqova suvini tozalash tizimini shahar hududidan tashqariga chiqarib, davlat-xususiy sheriklik asosida yangi inshootlarni barpo etish.

Hududlarda xizmat ko‘rsatish va servis sohalarini rivojlantirish orqali keyingi 5 yilda xizmat ko‘rsatish hajmini 3 baravarga oshirish hamda ushbu yo‘nalishda jami 3,5 million yangi ish o‘rinlarini yaratish.

Shahar va tumanlar markazlarida aholining kundalik ehtiyoji yuqori bo‘lgan maishiy va kommunal xizmatlarni rivojlantirish bo‘yicha pullik santexnika, elektrik, uy jihozlarini ta‘mirlash, keytering kabi xizmatlarni ko‘rsatish punktlarini rivojlantirish.

Respublika hududlarida savdo va yo‘lbo‘yi xizmatlarini rivojlantirish orqali 130 ta zamonaviy bozorlar va savdo komplekslari, shuningdek, yo‘lbo‘yi infratuzilmasini rivojlantirish bo‘yicha 65 ta yirik hamda 5000 ta kichik xizmat ko‘rsatish obe‘ktlarini tashkil etish.

Servis sohasida yashirin iqtisodiyot ulushini 3 baravarga qisqartirish. Xizmatlar sohasining jozibadorligini oshirish maqsadida sohadagi tadbirkorlik sub‘ektlariga qo‘shimcha imtiyozlar taqdim etish.

35-maqсад: “O‘zbekiston bo‘ylab sayohat qiling” dasturi doirasida mahalliy sayyohlar sonini 12 million nafardan oshirish hamda respublikaga tashrif buyuradigan xorijiy turistlar sonini 9 million nafarga yetkazish.

To‘siqsiz turizm infratuzilmasini mamlakatning asosiy turizm shaharlarida keng joriy qilish. 2026-yilgacha turizm sohasida band bo‘lgan aholi sonini 2 baravar oshirib, 520 ming nafarga yetkazish.

Turizm va madaniy meros obe’ktlari infratuzilmasini rivojlantirish hamda 8 mingdan ortiq madaniy meros obe’ktlaridan samarali foydalanish bo‘yicha davlat dasturini qabul qilish.

Zomin, Forish, Baxmal tumanlari va “Aydar-Arnasoy” ko‘llar tizimida qo‘shimcha turistik zonalar va dam olish maskanlarini barpo etish, 300 million AQSH dollariga teng loyihalarni amalga oshirish, 25 ming ish o‘rinini yaratish.

Samarqandni “Turizm darvozasi”ga aylantirish orqali kelgusi besh yilda turizm xizmatlari hajmini kamida 10 baravarga oshirish. Turizm sohasida 40 ming kishi bandligini ta’minlash. 2022-yilda “Abadiy Shahar” tarixiy majmuasini o‘z ichiga olgan Samarqand turizm markazini va zaruriy infratuzilmani tashkil etish.

Qoraqalpog‘iston Respublikasi va Orol bo‘yida ekoturizmni rivojlantirish bo‘yicha alohida dasturni amalga oshirish. Bunda, Mo‘ynoqning yangi aeroporti imkoniyatlaridan keng foydalanish.

Xorazm viloyatida turizm yangi ish o‘rinlarini yaratishda asosiy drayver soha bo‘lishi uchun alohida dastur qabul qilish.

Buxoro viloyatida turizmni jadal rivojlantirish bo‘yicha alohida dasturni amalga oshirish.

Navoiy viloyatida ziyorat va ekoturizm salohiyatidan samarali foydalanish.

Toshkent shahrida turizm infratuzilmasini yanada yaxshilash.

Toshkent viloyatida turizm salohiyatini yangi bosqichga olib chiqish bo‘yicha alohida dastur ishlab chiqish.

36-maqсад: Barcha transport turlarini uzviy bog‘lagan holda yagona transport tizimini rivojlantirish, yirik shaharlar o‘rtasida kunlik transport qatnovlari asosida manzilga yetib borish va qaytib kelish imkoniyatini yaratish.

Toshkent shahri va hududlarda jamoat transporti tizimini takomillashtirish va uning infratuzilmasini rivojlantirish.

Shaharlararo va shahar atrofi temir yo‘l qatnovlari jozibadorligini oshirish.

Transport va logistika xizmatlari bozori va infratuzilmasini rivojlantirish, temir yo‘l infratuzilmasini elektrlashtirish darajasini 60 foizga yetkazish va avtomobil yo‘llari tarmog‘ini jadal rivojlantirish.

Transport sohasida tashqi savdo uchun “yashil koridorlar” hamda tranzit imkoniyatlarini kengaytirish va tranzit yuk hajmini 15 million tonnaga yetkazish.

IV. ADOLATLI IJTIMOIIY SIYOSAT YURITISH, INSON KAPITALINI RIVOJLANTIRISH

37-maqсад: Har bir fuqaroga davlat hisobidan aniq kasb-hunarga o‘qish imkoniyatini yaratish. Kasbga o‘qitish ko‘lamini 2 baravar oshirib, jami 1 million nafar ishsiz fuqaroni kasb-hunarlariga o‘qitish va bu jarayonda nodavlat ta‘lim muassasalarining ishtirokini 30 foizga yetkazish.

Kasbiy ta‘lim bilan tizimli ravishda shug‘ullanish masalalarini to‘liq ravishda Bandlik va mehnat munosabatlari vazirligi ixtiyoriga o‘tkazish.

Kasbga o‘qitish ko‘lamini 2 baravarga oshirish, jami 1 million nafar ishsiz fuqarolarni kasb-hunarga o‘qitish.

Umumta‘lim maktablarining kasb o‘rganish istagidagi bitiruvchilarini davlat tomonidan kamida bir kasbni egallashiga ko‘maklashuvchi tizimni joriy etish.

38-maqсад: Maktabgacha ta‘limdagi qamrov darajasini hozirgi 67 foizdan kamida 80 foizga yetkazish.

2022/2023 yillarda 6 yoshli bolalarni maktabgacha tayyorlov tizimi bilan qamrab olish darajasini 90 foizga, 2024/2025 o‘quv yili yakuniga qadar 100 foizga yetkazish.

Maktabgacha ta‘lim tizimiga xususiy sektor mablag‘larini jalb qilish orqali 7 mingdan ziyod yangi nodavlat maktabgacha ta‘lim tashkilotlarini tashkil etish.

39-maqсад: Maktabgacha ta‘lim tizimida ta‘lim sifatini yangi bosqichga olib chiqish.

Bog'cha xodimlarining professional tayyorgarligi va mahoratini oshirib borishning takomillashtirilgan tizimini joriy etish.

2022 - 2026 yillarda 160 mingdan ziyod pedagog kadrlarning malakasini oshirish.

Maktabgacha ta'lim-tarbiya jarayonlarini ilmiy asoslangan yondashuvlar asosida takomillashtirish.

40-maqсад: Maktabgacha ta'lim tizimida byudjet mablag'larining maqsadli va samarali sarflanishini ta'minlash.

Maktabgacha ta'lim tizimida moliyaviy jarayonlarning shaffof tarzda amalga oshirilishi uchun zarur sharoitlarni yaratish.

41-maqсад: Maktablarni rivojlantirish milliy dasturini joriy etish orqali xalq ta'limi tizimida qo'shimcha 1,2 million o'quvchi o'rni yaratish.

Yangi maktablar qurish, xususiy maktablarni ko'paytirish, ta'lim sifatini oshirishni nazarda tutuvchi milliy dasturni ishlab chiqish va amalga oshirish.

O'quv o'rinlari sonini 2026 yil yakuniga qadar 6,4 milliongacha yetkazish.

Nodavlat ta'lim xizmatlari ko'rsatuvchi tashkilotlarga sharoit va imkoniyatlarni kengaytirish orqali ularning ulushini 2026 yilda 8 foizga, shu jumladan 2022 yilda 3 foizga oshirish.

2022 - 2026 yillarda 217 ta "Barkamol avlod" bolalar maktabini rivojlantirish bo'yicha dasturni amalga oshirish.

Yoshlarni san'at dunyosiga oshno etish, kompyuter va IT texnologiyalari sohasida bilim va ko'nikmalarga ega bo'lishlari uchun zarur jihozlar bilan ta'minlangan 100 mingdan ortiq bepul to'garaklar faoliyatini yo'lga qo'yish.

Chekka hududlarda maktab hamda maktabgacha ta'lim muassasalarigacha transport qatnovini yo'lga qo'yish.

42-maqсад: 2026 yilga qadar o'quv dasturlari va darsliklarni ilg'or xorijiy tajriba asosida to'la qayta ko'rib chiqib, amalda joriy etish.

Milliy o'quv dasturiga asosan 2026-yilga qadar 699 nomdagi, shu jumladan 2022-yilda 296 nomdagi yangi darsliklar, mashq daftarlari, o'qituvchi metodika kitoblari hamda mobil ilovalarni yaratish.

Milliy o'quv dasturi bo'yicha yangi metodikalarga o'qituvchilarni o'qitish maqsadida Elektron malaka oshirish platformasi uchun 2026-yilga qadar jami 769 ta videodars yaratish.

Umumta'lim maktablarida darslik va o'quv-metodik majmualarni tajriba-sinovdan hamda chet ellik mutaxassislar ishtirokida ekspertizadan o'tkazish tizimini joriy etish.

43-maqсад: Malakali o'qituvchilarning oylik maoshlarini bosqichma-bosqich 1000 AQSH dollari ekvivalentiga yetkazish.

Iqtidorli o'qituvchilarning ish haqlarini malaka toifasiga qarab tabaqalashtirilgan holda oshirib borish.

O'qituvchilarga malaka toifalarini berish tartibini tubdan qayta ko'rib chiqish hamda malakani baholash metodikasi asosida adolatli va shaffof tizimni joriy etish.

44-maqсад: Maktablarda ta'lim sifatini oshirish, pedagog-kadrlarning bilimi va malakasini xalqaro darajaga olib chiqish.

Maktabda faoliyat olib borishi uchun har bir fan bo'yicha mahalliy yoki xalqaro sertifikatga talablarini belgilash.

Toifaga ega bo'lmagan maktab o'qituvchilarining bilim va ko'nikmalarini diagnostikadan o'tkazish.

Umumta'lim maktablarini, ayniqsa, chekka hududlardagi ta'lim maskanlarini oliy ma'lumotli pedagog kadrlar bilan to'ldirish ishlarini davom ettirish.

Maktablarda direktor va uning o'rinbosarlarini tayinlash tizimini maktab o'qituvchilari va ota-onalarning ishtiroki ta'minlanishini nazarda tutgan holda yanada takomillashtirish.

Xalq ta'limi tizimi tuman bo'linmalari faoliyatini to'liq raqamlashtirish hisobiga optimallashtirish.

45-maqсад: Qoraqalpog'iston Respublikasi va Xorazm viloyatida boshlang'ich sinf o'quvchilarini bosqichma-bosqich bepul ovqat bilan ta'minlash.

Qoraqalpog‘iston Respublikasi va Xorazm viloyatida tajriba-sinov tariqasida boshlang‘ich sinf (1 - 4-sinf) o‘quvchilarini bepul ovqat bilan ta‘minlash tizimini joriy etish.

Tajriba-sinov natijalariga ko‘ra boshlang‘ich sinf (1-4-sinf) o‘quvchilarini bepul ovqat bilan ta‘minlash tizimini kengaytirish masalasini ko‘rib chiqish.

46-maqсад: Oliy ta‘lim bilan qamrov darajasini 50 foizga yetkazish va ta‘lim sifatini oshirish.

Kadrlar buyurtmachilari takliflari asosida qabul parametrlarini 2022-yilda oshirish.

2022-yilda yoshlarni oliy ta‘lim bilan qamrov darajasini 38 foizga yetkazish.

To‘lov-kontrakt asosida o‘qishga qabul qilish parametrlarini oliy ta‘lim muassasalari tomonidan mustaqil belgilash tartibini joriy etish.

2026 yilda qabul ko‘rsatkichini kamida 250 mingga yetkazish.

Davlat oliy ta‘lim muassasalariga akademik va moliyaviy mustaqillik berish, shu jumladan ular tomonidan mehnatga haq to‘lash, xodimlar soni, to‘lov-kontrakt miqdori va ta‘lim shaklini mustaqil belgilash amaliyotini yo‘lga qo‘yish.

Davlat oliy ta‘lim muassasalarining tegishli huquq va vakolatlarini aniq belgilash.

47-maqсад: 2026 yilga qadar 10 ta salohiyatli oliy ta‘lim muassasasini QS va TNE xalqaro reytinglariga kirishga maqsadli tayyorlash.

Oliy ta‘lim muassasalarining QS va TNE xalqaro reytinglariga kirishi uchun maqsadli dasturni ishlab chiqish.

10 ta salohiyatli oliy ta‘lim muassasasini tanlash.

Salohiyati va o‘ziga xos xususiyatidan kelib chiqib, xalqaro reytinglarga kiritish bo‘yicha 5 yilga mo‘ljallangan maqsadli dasturlarni ishlab chiqish va tasdiqlash.

48-maqсад: Qariyb 100 ming o‘rinli talabalar turar joylarini barpo etish.

Talabalar turar joylarini davlat-xususiy sheriklik asosida barpo etishda loyihalarni moliyalashtirishning maqbul usullarini yo‘lga qo‘yish.

2022-yilda 18 800 o‘rinli 47 ta talabalar turar joylarini barpo etish.

2026-yilga qadar 72 400 o‘rinli 181 ta talabalar turar joylarini barpo etish natijasida talabalarni yotoqxona bilan ta‘minlash darajasini 60 foizdan oshirish.

**49-maqсад: 2026 yilgacha nodavlat oliy ta'lim tashkilotlari sonini kamida
50 taga yetkazish.**

2022-yilda Navoiy, Samarqand, Surxondaryo, Qashqadaryo viloyatlari va Toshkent shahrida kamida 1 tadan nodavlat oliy ta'lim tashkilotini tashkil etish orqali ularning jami sonini 34 taga yetkazish.

Qoraqalpog'iston Respublikasida 5 ta nufuzli mahalliy va xorijiy oliygohlarning filiallarini hamda Toshkent viloyatida 5 ming nafar talabaga mo'ljallangan Nurafshon davlat universitetini tashkil etish.

Andijon viloyatida 4 ta xususiy oliygoh tashkil etish. Natijada hududdagi yoshlarni oliy ta'lim bilan qamrovini 23 foizdan 50 foizga yetkazish.

Namanganda kelgusi 5 yilda 7 ta oliygoh tashkil etib, jami oliy o'quv yurtlari sonini 10 taga yetkazish.

Samarqand shahrida 20 ming nafar talabaga mo'ljallangan «Yoshlar shaharchasi»ni barpo etib, unda kamida 4 ta xorijiy universitetning filial va kampuslarini joylashtirish. Xorijiy davlatlarning yetakchi texnika universiteti bilan birgalikda Samarqand texnologiya universitetini tashkil etish.

Urganch davlat universiteti qoshida Muhammad Al-Xorazmiy nomidagi xalqaro matematika markazi va jamg'armasini, O'zbekiston davlat xoreografiya akademiyasining Urganch filiali va uning qoshida Urganch boshlang'ich raqs san'ati maktab-internatini tashkil etish.

2026-yilga qadar respublika hududlarida kamida 1 tadan nodavlat oliy ta'lim tashkilotlarini tashkil etish orqali ularning sonini 50 taga yetkazish.

50-maqсад: “El-yurt umidi” jamg'armasi orqali erkin va ijodiy fikrlaydigan yoshlarni nufuzli xorijiy oliygohlarga o'qishga yuborish ko'lamini 2 baravarga oshirish, bunda yoshlarning 50 foizini texnik, aniq fanlar va IT sohalariga o'qitish.

Xorijiy davlatlarning eng nufuzli universitetlarida bakalavriat, magistratura va doktoranturada ta'lim olish uchun ochiq saralash tanlovlarini o'tkazish.

Xorijiy oliy ta'lim muassasalarining bakalavriat, magistratura va doktorantura ta'lim dasturlarida qatnashish maqsadida Jamg'arma tomonidan ochiq tanlov e'lon qilish va o'tkazish.

51-maqсад: Iqtisodiyotga innovatsiyalarni keng joriy qilish, sanoat korxonalari va ilm-fan muassasalarining kooperatsiya aloqalarini rivojlantirish.

Innovatsion hududga aylantirilayotgan tumanlarda mavjud analoglaridan 50 foizgacha arzonlashtirilgan va sifatli, xom ashyo narxiga nisbatan 2-3 baravar yuqori qo'shilgan qiymat yaratadigan innovatsion mahsulotlar ishlab chiqarish texnologiyalarini o'zlashtirish, shu jumladan umumiy qiymati 165,9 milliard so'mlik jami 195 ta loyihani amalga oshirish.

Oliy ta'limdan keyingi ta'lim institutlarida to'lov-grant asosida o'qishni tashkil etish.

52-maqсад: Global innovatsion indeksda O'zbekiston Respublikasining o'rnini yaxshilash va 2030 yilga qadar top-50 mamlakatlari qatoriga kirish.

Global innovatsion indeksda qayd etilgan past indiqatorlar bo'yicha O'zbekiston pozitsiyasini yaxshilash.

Innovatsion loyihalarni amalga oshirish uchun barcha yo'nalishlarda keng imkoniyatlarni yaratish, tadqiqotlarni va innovatsion tashabbuslarni qo'llab-quvvatlashning zamonaviy mexanizmlarini joriy qilish.

53-maqсад: Aholi uchun majburiy ijtimoiy kafolatlarni ta'minlash, ehtiyojmand qatlamlarning ijtimoiy himoyasini kuchaytirish.

Aholining muhtoj qismini zamonaviy protez-ortopediya buyumlari va reabilitatsiya vositalari bilan ta'minlash darajasini 60 foizga yetkazish.

Majburiy ijtimoiy kafolatlar bo'yicha qonunchilikni tizimlashtirish va takomillashtirish, belgilangan ijtimoiy himoyaning qat'iy ta'minlanishini nazorat qilish.

Majburiy ijtimoiy kafolatlardan, shu jumladan ijtimoiy himoya turlaridan foydalanish imkoniyatini sohani raqamlashtirish hisobiga kengaytirish, ushbu jarayoniga ochiqlik va shaffoflik tamoyillarini joriy qilish.

54-maqсад: Pensiya ta'minoti tizimini takomillashtirish.

Fuqarolarning pensiya miqdorlari mamlakatning iqtisodiy ko'rsatkichlariga muvofiq izchil oshib borishini ta'minlash.

Xalqaro tamoyil va standartlarga muvofiq ko'p bosqichli va davlat tomonidan kafolatlangan pensiya ta'minoti tizimini joriy qilish.

Fuqarolardan ortiqcha hujjatlar talab qilmasdan idoralararo elektron ma'lumot almashinuvi asosida pensiya tayinlash tizimiga o'tish.

55-maqсад: Ko'rsatilayotgan tibbiy xizmatlarni aholiga yanada yaqinlashtirish va qulayligini oshirish maqsadida respublika hududlarida tibbiyot klasterlarini tashkil etish.

Namangan, Farg'ona, Sirdaryo, Qashqadaryo, Navoiy, Toshkent viloyatlari va Toshkent shahrida tibbiyot klasterlarini tashkil etish.

56-maqсад: Aholiga ko'rsatilayotgan tibbiy xizmat sifatini oshirish, byudjet mablag'laridan samarali foydalanish, tibbiy xizmatlarni markazlashtirish va aholini tibbiy sug'urtalash amaliyotini joriy qilish.

Markazlashgan laboratoriya, sterilizatsiya va yuqori texnologik tekshiruvlar tizimini tashkil etish.

Sog'liqni saqlash tizimini rivojlantirish, aholi salomatligini saqlash va tibbiyot xodimlarining salohiyatini oshirish dasturini 2022-2023-yillarda amalga oshirishga qaratilgan kompleks chora-tadbirlarni, shuningdek, sog'liqni saqlash sohasini raqamlashtirishning 2022-2026-yillarga mo'ljallangan strategiyasini amalga oshirish.

Aholini tibbiy sug'urtalash tizimini bosqichma-bosqich joriy qilish.

57-maqсад: Tibbiy asbob-uskunalarga texnik xizmat ko'rsatish tizimini takomillashtirish.

Davlat tibbiyot muassasalaridagi tibbiy asbob-uskuna va jihozlarga texnik xizmat ko'rsatish tizimini yaratish.

Tibbiy asbob-uskunalarga texnik xizmat ko'rsatish bo'yicha alohida korxona va uning 13 ta hududiy bo'limlarini tashkil etish.

58-maqсад: Dori-darmon va tibbiy buyumlar muomalasini tartibga solish hamda aholiga arzon va sifatli mahsulotlar yetkazib berish tizimini takomillashtirish.

Elektron retsept tizimini takomillashtirish va keng joriy etish hamda narxlariga rioya etilishini onlayn kuzatishning axborot tizimini yaratish.

Farmatsevtika mahsulotlarini markirovkalash tizimini joriy qilish.

Dori-darmon va tibbiy buyumlarni aholi uchun yetkazib berish tizimini olis hududlar va mahallalar ehtiyojlaridan kelib chiqib, zamonaviy mexanizmlar asosida takomillashtirish.

59-maqсад: Birlamchi tibbiy-sanitariya xizmatida aholiga malakali xizmat ko'rsatish sifatini yaxshilash, sohaga ajratiladigan mablag'larni oshirish.

Davlat byudjetidan dori vositalari va tibbiy buyumlarga ajratilgan mablag'larning 3 barobarga oshirilishini ta'minlash. Bunda asosiy e'tiborni xonadonbay tibbiy profilaktikani kuchaytirishga qaratish va «maqsadli» skrining o'tkazish choralari ko'rish.

Tibbiy-sanitariya xizmatining jozibadorligini oshirish va sohani malakali kadrlar bilan ta'minlash.

Birlamchi tibbiy-sanitariya xizmati xodimlarining mehnatga haq to'lash tizimini takomillashtirish.

Birlamchi tibbiy-sanitariya xizmatining moddiy-texnika bazasini mustahkamlash.

Davlat tibbiyot muassasalarida dori-darmon va tibbiy buyumlar ta'minotini yanada yaxshilash hamda yetkazib berish va saqlash tizimini takomillashtirish.

60-maqсад: Reproduktiv yoshdagi va homilador ayollar, bolalar uchun yuqori texnologik tibbiy yordam ko'rsatish tizimini takomillashtirish.

46 ta tumanlararo perinatal markazlarni tashkil etish, ularni kadrlar, zarur tibbiy texnika va buyumlar bilan ta'minlash.

Yuqori texnologik tibbiy yordam ko'rsatish imkoniyatlarini kengaytirish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish.

61-maqсад: Tibbiy xizmatlardagi xususiy sektorning ulushini 25 foizga yetkazish.

Xususiy tibbiyotni yanada rivojlantirish va qo'llab-quvvatlash.

Tibbiy faoliyatni yuritishda bino va inshootlarning yerto'la qismidan foydalanish, shuningdek, laboratoriya va diagnostika bo'limlari faoliyatiga qo'yilgan talablarni

yengillashtirgan holda xalqaro tajribadan kelib chiqib, belgilangan texnik jihatdan tartibga solish hujjatlarini qayta ko‘rib chiqish.

Tibbiy faoliyat ixtisosliklarini tashkil etishda moddiy texnik baza va tibbiy asbob-uskunalariga belgilangan eng kam talablarni soddalashtirish.

62-maqсад: Mamlakatda ishlab chiqariladigan dori-darmon va tibbiyot vositalarining ulushini 80 foizga yetkazish.

Import mahsulotlar hajmini va tarkibini optimallashtirish hamda mahalliy ishlab chiqaruvchilarni qo‘llab-quvvatlash.

Zamonaviy farmatsevtika klasterlari hamda zonalarini tashkil etish va mavjudlarini yanada rivojlantirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar ishlab chiqish.

63-maqсад: Sanitariya-epidemiologik osoyishtalik va jamoat salomatligi xalqaro maqomga ega laboratoriyalarini tashkil etish.

Sanitariya-epidemiologik osoyishtalik va jamoat salomatligi xizmatining 263 ta obe‘ktlarini zarur asbob-uskunalar bilan jihozlash.

Sanitariya-epidemiologik osoyishtalik va jamoat salomatligi xizmatining 249 ta obe‘ktida qurilish, rekonstruktsiya va ta‘mirlash ishlarini olib borish.

Sanitariya-epidemiologik osoyishtalik va jamoat salomatligi xizmatining kadrlar salohiyatini oshirish va axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini keng tatbiq etish.

64-maqсад: Hududlarda birlamchi tibbiy xizmatni «bir qadam» tamoyili asosida tashkil etish.

Hududlardagi mavjud ehtiyoj, aholining takliflarini inobatga olgan holda 2022-2023 yillarda 61 ta oilaviy poliklinikalar, 215 ta oilaviy shifokor punktlarini tashkil etish.

Aholiga sifatli tibbiy xizmatlardan foydalanishda yanada qulay sharoitlar yaratish maqsadida birlamchi tibbiy xizmatni mahallalarda tashkil etish uchun zarur choralarni ko‘rish.

Zamonaviy axborot texnologiyalarini qo‘llagan holda aholiga masofadan turib tibbiy xizmat ko‘rsatish imkoniyatlarini kengaytirish.

65-maqсад: Malakali shifokorlarning oylik maoshlarini bosqichma-bosqich 1000 AQSH dollari ekvivalentiga yetkazish.

Tibbiyot xodimlari mehnatiga haq to'lashda ko'rsatiladigan tibbiy xizmat turi va murakkabligi, shuningdek erishilgan natijaga ko'ra o'zgarishini nazarda tutuvchi tizim yaratish.

66-maqсад: Nogironligi bo'lgan shaxslarni qo'llab-quvvatlashning samarali tizimini shakllantirish, ularning hayot sifati va darajasini oshirish.

Nogironlik belgisi bo'yicha kamsitishga yo'l qo'ymaslik, nogironligi bo'lgan shaxslarning huquqlari, erkinliklari va qonuniy manfaatlarini ro'yobga chiqarishda teng sharoitlarni va ularni buzganlik uchun javobgarlikning muqarrarligini ta'minlash.

Nogironligi bo'lgan shaxslar huquqlarini ta'minlash sohasidagi umume'tirof etilgan xalqaro norma va standartlarni milliy qonunchilikka implementatsiya qilish.

Tibbiy-mehnat ekspertizasi va nogironlikni belgilashning shaffof, zamonaviy uslub va mezonlarini joriy etish, nogironligi bo'lgan shaxslarga tibbiy-ijtimoiy yordam ko'rsatish darajasi va sifatini oshirish.

Nogironligi bo'lgan shaxslarning oilasi, jamiyat va davlat bilan o'zaro aloqasini kuchaytirish, ularning qulay muhitda bo'lishi, shahar yo'lovchi transporti, ijtimoiy va boshqa infratuzilma ob'ektlaridan erkin foydalanishi uchun zarur sharoitlar yaratish.

Nogironligi bo'lgan shaxslarning jamiyat ijtimoiy-iqtisodiy hayotiga jalb qilinishi va faol ishtirokini ta'minlovchi inklyuziv ta'lim va ishga joylashtirish tizimini takomillashtirish.

Nogironlikni belgilashning ijtimoiy modeliga bosqichma-bosqich o'tish.

67-maqсад: Jismoniy tarbiya va sport bilan muntazam shug'ullanadigan fuqarolarning sonini oshirish.

Jismoniy tarbiya va sport bilan muntazam shug'ullanadigan aholi sonini 2026 yilda 33 foizga chiqarish.

Respublika yoshlari o'rtasida milliy sport turlarini ommalashtirish.

O'zbekistonda sportning ommaviyligini oshirish maqsadida milliy sport turlari va xalq o'yinlarini rivojlantirish.

Yurtimizning chekka hududlari va qishloqlarida sog'lomlashtirish ishlarini yanada rivojlantirish.

Barpo etiladigan har bir “Yashil hudud”da yugurish, velosipedda harakatlanish uchun “Salomatlik yo‘laklari” hamda badminton, stritbol va vorkaut maydonchalarini tashkil etish.

Vazirlik, idora hamda tashkilotlar xodimlarini va aholini sport tadbirlariga jalb qilish, ular o‘rtasida musobaqalar tashkil qilish.

Milliy olimpiada sport o‘yinlarini o‘tkazish dasturini ishlab chiqish va amalga oshirish.

Sport o‘yinlari o‘tkaziladigan sport obe‘ktlari infratuzilmasini yaxshilash va zarur sport inventarlari bilan jihozlash.

Milliy olimpiada o‘yinlarini yuqori darajada tashkil etish hamda g‘olib va sovrindorlarni munosib rag‘batlantirish.

Milliy olimpiada o‘yinlariga tayyorgarlik ishlarining borishini ommaviy axborot vositalari orqali, shu jumladan Internet jahon axborot tarmog‘ida keng yoritilishini tashkil etish.

O‘zbekiston davlat jismoniy tarbiya va sport universiteti hamda uning filiallariga qabul ko‘rsatkichlarini oshirish hisobiga faoliyat yuritayotgan oliy ma‘lumotli trenerlarning amaldagi 54 foizlik ulushini 2022 yilda 62 foizga, 2026 yilda 85 foizga oshirish.

O‘zbekiston davlat jismoniy tarbiya va sport universiteti va uning filiallari bitiruvchilarini sport ta‘limi muassasalariga jalb etish.

68-maqсад: Olimpiya va Paralimpiya harakatini rivojlantirish.

Olimpiya o‘yinlariga kiritilgan jamoaviy (futbol, gandbol, basketbol, voleybol, regbi, chim ustida xokkey, badminton, suv sporti turlari) va boshqa sport turlarini rivojlantirish.

Jamoaviy va boshqa sport turlari bo‘yicha O‘zbekiston milliy terma jamoasining nufuzli xalqaro musobaqalarda ishtirok etishini ta‘minlash.

Yozgi paralimpiya sport turlarini rivojlantirish. Bunda: paralimpiya sportchilari orasida sog‘lom turmush tarzini yanada rivojlantirishga alohida e‘tibor qaratish. Xususan, mazkur tashabbusni xalqimizning imkoniyati cheklangan vakillari qatlamida targ‘ib qilish; paralimpiya sport turlari ro‘yxatiga kiritilgan sport turlarini sport ta‘lim

muassasalarida tashkil etish orqali Parij-2024 Paralimpiya o'yinlariga 100 dan ortiq litsenziyalarni qo'lga kiritish.

Yoshlarni sportga jalb etish va ularni qamrab olish.

2026-yilga qadar qishki va ekstremal sport turlari, shu jumladan tog'-chang'i sportini rivojlantirish maqsadida eng ilg'or va innovatsion texnologiyalarni jalb qilgan holda salohiyatli hududlarda zarur infratuzilmani yaratish.

Mavjud salohiyat va imkoniyatdan kelib chiqib, hududlarni qishki Olimpiya va Paralimpiya o'yinlariga sportchilarni tayyorlash bo'yicha ixtisoslashtirish.

Qishki sport turlariga ixtisoslashtirilgan hududlarda tegishli sport turlarini rivojlantirish, milliy jamoa a'zolarini shakllantirish va 2023-yildan boshlab, xalqaro musobaqalarda ularning ishtirokini ta'minlash.

Qishki sport turlarini rivojlantirishni rag'batlantirish va qo'llab-quvvatlash, 2026-yildagi qishki Olimpiya o'yinlariga kamida 10 ta litsenziyani qo'lga kiritish.

69-maqсад: Xotin-qizlarni qo'llab-quvvatlash, ularning jamiyat hayotidagi faol ishtirokini ta'minlash.

Jamiyatda xotin-qizlarga tazyiq va zo'ravonlikka nisbatan murosasizlik muhitini yaratish, xotin-qizlarning huquqlari va qonuniy manfaatlarini ta'minlash.

Gender tenglikni ta'minlash siyosatini davom ettirish, xotin-qizlarning ijtimoiy-siyosiy faolligini oshirish, ularni qo'llab-quvvatlashga doir islohotlarni amalga oshirish.

Xotin-qizlarning ta'lim va kasbiy ko'nikmalar olishlari, munosib ish topishlariga har tomonlama ko'maklashish, tadbirkorligini qo'llab-quvvatlash, iqtidorli yosh xotin-qizlarni aniqlash va ularning qobiliyatlarini to'g'ri yo'naltirish.

Hududlarda, ayniqsa, qishloqlarda xotin-qizlarga ko'rsatiladigan tibbiy-ijtimoiy xizmatlar sifatini, ular o'rtasida sog'lom turmush tarzini ta'minlash borasidagi ishlar samaradorligini oshirish.

Turar joyga muhtoj xotin-qizlarni uy-joy bilan ta'minlash, turmush va mehnat sharoitlarini yaxshilash, daromadlarini ko'paytirish borasida tizimli chora-tadbirlarni belgilash.

Og‘ir ijtimoiy ahvolga tushib qolgan xotin-qizlarga ijtimoiy-huquqiy, psixologik yordam ko‘rsatish, ularni manzilli qo‘llab-quvvatlash.

“Ayollar daftari” bilan manzilli ishlash, mutasaddi tashkilotlar tomonidan xotin-qizlarning muammolari o‘z vaqtida bartaraf etilishi ustidan jamoatchilik nazoratini amalga oshirish.

70-maqсад: Yoshlarga oid davlat siyosatini takomillashtirish.

Yoshlarning huquqlari, erkinliklari va qonuniy manfaatlarini ta‘minlash.

Yoshlarning hayoti va sog‘lig‘ini saqlash, ular uchun malakali tibbiy xizmatdan foydalanish shart-sharoitlarini yaxshilash, yoshlar o‘rtasida tibbiy savodxonlikni oshirish va sog‘lom turmush tarzini mustahkamlash.

Yoshlarning ma‘naviy, intellektual, jismoniy va axloqiy jihatdan kamol topishiga ko‘maklashish.

Yoshlar uchun ochiq va sifatli ta‘limni ta‘minlash, ta‘limning barcha bosqichlarida yoshlarning mukammal ta‘lim olishini ta‘minlash, hududlarda inklyuziv ta‘lim rivojlanishi uchun shart-sharoit yaratish.

Yoshlarni ishga joylashtirish va ularning bandligi uchun shart-sharoitlar yaratish.

Yoshlarni vatanparvarlik, fuqarolik tuyg‘usi, bag‘rikenglik, qonunlarga, milliy va umuminsoniy qadriyatlarga hurmat ruhida, zararli ta’sirlar va oqimlarga qarshi tura oladigan, hayotga bo‘lgan qat’iy ishonch va qarashlarga ega shaxs sifatida tarbiyalash.

Yoshlarni axloqiy negizlarni buzishga olib keladigan xatti-harakatlardan, terrorizm va diniy ekstremizm, separatizm, fundamentalizm, zo‘ravonlik va shafqatsizlik g‘oyalaridan himoya qilish.

Yoshlarning huquqiy ongi va huquqiy madaniyati darajasini yuksaltirish.

Iqtidorli va iste‘dodli yoshlarni qo‘llab-quvvatlash hamda rag‘batlantirish.

Yoshlar tadbirkorligini rivojlantirish uchun shart-sharoitlar yaratish.

Yoshlarda sog‘lom turmush tarziga intilishni shakllantirish, shuningdek, yoshlarning bo‘sh vaqtlarini mazmunli tashkil etish va yoshlar sportini ommaviy rivojlantirish uchun shart-sharoitlar yaratish.

Yosh oilalarni ma'naviy va moddiy jihatdan qo'llab-quvvatlash, ular uchun munosib uy-joy va ijtimoiy-maishiy sharoitlarni yaratish bo'yicha kompleks chora-tadbirlar tizimini amalga oshirish.

Yoshlarning huquqlari va erkinliklarini ro'yobga chiqarish sohasida faoliyat olib boruvchi xalqaro tashkilotlar bilan hamkorlikni rivojlantirish.

V. MA'NAVIY TARAQQIYOTNI TA'MINLASH VA SOHANI YANGI BOSQICHGA OLIB CHIQISH

71-maqsad: Ezgulik va insonparvarlik tamoyiliga asoslangan “Harakatlar strategiyasidan - Taraqqiyot strategiyasi sari” g'oyasini keng targ'ib etish orqali jamiyatda sog'lom dunyoqarash va bunyodkorlikni umummilliy harakatga aylantirish.

“Yangi O'zbekiston – ma'rifatli jamiyat” kontseptsiyasini amalga oshirish.

Aholi o'rtasida huquqiy madaniyatni shakllantirish bo'yicha huquqiy-ma'rifiy tadbirlarni xalqimizning boy tarixi, ilmiy-madaniy merosi, milliy-diniy qadriyatlarni o'rgatish bilan uyg'un holda tashkil qilish.

Targ'ibot-tashviqot ishlarini tashkil etishning ta'sirchan, kreativ va innovatsion uslublarini ishlab chiqish hamda ularni o'z vaqtida amalga oshirish choralari ko'rish.

O'zbek xalqining milliy qadriyatlari va ma'naviy merosini asrab-avaylash, keng ommalashtirish hamda rivojlantirishni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash.

Oila, ta'lim tashkilotlari va mahallalarda ma'naviy tarbiyaning uzviyligini ta'minlash.

Ommaviy axborot vositalarida, ijtimoiy tarmoqlarda xolis axborotlarni o'z vaqtida berib borish orqali yolg'on ma'lumotlar tarqalishining oldini olish.

“Mahalla – tuman – viloyat – Respublika” printsipi asosida hududlar kesimida ijtimoiy-ma'naviy muhitni optimallashtirish xaritasini shakllantirish, bu jarayonga zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini keng joriy etish.

Ma'naviy tarbiyani baholashning ilmiy asoslangan indiqatorlarini ishlab chiqish.

Maktablarni chinakam ma'naviyat va ma'rifat, madaniyat o'chog'iga aylantirish uchun ta'lim-tarbiyaning interaktiv usullarini qo'llash.

Mafkuraviy xurujlarga qarshi milliy g'oya asosida birgalikda kurashish, oila, maktab va mahalla hamkorligini mustahkamlash va shu asosda ma'naviy tarbiyaning uzviyligini ta'minlash ko'nikmasini shakllantirish.

“Yoshlar – Yangi O‘zbekiston bunyodkorlari” shiori ostida “Yangi O‘zbekiston – Uchinchi Renessans” g'oyasining ro'yobga chiqarilishini ta'minlash.

72-maqсад: Aholiga axborot-kutubxona xizmatini ko'rsatishni yanada rivojlantirish, kitobxonlikni keng ommalashtirish hamda “Kitobsevar millat” umummilliy g'oyasini ro'yobga chiqarish.

Aholiga axborot-kutubxona xizmati ko'rsatishni yanada rivojlantirish, kitobxonlikni keng ommalashtirish hamda sohada yagona boshqaruv tizimini joriy etish.

73-maqсад: Buyuk ajdodlarimizning boy ilmiy merosini chuqur o'rganish va keng targ'ib etish.

IHT, IRSIKA, AYSESKO, YUNESKO kabi dunyoning nufuzli xalqaro tashkilotlari, ilmiy-tadqiqot markazlari va universitetlari bilan hamkorlikda «Yangi O‘zbekiston – Uchinchi Renessans» shiori ostida xalqaro konferentsiya, simpozium va anjumanlar tashkil etish.

Buyuk ajdodlarimizning boy ilmiy-ma'naviy merosini keng targ'ib qilish maqsadida yurtimizdan yetishib chiqqan allomalar qalamiga mansub 100 ta asarning xalqchil tarjimasini amalga oshirish, ular asosida ilmiy va ommabop risolalar yaratish.

Buyuk ajdodlarimizning boy ilmiy merosini chuqur o'rganish va keng targ'ib etish maqsadida O‘zbekiston xalqaro islom akademiyasi, Islom tsivilizatsiyasi markazi, Imom Buxoriy, Imom Termiziy, Imom Moturidiy xalqaro ilmiy-tadqiqot markazlari faoliyatini qo'llab-quvvatlash.

74-maqсад: Jamiyatda millatlararo totuvlik va dinlararo bag'rikenglik muhitini mustahkamlash.

Milliy madaniy markazlarni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash tizimini yanada takomillashtirish.

Millatlararo munosabatlar sohasida O‘zbekiston Respublikasi davlat siyosati kontsepsiyasining izchil amalga oshirilishini ta'minlash.

Turli millat yoshlari uchun qo‘shimcha qulay shart-sharoitlar yaratish, ularda fuqarolik burchini anglash, vatanparvarlik, bag‘rikenglikka asoslangan millatlararo muomala madaniyatini yuksaltirish.

Xorijiy tillarda faoliyat yuritayotgan hamda millatlararo munosabatlar sohasida davlat siyosatini yoritayotgan ommaviy axborot vositalarini davlat tomonidan qo‘shimcha qo‘llab-quvvatlash choralarini ko‘rish.

Xorijiy mamlakatlar bilan do‘stlik aloqalarini rivojlantirish maqsadida do‘stlik jamiyatlari faoliyatini takomillashtirish.

75-maqсад: Tasviriy va amaliy san‘at hamda dizayn yo‘nalishlarini rivojlantirish, aholining badiiy-estetik didini yuksaltirish.

Atoqli O‘zbekiston xalq rassomlari va amaliy san‘ati ustalarining namunali hayoti va ijodini keng targ‘ib qilish hamda ular xotirasini abadiylashtirish.

O‘zbekiston tasviriy va amaliy san‘atini xalqaro darajada ommalashtirish.

Tasviriy va amaliy san‘at hamda dizayn yo‘nalishlarida yetuk mutaxassislarni tayyorlash tizimini takomillashtirish.

76-maqсад: Madaniyat va san‘at sohalarini yanada rivojlantirish, madaniyat muassasalari va obe‘ktlarining moddiy-texnika bazasini yaxshilash.

Madaniyat va san‘at sohasi vakillari, ijodkorlar, shuningdek, ushbu sohada faoliyat olib borayotgan professor-o‘qituvchi va xodimlarni moddiy qo‘llab-quvvatlash hamda ularning yashash sharoitlarini yaxshilash.

Teatr san‘atini rivojlantirish va uning moddiy-texnika bazasini mustahkamlash.

Madaniyat markazlari faoliyatini takomillashtirish va ular tomonidan aholiga madaniy xizmat ko‘rsatish sifatini oshirish, shuningdek, ularning moddiy-texnika bazasini yaxshilash.

Hududlarda yangi madaniyat obe‘ktlarini barpo etish va ularning samarali faoliyat olib borishini ta‘minlash.

O‘zbek tsirk san‘atini yanada rivojlantirish va uning moddiy-texnika bazasini mustahkamlash.

Milliy madaniyatni xalqaro darajada ommalashtirishga qaratilgan tadbirlarni hududlarda o‘tkazishni joriy etish.

O'zbek xalqi madaniyati va san'atini rivojlantirishga munosib hissa qo'shgan atoqli ijodkor ziyolilar yubileylarini munosib nishonlash, hayoti va faoliyatini keng targ'ib qilish, xotirasini abadiylashtirish.

Respublika hududida joylashgan madaniy meros obe'ktlarini saqlash, restavratsiya va konservatsiya qilish bilan bog'liq kompleks tadbirlarni amalga oshirish.

77-maqсад: O'zbekiston tarixini o'rganish va targ'ib qilishni yanada rivojlantirish.

Tarix fanini 2030 yilgacha rivojlantirish kontseptsiyasini amalga oshirish.

78-maqсад: Milliy kino san'atini rivojlantirish.

Kino san'atini jamiyatning ma'naviy, madaniy-ma'rifiy hayotida, jumladan yoshlarni vatanparvarlik ruhida tarbiyalashda strategik manba sifatida shakllantirish.

Kino sanoatini davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash tizimini bozor tamoyillari asosida takomillashtirish, shuningdek, xorijiy kinokompaniyalarni mamlakatga jalb qilish va hamkorlikda filmlar ishlab chiqarishni rivojlantirish.

Milliy multiplikatsiya industriyasini shakllantirish.

Kino sanoatini iqtisodiyotning alohida tarmog'i sifatida rivojlantirish, zamonaviy va yuqori texnologik moddiy-texnika bazasiga ega infratuzilmani yaratish.

Kinematografiya sohasida kadrlar tayyorlash, kino ijodkorlari va texnik xodimlari malakasini oshirishning samarali tizimini yaratish.

Milliy seriallar ishlab chiqarishni davlat tomonidan rag'batlantirish, animatsion filmlar ishlab chiqarishga yosh multiplikator va animatorlarni keng jalb qilish.

Sohada mualliflik huquqining kafolatli himoya qilinishini ta'minlash, kinoprokat tizimini rivojlantirish va milliy filmlarni jahon kino bozorlariga olib chiqish.

VI. MILLIY MANFAATLARDAN KELIB CHIQQAN HOLDA UMUMBASHARIY MUAMMOLARGA YONDASHISH

79-maqсад: Aholi salomatligi va genofondiga ziyon yetkazadigan mavjud ekologik muammolarni bartaraf etish.

Xalqaro maydonda atrof muhitga oid tashabbuslar, shu jumladan Butunjahon ekologiya xartiyasini ishlab chiqish tashabbusini ilgari surish.

Atrof muhitga ta'sir xavfi yuqori daraja (I toifa)dagi obe'ctlarning ifloslantiruvchi manbalaridan avtomatik ravishda namunalar olish tizimini tatbiq etish.

Atrof muhitning ifloslanish darajasini baholash mexanizmlarini takomillashtirish, atrof muhitni kuzatish, uning ifloslanish darajasini prognoz qilish, davlat ekologik nazoratini doimiy axborot bilan ta'minlash, ifloslantiruvchi manbalarining holati va atrof muhitga ta'siri ustidan monitoringni amalga oshirish.

Respublika hududida amalga oshirilayotgan xo'jalik va boshqa turdagi faoliyatning ekologik talablarga muvofiqligini belgilash yuzasidan davlat ekologik ekspertizasini o'tkazish.

80-maqсад: Ekologiya va atrof muhitni muhofaza qilish, shahar va tumanlarda ekologik ahvolni yaxshilash, "Yashil makon" umummilliy loyihasini amalga oshirish.

"Yashil makon" umummilliy loyihasi doirasida har yil kamida 200 million tup daraxt ekish. "Yashil makon" umummilliy loyihasi tashabbuslariga mos tarzda respublikaning 10 ta hududida aerobiologik monitoring tizimini yo'lga qo'yish.

Maishiy chiqindilarni yig'ishni 100 foizga, ularni qayta ishlash darajasini 2026 yilga qadar 21 foizdan 50 foizga yetkazish.

Respublika bo'yicha 51 ta yer usti tabiiy suv obe'ctlari (daryolar, kichik daryolar va tabiiy ko'llar)ning sanitariya-muhofaza zonalari va sohil bo'yi mintaqalarini belgilash ishlarini yakunlash.

Toshkent shahrini aholiga qulay, ekologik toza va yashash uchun barcha imkoniyatlar mavjud bo'lgan hududga aylantirish, ko'kalamzorlashtirish darajasini 30 foizga yetkazish.

Orol dengizining qurigan tubida qo‘shimcha 500 ming gektar yashil maydonlarni barpo etib, 2026 yil yakuniga qadar ularning umumiy hajmini 2,5 million gektarga yoki hududning 78 foiziga yetkazish.

Orolbo‘yida xalqaro “Yashil iqlim” va Global ekologik jamg‘armalarning bioxilma-xillik, iqlim o‘zgarishi va tuproq yemirilishining oldini olishga qaratilgan dasturlari asosida 300 million AQSH dollari qiymatidagi loyihalarni amalga oshirish.

Shahar va tuman markazlarida har 50-100 ming aholi uchun «jamoat parklari»ni tashkil etish.

Orolbo‘yi mintaqasida yashovchi aholini ijtimoiy jihatdan qo‘llab-quvvatlashni yanada kuchaytirish.

81-maqсад: O‘rmonlar maydonini kengaytirish.

Respublika hududlarida o‘rmonlar maydonini kengaytirish va o‘rmon fondi yerlaridan samarali foydalanish.

O‘rmon fondining tog‘ va tog‘oldi hududlari plantatsiyalarini barpo qilish.

Cho‘l hududlarida o‘simliklarni ko‘paytirish, hududlarda himoya o‘rmonzorlari barpo etish.

Sug‘oriladigan yerlarni eroziyadan va melioratsiya obe’ktlarini qum ko‘chishidan saqlash uchun ihota daraxtzorlarini barpo etish.

Davlat o‘rmon fondi yerlarida o‘rmonlardan foydalanish, o‘rmon fondini kengaytirishni tartibga solish.

O‘rmonlarni qo‘riqlash va muhofaza qilish mexanizmini tubdan qayta ko‘rib chiqish.

82-maqсад: Ekstremizm va terrorizmga qarshi kurashishning samarali mexanizmlarini shakllantirish.

Fuqarolarning huquq va erkinliklarini ta’minlashga imkon beradigan ekstremizm va terrorizmga qarshi kurashish bo‘yicha samarali davlat siyosatini amalga oshirish.

Ekstremizm va terrorizmni keltirib chiqaruvchi omillarning oldini olishga qaratilgan preventiv mexanizmlarni takomillashtirish, ijtimoiy-ma’naviy muhitni yaxshilash, yot g‘oyalar ta’sirini oldini olish va ularning ta’siriga tushib qolganlar bilan tizimli ishlash orqali ularning muammolarini bartaraf etish.

Aholi, ayniqsa yosh avlodda terrorizm va ekstremizm mafkurasiga qarshi qat'iy va barqaror immunitetini shakllantirish.

Ekstremizm va terrorizmga qarshi kurashishning xalqaro-huquqiy asoslarini takomillashtirish hamda xorijiy davlatlar, mintaqaviy va xalqaro tashkilotlar bilan ekstremizm va terrorizmga qarshi kurashish sohasidagi hamkorlikning shartnomaviy-huquqiy asoslarini kengaytirish.

Diplomatik vakolatxonalar va konsullik muassasalari, Tashqi mehnat migratsiyasi agentligi, shuningdek, chet elga uzoq vaqtga ketayotgan hamda yashab kelayotgan fuqarolar bilan shug'ullanuvchi boshqa idoralarning kadrlar salohiyati va resurslarini mustahkamlash.

Xorijiy davlatlar va xalqaro tashkilotlar bilan ekstremizm, terrorizm va ularni moliyalashtirishga qarshi kurash sohasida axborot hamda tajriba almashish.

Faoliyati ekstremizm va terrorizmga qarshi kurashishga qaratilgan xalqaro va mintaqaviy tashkilotlarda faol ishtirok etish.

Markaziy Osiyoda BMTning Global aksilterror strategiyasini amalga oshirish bo'yicha hamkorlikdagi sa'y-harakatlarni birgalikdagi harakatlar rejasi doirasida muvofiqlashtirish.

Markaziy Osiyoda ekstremizm va terrorizmga qarshi kurashish bo'yicha birgalikdagi ishlar doirasida axborot almashinuvi va hamkorlikni rivojlantirishga yordam beruvchi xalqaro tashabbuslarni amalga oshirishda O'zbekistonning rolini kengaytirish.

Dunyo hamjamiyati va mintaqaviy tashkilotlar e'tiborini Afg'onistonda tinchlik va hamjihatlikni ta'minlashga jalb qilish borasidagi tashabbuslarni jadallashtirish va ushbu mamlakatni mintaqaviy hamkorlik jarayonlariga, shu jumladan ekstremizm va terrorizmga qarshi kurashishga jalb qilish.

83-maqсад: Davlat xizmatida halollik standartlarini joriy etish.

Davlat xizmatchilarining daromad va mol-mulkларini deklaratsiya qilish tizimini bosqichma-bosqich joriy etish.

Davlat xizmatida manfaatlar to‘qnashuvining oldini olish bo‘yicha samarali mexanizmlarni yaratish, korrupsiyaga qarshi kurashish borasidagi faoliyatda ochiqlikni ta‘minlash va jamoatchilik ishtirokini kengaytirish.

84-maqсад: Korrupsiyaga moyil soha va tarmoqlarni aniqlash, korrupsiyaviy omillarni bartaraf etish tizimining samaradorligini oshirish, jamiyatda korrupsiyaga nisbatan murosasiz munosabatni shakllantirish.

Korrupsiyaga qarshi kurashishga zamonaviy axborot, shu jumladan sun‘iy intellekt texnologiyalarini joriy etish.

Korrupsiyaga qarshi kurashishda fuqarolik jamiyati institutlari bilan hamkorlikni yo‘lga qo‘yish, jamoatchilik nazoratini olib borishni qo‘llab-quvvatlash.

Korrupsiyaga qarshi kurashish amaliyotida tizimli preventiv choralarni kuchaytirish.

Aholi va davlat xizmatchilarining korrupsiyaga qarshi kurashish sohasidagi bilimlarini uzluksiz oshirish tizimini joriy qilish.

Normativ-huquqiy hujjatlarning “korrupsiyadan xoli qonunchilik” tamoyili asosida ishlab chiqilishini ta‘minlash.

85-maqсад: Mamlakatda yangi ish o‘rinlari yaratish, aholi daromadlarini oshirish va shu orqali 2026 yil yakuniga qadar kambag‘allikni kamida 2 baravarga qisqartirish.

Kambag‘allikni qisqartirish davlat dasturlarini ishlab chiqish va amalga oshirish.

Norasmiy ishlayotgan 2,5 million nafar fuqaroning bandligini legallashtirishga yordam berish orqali ularda ijtimoiy kafolat va imtiyozlardan to‘liq foydalanish imkoniyatini yaratish.

Ayollar orasidagi ishsizlik darajasini 2 baravar kamaytirish, 700 mingdan ziyod ishsiz xotin-qizlarni davlat hisobidan kasb-hunarga o‘qitish. Ish bilan band bo‘lmagan xotin-qizlarni tadbirkorlikka jalb qilish va o‘zini o‘zi band qilish bo‘yicha kompleks chora-tadbirlarni amalga oshirish.

Davlat ijtimoiy yordami va xizmatlarini ko‘rsatishda mahalliy darajada (“mahallabay” tamoyili asosida) ijtimoiy ishlarni olib borish mexanizmini yo‘lga qo‘yish.

Hududlar, shaharlar va tumanlar kesimida kambag'al toifadagi oilalar, ayollar va yoshlarni yagona elektron hisobga olish tizimini yaratish, kambag'allikning qayta tiklanish xavfini bartaraf etish. Hunarmandchilik faoliyatini rivojlantirish.

Ijtimoiy nafaqa tayinlash mezonlariga javob beradigan barcha ehtiyojmand aholining kamida 85 foizini ijtimoiy yordam dasturlari bilan qamrab olish. Ijtimoiy himoyaga muhtoj oilalar va aholi qatlamlariga, shuningdek, vaqtinchalik og'ir sharoitga tushib qolgan fuqarolarga to'g'ridan-to'g'ri davlat ijtimoiy yordamini ko'rsatish.

86-maqсад: Xavfsiz, tartibli va qonuniy mehnat migratsiyasini ta'minlash hamda samarali migratsiya siyosatini yuritish.

Noqonuniy tashqi mehnat migratsiyasi va odam savdosiga qarshi kurashish sohasida xalqaro hamkorlikni yanada rivojlantirish.

Xorijga ishlashga ketishdan oldin fuqarolarni kasb-hunarga va chet tillarga o'qitish, ularga kasbiy malakani tasdiqlovchi xalqaro sertifikatlar berish borasidagi chora-tadbirlarni hayotga tizimli ravishda va jadal tatbiq etish.

Mehnat migrantlarini moliyaviy va ijtimoiy qo'llab-quvvatlash, ularning hayoti va sog'lig'ini sug'urtalash amaliyotini kengaytirish.

Mehnat migratsiyasidan qaytib kelgan shaxslarni reintegratsiya qilish, shu jumladan ularning bandligini ta'minlash, kasbiy malakasini oshirish va tadbirkorlik tashabbuslarini rag'batlantirish.

Xorijiy davlatlarda ishlash istagida bo'lgan kamida 300 ming nafar fuqaroni kasb-hunar va xorijiy tillarga o'qitish. Xavfsiz, tashkillashtirilgan xorijiy mehnat migratsiyasiga 400 ming nafar fuqaroni yuborishni tashkil etish, xorijda mehnat qilayotgan fuqarolar haq-huquqlarini ta'minlashda manzilli ko'mak ko'rsatish.

“O'z kelajagimga o'zim investor” loyihasini samarali amalga oshirishni ta'minlash.

87-maqсад: “Vatandoshlar” jamoat fondi orqali xorijiy davlatlardagi yurtdoshlarimiz bilan doimiy va samarali aloqalar o'rnatish.

Xorijda istiqomat qilayotgan vatandoshlarni O‘zbekiston hududida tadbirkorlik, investitsiyaviy, ilmiy, ma’rifiy va madaniy faoliyat bilan shug‘ullanishga faol jalb qilish.

Xorijdagi vatandoshlar va ular tomonidan tuzilgan jamoat birlashmalarni qo‘llab-quvvatlash. Yurtimizning boy ilmiy, madaniy va ma’naviy merosini keng targ‘ib qilish va ommalashtirish, vatandoshlarga madaniy-ma’rifiy tadbirlarni tashkil etishda ko‘maklashish.

Xorijda istiqomat qilayotgan vatandoshlar bilan hamkorlik o‘rnatish va olib borish sohasida yuzaga kelayotgan muammolarni tizimli asosda tahlil qilib borish va ularning yechimi yuzasidan aniq takliflar ishlab chiqish.

Xorijda o‘zbek tili, madaniyati va an‘analarini saqlab qolish va rivojlantirishga qaratilgan faoliyatni qo‘llab-quvvatlash, yurtimizning boy ilmiy, madaniy va ma’naviy merosini keng targ‘ib qilish va ommalashtirish.

Xorijdagi vatandoshlarning salohiyatini O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirishga jalb etish va ularni rag‘batlantirish choralarini ko‘rish.

88-maqсад: Pandemiyalarga qarshi kurashish ishlarining samaradorligini oshirish.

Pandemiya va shu kabi ofatlar bilan bog‘liq jarayonlarning barvaqt oldini olish, vaziyatni har tomonlama chuqur tahlil qilib, bo‘lajak xavf-xatarlarni, ular bilan bog‘liq muammolarni oldindan prognoz qilish, ularning yechimiga aniq reja va choralar bilan tayyor turish tizimini yaratish.

Kasalliklarni yengish yo‘lida barcha davlatlar va xalqaro tashkilotlar bilan o‘zaro hamkorlikni kuchaytirish.

Bemorlarni davolash bo‘yicha telemeditsina orqali olib borilayotgan muloqotlarni kengaytirish, xalqaro tajribalar va tavsiyalarni faol joriy etish.

Koronavirus qaytadan tarqalishining oldini olish hamda uning iqtisodiyot va insonlar hayotiga salbiy ta’sirini imkon qadar cheklash uchun aholining eng muhim hayotiy ehtiyojlarini ta’minlash, narx-navoning oshib ketmasligiga erishish va kam ta’minlangan oilalarni qo‘llab-quvvatlash borasidagi ishlarni davom ettirish.

VII. MAMLAKATIMIZ XAVFSIZLIGI VA MUDOFAA SALOHIYATINI KUCHAYTIRISH, OCHIQ, PRAGMATIK VA FAOL TASHQI SIYOSAT OLIB BORISH

89-maqсад: Fuqarolarning axborot olish va tarqatish erkinligi borasidagi huquqlarini yanada mustahkamlash.

Axborot sohasini tartibga soluvchi yagona tizimlashtirilgan normativ-huquqiy hujjat loyihasini ishlab chiqish.

Fuqarolarning axborot-kommunikatsiya vositalaridan foydalanish madaniyatini oshirish.

Shaxsiy va sir saqlanishi lozim bo'lgan ma'lumotlarni Internet tarmog'ida oshkor qilish bilan bog'liq daxlsizlik huquqi buzilishining oldini olish.

Kiberjinoyatchilikning oldini olish tizimini yaratish.

90-maqсад: Davlatning mudofaa qobiliyatini yanada mustahkamlash, Qurolli Kuchlarning jangovar shayligini, uning imkoniyatlari va qobiliyatini kuchaytirish.

Barcha bo'g'indagi hokimiyat organlari rahbarlarining qo'shinlar kundalik hayotida, harbiy shaharchalar barpo etish, ularning infratuzilmasini yaxshilash, yoshlarni harbiy-vatanparvarlik ruhida tarbiyalashda faol ishtirok etishini ta'minlash.

Harbiy xizmatni o'tab qaytgan yoshlarning ijtimoiy muammolarini hal etish, ularni ish bilan ta'minlashga alohida e'tibor qaratish, Qurolli Kuchlarning barcha davlat idoralari, muassasa va korxonalar uchun yetuk kadrlar tayyorlaydigan maktabiga aylanishiga erishish.

Mamlakat harbiy xavfsizligini ta'minlash va mudofaa salohiyatini mustahkamlash borasidagi qonunchilik hujjatlarini takomillashtirish.

Qurolli Kuchlar yagona avtomatlashtirilgan boshqaruv tizimini yaratish va raqamlashtirishni yanada takomillashtirish.

Qurolli Kuchlarda yagona axborot-kommunikatsiya tizimini yaratish va axborot xavfsizligini ta'minlash.

Mudofaa vazirligi qo'shinlarining jangovar shayligi va tayyorgarligi hamda o'quv moddiy-texnika bazasini yanada takomillashtirish.

Fuqarolarning harbiy xizmatni o'tash tartibini yanada takomillashtirish.

Oliy harbiy ta'lim muassasalariga nomzodlarni saralash va tanlab olish tizimini yanada takomillashtirish.

Mudofaa vazirligi qo'shinlarida rahbar lavozimlariga kadrlar zaxirasini yaratish tizimini rivojlantirish.

Mudofaa vazirligi tizimida geraldika ishlarini samarali yo'lga qo'yish.

Qo'shnlarni zamonaviy qurol-aslaha, harbiy va maxsus texnika hamda jihozlar bilan ta'minlash.

91-maqсад: Harbiy xizmatchilar, ularning oila a'zolarining ijtimoiy himoyasini har tomonlama kuchaytirish.

Qurolli Kuchlar harbiy xizmatchilarini ijtimoiy qo'llab-quvvatlash va ularga ko'rsatilayotgan tibbiy ta'minot sifatini yanada oshirish.

Qurolli Kuchlarda axloqiy-ruhiy ta'minotni va harbiy psixologlar institutini yanada takomillashtirish hamda harbiy xizmatchilarning jangovar ruhiyatini oshirish bo'yicha chora-tadbirlarni belgilash.

Yoshlarni harbiy-vatanparvarlik ruhida tarbiyalash tadbirlarini yanada kuchaytirish.

Mudofaa vazirligi harbiy qism va muassasalarida mavjud xotin-qizlar va harbiy xizmatchilarning oila a'zolari bilan ishlash bo'yicha yetakchi mutaxassislar ish faoliyati samaradorligini oshirish.

92-maqсад: Favqulodda vaziyatlarning oldini olish va bartaraf etishning samarali tizimini yaratish.

Favqulodda vaziyatlarning oldini olish va bartaraf etish sohasidagi qonun hujjatlarini takomillashtirish.

Favqulodda vaziyatlar vazirligi Respublika maxsus qutqaruv markazini INSARAG (qidiruv-qutqaruv masalalari bo'yicha xalqaro maslahat guruhi) standartlari asosida tayyorgarlikdan o'tkazish.

Favqulodda vaziyatlar vazirligi aviatsiya xizmatini tashkil etish.

Respublikaning turistik zonalarida favqulodda vaziyatlarning oldini olish va tezkor bartaraf etish bo'yicha chora-tadbirlarni tizimlashtirish.

Aholini favqulodda vaziyatlarda xabardor qilish tizimini modernizatsiyalash.

Respublikaning olis hududlarini professional va ko'ngilli yong'in-qutqaruv bo'linmalari bilan qamrab olish ko'rsatkichini yaxshilash.

Yong'in-texnik vositalarni ishlab chiqarishga xususiy sektorni jalb etish.

O'rmon yong'inlarini bartaraf etish tadbirlari samaradorligini oshirish.

93-maqсад: Mamlakatning xalqaro munosabatlardagi teng huquqli sub'ekt sifatidagi rolini oshirish.

Hamkor mamlakatlar bilan hamda xalqaro tashkilotlar doirasida mintaqaviy va global masalalar bo'yicha muvozanatli, doimiy muloqot olib borish, ular bilan ikki va ko'p tomonlama uchrashuvlar o'tkazish, siyosiy, iqtisodiy va madaniy sohalarda hamda turli darajadagi maslahatlashuvlarni tashkil etish.

Yetakchi davlatlar bilan keng qamrovli hamkorlikni strategik darajaga olib chiqish hamda ular bilan kengaytirilgan sheriklik va hamkorlik to'g'risidagi bitimlarni kelishish.

Yirik tadbirlarda (xalqaro tashkilotlar doirasida va xorijiy hamkorlar bilan sherikchilik asosida hamda ikki tomonlama hamkorlik darajasidagi konferentsiya, forum, seminar va davra suhbatlari) mintaqaviy va xalqaro masalalar bo'yicha O'zbekiston pozitsiyasi hamda umumjahon miqyosidagi tashabbuslarini ilgari surish.

94-maqсад: Markaziy Osiyoda xavfsizlik, savdo-iqtisodiy, suv, energetika, transport va madaniy-gumanitar sohalardagi yaqin hamkorlikni sifat jihatidan yuqori bosqichga olib chiqish.

Markaziy Osiyo davlatlari bilan oliy darajadagi muloqot va ikki tomonlama hamkorlikning barcha formatdagi mexanizmlari asosida (hukumatlararo komissiyalar, siyosiy maslahatlashuvlar, parlamentlararo hamkorlik komissiyasi va boshqalar) yig'ilishlarni tashkil etish.

Markaziy Osiyo davlatlari rahbarlarining Maslahat uchrashuvlarini har yili muntazam tashkil qilishni ta'minlash va ularda faol ishtirok etish.

Markaziy Osiyo bo'yicha mintaqaviy hamkorlik strategiyasini ishlab chiqish ishlarini boshlash.

Mintaqaviy tashkilotlar doirasida O‘zbekistonning milliy manfaatlarini faol ilgari surish.

O‘zbekiston Respublikasining chegaraoldi nazorat-o‘tkazish punktlarini rekonstruktsiya qilish va kengaytirish orqali ularning o‘tkazuvchanligini oshirish.

Markaziy Osiyoda ekologiya, atrof-muhitning ifloslanishini oldini olish va tabiatni muhofaza qilish borasida hamkorlikni yangi bosqichga olib chiqish.

O‘zbekiston va Markaziy Osiyo davlatlari muzeylari hamda arxivlari o‘rtasidagi o‘zaro hamkorlikni kengaytirish, ikki mamlakat tarixi va madaniyatini aks ettiruvchi kataloglarni birgalikda nashr etish.

Turizm sohasida yangi voqelik va epidemiologik talablarni hisobga olgan holda muvofiqlashtirilgan chora-tadbirlarni qabul qilish.

Markaziy Osiyo davlatlarida O‘zbekiston Milliy teleradiokompaniyasi muxbirlik punktlarini ochish.

O‘zbekistonning Yevropa mamlakatlari va Yevropa Ittifoqi (YeI) institutlari bilan savdo-iqtisodiy, suv, energetika, transport va madaniy-gumanitar sohalaridagi aloqalarini rivojlantirishga qaratilgan hamkorlik shakllarini qo‘llab-quvvatlash.

95-maqсад: An’anaviy hamkorlarimiz bilan munosabatlarni yanada rivojlantirish, tashqi aloqalar geografiyasini kengaytirishga ustuvor ahamiyat qaratib, iqtisodiy diplomatiyani kuchaytirish.

Oliy darajadagi tashriflar orqali Yevropa mamlakatlari bilan hamkorlik aloqalarini yanada kengaytirish.

O‘zbekiston Respublikasining xorijdagi diplomatik vakolatxonalari moddiy-texnika bazasini mustahkamlash, chet ellarda mamlakatimizning yangi diplomatik vakolatxonalarini ochish.

Milliy manfaatlarni ilgari surish va himoya qilishda iqtisodiy diplomatiya samaradorligini oshirish va uni faollashtirish.

Osiyo-Tinch okeani mintaqasidagi an’anaviy strategik sheriklar bilan hamkorlikni kengaytirish (Xitoy, Koreya Respublikasi, Yaponiya).

Osiyo-Tinch okeani mamlakatlarining istiqbolli bozorlariga eksport hajmi va nomenklaturasini oshirish.

AQSH, Kanada va Amerika mamlakatlari bilan strategik va har tomonlama hamkorlik aloqalarini kengaytirish.

AQSH ishbilarmon doira vakillari bilan investitsion, eksport va ilg'or texnologiyalar sohalaridagi hamkorlikni kuchaytirish.

Janubiy Osiyo, Yaqin, O'rta Sharq va Afrika mintaqasidagi hamkorlar bilan mavjud aloqalarni yanada kengaytirish (Saudiya Arabistoni, BAA, Quvayt, Qatar, Pokiston, Hindiston, Eron).

Arab davlatlari (BAA, Saudiya Arabistoni, Quvayt, Qatar, Misr) bilan siyosiy, savdo-iqtisodiy va madaniy-gumanitar sohalarda o'zaro hamkorlikni jadallashtirish.

O'zbekistonning Afg'oniston bilan ko'p qirrali munosabatlarini rivojlantirish va uning ijtimoiy-iqtisodiy tiklanishiga ko'maklashish.

Janubiy Osiyo, Yaqin, O'rta Sharq va Afrika mamlakatlarining istiqbolli bozorlariga eksport hajmi va nomenklaturasini oshirish.

MDH mamlakatlari doirasidagi an'anaviy strategik sheriklar bilan ikki va ko'p tomonlama hamkorlikni kengaytirish.

MDH mamlakatlarining istiqbolli bozorlariga eksport hajmi va nomenklaturasini oshirish.

96-maqсад: O'zbekistonning Birlashgan Millatlar Tashkiloti organlari va institutlari, global va mintaqaviy iqtisodiy, moliyaviy va gumanitar tashkilotlardagi faoliyatini kuchaytirish.

O'zbekistonni BMT tuzilmalari orqali dunyo hamjamiyatiga keng tanitish.

O'zbekiston Rahbariyatining BMT doirasidagi tashabbuslarini amalga oshirishni ta'minlash.

BMT va uning muassasalari bilan iqtisodiy-moliyaviy va konsultativ hamkorlikni rivojlantirish.

BMT va uning ixtisoslashgan muassasalari bilan madaniy-gumanitar hamkorlikni jadallashtirish.

BMT va uning ixtisoslashgan muassasalari doirasida o'tkaziladigan siyosiy-diplomatik va targ'ibot-tashviqot tadbirlari miqyosini kengaytirish.

BMTning «Inson huquqlari yo'lida harakatga da'vat» tashabbusini ilgari surish uchun barcha sheriklar bilan yaqin hamkorlikni davom ettirish.

97-maqсад: Jahon savdo tashkilotiga a'zo bo'lish va Yevroosiyo Iqtisodiy Ittifoqi bilan integratsiya jarayonlarini chuqurlashtirish.

Jahon savdo tashkilotiga a'zo davlatlar bilan muzokaralar o'tkazish.

O'zbekistonlik mutaxassislarning Jahon savdo tashkiloti va ko'p tomonlama savdo tizimi sohasida salohiyatini oshirish.

Texnik jihatdan tartibga solish, sanitariya va fitosanitariya choralari va intellektual mulk himoyasi sohalarida milliy qonunchilikni Jahon savdo tashkiloti bitimlarining talablariga muvofiqlashtirish bo'yicha tegishli takliflar ishlab chiqish.

O'zbekistonning Jahon savdo tashkilotiga a'zo bo'lishining metallurgiya, to'qimachilik, oziq-ovqat, avtomobil ishlab chiqarish sohalariga ta'sirini o'rganish.

O'zbekiston Jahon savdo tashkilotiga a'zo bo'lishining milliy iqtisodiyotga ta'sirini o'rganish.

Jahon savdo tashkiloti qoidalariga muvofiq bo'lgan ichki bozorni notarif choralari orqali himoya qilish tizimini rivojlantirish.

Jahon savdo tashkiloti qoidalariga muvofiq bo'lgan eksportni qo'llab-quvvatlash va subsidiyalash choralari ishlab chiqish.

Yevroosiyo Iqtisodiy Ittifoqi bozoriga samarali kirish uchun texnik jihatdan tartibga solish va standartlashtirish masalalari bo'yicha milliy siyosatni Ittifoq tajribasi asosida yanada takomillashtirish.

Yevroosiyo Iqtisodiy Ittifoqi to'g'risidagi shartnomani chuqur tahlil qilish va tegishli takliflarni ishlab chiqish.

Yevroosiyo Iqtisodiy Ittifoqining umummilliydan ustuvor bo'lgan savdo siyosatini hamda uchinchi davlatlar bilan kelishuvlarini o'rganish.

98-maqсад: Jahon hamjamiyatida mamlakatimiz imidjini oshirishga qaratilgan axborotlar yetkazish samaradorligini oshirish.

“Dunyo” axborot agentligi faoliyatini rivojlantirish va qo'llab-quvvatlash choralari ko'rish.

Jahondagi yetakchi axborot agentliklari bilan hamkorlikni yanada jadallashtirish.

O‘zbekiston imidjini jahon sahnasida ilgari surishni nazarda tutuvchi chora-tadbirlar majmuini tayyorlash va amalga oshirish, mamlakatimizda islohotlarning borishi, jamiyatni demokratik yangilash jarayonlari haqida xolis axborot tarqatishning samarali davom ettirish.

Xorijiy davlatlarda o‘zbek tili, madaniyati va milliy an‘analarimizni keng ommalashtirish, gumanitar aloqalarni mustahkamlashdan iborat bo‘lgan Alisher Navoiy xalqaro institutini tashkil etish.

Xorijda keng axborot kampaniyasini o‘tkazish, jumladan, nufuzli xorijiy ommaviy axborot vositalarida O‘zbekiston haqidagi materiallarni e‘lon qilishni tashkil etish uchun O‘zbekiston Respublikasining asosiy diplomatik vakolatxonalariга moliyaviy resurslar ajratish.

Yevropa mamlakatlarining siyosiy-diplomatik, savdo-iqtisodiy, ishbilarmon, madaniy-gumanitar va tahliliy doiralari vakillari bilan doimiy muzokaralar olib borish, ularga O‘zbekistonda olib borilayotgan keng ko‘lamli islohotlar to‘g‘risida xolis axborot yetkazish.

Xorijda keng maqsadli targ‘ibot tadbirlarini, jumladan, “O‘zbekiston madaniyat kunlari”, davra suhbatlari, ko‘rgazmalarni o‘tkazish.

Chet ellarda O‘zbekistonning yutuqlarini qo‘llab-quvvatlash va rag‘batlantirish uchun Vatandoshlar resurslarini jalb qilish.

O‘zbekistonda amalga oshirilayotgan islohotlarni xalqaro media makonda xolisona yoritishga qaratilgan hamkorlikni kuchaytirishga doir chora-tadbirlarni amalga oshirish.

Mahalliy va xorijiy ommaviy axborot vositalarining o‘zaro hamkorligi va sohada mavjud muammolarni o‘rganish, ularni bartaraf etish hamda istiqbollarni belgilab olish uchun qulay media-maydon yaratish.

Xalqaro axborot bozorlariga chiqish, O‘zbekistonning ijobiy imidjini ilgari surish mexanizmlari, vositalari va kanallarini birgalikda ishlab chiqish, xalqaro maydonda PR-sheriklik loyihalarini amalga oshirish maqsadida yetakchi xorijiy ommaviy axborot vositalari bilan o‘zaro aloqalarni rivojlantirish va hamkorlik aloqalarini o‘rnatish.

99-maqсад: Tashqi siyosiy va tashqi iqtisodiy faoliyatning normativ-huquqiy bazasini hamda xalqaro hamkorlikning shartnomaviy-huquqiy asoslarini takomillashtirish.

Janubiy Osiyo, Yaqin, O'rta Sharq va Afrika davlatlari bilan iqtisodiy, madaniy-gumanitar hamkorlikning huquqiy asoslarini takomillashtirish (Saudiya Arabistoni, BAA, Quvayt, Qatar, Pokiston, Hindiston, Eron).

MDH hududidagi va Amerika mintaqasidagi kuchli iqtisodga erishgan davlatlar bilan iqtisodiy, madaniy-gumanitar hamkorlikning huquqiy asoslarini takomillashtirish.

O'zbekiston Respublikasining tashqi siyosiy faoliyatini tartibga solishning zamonaviy mexanizmlarini joriy etish.

Diplomatik xizmat faoliyatini zamon talablaridan kelib chiqib qayta ko'rib chiqish.

O'zbekiston Respublikasining xalqaro shartnomalari bilan bog'liq munosabatlarni tartibga solish tizimini takomillashtirish.

O'zbekiston Respublikasining xorijiy davlatlar va xalqaro tashkilotlar bilan ikki va ko'p tomonlama hamkorligining shartnomaviy-huquqiy asoslarini mustahkamlash bo'yicha takliflar ishlab chiqish va ularni amalga oshirishni muvofiqlashtirish.

O'zbekiston Respublikasi xalqaro shartnomalarini yagona tarzda hisobga olish, xatlovdan o'tkazish va ularning amalga oshirilishini monitoring qilishga mo'ljallangan elektron ma'lumotlar bazasini ishlab chiqish.

100-maqсад: O'zbekiston Respublikasining xorijdagi diplomatik vakolatxonalari va konsullik muassasalari tomonidan O'zbekistonning chet ellardagi fuqarolariga xizmat ko'rsatish tizimini takomillashtirish.

Tashqi ishlar vazirligi, xorijdagi O'zbekiston Respublikasi va chet el fuqarolariga konsullik xizmatlarini ko'rsatishda zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini keng joriy qilish.

O'zbekiston Respublikasining xorijdagi diplomatik vakolatxonalari va konsullik muassasalarining xizmat ko'rsatish qamrovini kengaytirish.

11-MA'RUZA. ENERGETIKANING DOLZARB MUAMMOLARI VA UNI OAVLARDA BARTARAF ETISH MASALASI

REJA:

1. Ishlab chiqarish va energetika iqtisodiyotining dolzarbligi.
2. Energiya tanqisligining dolzarbligi.
3. Energiya muammosining ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyati.

Hozirgi dunyoning globallashuvi shunday bir mavqedaki, hal qiluvchi omil harbiy qudratda emas, balki intellektual salohiyatda, fikrda, aqlda, ilg'or texnologiyalarni o'zlashtirishda bo'lib qolmoqda. Shu o'rinda bu sohadagi mavjud kamchiliklar ham sezilarli. Jumladan, ta'lim-tarbiya sohasining muhim tarmoqlari hisoblangan pedagogikantropologiya, ijtimoiy psixologiya hamda ijtimoiy pedagogika, pedagogik statistika va ijtimoiy-pedagogik prognostika, tarbiyashunoslikning falsafiy va ijtimoiy tarmoqlari, akmeologik tarbiya orqali shaxsni sotsiokorreksiya qilish kabi fanning muhim jihatlariga mutlaqo murojaat qilinmay kelingan. Bu kamchiliklarni bartaraf etish uchun zamonaviy tarbiyashunoslikning yangi yo'nalishi bo'lgan akmeologik yondoshuv zarur bo'ladi.

Akmeologiya (Acmeology grekcha so'z bo'lib axis-cho'qqi, yuksalish, demakdir) tabiiy, umumjamo'a va insoniy qoidalar asosida professional mahoratning yuksak muvaffaqiyatga erishishi haqidagi fan bo'lib, insonning yetuklik bosqichida rivojlanish qonunlari va mexanizmini hamda asosan bundanda yuksakroq darajalarni egallash fenomenologiyasini o'rganadi. Akmeologiya professionalizmning shakllanishidagi ayrim qonuniyatlar va texnologiyani o'rganuvchi integrativ yangi kompleks fan bo'lib, falsafiy yo'nalish sifatida 15 shakllanmagan. Bu sohada B.B.Anan'ev, V.M.Bekterov, V.N.Miyasimov, Ye.S.Kuzmin, N.V.Kuzmina, A.A.Ribnikov kabi psixolog va pedagoglar tadqiqot olib borganlar. Shu bois, jamiyatda yuksak intellektual imkoniyatlar, ilg'or g'oyalar, mahorat va professionalizmga ega yangi davr kishisi – akmeshaxs kamoloti falsafiy izlanishlarning asosiy baxs mavzusi bo'lmog'i lozim. Mazkur bo'shliqni to'ldirish yo'lida, bizningcha, quyidagilarni amalga oshirish maqsadga muvofiqdir: Birinchi, ta'lim-tarbiya jarayonini takomillashtirish yo'nalishida amalga oshiriladigan tadqiqotlarda xalqning o'tmishda yaratgan

ma'naviy-axloqiy merosi, ta'lim-tarbiya sohasidagi tajribasi, ta'lim-tarbiya nazariyasiga oid qarashlarini ilmiy-nazariy jihatdan o'rganish va ularni ta'lim jarayoniga amaliy tatbiq etishning yo'l, vosita va metodlarini belgilab olish muhim ahamiyatga egadir. Chunki insoniyat tarixida yuksak darajada taraqqiy etgan fikr, ta'lim-tarbiya borasidagi ilg'or umumbashariy g'oyalar va qadriyatlar o'tmishda shakllangan. Shu boisdan ham bunday qarashlar ruhiyatimiz, dunyoqarashimiz, umuman, milliy mentalitetimizga to'la mos keladi hamda farzandlarimizning ongiga tez yetib boradi. Ikkinchi, muayyan davrda vujudga kelgan qarashlar, ta'lim-tarbiya sohasidagi ma'rifiy fikrlar amalda bo'lganidek, yakka shaxs faoliyati tarzida emas, balki yaxlit olingan davrlar doirasida tarixiy tajriba sifatida o'rganilsa maqsadga muvofiq bo'ladi. Shu ma'noda, pedagogika fanida davrlashtirish muammosi hal qilinsa, ayni bir davrga mansub bo'lgan bir necha shaxs alloma, ma'rifatparvar olimu fozillarning ma'rifiy qarashlarini o'ziga xos jihatlarini alohida-alohida tadqiq etishga bag'ishlangan ilmiy-tadqiqot ishlarining salohiyatini ko'tarish bilan birga mahsuldorlik darajasi bir qadar past bo'lgan analogiya, takrorlashlar tarzidagi tadqiqotlarni amalga oshirishga chek qo'yish lozim. Boshqa bir tomondan, pedagogika hamda axloqshunoslik fanida davrlashtirish muammosining hal qilinishi barobarida vorislik yo'nalishida amalga oshirilayotgan tadqiqotlarni izchil tizimga solish imkoniyatini yaratish lozim. Shuningdek, asrlar davomida ota-bobolarimiz yaratgan boy ma'naviy va pedagogik merosni bosqichma-bosqich o'rganish va ommalashtirishda ilmiy tahlil qilish bu sohadagi ilg'or g'oya va qarashlarni milliy mafkura nuqtai nazaridan ta'lim tizimiga tatbiq qilishda qulaylik tug'dirishi ushbu vazifalar yechimida alohida ahamiyat kasb etadi. Uchinchi, akmeologik tarbiya boqimandalik kayfiyatidan tamomila xoli bo'lgan mustaqil fikr va tafakkur egasi - yangi akme-insonni tarbiyalash masalasiga jiddiy e'tibor beradi. Shunday ekan, jamiyatning mukammal imkoniyatlarini, yoshlar ongiga singdirmay, ma'naviy va axloqiy qadriyatlarni rivojlantirmay hamda mustahkamlamay turib barkamol insonlarni tarbiyalashdek yuksak vazifaning istiqbolini tasavvur eta olmaymiz. Kelajagimiz poydevori bo'lgan yoshlarni tarbiyalashda sog'lom ijtimoiy muhitni yaratish, ta'lim-tarbiya tizimini tubdan isloh qilish, milliy va umuminsoniy

qadriyatlarni tiklash va e'zozlash ularni yuksak g'oyalar ruhida tarbiyalash va jahon standartlari darajasidagi professional kadrlar bo'lib yetishishlari muhimdir. Chunki, faqatgina yuksak ma'rifatli odam inson qadrini, millat qadriyatlarini, bir so'z bilan aytganda, o'zligini anglash, erkin va ozod jamiyatda yashash, mustaqil davlatimizning jahon hamjamiyatida o'ziga munosib, obro'li o'rin egallashi uchun fidoyilik bilan kurashishi, o'z "akme"siga erishishi mumkin. Ijtimoiy muhitning akmeologik tarbiyaga ta'siri va mushtarakligi tarbiya jarayonlarining rivojlanishi hamda takomillashib borishini ta'minlaydi. Akmeologik tarbiyaning asosiy maqsadi – yetuk kadrlar, zamonaviy bilimlarga ega bo'lgan mutaxassislarni yetishtirish, mutaxassislikni faqat egallab qolmasdan, balki, 16 olgan bilimlarini sobit qadam bilan amaliyotga joriy etish qobiliyatini shakllantirishdan iborat. Xulosa qilib aytganda, yuqorida ko'rsatib o'tilgan va boshqa qator vazifalar amalga oshirilsa, ular jamiyatda sog'lom ijtimoiy-ruhiy muhitni yuzaga keltiradi. Sog'lom millat esa oqilona turmush tarziga erishadi, komillikka va o'zining "akme"siga intilib, ijtimoiy muhitning ijobiy va salbiy ta'sirini anglab yetadi. Shu o'rinda, "Akme" shaxslarning shakllanishi jamiyatni yanada insonparvarlashishiga olib keladi. Odamlar olomon bo'lib yashashdan bosh tortadilar, har bir kishi aqli, mehnati, xulosasi bilan yashashga odatlanib, bu ular sog'lom turmush tarzining kundalik qoidasiga aylanadi. O'z iroda va e'tiqodini shu qoidaga rioya qilishga yo'naltiradi. Eng asosiysi, bunday shaxslarga chetdan hech qanday nopok kuch, buzuvchi g'oyalar, quruq shiorlar, chaqiriqlar bilan ta'sir etib bo'lmaydi.

O'zbekiston Respublikasi o'z mustaqilligini qo'lga kiritgach, avvalo, yoshlarni qo'llab-quvvatlash, mamlakatimizda bozor iqtisodiyotiga o'tilayotgan murakkab bir sharoitda huquqiy himoya asoslarini yaratib berish ham muhim ahamiyat kashf etmoqda. Bu borada, O'zbekiston Respublikasining "Yoshlarga oid davlat siyosatining asoslari to'g'risida"gi Qonunida yoshlarni huquqiy va ijtimoiy muhofaza qilish, iste'dodini qo'llab-quvvatlash masalalari qamrab olingan bo'lsa, "Bola huquqlarining kafolatlari to'g'risida"gi Qonunda hokimiyat va boshqaruv organlarining bu boradagi vakolatlari hamda sohaga doir boshqa ijtimoiy munosabatlar huquqiy tartibga solingan. Shuningdek, Konstitutsiyamizning 41-moddasida bepul umumiy ta'lim olish

huquqining yoshlar uchun kafolatlangani ham e'tiborga molikdir. Shaxsning bilim olishga bo'lgan huquqi Asosiy Qonunimiz asosida qabul qilingan "Ta'lim to'g'risida"gi Qonun va Kadrlar tayyorlash milliy dasturida ham mustahkamlab qo'yilgan. Yoshlar o'z iqtidor va iste'dodlarini to'la namoyon etishga haqlidirlar. 42-moddada esa har kimga ilmiy va texnikaviy ijod erkinligi, madaniyat yutuqlaridan foydalanish huquqi, davlat jamiyatning madaniy, ilmiy va texnikaviy rivojlanishiga g'amxo'rlik qilishi belgilangan. 23 Hozirgi davrda yoshlarning huquqiy madaniyati va huquqiy savodxonligi jamiyatimiz taraqqiyotida muhim o'rin tutadi. "Jamiyatda hukukiy madaniyatni yuksaltirish milliy dasturida" takidlanganidek, yuksak xuquqiy madaniyat demokratik jamiyat poydevori hamda huquqiy tizim yetukligining ifodasidir. U jamiyatdagi turli xil hayotiy jarayonlarga aktiv ta'sir ko'rsatuvchi, fuqarolarning, barcha ijtimoiy guruhlarining jipslashuviga ko'maklashuvchi, jamiyatning yaxlitligi hamda betartibligini ta'minlovchi va mustahkamlovchi omildir. Qonunni hurmat qilish huquqiy demokratik jamiyatning siyosiy va huquqiy tizimlarining samarali faoliyat ko'rsatishining asosiy talablaridan biri hisoblanadi. Jumladan, O'zbekiston Respublikasi Oila kodeksi 100-moddasining 1-qismida "Ota-onaga voyaga yetgan mehnatga layoqatsiz, yordamga muhtoj bolalarga ta'minot berishi shartdir" deb ta'kidlangan. Qonun yoshlarga qarshi qaratilgan ijtimoiy xavfli qilmishlarni jinoyat sifatida baholab, ularni Jinoyat Kodeksining alohida bobi "Oilaga, yoshlarga va axloqqa qarshi jinoyatlar" bobiga kiritgan. Xususan, Jinoyat Kodeksining 122-moddasida voyaga yetmagan yoki mehnatga layoqatsiz shaxslarni moddiy ta'minlashdan bo'yin tovlash jinoyatiga nisbatan, Jinoyat Kodeksining 127-moddasida voyaga yetmagan shaxsni g'ayriijtimoiy hatti-harakatlarga jalb qilish ham jinoyat sifatida e'tirof etilgan. Huquqiy ong va huquqiy madaniyat – yoshlarning huquqiy bilimlari, huquqiy savodxonlik darajasi, ularning qonunlarga bo'lgan hurmati, huquqiy normalarini ijro etish, hayotga tadbqiq eta olish darajasi, huquqbuzarliklarga nisbatan murossasiz bo'lishi, qonunlarga itoatkorlik, aktivlik tashabbuskorlik darajasini tushunamiz. Demak, jamiyatimizning ma'naviy yangilanishida huquqiy ong va huquqiy madaniyatni yuksaltirish davlat siyosati darajasiga ko'tarilmoqda. Muxtaram Prezidentimiz Sh.M.Mirziyoyevning BMT Bosh Assambleyasining 72- Sessiyasida

soʻzlagan nutqida birinchi navbatda, mamlakatimiz yoshlarining yoshlarning ongu tafakkurini maʼrifat asosida shakllantirish va tarbiyalash eng muhim vazifa ekanligi, faqat shu yoʻl bilan soʻnggi yillarda kuchayib borayotgan, terrorizm va diniy ekstremizm tahdidlaridan asrab-avaylab, ularning huquqiy kafolatini taʼminlashga erishishimiz mumkinligi haqida alohida toʻxtaldi. Oʻzbekiston Respublikasining Konstitutsiyasi barkamol avlodni tarbiyalashda gʻoyaviy-tarbiyaviy ahamiyati beqiyos. U yoshlarda Vatanga sadoqat, mardlik, oʻzaro doʻst - birodarlik tuygʻularini yuksaltirishga xizmat qiladi. Ayniqsa, asosiy Qonunimizda xalqimizning koʻp asrlik anʼanalari, urf-odatlarini mujassamlashgani bosh Qomusimizning muhim xususiyatlaridan biridir. Unda jamiyatning barcha qatlamlari singari voyaga yetmaganlarning ham barcha turdagi shaxsiy, siyosiy, iqtisodiy hamda ijtimoiy huquq va erkinliklari kafolatlab qoʻyilgan. Xususan, Oʻzbekiston Respublikasi Konstitutsiyasining 41, 45, 64, 65-moddalarida voyaga yetmaganlar huquqlarining konstitutsiyaviy kafolatlari mustahkamlangan boʻlib, ushbu moddalar voyaga yetmaganlarga oid normativ-huquqiy hujjatlar uchun asos boʻlib xizmat qiladi. Mamlakatimiz oliy oʻquv yurtlarida taʼlim, ilm-fan va ishlab chiqarishning integratsiyalashuv jarayoni izchil rivojlanayotgani misolida ham ana shu konstitutsiyaviy qoidaning hayotimizga nechogʻli chuqur tatbiq etilayotganini kuzatish mumkin. Jumladan, akademik litsey va kasb-hunar taʼlimi, oliy taʼlim bosqichlarida «Huquq» fanlarining fan sifatida oʻqitilishi ham fikrimizning ifodasidir. Umuman olganda, yoshlar huquqini kafolatlashning bugungi holati davlat siyosati darajasida hal etilib, yoshlarning manfaatlari toʻliq kafolatlangan. Ammo, bu sohada istiqbolda hali qilinadigan ishlar talaygina. Zero, yoshlarda huquqiy javobgarlik va intizom tuygʻusi yuqori darajada shakllanganligida namoyon boʻladi. Chunki huquqiy ong va huquqiy madaniyat axloqiy va maʼnaviy meʼyorlarga tayanadi. Shu sababli yoshlik davridayoq oilada huquqga boʻlgan xurmat, har bir ishga nisbatan javobgarlik tuygʻusini shakllantirish zarur. Bu yoshlar uchun zaruriyatga aylanmogʻi lozim, deyiladi qarorda.

Bugungi kunda talim sohasi jamiyatimizning eng dolzarb va nozik jabhalaridan biri hisoblanadi. Bu borada olib borilayotgan bir qator islohotlar, shu xususdan yoshlar tarbiyasi va ularning faoliyatiga oid davlat siyosati kunning muhim, kechiktirib

bo'lmis vazifasi sifatida ahamiyat kasb etmoqda. Demak, bu masala o'z-o'zidan yurtimizdagi talim tizimi bilan bog'liq bir qator muamolarga jiddiy etibor berilishini taqozo etadi. Ijtimoiy-siyosiy tuzumning almashishi davrida iqtisodiy va ma'naviy hayotning yangilanishiga, ijtimoiy tafakkurning o'zgarishi, atrofdagi voqea va hodisalarning yangicha talqin etila boshlashiga muvofiq xalq og'zaki ijodiga ham munosabatlar o'zgaradi. Ayniqsa mustaqqillik yillarida milliy qadriyatlar va xalq an'analarining tiklanishi folklor asarlariga ilmiy qiziqishni kuchaytdi. Chunki, folklor materiali qadim davrlarda shakllanib, xalqning ongiga singib ketgan tushunchalarini xalq ongining tub-tubidan sug'urib olib, uning qayta ma'naviy yangilanishida boy badiiy vosita hisoblanadi. Dunyo hamjamiyatligidagi talim sohasidagi tajribalar shuni ko'rsatadiki, folklor, xalq og'zaki ijodi millat manaviyatida, uning barkamolligida katta ahamiyatga ega. Qadimgi Buyuk Rim imperiyasi va antik grek madaniyati davrlarida-yoq folklorning har bir janri maktablarda alohida fan sifatida o'rganilgan. Bu tajribani bugungi kunda millatimizning manaviy yangilanish pallasida talim sohasida sinab ko'rish vaqti keldi. Bizningcha, bugungi kundagi talim jaryonlarida bo'ladigan islohatlar qatorida, folklor fani umumiy o'rta talim maktablaridan (5-sinfdan) boshlab, alohida dars (predmet) sifatida o'tilishini amalda tadbqiq etish zarur. Fanning aniq maqsad va vazifalarini kuyidagicha belgilab ko'rsatish mumkin:

- xalqimizning asrlar mobaynida ko'z qorachig'iday asrab-avaylab, bugungi avlodga yetkazgan milliy madaniy meroslarimizni chuqur o'rgatish;

- xalq og'zaki ijodida ifodalangan vatanni sevis, fidoyilik, mardlik, ozodlik va erkinlik, mehnatsevarlik, vafodorlik, ezgulik kabi mangu g'oyalarni farzandlarimiz ongiga singdirish;

- xalq donaligidagi milliy so'z boyligimiz xazinasidan kundalikli turmushimizda unumli foydalanib so'zlik tarkibimizni yana da takomillashtirish;

- farzandlarimizning nutq madaniyati, erkin fikrlash qobiliyatini rivojlantirish. Mana, shunday bir nechta maqsad va vazifalarni boshchilikka olib "Umumiy o'rta va o'rta maxsus kasb-hunar talimining Davlat talim standarti"dagi o'quvchilarning darslarni o'zlashtirishdagi kompetentsiyalariga muvofiqlashtirib yangi darslik va

o‘quv-metodik qo‘llanmalar yaratishda ilmiy muassasalar xodimlari va pedagog xodimlarning jalb qilinishi maqsadga muvofiqdir deyiladi.

O‘tilgan mavzu yuzasidan savol va topshiriqlar

1. Ishlab chiqarish va energetika iqtisodiyotining dolzarbligi.
2. Energiya tanqisligining dolzarbligi.
3. Energiya muammosining ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyati.
4. Huquqiy ong va huquqiy madaniyat axloqiy va ma’naviy me’yorlarga o‘ziga xos ta’rif bering.
5. Huquqiy ong va huquqiy madaniyat – yoshlarning huquqiy bilimlari, huquqiy savodxonlik darajasi, ularning qonunlarga bo‘lgan hurmati, huquqiy normalarini ijro etish darajasini tushuntiring.
6. “Jamiyatda hukukiy madaniyatni yuksaltirish milliy dasturi”da belgilangan qoidalarni auditoriyaga joriy eting.
7. Yoshlar huquqini kafolatlash: holat va istiqbol. Ma’nosini tushuntiring.
8. Akmeologiya ning ma’nosini auditoriyada tushunchalar va savollar asosida mustahkamlang.

12-MA'RUZA. OMMAVIY AXBOROT VOSITALARIDA URUSH VA TINCHLIK MASALALARINI TAHLIL QILISH

REJA:

1. Yangi turdagi urushning xususiyatlari.
2. Urush - bu ba'zi ijtimoiy aktyorlar tomonidan boshqa ijtimoiy aktyorlarga qarshi amalga oshiriladigan maqsadli, uyushgan zo'ravonlik jarayoni.
3. Urush haqidagi axborotlarning OAV larda yoritilishi.

Ommaviy axborot vositalarining urush va tinchlik masalalarini yoritish tahlili ommaviy axborot vositalarining mojarolarni qanday aks ettirishini baholashni o'z ichiga oladi: ular qaysi jihatlariga (zo'ravonlik, siyosat) e'tibor qaratadi, auditoriyaning tasavvuriga qanday ta'sir qiladi va ular "tinchlik jurnalistikasi" tamoyillarini to'liqroq kontekstni taqdim etish uchun qo'llaydimi yoki yo'qmi. Ommaviy axborot vositalari yangiliklar, tahliliy maqolalar va hujjatli filmlar orqali jamoatchilik fikrini shakllantiradi.

Yangi turdagi urush – bu yangi fashizmning axlatining davlatlar, xalqlar va madaniyatga qarshi qurolli bosqini bo'lib, rejaga muvofiq, Qo'shma Shtatlarning ko'magi va mablag'lari bilan amalga oshiriladigan "yangi qullik tsivilizatsiyasi"ni qurish maqsadi bilan amalga oshiriladi.

Ukraina fojiasi, Malayziya Boyeing samolyotining urib tushirilishi, Rossiyaga qarshi sanksiyalar, neft va oziq-ovqat narxlari, Gonkong va Bolotnaya maydonidagi "Maydan", Mistral va boshqalar - bular urush epizodlari.

Milliy xavfsizlikka va Rossiyaning o'ziga eng katta va eng halokatli tahdidlar to'rtta manbadan kelib chiqadi:

- o'zining kontseptual hokimiyatining yo'qligi - milliy davlat g'oyasi, mafkurasi va milliy strategiyasi;
- qoidalar bo'yicha va dushmanlarimizning urush strategiyasi doirasida mavjud bo'lishga urinishlardan (Rossiya harbiy razvedkasi xodimi Vandamme (Yedrixin): "Anglosaksonlar bilan urushdan ham yomonroq narsa ular bilan do'stlikdir");
- davlat lavozimlariga kadrlarni tanlashning davom etayotgan salbiy jarayoni, milliy yo'naltirilgan kadrlar siyosati va davlat xizmati ta'limi tizimining yo'qligidan;

vatanparvarlik ruhida tarbiyalangan va professional xizmat ko'rsatuvchi xodimlarning yangi qatlami - yangi zodagonlarning yo'qligidan;

- bizning dushmanimiz bo'lgan G'arbning moliyaviy tizimining bir qismi bo'lgan milliy moliya tizimining yetarli emasligidan;

- milliy ta'lim, sog'liqni saqlash va ijtimoiy-madaniy sohalarning tarixiy tizimlarining yo'q qilinishidan;

- ommaviy axborot vositalarining nazoratsizligi va umumiy sadoqatsizligidan;

- lahzaning jiddiyligini tushunmasligimizdan yoki qasddan harakatsizligimizdan;

- urushimiz uchun nazariya, strategiya va vositalarning yo'qligidan.

Hozirda biz bu urushda yutqazmoqdamiz, chunki:

- Biz urush ketayotganini tushunmayapmiz;

- Biz Rossiya hududida qurolli kurash shaklidagi urush boshlanishini va undan qochishning iloji yo'qligini anglamayapmiz;

- Biz bu urushni qanday olib borishni bilmaymiz va o'z milliy strategiyamizga ega emasmiz;

- Biz urush strategiya, rejalashtirish, safarbarlik va shaxsiy mas'uliyat ekanligini tushunmaymiz va bu harbiy aksiomalarni davlat amaliyotiga tatbiq etmaymiz; • Biz liberal gap-so'zlarga ishonamiz va ularning davlatga rahbarligiga toqat qilamiz;

- Biz beshinchi kolonnamizning birligimizni ichkaridan buzishi va Ukrainadagi fojiga o'xshash fuqarolar urushini tayyorlashining oldini olish choralari ko'rmayapmiz;

- Biz jamiyatimizni urushga tayyorlamayapmiz, ham muammoni tushunish darajasida, ham shahar militsiyalarini o'z bezorilaridan himoya qilish uchun tayyorlash darajasida, ular bizga va bizning hududimizga qarshi urushning asosiy quroli bo'ladi;

- Biz Rossiya Prezidentiga ishonamiz va Vladimir Putinga tayanamiz, lekin u yolg'iz o'zi ulkan mamlakatni boshqara olmaydi va biz eng yaxshilarni hokimiyatga tayyorlamaymiz yoki ko'tarmaymiz;

- Biz urushga qodir va malakali odamlarni qidirmaymiz va ularga hukumatda ishlashga ruxsat bermaymiz;

- Biz bizni emas, balki Vatanga, ya'ni siz va men - xalqimizga xizmat qilishga tayyor bo'lishi kerak bo'lgan yangi avlod xizmatchi sinfini tayyorlamayapmiz!

Umumiy Urush Nazariyasidan hamma bilishi kerak bo'lgan bir nechta aksiomalar:

Urush ijtimoiy hodisa, Borliq nazariyasi va amaliyoti sifatida o'zining postulatlari,

qonunlari, tamoyillari, kategoriyalari, falsafasi, texnologiyalari va vositalariga ega.

Umumiy Urush Nazariyasi va Rossiyaning Milliy Strategiyasi davlatni boshqarish nazariyasi, amaliyoti va san'atidir.

1. Urush ijtimoiy hodisa, hodisa va insoniyat jamiyati mavjudligining bir qismidir.

Urushning mohiyati uyushgan zo'ravonlikdir.

2. Insoniyatning mavjudligi ikkita asosiy tabiiy holat: URUSH va TINCHLIK paradigmasi (asosiy sxemasi) doirasida davom etadi va uchinchi variant yo'q.

- "URUSH" va "TINCHLIK" insoniyat va jamiyatning har qanday darajada mavjudligining faqat bosqichlari (sikllari va ritmlari).

- "TINCHLIK" - bu oxirgi urush tomonidan shakllantirilgan ijtimoiy sub'ektlar tomonidan rollarni bajarish usuli; u o'zgarish salohiyatini shakllantiradi.

- "URUSH" o'zgarish salohiyatini anglab yetadi, ishtirokchilari o'rtasida yangi rollar va maqomlarni yaratadi va qayta taqsimlaydi.

3. **Urush** - bu ijtimoiy aktyorlar (geosiyosat) o'rtasida yangi rol va maqomda o'zlarining g'olib rolini o'rnatish (yeskilarini tasdiqlash) va yangi tuzilma va dunyoqarashni shakllantirish va keyinchalik uni boshqarish imkoniyatini ta'minlash uchun maqsadli kurash bilan tavsiflangan ijtimoiy jarayon. Urush - bu ba'zi ijtimoiy aktyorlar tomonidan boshqa ijtimoiy aktyorlarga qarshi amalga oshiriladigan maqsadli, uyushgan zo'ravonlik jarayoni bo'lib, ular o'zlarining mavjudligining asoslarini qarama-qarshi tomonning resurslari va imkoniyatlari hisobiga o'z foydalariga o'zgartirish uchun amalga oshiriladi.

4. Zamonaviy urush holati - bu eng kuchli davlatlar tomonidan dunyoning qolgan qismiga, shu jumladan, aniq dushmanlarga ham yuklanadigan doimiy, uzluksiz, nazorat ostidagi “g‘alayon” holatidir.

5. Urush belgilari tomonlarning suvereniteti va salohiyatidagi doimiy va doimiy o‘zgarishlar bo‘lib, ular davomida ulardan biri o‘zining milliy (davlat) suverenitetini va (umumiy) salohiyatini aniq yo‘qotayotgani (o‘z pozitsiyalaridan voz kechayotgani), ikkinchisi esa o‘zining salohiyatini aniq oshirayotgani ayon bo‘ladi.

6. Urush har doim tinchlik bilan emas, balki tomonlardan birining g‘alabasi bilan tugaydi, har qanday mojaro esa hal qilinishi mumkin, ya’ni “hal qilinishi” mumkin, chunki unda g‘alaba shart emas.

7. Urushning aniq va bir xil belgisi - bu tomonlar (yoki tomonlardan biri) tomonidan qurolli kuchlardan foydalanishdir.

8. Urush urush tomonlari tomonidan olib boriladi, ularning har biri o‘z maqsadlariga intiladi.

9. Urush elitalar va armiyalar tomonidan emas, balki xalqlar, millatlar va tsivilizatsiyalar tomonidan olib boriladi.

10. Qurolli kurashning o‘zi faqat urushning o‘ta, o‘ta zo‘ravon shaklidir.

11. Urush quyidagi hollarda olib borilishi mumkin:

- strategiyalarda - Vayronagarchilik va yo‘q qilish;
- ssenariy rejalarida - G‘alaba va mag‘lubiyat, Pozitsion qarama-qarshilik.

12. Urushning asosiy qonuni - bu G‘alaba huquqi qonuni.

13. Har qanday urush shakli (gibrid, iqtisodiy, axborot va boshqalar) urushdir va urush qonunlari, tamoyillari va texnologiyalariga bo‘ysunadi.

14. Urush vositasi urush maqsadlarida ishlatilishi mumkin bo‘lgan har qanday narsa bo‘lishi mumkin.

15. Urush xudolari - safarbarlik, intizom, mas’uliyat va ruh.

16. Jamiyat holatidagi har qanday maqsadli, zo‘ravonlik (majburiy) o‘zgarish, bu o‘zgarishlardan o‘z zarariga va zo‘ravonlik tashkilotchisi va tashabbuskorining manfaatlariga mos ravishda foydalanishga qaratilgan bo‘lsa, harbiy harakatlar hisoblanadi.

17. Bir ijtimoiy subekt tomonidan boshqasiga nisbatan zo‘ravonlikning (majburlashning) uyushgan, maqsadli, to‘g‘ridan-to‘g‘ri yoki bilvosita amalga oshirilishi, oldindan va oldindan roziliksiz amalga oshirilishi tajovuzdir.

18. “Tinchlik davri” liberal bozorning ixtiyoriy davlat amaliyotlarini qo‘llash zarurligini nazarda tutadi.

19. “Urush davri” davlatni majburiy safarbarlik davlat amaliyotlarini qo‘llashga o‘tishga qat’iy majbur qiladi. 20. Ijtimoiy hayotning turli sohalarida tajovuz mezonlari va ko‘rsatkichlarini, “tinchlik davri” va “urush davri” parametrlarini aniqlash davlat, harbiy siyosat va fan hamda siyosatshunoslikning boshqa shakllari uchun dolzarb vazifadir. Ushbu tushunchalar va mezonlar tizimlarini o‘zlashtirish va boshqarish, shuningdek, ulardan g‘alaba maqsadida samarali foydalanish urush san’atining ko‘rsatkichlari hisoblanadi.

21. Urush, ijtimoiy hodisa sifatida, o‘ziga xos mafkura yoki axloqqa ega emas.

Shuning uchun urushning xunuk yoki taqiqlangan urush usullari yo‘q - uni olib borishning faqat samarali yoki samarasiz usullari mavjud.

22. Faqat uni olib borayotgan davlatlar va jamiyatlar urush olib borish mafkurasi va axloqiga ega. Urush olib borish mafkurasi va axloqi urush olib borayotgan xalqlarning asosiy tsivilizatsiya qadriyatlariga, shuningdek, urushning maqsadlari, shartlari va intensivligiga bog‘liq.

23. Urushning maqsadi dushmanni yo‘q qilish emas, balki ijtimoiy sub’ektlarning (masalan, davlatlarning) rol funksiyalarini kuchli, urushdan keyingi ijtimoiy boshqaruvning o‘z modelini shakllantirishga va g‘alabasining strategik ta’siridan to‘liq foydalanishga qodir bo‘lgan davlat foydasiga zo‘ravonlik bilan qayta taqsimlashdir.

24. Urushning asosiy mukofoti resurslar emas, hudud ham, undagi kuch ham emas, balki mag‘lub bo‘lgan millatning yangi, o‘zgargan milliy mentaliteti, u har doim g‘olibni to‘ldiradi, bu uning Ma’nosining g‘alabasini va shuning uchun uning kelajagini ta’minlaydi.

25. Urush urush ishtirokchilari tomonidan olib boriladi, ularning har biri o‘z maqsadlariga intiladi. Urushda faqat bir tomon uchun g‘alaba mumkin va murosaga kelish mumkin emas, bu faqat mojarolarda mumkin.

26. Zamonaviy urush tanklar va artilleriya otishmalari, havo kuchlari va raketa kuchlarining zarbalari va ikkala tomon askarlarining front chizig'ini g'alaba sari oldinga siljishi haqida emas. Zamonaviy urush radiatsiyaga o'xshaydi: siz buni sezmaydiz, lekin siz allaqachon yo'q bo'lib ketgansiz.

Shunday qilib, millatlar va davlatlar insoniyat tarixidan jimgina yo'q bo'lib ketadi.

Buning misoli - kuchli armiya va yadroviy qurolga ega ulkan imperiya - hech kim o'q uzmasdan yo'q bo'lib ketgan SSSR.

27. Urushlar har doim tinchlik bilan emas, balki bir tomonning g'alabasi va g'olib tomon shartlari bo'yicha tinchlik shartnomasi tuzilishi bilan tugaydi.

G'olib:

- urushdan keyingi landshaft, arxitektura va tinchlik qonunini shakllantiradi;
- uning natijalarini G'alaba qonuniga muvofiq xalqaro va milliy huquqda rasmiylashtiradi;

- urushdan keyingi dunyo uchun o'z shartlarini mag'lublarga diktalaydi;

- urushdagi g'alabasining strategik oqibatlaridan foydalanadi, ya'ni mag'lublarning barcha resurslaridan nazoratsiz foydalanadi.

28. Urush doimiy (uzluksiz) va universaldir.

Qurolli kurash urushning faqat bitta shakli (bosqichi). Shuning uchun qadimgi shior, "Agar tinchlikni istasangiz, urushga tayyorlaning!", bugungi kunda o'z ahamiyatini yo'qotdi (jigaringiz ishlamay qolganda Borjomi ichish juda kech).

Bu shuni anglatadiki, urush paytida urushga tayyorgarlik ko'rish juda kech; siz jang qilishingiz kerak.

Jahon voqealarini yorituvchi jurnalistikada obektivlik tamoyillari sezilarli va uzoq muddatli ta'sirga ega bo'lishi, auditoriyaning mojaro haqidagi tasavvurlarini buzishi mumkinligi ta'kidlanadi. Harbiy jurnalistikada zo'ravonlik odatda faqat mustaqil sabab sifatida taqdim etiladi, mumkin bo'lgan strukturaviy yoki psixologik sabablarni e'tiborsiz qoldiradi.

Ommaviy axborot vositalarining 3 ta asosiy xususiyati mavjud:

Birinchidan, Ommaviy axborot vositalarining o'ziga xos xususiyatlari

Ikkinchidan, Ommaviy axborot vositalari vaqti-vaqti bilan yoki uzluksiz ishlaydi. Uning cheksiz iste'molchi bazasi mavjud.

Uchinchidan, Asosiy axborot oqimi bir yo'nalishda - ommaviy axborot vositalaridan iste'molchiga qarab harakatlanadi.

Ommaviy axborot vositalari jamiyatda qanday o'ziga xos asosiy rol o'ynaydi. Ularning vazifasi odamlarni xabardor qilish, o'qitish va ko'ngil ochishdir. Ommaviy axborot vositalari jamiyatga kuchli ijtimoiy va madaniy ta'sir ko'rsatishi o'z-o'zidan tushunarli, shuning uchun ular jamiyatda va jamiyat uchun harakat qilishlari, uning ijobiy qiyofasini shakllantirishlari kerak. Qanday turdagi ommaviy axborot vositalari mavjud?

Ommaviy axborot vositalari bilan aloqa tizimining o'ziga xos turlari, Bosma matbuot (gazetalar, jurnallar va boshqalar)

Audiovizual ommaviy axborot vositalari (radio, televideniye va boshqalar), axborot xizmatlari (axborot agentliklari, matbuot xizmatlari va boshqalar).

Harbiy jurnalistika oddiy jurnalistikadan nimasi bilan farq qiladi?

Harbiy jurnalistlar nafaqat faktlarni xabar qilishadi; ular urush bilan bog'liq insoniy hikoyalarni ham aytib berishga intilishadi. Bu auditoriyaga nafaqat voqealar xronologiyasini, balki ularning hissiy oqibatlarini ham tushunishga yordam beradi. Jurnalistlar ma'lumotni eng qulay va tushunarli tarzda taqdim etish uchun turli xil yondashuvlardan foydalanadilar.

Zamonaviy jurnalist harakatchanlik, mas'uliyat, bilimdonlik, boshqa mavzuga malakali va tez moslasha olish qobiliyatiga ega bo'lishi shart - bular har bir jurnalist uchun eng kam talablardir. Biroq, bu kasbning haqiqiy mutaxassisi bo'lish uchun yetarli bo'lmasligi mumkin.

«Urush va tinchlik» bizga nimani o'rgatadi?

Shunday qilib, "Urush va tinchlik" romani bizga ko'p narsalarni o'rgatadi. Ushbu ko'p qirrali asar bizni tinchlikni qadrlashga, gumanizmni namoyish etishga, oilaviy qadriyatlarga e'tibor berishga, hayotning ma'nosini izlashga va tarixiy jarayonlarning ahamiyatini tushunishga undaydi.

“Urush – tinchlik” jamiyat kim bo‘lishidan qat’i nazar, dushmanga nisbatan nafratda birlikni topadi degan fikrni ta’kidlaydi. Aslida, dushman doimiy ravishda o‘zgarganda paydo bo‘ladigan paradoks yoki qarama-qarshilik johillik kuch degan fikrni kuchaytiradi.

Bosma davriy nashrlar, radio, televideniye, video dasturlar, yangiliklar, onlayn nashrlar va davriy ommaviy axborot vositalarini tarqatishning boshqa shakllari.

“Urush va tinchlik” - bu rus hayotining keng qamrovli portreti bo‘lib, barcha ijtimoiy qatlamlarni (dehqonlardan tortib imperator Aleksandr I gacha) qamrab oladi. Shuningdek, u harbiy operatsiyalar jarayonining batafsil tavsifini va urushdagi inson xatti-harakatlarini tushunishni taklif etadi. Lekin eng muhimi, bu chuqur falsafiy mulohaza va hayotni o‘rganishdir - kundalik hayotda, oilada,...

Urush va tinchlikning otasi kim? “Urush va tinchlik” - 1867-yilda nashr etilgan va Lev Tolstoy (1828–1910) tomonidan yozilgan mashhur 19-asr rus romani. Tolstoy taniqli yozuvchi bo‘lib, uning boshqa mashhur asarlari orasida “Anna Karenina” (1877) va “Ivan Ilichning o‘limi” (1886) bor.

Urush va tinchlik qarama-qarshi davlatlardir: biri mojaro bilan belgilanadi, bu davlatlar yoki boshqa yirik guruhlar tomonidan qurol va jismoniy kuchning uyushgan qo‘llanilishini o‘z ichiga oladi, ikkinchisi esa mojaro va zo‘ravonlikning yo‘qligi bilan tavsiflangan uyg‘unlik hodisasidir.

O‘tilgan mavzu yuzasidan savol va topshiriqlar

1. Urush va tinchlikning asosiy mavzulari nimalar?
2. Zamonaviy dunyoda ommaviy axborot vositalari nima?
3. Mavzular: odamlarga muhabbat, urush va tinchlik, milliy birlik, hayot mazmunini izlash, oilaviy rishtalar va tarix falsafasi.
4. Ommaviy axborot vositalari (Matbuot vositalari) - bu turli xil texnik vositalardan foydalangan holda o‘z auditoriyasiga ma’lumotni ommaviy ravishda yetkazadigan barcha tashkilotlar.
5. Urush va tinchlik jurnalistikasi o‘rtasidagi farq nima?
6. “Urush va tinchlik” bizga nimani o‘rgatadi?
7. “Urush va tinchlik” tushunchalarining ma’nosi nima?

8. “Urush – tinchlik” so‘zlarining ma’nosi nima?

13 –MA'RUZA. IQTISODIY INFORMATSIYANI OMMAVIY KOMMUNIKATSIYA SAXIFALARIDA UZATISH USULLARI VA TEXNOLOGIYALARI

REJA:

1. Ommaviy axborot vositalarida iqtisodiy axborotni uzatish usullari va texnologiyalari.

2. Ommaviy axborot vositalarida iqtisodiy axborotni uzatish usullari va texnologiyalari.

3. To‘plangan tajribani ijodiy qayta ishlash, muvaffaqiyatli integratsiyalashgan siyosiy kommunikatsiya texnologiyalarini loyihalash uchun nazariy asoslarni shakllantirish va ularni muvozanatli amaliy qo‘llash

4. Ijtimoiy almashinuvning globallashuvi va insoniy o‘zaro ta’sirni shakllantiruvchi madaniy makon davrida ijtimoiy muloqotning tubdan boshqa shakllari

So‘nggi o‘n yillikda Rossiyada ommaviy axborot vositalari bilan aloqalar formati sezilarli darajada o‘zgardi. Birinchidan, Rossiya ommaviy axborot vositalari hukumat va jamiyat o‘rtasidagi siyosiy muloqotning haqiqiy vositasiga aylandi. Biroq, bugungi kunda ushbu axborot va kommunikatsiya o‘qi fuqarolar o‘zlarini axborot munosabatlarida teng huquqli ishtirokchi deb hisoblamaydigan va hukumat siyosatiga chinakam ta’sir ko‘rsatish imkoniyatiga ega bo‘lmagan sharoitda mavjud. Ikkinchidan, mintaqaviy va xalqaro axborot oqimlarini tashkil etishning yangi yondashuvlari tufayli media-xoldinglar (Rossiyaning kuchli ommaviy axborot vositalari) o‘zlarining korporativ madaniyatini rivojlantira boshladilar, tahririyat siyosati, professional standartlar, axloqiy kodekslar va shunga o‘xshash narsalarning aniq tushunchalarini yaratdilar. Yuqorida aytib o‘tilgan hujjatlar, odatda ichki foydalanish uchun mo‘ljallangan bo‘lib, asosan jurnalistik jamoalar va davlat idoralari o‘rtasidagi munosabatlarni rasmiylashtirishga mo‘ljallangan.

Zamonaviy Rossiya ommaviy axborot vositalari manzarasida siyosiy muloqot qarama-qarshi, ba'zan tajovuzkor bo'lib, bu nafaqat jamiyatdagi siyosiy madaniyat darajasiga salbiy ta'sir ko'rsatadi, balki jamoatchilik ongida nomutanosiblikni keltirib chiqaradi, kundalik munosabatlarda psixologik noqulaylik, keskinlik, mojaro va nizolarni keltirib chiqaradi. Professor V.F. Kuznetsov o'z tadqiqotida davlat va siyosiy kommunikatsiya ommaviy axborot vositalarining o'zaro ta'sirini o'rganadi. Xususan, professor ta'kidlaganidek, "turli axborot manbalarining (shu jumladan, ommaviy axborot vositalarining) siyosiy qarashlarning shakllanishiga ta'sir darajasi jamiyatda siyosiy kommunikatsiyaning rivojlanish darajasiga bog'liq. Faqat siyosiy texnologiyalar merosiga tayanish. Kommunikologiya - Kommunistik Ittifoqiga ko'zlangan ijtimoiy maqsadlarga erishishda muvaffaqiyatsizlikka olib kelishi mumkin. Aynan shuning uchun ham bu juda zarur".

"To'plangan tajribani ijodiy qayta ishlash, muvaffaqiyatli integratsiyalashgan siyosiy kommunikatsiya texnologiyalarini loyihalash uchun nazariy asoslarni shakllantirish va ularni muvozanatli amaliy qo'llash. Bundan tashqari, Rossiyada samarali ijtimoiy davlatni shakllantirish jarayonida uning dinamik barqarorligini va umuman Rossiya jamiyatining barqarorligini ta'minlaydigan integratsiyalashgan siyosiy kommunikatsiyalar mexanizmi aniqlanishi kerak".

Shaxslararo muloqot bugungi kunda ham ming yillar oldin bo'lgani kabi zarur, ammo ijtimoiy almashinuvning globallashuvi va insoniy o'zaro ta'sirni shakllantiruvchi madaniy makon davrida ijtimoiy muloqotning tubdan boshqa shakllari paydo bo'lmoqda. Shunday qilib, britaniyalik sotsiolog Devid Cheyni fikriga ko'ra, "oila va cherkov kabi ijtimoiy institutlar an'anaviy ravishda madaniy uzluksizlikning asosiy omillari hisoblanib kelgan. Biroq, so'nggi paytlarda bu rol tobora ko'proq ommaviy kommunikatsiya va o'yin-kulgining turli shakllari tomonidan egallab olinmoqda".

Har bir mamlakatda hokimiyat-matbuot-jamiyat uchburchagi ichida munosabatlarni yaratishning o'z tarixi mavjud. Siyosiy muloqotning nazariy kontseptsiyalarini tahlil qilish (J. Xabermasning klassik qarashlaridan tortib, zamonaviy mualliflarning tadqiqotlarigacha) bizga bunday muloqotning ikki turini

ajratish mumkin degan xulosaga kelishga imkon beradi: hokimiyat tomonidan boshlangan va fuqarolarni o'z qarorlari haqida xabardor qiladigan "yuqoridan" "an'anaviy" siyosiy muloqot (ko'p hollarda, fikr-mulohazalarga tayanmasdan); va jamoatchilik tomonidan turli xil jamoat birlashmalari va tashkilotlari shaklida boshlangan "muqobil" siyosiy muloqot. Professor F.I. Sharkovning so'zlariga ko'ra, "siyosiy muloqot funktsiyasi alohida o'rin tutadi, bu siyosiy tizim elementlari o'rtasida ham, siyosiy tizim va atrof-muhit o'rtasida ham siyosiy axborotni tarqatish va uzatishni ta'minlaydi. Bu kommunikativ funktsiya partiyalar, manfaatdor guruhlar va ommaviy axborot vositalari tomonidan amalga oshiriladi. Siyosiy muloqotning rivojlanmaganligi siyosiy tizimning moslashuv darajasining pastligining sabablaridan biri bo'lib, bu qo'llab-quvvatlashning yo'qolishiga va beqarorlikka olib keladi". Rossiyada munosabatlarning axborot-kommunikatsiya modelini yaratish jarayoni biroz eksperimental xususiyatga ega.

Ko'pgina zamonaviy G'arb jurnalistika modellarining tuzilishi axborot funktsiyasi matbuot-hukumat munosabatlarida ustuvor ahamiyatga ega bo'ladigan tarzda qurilgan. Rivojlangan demokratik mamlakatlarda bugungi kunda axborot makonining katta qismi davlat va uning hokimiyat tarmoqlaridan mustaqil bo'lgan ommaviy axborot vositalari, partiyalar va jamoat tashkilotlaridan iborat bo'lib, xususiy korxona sifatida faoliyat yuritadi. Ularning ijtimoiy bazasi partiya emas, balki umuminsoniy va milliy qadriyatlar va keng o'quvchilar bilan birlashgan xalqdir.

Ushbu umumiy siyosiy nashrlar o'zlarining eng yuqori maqsadini jurnalistikaning targ'ibot emas, balki axborot funktsiyasini bajarish deb biladilar. Umumiy siyosiy gazetalar axborot munosabatlari ishtirokchilariga o'z sahifalarida fikr almashish va biri-biri bilan polemika qilish imkonini beradi; bundan tashqari, gazetaning o'z pozitsiyasi taklif qilingan qarashlardan biri bilan mos kelmasligi yoki noaniq bo'lib qolishi mumkin. Ommaviy axborot vositalarining kommunikativ funktsiyasining samaradorligi auditoriyaning xabardorligi, intellektual rivojlanishi, siyosiy madaniyati, didi va afzalliklari, shuningdek, fuqarolarning mentaliteti va faolligiga bog'liq. Ommaviy auditoriyaning fikr-mulohazalari interaktivlik orqali ta'minlanadi, bu texnologik yangiliklarni hisobga olgan holda elektron ommaviy axborot vositalarining

zamonaviy tendentsiyalaridan biridir. Bu har bir tomoshabin va tinglovchiga nafaqat axborot-kommunikatsiya jarayonida, balki ommaviy axborot vositalari va nodavlat tashkilotlari orqali davlat siyosatining shakllanishiga ta'sir ko'rsatishi mumkin bo'lgan fuqarolik jamiyatining bir qismi sifatida ham teng huquqli ishtirokchi sifatida his qilish imkonini beradi.

Interaktivlik teleradioyeshittirish jurnalistikasiga xosdir. Rossiya ommaviy axborot vositalari ushbu texnologik yondashuvni elektron ommaviy axborot vositalarining turli janrlarida (axborot-ko'ngilochar tok-shoulardan tortib radio va televideniye yangiliklar dasturlarigacha), odatda auditoriyaning mavjudligi va jonli efirda sodir bo'layotgan voqealarga ta'sir qilish illyuziyasini yaratish uchun qo'llaydilar.

Ommaviy axborot vositalarining tijoratlashuvi asta-sekin audiovizual va bosma ommaviy axborot vositalarining aksariyati o'z sifatini yo'qotib, «sariq jurnalistika»ga aylanishiga olib kelmoqda. Zo'ravonlik, jinsiy aloqa, janjallar, jinoyatchilik va tabiiy ofatlar va falokatlar haqidagi xabarlar radio va televideniye yangiliklar dasturlarida, shuningdek, davriy nashrlar sahifalarida efir vaqtining katta qismini egallaydi. Yangiliklar xizmatlari transmilliy korporatsiyalar ta'sirida. Axborot bozorida raqobatbardosh bo'lish uchun ommaviy axborot vositalari turli usullarga murojaat qilishadi, ulardan biri shov-shuvli voqealarni ta'qib qilishdir.

Siyosiy sharhlovchilar o'z auditoriyasiga tobora ko'proq fitnalar haqida gapirib berishadi va oddiy fuqaro uchun muhim bo'lgan masalalarga e'tiborni kamaytirishadi. Iqtisodiy masalalarni yorituvchi muxbirlar ko'pincha ommaviy axborot vositalarining jamiyatga ta'sir qilish va jamoatchilik fikrini shakllantirish qobiliyatidan foydalanadigan yirik korporatsiyalarda ishlashlarini bilishmaydi. Bu tendentsiya demokratik jamiyatda jurnalistikaning rolini pasaytirish bilan tahdid qilmoqda. Tanqidchilarning ta'kidlashicha, televideniyeidagi munozaralar ishtirokchilari endi voqealar haqida faqat yuzaki sharhlar berishadi, voqealarning sabablari va oqibatlarini chuqur tahlil qilish va tushuntirishdan qochishadi. Ommaviy axborot vositalari xodimlari mashhur shaxslar va tashkilotlarning janjallariga shunchalik berilib ketishadiki, ular kundalik hayotning muhim masalalarini to'liq yoritib bera olmaydilar.

Masalan, ijtimoiy ta'minot, yuqori ishsizlik va shunga o'xshash masalalar. Shunday qilib, ommaviy axborot vositalarining tijoratlashuvi jurnalistikadagi salbiy hodisalarning sabablaridan biridir. Tahririyat kengashlari o'z auditoriyasiga mamlakat va dunyoning murakkab iqtisodiy va siyosiy hodisalarini o'z vaqtida va malakali ravishda tushuntirishlari kerak.

Jamoatchilik nafaqat qarorlar va qonunlar haqidagi ma'lumotlarga, balki muayyan ijtimoiy o'zgarishlarning professional talqinlariga ham ega bo'lishi kerak. Bundan tashqari, ommaviy axborot vositalari dolzarb masalalarni muhokama qilishda turli nuqtai nazarlarni yoritishi va argumentlarni taqdim etishi, shuningdek, auditoriyaga o'z nuqtai nazarini ifoda etish imkoniyatini berishi kerak.

Ommaviy axborot vositalarining rivojlangan axborot va kommunikatsiya kontseptsionalari mamlakatdagi demokratik o'zgarishlar va fuqarolik jamiyatini tsivilizatsiya yo'nalishlari bo'yicha rivojlantirish uchun juda muhimdir.

Globallashuv sharoitida ommaviy axborot vositalarining tijoratlashuvi va yangiliklarni yoritishning tezkorligi masalalari tobora dolzarb bo'lib bormoqda. Bu tendentsiyalar davriy nashrlar sonining ko'payishiga, yangi televideniye va radio loyihalarining paydo bo'lishiga va yangiliklarni yetkazib berish modellarining soddalashtirilishiga olib kelmoqda. Tijoratlashuv axborot xizmatlari bozorida raqobatni keltirib chiqaradi, ammo vaqtinchalik tijorat manfaatlari ommaviy axborot vositalarining salohiyatini cheklaydi, bu esa har doim ham auditoriya ehtiyojlarini qondira olmaydi.

Yangiliklarni yetkazib berishni soddalashtirishning global tendentsiyasi Rossiya ommaviy axborot vositalariga ham xosdir. Voqealarning g'ayritabiiy yoritilishi fonida "Dojd" radiokanali va shov-shuvli "Dom 2" loyihasi prodyuserlari asosan auditoriyaga hissiy ta'sirni hisobga olgan holda reytinglarni saqlab qolishga harakat qilishdi. Biroq, tajriba natijalari shuni ko'rsatadiki, Amerika jurnalistikasiga xos bo'lgan 5S nazariyasi (jinsiy aloqa, janjal, qo'rquv, o'lim, ko'z yoshlar va boshqalar) ni amalga oshirish Rossiya televideniye makonida ham bir xil darajada samarali bo'lib chiqdi.

Biroq, bugungi kunda Rossiya ommaviy axborot vositalarida yuqori sifatli axborot va tahliliy materiallar yetishmaydi. Ommaviy tabloid matbuot fenomeni

Rossiyada 1990-yillarning oxirlarida boshlangan. Ommaviy axborot vositalari orqali ibtidoiy insoniy qadriyatlar tizimini shakllantirishning vayronkor jarayoni bugungi kunda ham davom etmoqda. Past sifatli axborot oqimiga qarshi turish uning ta'sirini o'z vaqtida oldini olishdan ko'ra ancha qiyinroq.

Har bir inson axborotga ehtiyoj sezadi va rivojlantiradi.

Birinchidan, mustaqil ravishda, tabiiy zarurat asosida yoki axborotga qaramlikni keltirib chiqarishi mumkin bo'lgan ommaviy axborot vositalari ta'sirida.

Idrok illyuziyasi orqali ikkinchisi sun'iy ravishda hissiy stressga olib keladi. Postsovet hududidagi mahalliy mojarolarga bo'rttirilgan e'tibor, shuningdek, milliy valyutaning qadrsizlanishi yoki oziq-ovqat tanqisligidagi sensatsiya aholi orasida vahima qo'zg'atishga, oziq-ovqatga bo'lgan talabning oshishiga va hukumatga nisbatan hissiy tanqidga olib keladi. Ommaviy auditoriyaning haqiqiy ehtiyojlariga mos kelmaydigan ma'lumotlar jamiyatda psixologik beqarorlikka olib kelishi mumkin, bu esa o'z navbatida mamlakatda ijtimoiy muammolarni keltirib chiqaradi. Bugungi kunda ommaviy axborot vositalari nazariyasi va amaliyoti sohasida jurnalistika o'z haqiqatini yaratadi, degan taxmin keng tarqalgan bo'lib, uni mutlaq haqiqat bilan emas, balki haqiqatni boshqarish uchun foydaliligi bilan baholash kerak. Aloqa nazariyasi nuqtai nazaridan yangiliklarni o'rganish asosan ushbu xulosaga olib keldi.

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, yangiliklarni tanlash va taqdim yetish bo'yicha tahririyat qarorlari asosan o'zlarining professional qoidalariga asoslanadi, bu yesa jurnalistikani avtonom ishlaydigan tizim, axborot uzatish vositasi va vositachisi sifatida tavsiflaydi. Bu yerda fakt va fantastika o'rtasidagi farqni bekor qilishning aniq tendentsiyasi seziladi. Amaliy yangiliklar jurnalistikasida yangiliklarni taqdim yetish qoidalari sifatida shakllantirilishi mumkin bo'lgan tamoyillarni saqlab qolish, ma'lum bir sifatli yoritishni ta'minlash va jurnalistlar va keng jamoatchilik uchun qo'llanma bo'lib xizmat qilish zarur. Yangiliklarni taqdim yetish qoidalari makon va vaqtdan mustaqil yemas. Aksincha, ular yangiliklar jurnalistikasi vaqt va moliyaviy cheklovlariga qaramay, bugungi xilma-xil jamiyatga o'zini doimiy ravishda kuzatib borish imkonini beradigan voqelikni aks yettirishi mumkin bo'lgan professional usullardir. Statistika ko'ra, kelajakda siyosiy vaziyat bugungi tomoshabinlarning

aksariyatiga qaraganda ancha kam qiziqadigan yangi avlodning yehtiyojlarini o'rganish va qondirish zarur. Yoshlar yangi texnologiyalarning rivojlanishi haqidagi ma'lumotlarga va tsivilizatsiyalar tarixi va istiqbollari haqidagi o'quv materiallariga jalb qilinadi. Axborot makonida ushbu barcha talablarga javob bera oladiganlar XXI asrda media bozorining yetakchilari hisoblanadi. Har bir jamiyat o'zining axborot yehtiyojlarini qondirishi kerak. Bunga qodir jamiyat nafaqat axborot ochligidan qochibgina qolmay, balki undagi demokratiyaning ishlashi bilan ham bog'liq. Shaxsiy axborot yehtiyojlari ijtimoiy omillar, xususan, jamiyat rivojlanish darajasi bilan belgilanadi. Aynan jamiyatning rivojlanishi va uning ilmiy-texnik taraqqiyot mahsulotlariga bo'lgan qiziqishi axborot olish uchun muhim motivatsiya darajasini belgilaydi.

Olimlarning fikriga ko'ra, "**axborot muammosi** - bu har bir sub'ektga xos bo'lgan, ularning individualligini aks yettiradigan va axborot so'rovlari shaklida aniq ifodalangan bilimga bo'lgan yehtiyojdir". Amalda, shaxs, jamiyat vakili sifatida, ommaviy axborotni qidiradi, garchi bu qidiruv ko'pincha ongsiz bo'lsa ham.

Jamiyatni keng qamrovli, obe'ktiv axborotdan ajratishga urinishlar aholi uchun haqiqiy axborot bo'shlig'ini yaratadi, uni chalg'itadi. Bunday sharoitda axborot ustidan nazorat, uni manipulyatsiya qilish va senzura tayanadigan siyosiy rejimning mag'lubiyati uchun zarur shart-sharoitlar yuzaga keladi. Uzoq davom yetgan axborot bo'shlig'i ommani past sifatli axborotni iste'mol qilishga majbur qiladi, hukumatning ikkilanishi va shu bilan birga, qobiliyatsizligi yesa odamlarga kundalik hayotda hamroh bo'ladigan kuchli axborot oqimlariga qarshi turishni imkonsiz qiladi. Sotsiologik tadqiqotlarga ko'ra, o'rtacha odam axborotning atigi 20 foizini o'zlashtiradi va yeslab qoladi. Kuchli axborot immuniteti faqat har bir fuqaro o'z qiziqishlari va qadriyatlar tizimlari, odatlari, an'analari, professional yoki milliy mansubligi va boshqalarga muvofiq ongsiz ravishda rivojlantiradigan filtrlar tufayli saqlanib qoladi.

Jurnalistikaning axborot va kommunikatsiya komponenti nafaqat ommaviy axborot vositalarini idrok yetish psixologiyasiga, balki jamiyat ichidagi integratsiya jarayonlariga ham ta'sir qiladi. Zamonaviy ommaviy axborot vositalarining

vositachilar - ommaviy axborot va kommunikatsiya jarayonida ishtirok yetuvchilar sifatidagi roli nafaqat ularning axborot sifati va ishonchliligi hamda iste'molchilarning afzalliklarini shakllantirish uchun mas'uliyatida, balki bag'rikenglik va yuqori darajadagi madaniyatlararo muloqot bilan tavsiflanishi kerak bo'lgan birlashtiruvchi funktsiyani bajarishda hamdir.

Axborot munosabatlari tizimida matbuot birlashishi va bo'linishi mumkin. Ommaviy axborot vositalarining noaniqligi odatda jamiyat rivojlanishining ma'lum bir bosqichida qo'llaniladigan ommaviy axborot vositalari strategiyalariga bog'liq. Ukraina jamiyatidagi siyosiy imtiyozlarni hisobga olgan holda "bo'linish" deb ataladigan narsaning yorqin misolini Ukrainadagi "to'q sariq inqilob"dan oldin va uning davomida kuzatish mumkin yedi, bu yesa ommaviy axborot vositalari tizimida ommaviy axborot munosabatlarini yangilash uchun noyob turtki bo'ldi. Moskvadagi Bolotnaya maydoniga to'kilgan jamiyatning bir qismining norozilik kayfiyati ham noto'g'ri tushunilgan va noto'g'ri talqin qilingan ma'lumotlarning natijasi yedi. Hissiy, tarixiy va iqtisodiy omillarni hisobga olgan holda, keling, asosan vositachilar vazifasini bajaradigan birlashtiruvchi ommaviy axborot vositalari strategiyalarining bir nechta misollarini ko'rib chiqaylik.

1-sonli media strategiyasi. Hissiy omil. Ommaviy idrok psixologiyasini hisobga olgan holda, odamlarni umumiy qayg'u, umumiy quvonch va boshqalar birlashtiradi. Sport tadbirlarini (2014-yilgi Sochi Olimpiadasi) yoritishda har bir auditoriya, millatidan qat'i nazar, o'z mamlakati uchun ildiz otadi. Siyosiy voqealar va mamlakatning iqtisodiy muammolariga hissiy munosabat jamoatchilikning hamdardligini kuchaytirishga va umumiy ijtimoiy maqsadlarga yerishish uchun fuqarolar o'rtasida hamjihatlik tuyg'usini rivojlantirishga yordam beradi.

2-sonli ommaviy axborot vositalari strategiyasi. Tarixiy omil. Buyuk Vatan urushi qurbonlarini xotirlash bo'yicha umumxalq miqyosidagi tadbirlarni yoritish orqali mahalliy ommaviy axborot vositalari Rossiya jamiyatini birlashtirdi, qo'shma xotira tadbirlarini o'tkazishga va faxriylarni sharaflashga chaqirdi.

3-sonli ommaviy axborot vositalari strategiyasi. Iqtisodiy omil. 2008-yilgi global inqiroz salbiy hodisa bo'lsa-da, oqibatlarni yoritish, shuningdek, boshqa iqtisodiy

ma'lumotlar fuqarolarni nafaqat psixologik idrok orqali, balki keyingi qo'shma tijorat harakatlari orqali ham birlashtiradi.

Jamiyatdagi siyosiy madaniyat darajasi umumiy qadriyatlar, manfaatlar va umumiy strategik maqsad atrofida birlashishga bog'liq. O'tish davri davlati mafkurasining tarkibiy qismlaridan biri aholining iqtisodiy tafakkurini shakllantiradigan iqtisodiy axborotga yehtiyoj bo'lishi mumkin. Global iqtisodiyot va siyosatga integratsiya har bir mintaqaning madaniy va ijtimoiy xususiyatlarini yo'qotishiga olib kelmasligi, balki milliy o'ziga xoslikni saqlab qolish vositalarini yaratishi kerak. Bunda ommaviy axborot vositalari katta rol o'ynaydi. Rossiyada yagona axborot makonining faoliyatidagi alohida mavzu ommaviy axborot vositalari va hukumat o'rtasidagi munosabatlardir. Jurnalist M. Ganapolskiyning so'zlariga ko'ra, rossiyalik jurnalistning asosiy maqsadi prezidentlik havzasiga kirishdir. Agar muvaffaqiyatga yerishsangiz, sizga nafaqat sendvichlar beriladi, balki Rossiya Prezidenti sayohat qilganida maxsus matbuot samolyotida uchishga, Prezidentning o'zini uzoqdan suratga olishga va matbuot anjumanlarida unga savollar berishga ruxsat beriladi.

Ammo sendvichlar faqat yertaklarda bepul. Savol berishga ruxsat olish uchun Prezident nafaqat savolning matnini tasdiqlashi, balki ikkinchi savolni berishga ham taqiqlanishi kerak - agar Prezidentning javobi ataylab noaniq yoki to'liq bo'lmasa, aniqlik kiritish imkoniyati.

Prezident Matbuot xizmati jurnalistning xabarini batafsil tahlil qiladi va nashrdan tanqidga o'xshash har qanday narsani olib tashlaydi.

Har qanday jamiyatda hukumat va ommaviy axborot vositalari o'rtasidagi munosabatlar murakkab. Muayyan to'qnashuvlar va nizolar uchun obe'ktiv sabablar mavjud, chunki tomonlarning manfaatlari ko'pincha bir-biriga mos kelmaydi, agar bir-biriga zid bo'lmasa. Ommaviy axborot vositalari, birinchi navbatda, hukumatga yemas, balki jamiyat manfaatlariga ye'tibor qaratadi. Shuning uchun, bu ularning institutlarga qarshiligining yelementlarini anglatadi. Demokratik, huquqiy jamiyatda jamoatchilikning roziligi yoki tanqidi nafaqat oddiy fuqaro uchun, balki yeng avvalo hokimiyatning har qanday tarmog'i vakillari uchun ham katta ahamiyatga yega, chunki

ular jamiyatga xizmat qiladi, uning oldida mas'uliyatni his qiladi va uning nazarida ijobiy imidjni saqlab qolishga intiladi. Shu ma'noda, ommaviy axborot vositalari davlat va fuqarolik jamiyati o'rtasidagi munosabatlarning kuchli vositachisi hisoblanadi.

Ommaviy axborot vositalari nafaqat hukumatni kuzatib boradi va uni jamoatchilikning munosabati uchun shaffof qiladi, balki hukumatga noqulay savollarni ham qo'yadi va shu bilan jamoatchilikning fikrlarini ifoda yetadi.

Ommaviy axborot vositalarining faol pozitsiyasi jamiyatda yuqori darajadagi fuqarolik madaniyatini rivojlantirishga hissa qo'shadi va ma'lum darajada fuqarolik ishtirokini yaratadi.

Ommaviy axborot vositalarining asosiy vazifasi hayotni qanday bo'lsa shunday aks yettirishdir. Va bundan kelib chiqib, ularning faoliyatining asosiy tamoyillariga amal qiling: xolislik, shaffoflik, ochiqlik va plyuralizm. Hukumat turli sabablarga ko'ra oshkor qilishni istamaydigan ba'zi narsalar mavjudligi sir yemas. Shu asosda haqiqiy mojaro yuzaga keladi, buning uchun manfaatlar tafovuti asos bo'ladi: matbuot har doim o'z iste'molchilariga hokimiyat yashirmoqchi bo'lgan narsani yetkazishdan manfaatdor.

Rossiya totalitar tuzumdan nafaqat o'zi yaratgan va rivojlantirgan ommaviy axborot vositalari tizimini, balki hukumatning ommaviy axborot vositalari bilan munosabatlarini, senzura qoldiqlarini va matbuotning hukumatga bo'ysunishini tartibga soluvchi tamoyillar va qoidalar tizimini ham meros qilib oldi. Bu tushunarli, chunki hukumatning deyarli barcha tarmoqlari yeski tizimdan xodimlarni saqlab qoladi. Yangi davlat tashkil yetilgan paytda senzura qonuniy ravishda bekor qilingan bo'lsa-da, matbuotga ma'muriy bosim imkonsiz bo'lib qoldi va rasmiylarning shafqatsizligi anaxronizmga aylandi, bu hukumatning matbuotga boshqa mavjud bosim vositalaridan foydalangan holda "buyruq berish" kabi sobiq Kommunistik partiya uslubidagi odatlaridan voz kechganini anglatmaydi. Shuning uchun, demokratik mamlakatlarda manfaatlarning xilma-xilligi tufayli yuzaga keladigan oddiy keskinliklar va tushunmovchiliklar Rossiyada shov-shuvli janjallar va mojarolar ko'rinishida bo'lmoqda.

Rossiya Federatsiyasidagi ommaviy axborot vositalarining hozirgi holati va uning hukumat bilan munosabatlari bizni jiddiy o'ylab ko'rishga majbur qiladi: mamlakatda haqiqatan ham to'rtinchi hokimiyat mavjudmi? Va ko'plab jurnalistlar - va boshqalar - Rossiya ommaviy axborot vositalari global demokratik standartlarga ko'ra chinakam yerkini, chinakam mustaqil matbuot yemasligini tan olishga majbur.

Bu holat qisman jamiyat va ommaviy axborot vositalari o'rtasidagi munosabatlarni tartibga soluvchi ichki qonunchilikning nomukammalligi bilan izohlanishi mumkin va ko'proq darajada bu hukumatning o'ziga, aniqrog'i, uni ifodalovchi kadrlarga bog'liq.

Albatta, hech bir korruptsioner amaldor ommaviy axborot vositalarining qattiq tekshiruv mavzusiga aylanishni istamaydi. Shuning uchun, biron bir ommaviy axborot vositasi mafiya klanining yuzaki ko'rinishi bilanoq, darhol qarshilik ko'rsatadi, ko'pincha o'sha klanga yaqin hukumat amaldorlari tomonidan va ularning qo'llab-quvvatlashi bilan.

Hozirgi vaqtda Rossiya aholisi orasida keng tarqalgan qashshoqlik va qashshoqlik natijasida odamlar sevimli gazeta va jurnallari uchun pul to'lay olmayaptilar, ularning tiraji keskin pasayib ketdi. Televideniye va radioning ahamiyati va ularning jamoatchilik fikriga ta'siri yendi nihoyatda ortib bormoqda, chunki ko'pchilik oilalar televizorlarga yegalik qiladi va kvartiralar Sovet davridan beri radio uchun to'liq jihozlangan. Shuning uchun rasmiylar yelektron ommaviy axborot vositalarini mustahkam nazorat qilish uchun qo'lidan kelgan barcha ishni qilmoqdalar. Shuning uchun, Rossiyada davlatga qarashli teleradiokompaniyalardan ko'ra qattiqroq siyosiy tsenzuraga yega boshqa hech bir ommaviy axborot vositasi yo'q.

Televideniyeda nafaqat nomaqbul siyosatchilarning nutqlarini, balki ular tasodifan paydo bo'lgan xabarlardan ularning video tasvirlarini tahrirlash buyrug'ini ham yefirga uzatishga so'zsiz taqiq qo'yilgan. Raqiblarni jim qilish, ayrim rahbarlarning har bir harakatini haddan tashqari ko'rsatish va Prokrust to'shagiga to'g'ri kelmaydigan har qanday jonli fikrni rasmiy pozitsiyadan tozalash zamonaviy Rossiya matbuotining keng tarqalgan hodisalaridan biridir. Yuqoridan kelgan buyruqlar bilan yoki buyruqsiz, lekin hokimiyat tepasidagilarni rozi qilish uchun

televideniye va radioyeshittirishlar hukumatga qarshi bo'lganlarga loy sepishi mumkin. Natijada, davlatga qarashli yelektron ommaviy axborot vositalarida, ayniqsa davlatga qarashli televideniye kompaniyalarida tushkun psixologik muhit hukm surmoqda. Iqtidorli, o'ychan jurnalistlar turli bahonalar bilan haydab chiqarilmoqda va turli tijorat ommaviy axborot vositalarida o'z boyliklarini qidirmoqdalar. Rasmiylar har qanday imkoniyatda ko'rsatuvlar ustidan siyosiy nazoratni rad yetadilar.

Dunyoning hech bir joyida matbuot to'liq mustaqil bo'lmasa-da (u egasi-nashriyotchi, reklama beruvchilar, muharrirlar va oxir-oqibat o'quvchilarga bog'liq), demokratik mamlakatlarda jamiyat va matbuot o'rtasidagi munosabatlar bu qaramlikni minimallashtirish uchun tartibga solinadi. Masalan, Niderlandiyada gazetalar reklama daromadi savdo daromadidan oshmasligi uchun tuzilgan va shuning uchun reklama beruvchilar tahririyat kengashlariga hal qiluvchi ta'sir ko'rsatmaydi. Yaponiyada gazeta egalariga o'z fikrlarini ularga yuklamasliklari uchun o'z nashrlarida nashr etish taqiqlangan. Argentinada, aksariyat boshqa mamlakatlarda bo'lgani kabi, ijro etuvchi hokimiyat o'zining umumiy siyosiy matbuot organlariga ega emas, muhim hukumat hujjatlari uchta keng tarqalgan gazetada pullik nashr etiladi. Va, qizig'i, agar bu hukumat hujjatlari uzoq vaqt davomida bir xil gazetalarda nashr etilsa, ularning tiraji kamayadi - o'quvchilar ularni hukumat tarafdori deb bilishadi va boshqa jurnallarga o'tishadi. Hukumat ham o'zini qayta yo'naltirmoqda, pullik materiallarini norasmiy reytinglarda ulardan oshib ketgan va tiraji bo'yicha eng yaxshi uchta o'rinni egallagan nashrlarga joylashtirmoqda.

Matbuot va hukumat o'rtasidagi munosabatlar muammosi butun postsovet hududida eng dolzarb muammolardan biriga aylandi. Garchi bu, masalan, energetika yoki ijtimoiy muammolar, ish haqi va pensiyalarning to'lanmasligi va boshqalar kabi sezilarli bo'lmasa-da, uning hal etilishi demokratiyaning oshkoralik, so'z va matbuot erkinligi va fikrlar plyuralizmi kabi atributlariga - demokratiyaning o'ziga xos mohiyatiga sezilarli darajada ta'sir qiladi. O'sha paytdagi hukumatning davlat axborot siyosatining mohiyati tanqiddan himoya qilish uchun ommaviy axborot vositalarini - ba'zilarini sabzi bilan, ba'zilarini tayoq bilan - jilovlashga urinish edi.

Ommaviy axborot vositalari va sud tizimi, ya'ni «to'rtinchi» va uchinchi hokimiyatlar o'rtasidagi munosabatlarning paradoksal tabiati shundaki, u qanchalik dolzarb bo'lsa, shuncha o'rganilmaganligicha qolmoqda. Har qanday jamiyatda matbuot va sud tizimining birga yashashi juda o'ziga xos va yumshoq qilib aytganda, keskindir. Axir, matbuot ham, sudlar ham jamoatchilik ehtiroslarining oldingi safida turadi va ko'pincha o'zlarini bir xil jang maydonlarida topadilar. O'zaro bog'liqligiga qaramay, ular ijtimoiy hodisalarga turlicha yondashuvlarga ega: vositachi sifatida matbuot bu hodisalarni jamoat manfaatlari nuqtai nazaridan, sudlarni esa qonunchilik nuqtai nazaridan baholaydi va ikkala tomon ham har birining qilayotgan barcha ishlari jamiyat manfaati uchun ekanligiga amin. Bu nuqtai nazarlar har doim ham muvofiqlashtirilmaydi va har doim ham asosiy jihatlarida, batafsil ma'lumotlarda bir-biriga mos kelmaydi. Bu yerda «to'rtinchi» hokimiyat tarmog'i - jamoatchilik fikri kuchi - va uchinchi, ya'ni sud tarmog'i o'rtasidagi bo'linish chizig'i yotadi.

Demokratik jamiyatlarda bu munosabatlarni uyg'unlashtirish choralari ko'riladi. Rossiyada matbuot va sud tizimi o'rtasidagi ziddiyatlar ancha keskinlashdi. Gap sudlar ishini yoritishdagi muammolar haqida emas, balki matbuotni ta'qib qilish uchun sud tizimidan foydalanish haqida ketmoqda. Bu yerda totalitarizmning izlari aniq obyektiv ildizlarga ega bo'lgan sud tizimiga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Ommaviy axborot vositalari va sud tizimi o'rtasidagi munosabatlarning paradoksal tabiati shundaki, u o'rganilmagan va dolzarbdur. Har qanday jamiyatda matbuot va sud tizimining birgalikda mavjudligi juda o'ziga xos va yumshoq qilib aytganda, keskindir.

Kommunistik partiya imperiyasidan keyin kommunistik tamoyillarga - hukmron rejimni himoya qilishga asoslangan butun sud-huquq tizimi o'zgarishsiz qoldi.

Yuqorida aytib o'tilgan ilmiy tadqiqotlar va amaliy kuzatuvlarni hisobga olgan holda, axborot makonidagi munosabatlarning axborot-kommunikatsiya modelining hozirgi rivojlanishi bo'yicha quyidagi xulosalar chiqarish mumkin:

1. Rossiyada ommaviy axborot vositalari munosabatlarining «jamiyat-ommaviy axborot vositalari-hukumat» uchburchagi doirasida o'zgarishi davom yetmoqda. Yeng so'nggi ommaviy axborot vositalari texnologiyalarining joriy yetilishi hozirda fuqarolarning axborot-kommunikatsiya jarayonida ishtirok yetishi haqida noaniq

tasavvur yaratadi. Biroq, rivojlangan demokratiyalar tajribasi shuni ko'rsatadiki, fuqarolik jamiyati mamlakat ichidagi siyosiy va ijtimoiy-iqtisodiy jarayonlarga ta'sir ko'rsatuvchi va bu ta'sirning samaradorligini ommaviy axborot vositalari orqali kuzatib boruvchi teng huquqli ishtirokchi bo'lishi kerak.

Rossiya Federatsiyasida axborot munosabatlarining hozirgi formati ommaviy axborot vositalarida noyob korporativ madaniyatning shakllanishiga olib keldi, tahririyat siyosati, professional standartlar, axloqiy kodekslar va shunga o'xshash narsalarning aniq tushunchalarini yaratdi. Jurnalist jamoalari va davlat idoralari o'rtasidagi munosabatlarni rasmiylashtirish axborot-kommunikatsiya modelini takomillashtirishning faqat o'tish bosqichidir.

2. Jamiyatdagi demokratik o'zgarishlarning ma'lum bir bosqichida keng auditoriyaning demokratiya ideallariga bo'lgan umidsizliklari va ishonmasliklari jurnalistikaga mustaqil ravishda, boshqa hokimiyat tarmoqlaridan mustaqil ravishda ishlaydigan ijtimoiy institut sifatida ishonchni yo'qotmasligi kerak. Ommaviy axborot vositalari avvalo o'zlarining "konstitutsiyaviy" yerkinligi va mustaqilligini o'zlarining professional darajalarining kafolati sifatida qadrlashlari kerak.

Rossiya va boshqa postsovet davlatlarida ommaviy axborot vositalari faoliyatining o'ziga xos xususiyati shundaki, ular o'z yegalarining siyosiy yo'nalishiga to'liq bog'liqdir. Shunga o'xshash tendentsiya yetakchi G'arb ommaviy axborot vositalariga ham xosdir, ammo ikkinchisi siyosiy arboblarni bevosita lobbi qilmasligi bilan farq qiladi.

Onlayn kassa mahsulotlarini joriy ettirish: ma'lumotlar uzatish texnologiyasi qanday bo'ladi?

2019-yil 18-aprel

Davlat Soliq Qo'mitasi huzuridagi "Yangi Texnologiyalar" tadqiqot markazi Vazirlar Mahkamasining 2019-yil 21-fevraldagi 150-sonli qaroriga muvofiq onlayn kassa apparatlarini joriy etish bo'yicha sinov loyihasini amalga oshirmoqda. Ushbu tajriba boshlanishi bilan USB tokenlariga (USB kalitlari) asoslangan onlayn kassa apparati texnologiyasi konsepsiyasi dolzarb bo'lib qoldi. norma.uz portali muxbiri

kassa apparatlarini ishlab chiqaruvchi va xizmat ko'rsatuvchi kompaniyalar mutaxassislarining ushbu mavzu bo'yicha fikrlarini o'rganib chiqdi va umumlashtirdi.

USB tokenlari vaqti keldi

Onlayn kassa apparatlarini joriy etish mavzusi bir muncha vaqtdan beri ommaviy axborot vositalarida doimiy bo'lib kelmoqda. O'quvchilar ushbu nashrlardan turli xil fiskal ma'lumotlarni uzatish texnologiyalari haqida bilib olishdi. Ularning umumiy jihati bor: turli sabablarga ko'ra, ularning birortasi uchun keng joriy etish bo'yicha hali qaror qabul qilinmagan. Vazirlar Mahkamasining 2019-yil 21-fevraldagi 150-sonli qarori chiqarilishi bilan yangi fiskal ma'lumotlar operatori tayinlandi. Ushbu yangi operator Davlat Soliq Qo'mitasi huzuridagi "Yangi Texnologiyalar" Ilmiy-axborot Markazi» Davlat Unitar Korxonasi. Sinov loyihasi uchun yangi muddat belgilandi - 2019 yilning birinchi yarmi.

Shuni ta'kidlash joizki, Vazirlar Mahkamasining qarorida u fiskal xotiraga ega onlayn kassa apparatlarini joriy etishni ko'rib chiqadigan Prezidentning 2017 yil 29 sentyabrdagi PP-3300-sonli qaroriga muvofiq ishlab chiqilganligi aytilgan. Xususan, kassa apparatlari. Biroq, bu kontseptsiya hujjatning o'zida noaniq: qurilma hujjatning turli qismlarida butunlay boshqacha tasvirlangan.

USB tokenlaridan foydalanishga asoslangan onlayn tizim sinovdan o'tkazilmoqda. Ma'lumot uchun: bu oddiy flesh-diskka o'xshash kichik qurilma. Unda boshqa ikki tomonlama autentifikatsiya usullarini almashtiradigan maxsus noyob kod mavjud. Biroq, token flesh-disk emas. Uning asosiy vazifasi kalit ma'lumotlarini olib tashlanmaydigan saqlashdir. "Olib tashlanmaydigan saqlash" tokenidan kalit hech qachon tashqi tomonga, masalan, kompyuterning operativ xotirasiga o'tmasligini anglatadi.

Ko'pchilik bahslashadi: siz kalitni flesh-diskda saqlashingiz va uni, masalan, RAR arxivatori yordamida parol bilan shifrlashingiz mumkin, keyin sizga token kerak bo'lmaydi. Biroq, siz arxivga qarshi cheksiz ko'p marta qo'pol parollarni sinab ko'rishingiz mumkin va ketma-ket uchta noto'g'ri PIN kiritilgandan so'ng token bloklanadi.

USB token texnologiyasi Windows yoki Linux operatsion tizimida ishlaydigan har qanday kompyuterni kassa apparati sifatida ishlatishga imkon beradi.

2019-yil 21-fevraldagi 150-sonli Federal qonunga muvofiq, ikkinchi fiskal modul varianti - SAM kartalari bir vaqtning o'zida sinovdan o'tkazilishi kerak. Ushbu texnologiya kassa apparatlari uchun ko'proq mos keladi. Uning iqtisodiy va texnik xususiyatlari uni chakana savdo bozorining katta qismini tashkil etuvchi kichik chakana savdo do'konlari uchun ko'proq moslashtiradi. Biroq, kassa apparatlari ishlab chiqaruvchilari hali Yangi Texnologiyalar Tadqiqot Markazidan zarur uskunalarni ishlab chiqish uchun zarur bo'lgan texnik ma'lumotlarni olmaganlar.

Muammo: Bitta savdo - turli xil kvitansiyalar. USB tokenlaridan foydalangan holda kompyuterda ishlash oddiy flesh-diskdan foydalanish kabi oson. Ko'rinishidan, kassa apparatlari talab qilinmaydi. Biroq, bu jozibali soddalik haqiqatan hammi? Juda ajoyibmi? Onlayn kassa apparatlarini joriy etishdan maqsad davlat byudjeti daromadlarining to'liqligini ta'minlashdir. Ushbu texnologiyalar, agar bartaraf etmasa ham, hech bo'lmaganda savdo nuqtasidan soliq organlariga kassa apparati texnologiyasidan foydalangan holda uzatiladigan fiskal ma'lumotlarni soxtalashtirish ehtimolini sezilarli darajada kamaytirishi kerak. USB token texnologiyasi xakerlarga zaif bo'lib, bitta savdo uchun bitta ma'lumot bilan chek berishga, lekin boshqasi bilan fiskal ma'lumotlar operatoriga uzatilishiga imkon beradi. Bunday ma'lumotlarni to'g'ri ishlashini ta'minlash uchun zarur sinovlardan o'tgan tasdiqlangan dasturiy ta'minotning cheklangan ro'yxatiga ega bo'lsa ham, firibgarlar ushbu texnologiya yordamida uni buzib ko'rsatishlari mumkin. Asl nusxasi bilan bir xil interfeysga va ko'rinadigan funksiyalarga ega dasturiy ta'minotdan foydalanish daromadlarni yashirish uchun bo'shliqlar yaratadi. Bunday holatlarni aniqlash uchun katta investitsiyalar va yuqori malakali mutaxassislar talab etiladi.

Balki mutaxassislar juda bo'rttirib ko'rsatayotgandir? Shunga o'xshash texnologiya hozirda Ozarbayjonda sinovdan o'tkazilmoqda. Hozircha aniq bayonotlar berish uchun hech qanday asos yo'q. Biz sinov natijalarini kutishimiz kerak.

Ammo mutaxassislar ushbu texnologiyadan voz kechish kerak degan xulosaga kelishsa-chi? Onlayn kassa apparatlari bilan mavjud tajribani hisobga olgan holda, yana bir tajriba o'tkazilishini taxmin qilish mumkin.

Axborot tizimlari fanining maqsadi axborot tizimlarining o'ziga xos xususiyatlari va, axborot texnologiyalarini inson faoliyatining turli sohalarida qo'llanilish asoslarini o'rgatishdan iboratdir. Bunda asosiy e'tibor, axborot tizimlarini ta'lim jarayonidagi o'rni, axborot, axborot tushunchasi, axborotlar bilan ishlash va telekommunikatsiya sohasida qo'llanilishiga qaratilgandir. Fan bo'yicha talabalarning bilimiga, o'quviga va ko'nikmasiga talablar: Ushbu fanni o'rganish natijasida talabalar axborot tizimlari, ularning imkoniyatlari va ularni insoniyatning barcha faoliyatlariga, shu jumladan o'quv jarayonida va ilmiy sohadagi faoliyatiga ta'siri to'g'risida ma'lumotga ega bo'lishlari kerak. Shuningdek, talabalar quyidagilarni bilishlari shart:

- turli soxalarda axborot tizimlari va ularni qo'llanilishi bilan bog'liq bo'lgan asosiy tushunchalarni o'zlashtirish;
- ma'lumotlar tipi, ularni turli xisoblash mashinalari va tizimlari xotiralarida tasvirlash bilan bog'liq bo'lgan asosiy tushunchalarni o'zlashtirish;
- ma'lumotlarni qayta ishlash algoritmlarini o'rganish va o'zlashtirish, xamda turli ma'lumotlar strukturalari bilan ishlash algoritmlarini o'zlashtirish;
- telekommunikatsiya tizimlarida ro'y beradigan asosiy axborot jarayonlari bilan tanishish;
- axborotlarning xayotiylik tsikli (kaskad va spiral modeli);
- intellnektual axborot tizimlari tushunchasi;
- tezkor xotirada ro'yxatlarni joylashuvi va ular ustida amallar. Kesh xotira.
- Axborot tizimlarida bilimlarni taqdim etish modellari (Billing tizimi) ;
- Korporativ axborot tizimlari. Korporativ kompyuter tarmoqlari;
- Kompyuter tarmoqlari va topologiyalari;
- Provayderlar va ularning asosiy vazifalari;
- www- ni tashkil etuvchi resurslar;
- web –sahifa yaratish va uni tashkil etuvchi elementlar;
- web –sahifa yaratishda qo'llaniladigan dasturlar va texnologiyalar;

– Internetda ishlash ko‘nikmasiga ega bo‘lishi; – Internetdan ma’lumotlarni olish va qayta ishlash;

– Elektron pochta va shaxsiy elektron manzilni yaratish;

– masofaviy ta’lim texnologiyasi va uning dasturiy va texnik vositalari bilan tanishish; – multimedia tizimlari va ularni vazifalari

– axborot xavfsizligi, axborotga ta’minlash vazifasi, talabalarni axborot tizimlarini texnik va dasturiy vositalari bilan tanishtirish va bu vositalarni ishlab chiqarish, ilmiy talqiqot ishlari, xamda o‘quv jarayonlariga tadbiq etish usullari va ularning o‘ziga xos xususiyatlarini o‘rgatishdan iboratdir. Texnik vositalarning jadal rivojlanishi yangicha tushunchalar, g‘oyalar fan va texnikaning yangi ko‘rinishlarini keltirib chiqardi. Axborot tizimlari fani ana shunday yangi yo‘nalishlardandir. Axborot tizimlari jamiyat paydo bo‘lgan paytdan boshlab mavjud bo‘lgan, chunki rivojlanishining turli bosqichida jamiyat o‘z boshqaruvi uchun tizimlashtirilgan, oldindan tayyorlangan axborotni talab etgan. Bu, ayniqsa, ishlab chiqarish jarayonlari - moddiy va nomoddiy ne‘matlarni ishlab chiqarish bilan bog‘liq jarayonlarga tegishlidir. Chunki ular jamiyat rivoji uchun xayotiy muxim ahamiyatga ega. Aynan ishlab chiqarish jarayonlari tezkor takomillashadi. Ularning rivojlanib borishi bilan boshqarish xam murakkablashadiki, o‘z navbatida, u axborot tizimlarini takomillashtirish va rivojlantirishni rag‘batlantiradi. Shu sababli, avvalo, boshqaruv tizimi nima ekanligini bilib olaylik. Kibernetik yondashuvga muvofiq boshqaruv tizimi, boshqaruv obe’kti (masalan, korxonalar, tashkilotlar va xokazo) va boshqaruv sub’ekti, boshqaruv apparati yig‘indisini o‘zida namoyon etadi. Boshqaruv apparati deganda maqsadlarni shakllantiruvchi, rejalarni ishlab chiquvchi, qabul qilingan qarorlarga talablarni moslashtiruvchi, shuningdek, ularning bajarilishini nazorat qiluvchi xodimlar tushuniladi. Boshqaruv ob’ekti vazifasiga esa boshqaruv apparati ishlab chiqqan rejalarni bajarish kiradi, ya’ni boshqaruv tizimining o‘zi aynan mana shu ishlarni amalga oshirish uchun tuzilgandir. Axborot tizimini ishlab chiqishdan maqsad – tashkiliy loyihalashtirish, texnologik va hokazo jihatlarini hisobga olgan holda tizim faoliyatining samaradorligini oshirishdir. O‘rganilayotgan fan sohasini aks ettiruvchi ham umumiy, ham ayrim xususiyatlarga ega bo‘lgan tizimning ko‘plab

tushuncha va ta'riflari mavjud. Umumiy holatda tizim, dyeganda ular orasidagi va ularning xususiyatlari o'rtasidagi aloqalar majmuiga ega bo'lgan, ya'ni bir-biriga chambarchas bog'langan qismlardan iborat butun bir ob'yektlar majmuasi tushuniladi. Bunday ta'rifdagi tizimga quyidagilarni misol qilib kyeltirish mumkin: dyetallar va tutashtiruvchi qurilmalardan yig'ilgan mashina; xujayralarning butun majmuini tashkil etuvchi tirik organizm, turli ryesurslar, bir-biri bilan bog'langan ko'plab ishlab chiqarish jarayonlari va kishilar jamoalari yaxlitligida yuzaga kyelgan korxonalar va hokazo. Bunday hollarda ob'yektlar (qismlar) yagona tizim sifatida ishlaydi, ya'ni har bir ob'yekt, kyenja tizimlar, umumiy tizim oldidagi yagona maqsad uchun harakat qiladi. Bundan tashqari tizim deganda istalgan obe'kt tushuniladi. "Tizim"ni aniqlashga quyidagi atamalar kiradi: "ob'yektlar", "aloqalar", "xususiyatlar". Ob'yektlar – tizimning bir bo'lagi yoki komponentlari bo'lib, jismoniy, matyematik o'zgaruvchan tyenglamalar, qoida va qonunlar, tyexnologik jarayonlar, 10 axborot jarayonlari, ishlab chiqarish bo'linmalari kabi ko'plab chyeklanmagan qismlarga ega. Xususiyatlar – bu ob'yektning sifatini ifodalovchi paramyetrylardir. Xususiyat tizimning ma'lum bir o'lchamga ega ob'yektlarini bittalab miqdoriy jihatdan bayon etish imkonini byeradi. Ob'yektlarning xususiyatlari tizim harakati natijasida o'zgarishi mumkin. Aloqalar ob'yektlar va ularning xususiyatlarini tizim jarayonida yagona yaxlitlikka birlashtiradi. Bunda barcha tizim elyemyentlarining kyenja tizimlari va tizimlar o'rtasida aloqa bo'lishi nazarda tutiladi. Ayrim umumiy qonuniyatlar, qoidalar yoki tamoyillar bilan birlashuvchilar o'rtasida aloqaning mavjud bo'lishi tizimning asosiy tushunchasi sanaladi. Boshqalar bilan biror-bir aloqaga ega bo'lmagan elyemyent ko'rib chiqilayotgan tizimga kirmaydi. Tizimning xususiyatlari quyidagilar sanaladi: elyemyentlar murakkabligi, maqsadga qaratilganligi, turli-tumanligi hamda ular tabiati, tarkiblashganligi, bo'linishligidir. Axborot tizimi – belgilangan maqsadga erishish yo'lida axborotni yig'ish, saqlash, qayta ishlash va uzatish uchun qo'llaniladigan usullar, vositalar va shaxslarning o'zaro bog'langan majmuasidir. Tizim tushunchasiga axborot so'zini qo'shsak u holda tizimning yaratilish maqsadi va ishlash printsipi tushuniladi. Axborot tizimi foydalanuvchilarga istalgan muhitdagi axborotlarni saqlash, qayta ishlash, qidirish imkonini yaratadi.

Axborot tizimlari nafaqat axborotni qayta ishlash va saqlash, yozuv-chizuv ishlarini avtomatlashtirish, balki qarorlarni qabul qilish (sun'iy intellekt usullari, ekspert tizimlari va xokazolar), zamonaviy telekommunikatsiya vositalari (elektron pochta, telekonferentsiyalar), yalpi va lokal xisoblash tarmoqlari va boshqaruvning yangi uslublaridan foydalanish xisobiga boshqaruv ob'ekti faoliyati samaradorligini oshiradi va shu maqsadda keng qo'llaniladi.

Axborot tizimining asosiy maqsadi – axborotni saqlash va uzatishni tashkil etish. Axborot tizimi axborotga ishlov berishning -inson – kompyuterl tizimidan iboratdir. Axborot tizimining funktsiyalarini unga yo'naltirilgan ATni bilmasdan il turib amalga oshirib bo'lmaydi. AT axborot tizimi sohasidan tashqarida ham mavjud bo'lishi mumkin. Axborot tizimidan oldin "Tizim nima?" degan savolga javob beraylik. Tizim (sistema) deb, yagona maqsad yo'lida bir vaqtning o'zida ham yaxlit ham o'zaro bog'langan tarzda faoliyat ko'rsatadigan bir necha turdagi elementlar majmuasiga aytiladi. Tizim tushunchasi juda xam keng tarqalgan termin bo'lib, juda xam ko'p ma'noni anglatadi. Ko'p xollarda texnika vositalari va dasturlari yigindisiga "TIZIM" deb ataladi. Tizim tushunchasiga "axborot" so'zini qo'shsak u xolda "tizimning" yaratilish maqsadi va ishlash printsipi tushuniladi. Axborot tizimi foydalanuvchilarga istalgan muhitdagi axborotlarni saqlash, qayta ishlash, qidirish imkonini yaratadi. Axborot tizimi deb oldinga qo'yilgan maqsadgi erishish axborotlarni saqlash, qayta ishlash va uzatish metodlari va vositalari yig'indisiga aytiladi. Axborot tizimi-axborotni to'plash, saqlash, izlash, unga ishlov berish hamda undan foydalanish imkonini beradigan, tashkiliy jihatdan tartibga solingan jami axborot resurslari, axborot texnologiyalari va aloqa vositalariga tushuniladi. Tizimlar bir-biridan tarkibi va qanday maqsadda qo'llanilishi bilan ajratiladi. Har xil elementlar va har xil maqsadlarda qo'llaniladigan tizimlarga misollar keltiramiz. Telekommunikatsiya tizimi Kompyuterlar, modemlar, kabellar, tarmoq dasturlari va h.k. Axborot yuborish Axborot tizimi Kompyuterlar, kompyuter tarmoqlari, axborot va dasturiy ta'minotlar Yuqori darajadagi axborot ishlab chiqarish Axborot tizimlarini sohalarga nisbatan quydagilarga ajratishimiz mumkin:

1. Kompyuter tizimi.

2. Telekommunikatsiya tizimi.

3. Internet tizimi.

4. Korxona tizimi Tizimlarning ifodalanishi.

Axborot tizimining asosiy maqsadi – axborotni saqlash va uzatishni tashkil etish. Axborot tizimi axborotga ishlov berishning -inson – kompyuter tizimidan iboratdir. Axborot tizimining funktsiyalarini unga yo‘naltirilgan ATni bilmasdan turib amalga oshirib bo‘lmaydi. AT axborot tizimi sohasidan tashqarida ham mavjud bo‘lishi mumkin.

Batafsil:https://www.norma.uz/nashi_obzori/vnedrenie_onlaynkkk_kakaya_budet_tehnologiya_peredachi_dannyh

14- MA'RUZA. MADANIY JARAYONLARNING OMMAVIY KOMMUNIKATSIYALARDA NAMOYON BO'LISHI: MUAMMO VA YECHIMLAR

REJA:

1. Jahonda raqamli texnologiyalarning faol qo'llanilishi.
2. Dunyoda birinchi bo'lib iqtisodiyot sohalarini optik tolali tarmoq bilan to'liq ta'minlagan Singapur, Shvetsiya davlatlarida qo'lga kiritilayotgan muvaffaqiyatlar.
3. Yevropacha modeli, ingliz-amerika modeli, Osiyo modeli.
4. "Elektron hukumat" – davlat hokimiyati organlarining fuqarolar hamda ishbilarmon doiralar bilan virtual shaklda munosabat o'rnatishi.

Jahonda raqamli texnologiyalarning faol qo'llanilishi natijasida tezkor axborotlar taraqqiyotni tezlashtiruvchi asosiy omilga aylandi. Axborot tizimi fuqarolarning bu boradagi huquqlarini ta'minlash, ommaviy axborot vositalarining hokimiyat va jamoatchilik o'rtasidagi aloqalarini tobora mustahkamlash, axborot makonini izchil rivojlantirish, ommaviy axborot vositalarining fuqarolik jamiyati instituti sifatidagi ahamiyatini kuchaytirishda asosiy omil bo'lmoqda. Axborotlashtirishning rivojlanayotgani va jamiyat hayotining tarkibiy qismiga aylanayotganini e'tirof etish hamda global axborot makonini yaratishga intilish ifodasi bo'lish bilan birga bunday taraqqiyot oqibatida kelib chiqishi mumkin bo'lgan turli salbiy holatlarning oldini olishning ijtimoiy-falsafiy, huquqiy asoslarini yaratish zaruriyatini ham anglatadi. Asosiy kism. "Axborot makoni" atamasi 1993-yil birinchi marta YUNESKOning asosiy hujjatlarida qo'llanilgan bo'lib, bunda tashkilot xalqaro muloqotda kommunikatsiyaning roli to'g'risida o'z munosabatini bayon etgan edi⁴⁸.

"Axborot makoni"ni jamiyatda axborot turlarining o'zaro hamkorligini yuzaga keltirib, axborot paydo bo'lishi, saqlanishi, qayta ishlanishi va tarqalishi bilan bog'liq jarayonlarning bir butun ijtimoiy organizm kabi shakllanishini ta'minlovchi ochiq ijtimoiy tuzum sifatida talqin qilish mumkin. Global telekommunikatsiyalar sohasi mutaxassisi M. Prays yozganidek, "media tuzilmalarining globallashtirishida birgina omil

⁴⁸ Раупов С. Глобаллашув ва Ўзбекистон: воқеликдаги уйғунлик моҳияти // Ахборот глобаллашуви ва халқлар маънавияти: республика илмий-амалий конференцияси материаллари. Тошкент, 2011. – Б. 192.

asosiy rol o'ynamaydi. Unda jug'rofiy siyosat, iqtisod, ekologiya, madaniyat kabi omillar teng kuchga ega hamda ular bir-birini to'ldirib, axborot makonini vujudga keltiradi"⁴⁹. Demak, "dunyoning yagona axborot makoniga qamrab olinishi misli ko'rilmagan siyosiy, iqtisodiy, madaniy mohiyatga ega bo'lgan o'zaro ta'sirlarning kuchayishini keltirib chiqaradi"⁵⁰. Nufuzli xalqaro ekspertlarning fikriga, bugungi kunda jahon yalpi ichki mahsulotining taxminan 5,5 foizi AKT sohasiga to'g'ri kelmoqda, 2020-yilda bu ko'rsatkich 9 foizdan ortdi. AKTning o'ziga xos jihati shundaki, undan foydalanish global xarakterga ega. Bu, ayniqsa, boshqaruv tizimida mehnat unumdorligi, iqtisodiy samaradorlikni oshirishga xizmat qiladi. Dunyoda birinchi bo'lib iqtisodiyot sohasini optik tolali tarmoq bilan to'liq ta'minlagan Singapur, Shvetsiya davlatlarida qo'lga kiritilayotgan muvaffaqiyatlar bunga misol bo'la oladi. Masalan, Koreya Respublikasining yalpi ichki mahsulotida mazkur sohaning ulushi 11,8 foizdan oshgan. "Ilm-fan va texnika yutuqlarini keng qo'llagan holda iqtisodiyot tarmoqlariga, ijtimoiy va boshqa sohalarga zamonaviy innovatsion texnologiyalarni tezkor joriy etish O'zbekiston Respublikasi jadal rivojlanishining muhim sharti hisoblanadi"⁵¹ Zamonaviy innovatsion texnologiyalarga asoslangan yangi iqtisodiyotda AKT sohasini yuqori sur'atlar bilan rivojlantirish respublikamizda amalga oshirilayotgan iqtisodiy islohotlarning bosh yo'nalishlaridan biridir. Sohaning huquqiy asosi yaratilgan bo'lib, bu borada bir nechta qonunlar qabul qilingan. Mamlakatimizda milliy axborot tizimini shakllantirish, barcha sohalarda zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalari hamda telekommunikatsiya vositalaridan foydalanish ko'lamini kengaytirish, axborot-kommunikatsiya texnologiyalari yordamida aholi manfaatlariga xizmat qiluvchi, davlat organlari bilan qulay va samarali munosabatlarni o'rnatuvchi "elektron hukumat" tizimi izchil tatbiq etilyapti. XX asr so'nggi o'n yilligida AQSHda paydo bo'lgan "Elektron hukumat" tizimi jahon amaliyotida o'zining afzalliklarini namoyon etib ulgurgan tizim hisoblanadi. Bugungi

⁴⁹ <http://psyfactor.org/infowar3.htm>.

⁵⁰ Каримов Ф. Демократия ва миллий ахборот тизими // Тафаккур. – Тошкент, 2010. – №2. –Б. 21

⁵¹ 2019-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини инновацион ривожлантириш стратегиясини тасдиqlаш тўғрисида. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 21 сентябрдаги Фармони // "Халқ сўзи", 2018 йил 22 сентябрь.

kunda uning Yevropacha modeli, ingliz-amerika modeli, Osiyo modeli bor. Tadqiqotchi N.Umarova yozganidek, “Elektron hukumat” – davlat hokimiyati organlarining fuqarolar hamda ishbilarmon doiralar bilan virtual shaklda munosabat oʻrnatishi, boshqacha aytganda, ular oʻrtasidagi munosabatlarining axborot kommunikatsiya texnologiyalari orqali amalga oshishi demakdir. Ushbu tizimdan koʻzlangan maqsad – davlat tuzilmalari faoliyatini takomillashtirish, boshqaruv organlari va fuqarolar oʻrtasidagi aloqani mustahkamlash, ishlab chiqarish va xizmat koʻrsatish sohasini rivojlantirishdan iborat”.

Axborot kommunikatsiya texnologiyalari sohasidagi davlat siyosatining asosiy printsiplari mamlakatimizda jahon axborot makoniga integratsiyalashish ishlarini jadallashtirish maqsadida AKTni jamiyatning barcha jabhalariga keng joriy qilishni nazarda tutadi. Axborot sohasidagi milliy manfaatlar iqtisodiyot, ichki va tashqi siyosat, maʼnaviy hayot, mudofaa kompleksi, huquqni muhofaza qilish va sudlar faoliyati, favqulodda vaziyatlar sharoitida oʻziga xos xususiyatlarga ega.

Milliy xavfsizlik, shaxsning daxlsizlik huquqi va ommaviy axborot vositalari erkinligini taʼminlash oʻrtasida muvozanatni saqlash juda dolzarb masala hisoblanadi. Ayni vaqtda odamlar eng yangi texnologiyalar yordamida erkin muloqot qilayotgan bugungi globallashuv asrida ushbu sohada puxta oʻylangan davlat siyosatini amalga oshirish nihoyatda muhimdir. Bu borada jamiyatimizni yanada rivojlantirish va uning jahon axborot aloqasi tizimiga integratsiyalashuviga kompleks tarzda yondashish zarurligini koʻrsatmoqda. Shu boisdan ham 2018-yil 21-noyabrda “Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarining joriy etilishini nazorat qilish, ularni himoya qilish tizimini takomillashtirish chora-tadbirlari toʻgʻrisida”gi Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining Qarori, “Oʻzbekiston Respublikasi davlat boshqaruviga raqamli iqtisodiyot, elektron hukumat hamda axborot tizimlarini joriy etish boʻyicha qoʻshimcha chora-tadbirlar toʻgʻrisida”gi Prezident Farmoni qabul qilindi (2018-yil 13-dekabr). 2020-yil oktyabr oyida “Raqamli Oʻzbekiston – 2030” strategiyasi qabul qilindi. Ushbu “strategiya Oʻzbekiston Respublikasining raqamli iqtisodiyot va elektron hukumatni rivojlantirishning strategik maqsadlari, ustuvor yoʻnalishlari hamda oʻrta va uzoq muddatli istiqbolli vazifalarini belgilaydi, shuningdek, BMTning

Barqaror rivojlanish maqsadlari va Elektron hukumatni rivojlantirish reytingida belgilangan ustuvor vazifalardan kelib chiqib, raqamli texnologiyalarni yanada keng joriy etish uchun asos bo'lib xizmat qiladi". Ayni kunda yurtimiz bo'ylab 24,5 ming km optik tolali aloqa tarmoqlari o'tkazilgan, jami 20,994 ta baza stantsiya o'rnatilgan. Axborot kommunikatsiya texnologiyalari turar-joy, oziq-ovqat, transport singari hayotimizning ajralmas qismiga aylanib boryapti. Tashkiliy jihatdan tartibga solingan hujjatlar va axborot texnologiyalari axborot tizimini, unga kiritilgan ayrim hujjatlar va alohida hujjatlar to'plami esa axborot resurslarini tashkil qiladi. Bugungi kunda axborot tizimlariga, xususan, kutubxonalar, arxivlar, fondlar, ma'lumotlar banki va boshqalar kiradi. Ularda ommaviy kommunikatsiya vositalari orqali turli xabar va ma'lumotlarni va boshqa shakldagi axborot materiallari taqdim etilmoqda.

"Albatta, biz Internet va boshqa zamonaviy axborot manbalarining o'rnini va ahamiyatini inkor etmaymiz. Bugungi hayotimizni Internetsiz tasavvur qilishning o'zi qiyin. Shuni hisobga olgan holda, O'zbekiston Yoshlar ittifoqi Internet tizimi orqali ma'naviy targ'ibot ishlarini, jumladan elektron kitobxonlikni kuchaytirishi zarur". Hozirgi kunda mamlakatimizda yoshlarga katta e'tibor qaratib kelinmoqda, ularning kompyuter texnologiyalarini chuqur egallashlari uchun raqamli texnologiyalar o'quv markazlari tashkil etish va ularda bepul ta'lim berish, yuqori tezlikdagi internet tarmog'iga ulanishi uchun sharoit yaratib berilmoqda.

"Yoshlar ma'naviyatini yuksaltirish, ular o'rtasida kitobxonlikni keng targ'ib qilish chora-tadbirlar dasturi loyihasi to'rtinchi tashabbus maqsadlarini amalga oshirishga qaratilgan. Unga ko'ra, har bir hududga 1 million donadan badiiy, tarixiy, ilmiy, ommabop mavzulardagi kitoblar yetkazib berish ko'zda tutilgan. Shuningdek, axborot-kutubxona markazlarini rekonstruktsiya qilish va kapital ta'mirlash, tadbirkorlar tomonidan xalq kutubxonalari ochish ham belgilangan". "Mamlakatda zamonaviy axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini rivojlantirish, elektron davlat xizmatlarini ko'rsatishning yaxlit tizimini yaratish, davlat organlarining aholi bilan muloqot qilishining yangi mexanizmlarini joriy etish yuzasidan izchil ish olib borilmoqda". Aholini qiynab kelayotgan muammolarni hal etishning ta'sirchan mexanizmi yaratildi. 2022-yil 31-avgust holatiga ko'ra, virtual qabulxonaga

yuborilgan murojaatlar soni 7 068 798 dan oshdi, ulardan 6 989 591 tasi ko‘rib chiqilgan. Fuqarolarning jamiyat hayotida keng ishtiroki orqali ochiqlik va shaffoflikka erishish hamda qonunlar samarali ishlashi uchun “Mening fikrim” veb-portali yaratildi.

Bugungi kunda OAV faoliyatining mezonlari jamiyat manfaatlari bilan uzviy bog‘liq bo‘lishi kerak. Jamiyatda ochiqlik va shaffoflikni ta‘minlash, adolat tamoyillarini keng qaror toptirish, aholi huquq va manfaatlarini kafolatlash, yurtimizdagi beqiyos o‘zgarishlarni jamoatchilikka yetkazishda OAVning o‘rni oshib bormoqda. Ya’ni, ommaviy axborot vositalarining turi hamda shaklidan qat’iy nazar, u xalq manfaatining chinakam himoyachisi bo‘lishi lozim. Zero, el-yurtimiz ezgu orzu-istaklarini ro‘yobga chiqarish, aholining turli qatlamlarida axborotga bo‘lgan ehtiyojni inobatga olgan holda, yangilanishlar, qabul qilinayotgan qonun hujjatlari mohiyatini keng jamoatchilikka yetkazish bilan bevosita bog‘liqdir. “Jahon axborot makoni globallashtirishning kuchayishi ommaviy axborot vositalari sohasida dunyoda sodir bo‘layotgan voqealarga tez va mos ravishda munosabat bildirish, O‘zbekistonda amalga oshirilayotgan demokratik qayta o‘zgarishlar haqida respublika aholisini, dunyo hamjamiyatini o‘z vaqtida va xolisona xabardor qilish tizimini takomillashtirish masalasi eng dolzarb vazifalardan biriga aylanib bormoqda”. Hozirda Internet hayotimizning bir qismiga aylandi. O‘zbekiston OAVlarining Internetda shakllanishining ramziy xronologiyasi ko‘rib chiqilganda, ularning global tarmoqni bosqichma-bosqich zabt etganiga guvoh bo‘lish mumkin.

Dastlabki bosqichda tahririyatlar tomonidan Internet an’anaviy nashrni boyitish maqsadida qo‘llanilgan va undan olingan xalqaro hayot masalalariga oid ma’lumotlar gazetasining bosh sahifasida alohida rukn ostida berilgan edi. Milliy televideniye va radiokanallar uchun esa, u xalqaro sharhlovchilar va xorijdagi muxbirlarning yetishmasligi muammosini hal etish vositasi hamda xorijda ro‘y bergan voqealarni tezkor yoritishga ko‘maklashuvchi manba bo‘lib xizmat qilgan.

2000-yillardan boshlab mamlakatimiz OAVlari bevosita Internetda o‘z sahifalarini tashkil eta boshladi va ba’zi gazetalarning mazmunini to‘liq yetkazib bora oladigan to‘laqonli axborot vositasi darajasiga ko‘tarildi. Bundan bir necha yil oldin

Internet OAVning yangi turimi yoki ularning mazmunini tarqatishga ko‘maklashuvchi kommunikatsiya vositasimi deya qo‘yilgan savol olimlarimiz o‘rtasida bahs munozaralarga sabab bo‘lgan edi. Ayrim olimlarning fikricha, OAV (matbuot, radio, televideniye) tarixan bosib o‘tadigan yo‘lini zabt etib bo‘lishgan va hozirda yangi OAV yoki yangi janrlar tug‘ilishini ta’kidlashga asos yo‘q. Bu xususda taniqli olim Sh. Qudratxo‘jayev quyidagilarni yozadi: “Bir qarashda to‘g‘ri, Internet ham asosan, mavjud janrlar (intervyu, reportaj, sharh, maqola va boshqalar) asosida ma’lumot taqdim etadi. Shu paytgacha ular matbuot, radio va televideniye janrlariga aylanib bo‘lgan va mazmunan boyitilgan. Ammo Internet jurnalistika an’anaviy jurnalistikadan meros qolgan janrlarning betakror salohiyati va mazmunidan mohirona foydalanib, nazarimizda, jurnalistikaning yaxlit olamiga yangi sifatlari bilan to‘rtinchi OAV turi bo‘lib kirib keldi”.

XXI asrda mustaqil, yangi jurnalistika turi paydo bo‘lgani va axborot tarqatish sohasiga kirib kelgani hamda kelgusida boshqa OAVdan farqli ravishda aynan shu jurnalistika turi insonlar uchun eng qulay, maqbul va foydali ommaviy kommunikatsiya vositasiga aylanadi, degan fikrga qo‘shilish mumkin. Chunki gazeta, televideniye va radio uzatadigan axborot dasturining faqatgina ma’lum vaqt va soatda berilishi ularning tezkor OAV sifatidagi imkoniyatini cheklaydi. Internet-nashr esa u yoki bu voqea to‘g‘risidagi axborotni yangilash borasida cheklanmagan imkoniyatlarga ega. Ko‘rinib turibdiki, butun dunyoda axborot sohasi jadal sur‘atlar bilan rivojlanmoqda.

Zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalari orqali, xususan, Internet tarmoqlarida axborot almashish osonlashgani tufayli, insonlar o‘ziga xos tarzda fikrlashish imkoniga ega bo‘lib, madaniyat va odob-axloq, turmush tarzi ham tubdan o‘zgara boshladi. Shuningdek, Internetning ommaviy axborot vositalari tizimiga xos bo‘lgan axborot tarqatish, kommunikativ, ta’lim-tarbiya, integratsiya, nazorat va boshqa vazifalari yanada yaqqolroq namoyon bo‘lishi bilan birga, ommaviy axborot vositasi sifatida ayrim resurslarning ko‘payishiga sabab bo‘ldi.

Bugungi kunda Internet axborot almashish uchun shunchaki raqamli tarmoq emas, balki “ommaviy madaniyat” elementi, globallashuv tarafdorlarining rad etib

bo'lmaydigan dalili, "to'rtinchi sanoat inqilobi"dan keyingi jamiyat timsoli, fikrlarni to'siqsiz bildirish, umuman aytganda erkin fikr maydoni hisoblanadi. O'z fikr va qarashlarini xalqaro miqyosda erkin bildirishi mumkin bo'lgan millionlab odamlarning ijodiy imkoniyatlari global axborot tarmog'i orqali amalga oshmoqda. Biroq, Internetdagi axborot erkinligi jamiyatga ijobiy ta'sir ko'rsatishdan tashqari, salbiy ta'sir ko'rsatish salohiyatiga egaligi ham ayonlashmoqda. Ya'ni, mazkur institut xalqning ongu tafakkurini o'zgartirish quroli, g'arazli maqsadlarga erishish, ekstremistik g'oyalarni amalga oshirish, axborot urushini olib borish, "rangli inqiloblar"ni yuzaga keltirish vositasiga aylanishi mumkin. Ma'lumotlarni uzatish bo'yicha yangi texnologiyalar rivojlangan sari ommaviy xabardor qilish tizimining jamiyat ongiga ta'siri keskin oshib bormoqda. Keng kommunikatsiya imkoniyatlariga ega Internet tarmog'ida ko'plab diffamatsiya, ya'ni insonni badnom qiladigan xabarlar, pornomateriallar joylashtirilmoqda, qonun bilan himoya qilinadigan maxfiy ma'lumotlarning e'lon qilinishi va insonlar huquq va erkinliklari buzilishi bilan bog'liq boshqa holatlar uchrab turibdi.

Ayrim g'arazli kuchlar bu imkoniyatlardan o'z maqsadlari yo'lida mafkuraviy qurol sifatida foydalanishni ko'zlagan. O'z vaqtida rossiyalik professor Ya.N. Zasurskiy ham o'z maqolalarida: "Internet gazetani yo'q qilmoqda. Hozir OAV ikki versiya: qog'ozda va "raqam"da chiqmoqda. Bu jurnalistikani yo'qqa chiqaradimi, yoki..? – deya bong urgan edi. Albatta, bu vaziyatda an'anaviy OAV va yangi OAV konvergentsiyasi muammosi yuzaga kelayotganligi ko'zga tashlanadi. Lekin, bu bahslar qanchalik "qizg'inlik" va "ehtiros" bilan ko'tarilmasin, unda oxirgi nuqtani vaqt qo'yadi. Bir paytlar odamlar kundalik hayotini gazeta o'qishdan boshlagan bo'lsa, hozirgi yoshlar o'zlarini Internetsiz tasavvur qila olmaydi. O'zbekistonlik olim N.Muratova, so'nggi yillarda global axborot makonidagi o'ziga xos "bozor"da yuz berayotgan o'zgarishlarni hisobga olib, OAVlari digitilizatsiyasining yangi bosqichlari to'g'risida quyidagi qarashlarini ilgari suradi:

- faol konvergentsiya, ya'ni an'anaviy OAV o'ziga xos xususiyatlari sintezi, qorishuv davri (2010-2014 yy.);

- transformatsiya, an'anaviy matbuotning virtual muhitga ko'chish, yangi media sifatida shakllanish davri (2015-2019 yy.);

- yangi media davri (2020 yildan keyingi yillar)

Yuqoridagi fikrlarga qo'shilgan holda, biz yana bir davrga ajratishni taklif qilgan bo'lar edik:

- onlayn jurnalistika va raqamli media (2022 yildan keyingi yillar).

Bu davrda ijtimoiy tarmoqlar ham yangi jurnalistik ijod maydoni sifatida rivojlanib borib, fuqarolik jurnalistika, bloggerlik, gonzojurnalistika ham keng tarqaladi.

Faol konvergentsiya bosqichi natijalarini O'zbekiston internetsaytlarida kuzatishimiz mumkin. Ular taqdim etayotgan kontent matn hamda audiovizual materiallar jamlanmasidan iboratligi bilan o'ziga xosdir.

Biroq axborot agentliklari veb-resurslarida bu jarayon birmuncha sust kechmoqda. Aksar hollarda axborot faqat matn ko'rinishida, fotomateriallar bilan birga taqdim etiladi. Video, ovozli yozuv, infografika kabilar deyarli uchramaydi. So'nggi yillarda dunyoning yetakchi matbuot nashrlarida ham faol konvergentsiya jarayoni kechayotganligi yaqqol ko'zga tashlana boshladi, ya'ni gazetalar veb-variantidan endi nafaqat matn, material ko'rgazmaviyligini ta'minlovchi qator janrlar (infografika, audioslaydshou, fotogalereya, videolavha podkast kabilar) ham o'rin olgan. Avlodlar almashinuvi bilan chambarchas holda informatsion Internet nashrlar nufuzining ortib borayotganligi bosma nashr tahririyatlari uchun ham zamon talabiga mos taraqqiyot tendentsiyalarini belgilash ehtiyojini yuzaga keltiradi. Demak, an'anaviy OAVning yangi mediaga transformatsiyasi faqat vaqt masalasi bo'lib qolgan ekan, davriy matbuot tizimi vakillari bu haqda jiddiy bosh qotirishi lozim. Shu bilan birga UzNetda internetning multimedia imkoniyatlaridan samarali foydalanayotgan Uza.uz, Kun.uz, Gazeta.uz, Daryo.uz, Xabar.uz kabi informatsion saytlar soni tobora ortib bormoqda. Axborot asrida ma'lumotlarni tezkorlik bilan yetkazishda, elektron shakldagi OAV ustunlikka erishmoqda. Shuningdek, aynan internet saytlariga zamonaviy boshqaruv yo'lga qo'yilgan bo'lib, ular moliyaviy tomondan o'zini o'zi mustaqil ta'minlashda ham ilgarilab ketgan. Shu o'rinda alohida ta'kidlash joizki, matbuotning butunlay raqamli formatga o'tib ketishi ham masalaning samarali yechimi bo'la olmaydi. Xo'sh,

yangi media deyilganda qanday OAV nazarda tutilgan edi. Bu turdagi media barcha OAV xususiyatlari sintezi natijasi sanaladi. Chunki, konvergentsiya (Internetning boshqa OAV xususiyatlarini o'zida jamlaganligi) jarayoni turli OAV shakllarining yagona brend ostida birlashuvini ta'minlaydi. Uni "Yangi O'zbekiston" – "Pravda Vostoka" tahririyati misolida quyidagicha tasavvur qilish mumkin:

1) "Yangi O'zbekiston" – "Pravda Vostoka" tahririyatlari negizida media korporatsiya tuziladi.

2) Media korporatsiya o'z faoliyatini zamon talablari asosida, kreativ fikrlovchi yoshlar hisobidan tashkil etadi. Bu o'rinda o'zbek tilidagi "Yangi O'zbekiston", rus tilidagi "Pravda Vostoka" bosma nashrlarining jamiyatning barcha qatlamlariga ta'sir kuchi ularda beriladigai materiallarning xarakteriga bog'liq bo'ladi.

Berilayotgan materiallarning tezkorligi, tahliliylik darajasiga alohida ahamiyat kasb etadi. Ma'lumotlar qaysi auditoriyaga mo'ljallangani bilan ham ajralib turadi hamda iste'molchining yoshi, jinsi, bilim darajasi, dunyoqarashi, milliy, diniy mansubligi kabi omillar hisobga olingan holda saralanadi. Bu vaziyatda "auditoriya" tushunchasiga hozircha yetarli darajada e'tibor berish zarur bo'ladi. Chunki, "auditoriya" – muayyan nashrni har kuni o'qiydigan kishilar sonining o'rtacha ko'rsatkichidir. To'g'ri, bunday ko'rsatkichlarni aniqlovchi monitoring xizmati tashkil etish oson ko'chmaydi, lekin endilikda deyarli barcha OAV tahririyatlarida shakllanib borayotgan marketing bo'limlari o'z faoliyatlarini zamon talablari asosiga qurishlari hayotiy ehtiyojga aylanib borayotganini hisobga olishlariga to'g'ri keladi. Har ikkala gazetani Toshkent shahridan tashqari, viloyat markazlarida ham chop etilishini yo'lga qo'yish zarur bo'ladi. Bunday tezkorlik gazetalarning mushtariylar qo'liga tezroq yetib borishini ta'minlaydi.

3) Neu Uzbekistan.uz nomli veb-sayt faoliyati yo'lga qo'yiladi. Bugungi kunda Internet universal mediaga aylangani bois, global tarmoq sifatida axborot manbai va uzatish kanali, shuningdek aloqa vositasi vazifalarini bajarib bermoqda. Neu Uzbekistan.uz Internet-nashri bu imkoniyatdan samarali foydalana olsa, global axborot makonida axborot almashuv jarayonlarini yangi bosqichga olib chiqishi mumkin.

4) Keyinchalik “Yangi O‘zbekiston” teleradiokanali tuziladi. “Yangi O‘zbekiston” teleradiokanalining ko‘rsatuv va radio eshittirishlari ham O‘zbekistonning global axborot makonidagi imijini oshirishda o‘zining munosib hissasini qo‘shishi mumkin. Uning on-layn tizimi orqali xorij davlatlarga uzatilayotgan qismida milliy o‘zligimizga xos jihatlar ochib berilib, bugungi hayotimizda kechayotgan voqea-hodisalarni aks ettirgan ko‘rsatuvlarni tayyorlash mumkin. Efirga uzatilayotgan axborotlarda, avvalo, yurtimizdagi ijtimoiy-siyosiy jarayonlar, yangilanish va o‘zgarishlar, turli sohalarida qo‘lga kiritilayotgan yutuqlar, xorijiy mamlakatlar bilan o‘zaro manfaatli hamkorlik aloqalari haqidagi ma’lumotlar qamrab olinadi. Hozirgi zamonda ijtimoiy tarmoqlar dunyoda keng tarqalgan, chunki bunday tarmoqlar qisqa vaqt oralig‘ida jahonda ro‘y berayotgan eng dolzarb voqea-hodisalarni muhokama qilish uchun qulay muhit yaratdi.

Mamlakatimizdagi milliy nashrlar hamda teleradiokanallar ijtimoiy tarmoqlardagi saytlarda plaginlar ochmoqda, ayniqsa, yoshlar va ziyolilar axborot izlash jarayonida ijtimoiy tarmoqqa ko‘proq murojaat qilmoqdalar. Davlat va nodavlat tashkilotlar ham bu borada interfaollik bilan ishtirok etib, Facebook, Instagramm, Telegrammdagi plaginlarida o‘zlariga tegishli axborot va xabarlarni e’lon qilib bormoqda. “Bugun ushbu tarmoqlarni ommaviy axborot vositasining bir turi hisoblashimiz mumkin. Ular ijtimoiy medialarning yadrosi, ya’ni, mag‘zini tashkil etadi. Internetdagi bunday medialar – ko‘p ma’noli atama bo‘lib, internet vositasida bir qator faktorlar ishtirok etadigan axborot almashishi va almashinuvida xilma-xil faollikni bildiradi”. Chindan ham ijtimoiy tarmoqlarda o‘zaro muloqotning yangi ko‘rinishi sifatida axborot almashishning innovatsion usullari yaratilgan. Chunki, ijtimoiy tarmoqda bevosita muloqot va forumlar olib borish imkoni bor. Ularga qanday munosabatda bo‘lish har bir insonning shaxsiy dunyoqarashiga bog‘liq.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoyev ta’kidlab o‘tganidek, «Yana bir inkor etib bo‘lmaydigan haqiqat borki, fuqarolarda ham islohotlarga nisbatan daxldorlik hissi shakllanishi kerak. Ana shundagina ko‘zlagan maqsadlarga erishib, oldimizga qo‘yilgan vazifalarning to‘liq uddasidan chiqamiz. Bu jarayonda kuchli va ta’sirchan jamoatchilik nazoratining o‘rni beqiyosdir”. Undan davlat idoralari va

fuqarolar o'rtasida aloqa o'rnatishda samarali foydalanish mumkin. O'zbekistonda "ochiq tashqi siyosatning faollashuvi natijasida xorijiy mamlakatlar bilan ko'p qirrali va o'zaro manfaatli hamkorlikni mustahkamlashda salmoqli natijalarga erishildi, Markaziy Osiyo davlatlari bilan munosabatlar sifat jihatidan yangi bosqichga ko'tarildi, savdo-iqtisodiy va madaniy-gumanitar aloqalar sezilarli darajada kengaydi, xalqaro tashkilotlar bilan amaliy hamkorlik va xorijdagi vatandoshlarimiz bilan muloqot o'rnatildi, dolzarb xalqaro va mintaqaviy muammolar hal etilmoqda".

"O'zbekistonning jahon media makonidagi imiji keng ma'noda olib qaralganda, real va virtual OAV, umumiy kommunikatsiyalarda mamlakatimizning siyosiy nufuziga, ijtimoiy-iqtisodiy imkoniyatlariga, sarmoyaviy salohiyatiga, madaniyati va san'ati, sporti, tarixiga, umuman kechagi va bugungi hayotiga daxldor bo'lgan turli axborotlar bilan bog'liq tushunchani o'z ichiga oladi". Bizning fikrimizcha, mamlakatimiz global axborot makonidagi mavqeini oshirishda O'zbekiston Milliy axborot agentligi – O'zAning roli alohida bo'lmog'i zarur. Buning uchun O'zA yangi multimedia markazi tashkil etilishi hamda eng so'nggi axborot texnologiyalari va raqamli uskunalari bilan ta'minlanishi kerak. Tayyorlanayotgan axborotlarda har qanday mavzu rasmiy uslubdagi matn asosida emas, balki chuqur tahlillarga asoslangan holda, ekspertlar fikr-mulohazalari bilan yoritilishi, axborot tahliliy va turli formatdagi media-materiallar, xususan, videosharhlar, ijtimoiy reklamalar, voqea joyidan reportajlar tayyorlanib, efirga uzatilishi, shuningdek, internet orqali keng jamoatchilikka yetkazilishi kerak. Shu boisdan, "O'zbekiston Milliy axborot agentligi faoliyatini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Prezident Qarorida ham foydalanuvchilar uchun qulay, audio va video axborotlarni tarqatish, tarqatilayotgan axborotlarni tijorat yo'li bilan yuklab olish imkoniyatlari mavjud bo'lgan O'zAning axborot portalini ishga tushirilishi vazifasi belgilab qo'yildi".

O'zbekiston Respublikasi Tashqi ishlar vazirligining "Jahon" axborot agentligi negizida tashkil etilgan "Dunyo" axborot agentligi va multimedia markazi ham LED-ekranlar, kameralar, yoritish, ovoz berishning yagona innovatsion tizimi orqali ko'p funktsionallik xususiyatlarini o'zida jamlashi lozim. Bularning barchasi AKTdan oqilona foydalanish, ishga tezkor va samarali yondashish imkoniyatini bergan bo'lar

edi. Shu o‘rinda, mazkur vazirlik muassisligida “Uzbekistan today” jurnalini tashkil etishni va uning veb-sahifasi yaratilish taklifini bildiramiz. Unda madaniyat, san‘at, iqtisod va ishlab chiqarish, tabiat va geografiya, siyosat va davlat boshqaruvi, ilm-fan va innovatsion texnologiyalar, jamiyat, sport va turizm ruknlarida yurtimiz haqida qiziqarli ma’lumotlar hamda mamlakatning investitsiya muhiti va turistik salohiyatini targ‘ib etish bilan bog‘liq masalalar haqida faktlar berib borilsa, maqsadga muvofiq bo‘lar edi.

Xulosa. Bugungi kundagi an‘anaviy ommaviy axborot vositalari o‘rnini yangi avlod mass-media – ijtimoiy ommaviy axborot vositalari egallamoqda. Jahon tajribasi aynan shunday ommaviy axborot vositalari faoliyati samarali ekanligidan dalolat beradi. Lekin hozirgi davrda zamonaviy OAVlarida axborot erkinligini ta‘minlanish bilan bog‘liq salbiy omillar ham bor. Jumladan, mass-mediada “pozitiv” erkinlikning “destruktiv” erkinlikdan ustunligi, OAVning davlat va jamiyat bilan samarali muloqot qilmasligi, mas’uliyat asosidagi erkinlik refleksi darajasining pastligi, jurnalistlarning ijod qilish mazmunining pasayayotganligi shunday omillar sirasiga kiradi. Jurnalistlar va axborot tuzilmalari (OAV va axborot agentliklari) xizmatlariga u yoki bu masala yuzasidan professional darajada oqilona qaror chiqarishi uchun hokimiyat tuzilmalari tomonidan tegishli ravishda haq to‘lanishiga har doim ehtiyoj seziladi. Bu salbiy omil jamiyatni demokratlashtirishda OAVning pasayib borayotgan salohiyati o‘rtasidagi ziddiyatli nomutanosiblikni yuzaga keltiradi. Ya’ni, jurnalist faqat erkin ma’naviy-amaliy faoliyati orqaligina, o‘z manfaat va ehtiyojlari, maqsad va qiziqishlari, ma’naviy va estetik qarashlari, professional qobiliyatini namoyon eta oladi.

O‘tilgan mavzu yuzasidan savol va topshiriqlar

1. Jahonda raqamli texnologiyalarning faol qo‘llanilishi haqidagi fikrlaringizni mustaxkamlang.

2. Dunyoda birinchi bo‘lib iqtisodiyot sohalarini optik tolali tarmoq bilan to‘liq ta‘minlagan Singapur, Shvetsiya davlatlarida qo‘lga kiritilayotgan muvaffaqiyatlar haqida nimalar bilasiz?

3. Yevropacha modeli, ingliz-amerika modeli, Osiyo modellari haqidagi fikrlaringizni mustahkamlang.

4. “Elektron hukumat” – davlat hokimiyati organlarining fuqarolar hamda ishbilarmon doiralar bilan virtual shaklda munosabat oʻrnatishi haqida nimalarni bilasiz?

5. Bugungi kundagi anʼanaviy ommaviy axborot vositalari oʻrnini qanday yangi avlod mass-media – ijtimoiy ommaviy axborot vositalari egallamoqda?

6. “Oʻzbekiston Milliy axborot agentligi faoliyatini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari toʻgʻrisida”gi Prezident Qarorida ham foydalanuvchilar uchun qulay, audio va video axborotlarni tarqatish, tarqatilayotgan axborotlarni tijorat yoʻli bilan yuklab olish imkoniyatlari mavjud boʻlgan OʻzAning axborot portalining qanday vazifasi belgilab qoʻyildi?

7. Ijtimoiy tarmoqlarda oʻzaro muloqotning yangi koʻrinishi sifatida axborot almashishning innovatsion usullari yaratilgan haqida nima bilasiz?

8. Oʻzbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoyev oʻz nutqida taʼkidlaganidek, Yana bir inkor etib boʻlmaydigan haqiqat borki, fuqarolarda ham islohotlarga nisbatan daxldorlik hissi shakllanishi kerak. Ana shundagina koʻzlagan maqsadlarga erishib, oldimizga qoʻyilgan vazifalarning toʻliq uddasidan chiqamiz. Bu jarayonda kuchli va taʼsirchan jamoatchilik nazoratining oʻrni beqiyosdir” deyiladi siz bunga yana qanday fikr qoʻsha olasiz? Yoki ushbu gʻoyani qanday taʼriflaysiz?

15- MA'RUZA. YOSHLAR ORASIDA JINOYATCHILIK VA UNI BARTARAF ETISHDA OKNING AHAMIYATI

REJA:

1. Yoshlarning huquqiy madaniyatini yuksaltirish.
2. Ular o'rtasida huquqbuzarlik va jinoyatchilikning oldini olishga qaratilgan vazifalar ijrosi ustidan ta'sirchan parlament nazoratini amalga oshirish to'g'risidagi qarorga asoslangan manbalarga murojaat qilish.
3. Davlat raxbari tomonidan yoshlar yunalishidagi ishlarni yangi tizim asosida yulga kuyish bo'yicha 5 ta muxim tashabbusni ilgari surganligi va bu tashabbusning jamiyatda qanday yo'lga qo'yilayotganligi haqida.
4. Bugungi kunda jinoyatchilikning oldini olishda eng muxim omillardan biri bulgan ishsizlikni bartaraf etish masalasiga aloxida e'tibor karatilganligi.

2016 yil 4 dekabr sanasida bulib utgan navbatdagi Prezident saylovi natijasiga kura Sh. M. Mirziyoyev rasman O'zbekiston Respublikasining Prezidenti lavozimiga saylanganlaridan sung faoliyatining ilk kunlaridanok xayotning barcha soxalari qatori, yoshlarga oid davlat siyosatiga doir bir qator ishlar amalga oshirilishga raxnamo bulib kelmokdalar.

Jumladan, 2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yunalishi buyicha Xarakatlar strategiyasining kabul kilinishi va unda belgilangan jinoyatchilikka qarshi kurashish va xuquqbuzarliklarning oldini olish borasidagi faoliyatni muvofiklashtirish, diniy ekstremizm, terrorizm va uyushgan jinoyatchilikning boshka shakllariga qarshi kurashish buyicha tashkiliy-amaliy choralarni kuchaytirish, korrupsiyaga qarshi kurashishning tashkiliy-xuquqiy mexanizmlarini takomillashtirish va samaradorligini oshirish, axolining xuquqiy madaniyati va ongini yuksaltirish, bu borada davlat tuzilmalarining fukarolik jamiyati institutlari, ommaviy axborot vositalari bilan uzaro samarali xamkorligini tashkil etish bilan boglik anik vazifalar buning yakkol dalilidir.

Mazkur vazifalar ijrosini ta'minlash maksadida "Korrupsiyaga qarshi kurashish tugrisida"gi 419-son (03.01.2017y), "Bolalarni ularning sogligiga zarar yetkazuvchi axborotdan ximoya kilish tugrisida"gi 848-son (22.10.2018y) konunlar,

Prezidentimizning 2017-yil 14-mart kunidagi “Xuquqbuzarliklar profilaktikasi va jinoyatchilikka qarshi kurashish tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari tugrisida”gi karori kabul kilinib, davlat va jamoat tashkilotlari va keng jamoatchilik oldida turgan muxim vazifalar anik va ravshan belgilab berildi.

Davlat organlari, jamoatchilik vakillari, maxalla faollari va boshka nodavlat tuzilmalarining ushbu yunalishdagi faoliyatini birlashtirish orkali ishlar ta’sirchanligini oshirish maksadida Prezidentimiz Sh.Mirziyoyev tashabbusi bilan xar xaftaning payshanba kuni – “Xuquqbuzarliklar profilaktikasi kuni” etib belgilandi va bugungi kunda joylarda bu amaliyot uzining ijobiy samarasini bermokda.

Shu bilan birga keng jamoatchilik tomonidan katta kdzikdsh bilan kutib olingan, 2019-yilning 19-mart kuni O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev raisligida bulib utgan videoselektor yigilishida yoshlarga e’tiborni kuchaytirish, yosh avlodni madaniyat, san’at, jismoniy tarbiya va sportga keng jalb etish, ularda axborot texnologiyalaridan tugri foydalanish kunikmasini shakllantirish, yoshlar urtasida kitobxonlikni targib kilish, xotin-kizlar bandligini ta’minlash masalalariga katta axamiyat berildi. Ma’lumki, ushbu tadbirda davlat raxbari yoshlar yunalishidagi ishlarni yangi tizim asosida yulga kuyish buyicha 5 ta muxim tashabbusni ilgari surgan edi.

Birinchi tashabbus yoshlarning musika, rassomlik, adabiyot, teatr va san’atning boshka turlariga kdzikdshlarini oshirishga, iste’dodini yuzaga chikarishga xizmat kiladi.

Ikkinchi tashabbus yoshlarni jismoniy chiniktirish, ularning sport soxasida kobiliyatini namoyon kilishlari uchun zarur sharoitlar yaratishga yunaltirilgan.

Uchinchi tashabbus axoli va yoshlar urtasida kompyuter texnologiyalari va internetdan samarali foydalanishni tashkil etishga karatilgan.

To‘rtinchi tashabbus yoshlar ma’naviyatini yuksaltirish, ular urtasida kitobxonlikni keng targib kilish buyicha tizimli ishlarni tashkil etishga yunaltirilgan.

Beshinchi tashabbus xotin-kizlarni ish bilan ta’minlash masalalarini nazarda tutgan.

Mamlakatimizda yoshlarga oid davlat siyosatini bardavomligini ta'minlash va ushbu soxada amalga oshirilayotgan islohotlarning samaradorligini yanada oshirish maksadida O'zbekiston Prezidenti Shavkat Mirziyoyev 2020-yil 29-dekabr kuni parlamentga murojaat bilan chikish kilib, 2021 - yilni Yoshlarni kullab-kuvvatlash va axolining sogligini mustaxkamlash yili deb e'lon kilish taklifini berishi bejizga emas edi. "Umuman olganda, xar kaday jamiyat tarakkiyotida xal kiluvchi rolni ushbu jamiyatning kelajagi boglik bulgan yosh avlodning soglom va barkamol rivojlanishi uynaydi. Shuning uchun islohotlarimizni kengaytirish va samaradorligini yanada oshirish masalalarida biz zamonaviy bilim va kunikmalarga ega bulgan gayratli, tashabbuskor, xar tomonlama rivojlangan yoshlarimizni uzimizga tayanch deb bilamiz. Mamlakatda yangi Uygonish davrining poydevorini shakllantirish uchun yangi Xorazmiy, Beruniy, Ibn Sino, Ulugbek, Navoiy va Boburlarni tarbiyalash uchun muxit va sharoit yaratish zarurligini, bizning eng ustuvor vazifamiz ulkan maksadlarni belgilash va ularga erishish uchun vakolatli yoshlarni yaratish bulishi kerak. Shundagina bolalarimiz xalqimizning azaliy orzularini amalga oshiradigan xaqiqiy kuchga aylanadi", deb ta'kidladi Prezident.

Yuqorida ko'rsatilgan islohotlarni amalga oshirish maksadida O'zbekistonning xozirgi taraqqiyot boskichida sud-huquq, jumladan, huquqbuzarliklar profilaktikasi va jinoyatchilikka qarshi kurash tizimini tubdan isloh qilishga qaratilgan bir qator tashabbuslar ilgari surildi. Jumladan, 150 dan ortik qonun xujjati kabul kilindi, "xavfsiz Shahar", "xavfsiz xonadon", "xavfsiz turizm" kabi xuquqbuzarliklarning oldini olishning innovatsion goyalarini uz ichiga olgan kontseptsiyalar xayotga tatbik etildi.

Shu bilan birga, jamoat xavfsizligini ta'minlashga mas'ul tuzilmalar -Milliy gvardiya, Ichki ishlar, Davlat xavfsizlik xizmati, Prokuratura organlari tubdan takomillashtirildi, bu jarayon izchil davom etmokda.

Ta'kidlash joizki, bugungi kunda jinoyatchilikning oldini olishda eng muxim omillardan biri bulgan ishsizlikni bartaraf etish masalasiga alohida e'tibor qaratilmoqda. Ushbu muammoni bartaraf etmay turib, xuquqbuzarliklar profilaktikasi buyicha ko'zlangan natijalarga erishib bulmasligini anglash qiyin emas.

Bugungi kunda yoshlarga oid davlat siyosati – davlat tomonidan amalga oshiriladigan xamda yoshlarni ijtimoiy jixatdan shakllantirish va ularning intellektual, ijodiy va boshka yunalishdagi saloxiyatini kamol toptirish uchun shart-sharoitlar yaratilishini nazarda tutadigan ijtimoiy-iqtisodiy, tashkiliy va xuquqiy chora-tadbirlar tizimini amalga oshirib kelmoqda. Shunday chora-tadbirlardan biri Shavkat Mirziyoyev raisligida 2020-yilning 21-avgust kuni mutlaqo yangi tizim, tartib va yondashuvlar asosida iktisodiy faollikni oshirish xamda xar bir tuman va shaxarga kushimcha zaxira yaratish chora-tadbirlari yuzasidan videoselektor yigilishida ilgari surilgan “Yoshlar daftari” tuzish tashabbusidir.

Ushbu tashabbusni xayotga tadbik etish maksadida O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Maxkamasining 2021-yil 1- martdagi 132-sonli “Yoshlarni ijtimoiy kullab-kuvvatlash buyicha kushimcha chora-tadbirlar tugrisida”gi karori kabul kilindi. Bundan tashkari, 2020 yil 25 dekabr kuni Prezident Sh. Mirziyoyev birinchi marta utkazilayotgan O‘zbekiston yoshlari forumiga tashrif buyurib, uz nutkida Uchinchi Renessans, yosh volontyorlar faoliyati, yoshlar bilan ishlash buyicha Toshkent tajribasi, “Yoshlar: 1+1” dasturi, Yoshlar kichik sanoat zonalari, “Yoshlar murojaati” elektron platformasi, tadbirkorlikka ukigan yoshlarga 4 foizlik kreditlar, yosh oilalarni uy-joy bilan ta’minlash va boshka mavzularga to‘xtaldi.

Natijada, mazkur karorlar ijrosini Sirdaryo viloyati misolida kuradigan bulsak, joriy yilning 1 choragida “Yoshlar daftari”ga kiritilgan yoshlarni kullab kuvvatlash uchun shakllantirilgan mablaglar rejada 3 mlrd 500 mln sumni tashkil etib, ijrosi esa 6 mlrd 928 mln, ya’ni 198% amalga oshirilgan. Ijro jarayonida ijtimoiy kullab kuvvatlangan 441, kasb-xunarga va tadbirkorlikka ukitilib, sertifikat berilgan 1953 va “1+1” dasturi asosida tadbirkor va xunarmandlarga biriktirilgan 798 nafar yoshlar qamrab olingan.

Shu bilan bir qatorda, 11 173 nafar yoshlar bandligi ta’minlangan bulib, ulardan 2 786 nafari ishga joylashtirildi (bush ish urinlariga joylashtirish xisobiga - 2 156, yangi loyixalar tashkil etish va korxonalar faoliyatini tiklash xisobiga - 318, vaktinchalik jamoat ishlariga jalb kilish xisobiga - 312), 2 995 nafariga kasb-xunarga va tadbirkorlikka ukitilib, sertifikat berildi xamda bankdan kreditlar ajratildi, kolgan 5 392

nafariga esa “Har bir yoshga bir gektar” dasturi asosida (3 628ga) yer maydonlari ajratildi.

Yuqorida ta’kidlab utilgan keng kamrovli faoliyatlardan tashkari viloyat miqyosida jami 572 mln so‘m subsidiya ajratilib, yana 148 nafar yoshlarning bandligini ta’minlashga ko‘maklashilgan.

Alohida ta’kidlab o‘tish kerakki, biz davlatimiz kelajagi xisoblangan yoshlarimizni ijobiy faoliyat turlariga ya’ni ularni tugarakdan boshlab vaqtinchalik jamoat ishlariga jalb kila olsak, bush vaktlarini foydali yumushlarga yo‘naltira olsak jamiyatdagi xuquqbuzarliklarni keskin kamaytirishga erishgan bular edik.

Amalga oshirilgan isloxotlar natijasida viloyatda yoshlar orasida xuquqbuzarlik va jinoyatchilik kursatkichi kamayishiga erishilgan.

Agar 2020-yilning 1 -choragida yoshlar orasida sodir etilgan jinoyatlar soni Guliston shaxri buyicha 12tani tashkil etgan bulsa, 2021-yilda ushbu kursatkich 7 nafarni tashkil etdi. Shu kabi vaziyatni Yangiyer, Shirin shaxarlari xamda Sayoxunobod, Sirdaryo, Mirzaobod tumanlarida kuzatish mumkin. Xovos va Guliston tumanlarida ko‘rsatkichlar o‘zgarishsiz qolgan.

O‘tilgan mavzu yuzasidan savol va topshiriqlar

1. Yoshlarning huquqiy madaniyatini yuksaltirish.
2. Ular o‘rtasida huquqbuzarlik va jinoyatchilikning oldini olishga qaratilgan vazifalar ijrosi ustidan ta’sirchan parlament nazoratini amalga oshirish to‘g‘risidagi qarorga asoslangan manbalarga murojaat qilish.
3. Davlat raxbari tomonidan yoshlar yunalishidagi ishlarni yangi tizim asosida yulga kuyish bo‘yicha 5 ta muxim tashabbusni ilgari surganligi va bu tashabbusning jamiyatda qanday yo‘lga qo‘yilayotganligi haqida.
4. Bugungi kunda jinoyatchilikning oldini olishda eng muxim omillardan biri bulgan ishsizlikni bartaraf etish masalasiga aloxida e’tibor karatilganligi.
5. Barcha sa’y-xarakatlar xamda amalga oshirilayotgan ishlarga karamasdan, xuquqbuzarliklar profilaktikasi bo‘yicha kamchiliklarni bartaraf etish va soxadagi axvolni o‘nglashda muammoli xolatlar mavjudligini aniqlang va ularga izoh keltiring.

6. 2026-yil 16-maydagi O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoyevning Ilmiy darajalar berishda chet tilidan malakaviy imtihon topshirish va dissertatsiya himoyasi haqida e’lon beri ish kabi talablar bekor qilinayotganligi haqida sizning fikrlaringiz.

16- MA'RUZA. DEMOGRAFIK SIYOSAT: UNING XUSUSIYATLARI VA YO'NALISHLARI HAMDA MATBUOTDA NAMOYON BO'LISHI

REJA:

1. Demografik siyosat: uning xususiyatlari va tendentsiyalari, shuningdek, matbuotda aks etishi.

2. Mamlakatdagi jamoatchilik fikriga ommaviy axborot vositalarining hozirgi kuchli ta'siri bilan belgilanishi

3. Ijtimoiy jurnalistika shunchaki faktlar va voqealarni bayon qilmaydi; u keng qamrovli tahlilni taqdim etadi va ijtimoiy muammolarga yechimlarni taklif qiladi.

4. Shaxs-jamiyat tizimi bilan bog'liq muammolarni yoritishga bag'ishlangan jurnalistika sohasi haqida

Mamlakatdagi jamoatchilik fikriga ommaviy axborot vositalarining hozirgi kuchli ta'siri bilan belgilanadi. Ommaviy axborot vositalari aholining xulq-atvor motivatsiyasi va turmush tarziga ta'sir ko'rsatishga va turli muammolarni hal qilishga hissa qo'shishga qodir. Mafkura va siyosatni, shuningdek, nikoh, oila va boshqa ijtimoiy-demografik institutlar sohasidagi choralarni targ'ib qilish va ularga qarshi kurashish madaniyatini qamrab oluvchi ommaviy axborot vositalaridagi munozarani o'rganish muhimdir. Hukumat tomonidan e'lon qilingan ijtimoiy ustuvorliklar endi ommaviy axborot vositalari kun tartibining doimiy tarkibiy qismiga aylandi. Bu, ayniqsa, fuqarolar va mahalliy hokimiyat organlari amaldorlari o'rtasida to'g'ridan-to'g'ri muloqotni rivojlantirish imkoniyatiga ega bo'lgan ommaviy axborot vositalari uchun juda muhimdir.

Ijtimoiy jurnalistika shunchaki faktlar va voqealarni bayon qilmaydi; u keng qamrovli tahlilni taqdim etadi va ijtimoiy muammolarga yechimlarni taklif qiladi. M. Gessenning so'zlariga ko'ra, ijtimoiy jurnalistika ijtimoiy muammolar va ijtimoiy masalalarni - jamiyat ichidagi qarama-qarshiliklar, "shaxs-jamiyat" tizimi bilan bog'liq muammolarni yoritishga bag'ishlangan jurnalistika sohasidir.

Demografiya, fan sifatida, ko'plab jihatlarni, jumladan, "aholi tarkibi va uning o'zgarishlari, tug'ilish va o'limning holati va dinamikasi, nikoh institutining holati»,

aholining mintaq va shtatlar bo'yicha taqsimlanishi va «aholining global miqyosda ham, mintaqalar va alohida shtatlar ichidagi irqiy, diniy va etnik tarkibi, aholining ta'lim, kasbiy va boshqa tuzilmalari» tahlil qiladi.

Demografik tahlilning xilma-xil usullari ularning axborot ta'minotiga yuqori talablarni qo'yadi. Demografik ma'lumotlar bizga nafaqat demografik hodisalarning umumiy soni, balki ularning uzoq muddatli xususiyatlari haqida ham ma'lumot olish imkonini beradi. Masalan, tug'ilishni o'rganishda nafaqat tug'ilishlarning umumiy sonini, balki onalarning yoshini, oilaviy holatini va boshqa bir qator xususiyatlarni ham bilish muhimdir. O'limni o'rganishda nafaqat o'limlar sonini, balki ularning jinsi va yoshi, o'lim sababi, kasbi va boshqa bir qator xususiyatlar bo'yicha taqsimlanishini ham bilish muhimdir. Bunday batafsil ma'lumotsiz demografik tahlilning barcha usullaridan foydalanish mumkin emas. Bu shuni anglatadiki, demografik jarayonlarni o'rganish noto'g'ri va ba'zan shunchaki noto'g'ri xulosalarga olib kelishi mumkin. Demografik ma'lumotlarga qo'yiladigan yana bir muhim talab uning ishonchliligidir. Boshqacha qilib aytganda, olingan ma'lumotlar ma'lumotlarni to'plashning o'ziga xos xususiyatlari bilan bog'liq qasddan buzilishlar va noaniqliklardan xoli bo'lishi kerak. Biroq, hududlar bo'yicha ham, vaqt o'tishi bilan ham tezroq va osonroq qiyosiy tahlil qilish uchun tahlilni ko'rsatkichlarning qisqa ro'yxati bilan cheklash tavsiya etiladi. L. L. Rybakovskiy mintaqaviy demografik vaziyatni tavsiflash uchun uchta asosiy parametrlarni aniqlaydi: tug'ilish (qo'pol tug'ilish darajasi yoki CFR bilan o'lchanadi), o'lim (qo'pol o'lim darajasi yoki CDR bilan o'lchanadi) va migratsiya (balans va ba'zan migratsiya intensivligi).

Hozirgi vaqtda Rossiya demografik jarayonlar bo'yicha uchta asosiy ma'lumot manbasidan foydalanadi: aholini ro'yxatga olish, fuqarolik holati dalolatnomalarini ro'yxatga olishning joriy yozuvlari va namunaviy so'rovnomalar. Tarixan, aholi ma'lumotlarining birinchi manbai aholini ro'yxatga olish bo'lib, uning ilmiy tamoyillari birinchi marta taniqli rus geografi va statistiki P. P. Semenov-Tyan-Shanskiy tomonidan shakllantirilgan. Demografik prognozlar keng qamrovli uzoq muddatli ijtimoiy-iqtisodiy rejalashtirishning muhim elementidir.

1990-yillarda Rossiyadagi demografik vaziyat Rossiya matbuotida yetarlicha aks etmagan. Bu mamlakatdagi umumiy tartibsizliklar va ommaviy axborot vositalarining e'tiborini tortgan keskin siyosiy, iqtisodiy va ijtimoiy mojarolar bilan bog'liq edi. Vaziyat 1990-yillarning oxirlarida, Rossiya iqtisodiy o'sish va siyosiy barqarorlik davriga kirganida o'zgara boshladi. Hozirgi demografik vaziyat Rossiya matbuotida ikki xil tarzda taqdim etiladi: birinchidan, aholining ko'payishi masalalari va hozirgi demografik ko'rsatkichlardan kelib chiqadigan muammolar tahlili sifatida; ikkinchidan, demografik holatlar bilan bevosita yoki bilvosita bog'liq ijtimoiy muammolar to'plami sifatida.

Birinchi yondashuvga misol sifatida, masalan, 2006-yilda Rossiya matbuotida hukumat tomonidan mamlakatda tug'ilishni rag'batlantirish bo'yicha taklif qilingan chora-tadbirlar haqidagi munozarani keltirish mumkin. Ushbu choralar matbuot tomonidan ikkita muammo nuqtai nazaridan ko'rib chiqilgan: tub aholining kamayishi va tug'ilishning pastligi va go'daklar o'limining yuqori darajasi bu kamayishning sabablaridan biri sifatida. Shuning uchun munozara asosan ikki jihatda rivojlandi:

Bizning fikrimizcha, Rossiya matbuotida ushbu masalani yoritishda bir qator boshqa kamchiliklar ham mavjud. Afsuski, Rossiya ommaviy axborot vositalarining tarfakashligi ularning ushbu umumxalq muammosini yoritishiga salbiy ta'sir ko'rsatadi. Ba'zi ommaviy axborot vositalari targ'ibot va tashviqotning eski usullaridan foydalanib, barcha hukumat harakatlarini tanqidiy va yuzaki ma'qullashni taklif qiladi. Boshqa ommaviy axborot vositalari esa, aksincha, barcha hukumat harakatlariga mutlaqo qarshilik ko'rsatadi. Shuni ham ta'kidlash kerakki, demografik muammolarning butun doirasi jurnalistik e'tibor doirasidan tashqarida. Bu, masalan, mehnatga layoqatli aholi orasida yuqori o'lim darajasiga ham tegishli.

Rossiya matbuotining dolzarb demografik muammolarni hal qilishdagi ishtirokining samaradorligi, bir tomondan, jamiyatning (va eng avvalo, mutaxassislar, ekspertlar va nufuzli siyosiy va ijtimoiy kuchlarning) ushbu masalalarni malakali va xolis muhokama qilishga, haqiqiy g'oyalar va aniq loyihalarni ilgari surishga tayyorligiga, ikkinchi tomondan, hukumatning jamoatchilik fikrini tinglash qobiliyatiga va Rossiyaning demografik siyosati bo'yicha ommaviy axborot

vositalarida bildirilgan fikrlar va takliflarni qay darajada hisobga olishiga bog‘liq. Muayyan jihatlariga nazar tashlasak, yuqori sifatli nashrlar o‘z auditoriyasini aniq tushunadi, tabloid jurnalistika esa oddiy narsalarni g‘ayrioddiy tarzda taqdim etishning mohirona texnikasi bilan ajralib turadi. Yuqori sifatli matbuot nafaqat axborot sotuvchisi, balki ta’sir vositasi sifatida ham ishlaydi. U axborot maydonini shakllantirishga, ijtimoiy-siyosiy sohalarning keng doirasidagi qaror qabul qiluvchilarga ta’sir ko‘rsatishga intiladi. Yuqori sifatli nashrlarda eng keng tarqalgan elementlar axborot xabari va ta’kidlash, ya’ni matnni «reklama qiladigan» va e’tiborni tortadigan sinsemantik sarlavhalardir. Tabloid matbuotga kelsak, eng keng tarqalgan elementlar axborot xabari, tavsifi va rivoyati, ya’ni avtosemantik sarlavhalardir, chunki tabloid matbuoti matnning o‘ziga emas, balki fotosuratga e’tibor qaratishga moyildir. Bu mavzuni juda boshqacha yoritishga olib keladi.

“Rossiyskaya gazeta” va “Komsomolskaya pravda” davriy nashrlarida demografik masala bo‘yicha materiallarning taqdimotlarida asosan, Ommaviy axborot vositalari faoliyatining samaradorligi odamlarning ehtiyojlari va ularning o‘ziga borayotgan ijtimoiy, ma’naviy va siyosiy talablari bilan uzviy bog‘liq. Axborot ehtiyojlari va auditoriyaning tematik qiziqishlarini farqlash muhimdir. Axborot ehtiyojlari ijtimoiy xususiyatga ega bo‘lib, asosan odamlarning kundalik faoliyatining mazmuni va tuzilishi, shu jumladan ularning professional va ijtimoiy faoliyatining obe’ktiv xususiyatlari bilan belgilanadi. Tematik qiziqishlar esa, taqdim etilayotgan ma’lumotlarning mazmuniga va vaziyatga bog‘liq ijtimoiy-psixologik omillarga (masalan, ma’lum mavzular, shaxslar va hodisalarning mashhurligi, dolzarbligi va obro‘si va boshqalar) bog‘liq. Zamonaviy auditoriya ijtimoiy munosabatlarning butun tizimiga integratsiyalashgan. Shuning uchun, o‘z maqsadlariga erishish uchun ommaviy axborot vositalari auditoriyaning ehtiyojlari, qiziqishlari, motivlari, munosabatlari va tegishli xususiyatlarini, shu jumladan ommaviy axborot vositalari tomonidan shakllantirilgan bir qator o‘ziga xos xususiyatlarni hisobga olishlari kerak. Bu yondashuv auditoriyaga kommunikativ jarayon natijasida faol, maqsadga yo‘naltirilgan rolni yuklaydi.

Jamiyat taraqqiyotidagi eng dolzarb masalalarni yoritish orqali ommaviy axborot vositalari shu tariqa jamoatchilik va hukumatni mamlakatdagi haqiqiy vaziyat haqida xabardor qiladi va davlat siyosatini aniq amalga oshirishga yordam beradi. Ijtimoiy masalalarning o'zi, o'ziga xos xususiyatlari (mustaqillik, yaxlitlik, funktsionallik) bilan, jurnalistik faoliyatning eng muhim yo'nalishi hisoblanadi va natijada ommaviy axborot vositalarida ularni yoritishning muayyan shartlari va yondashuvlarini shakllantiradi. Jurnalistika ijtimoiy amaliyot bilan bog'liq mavzularni ko'rib chiqishdan qochib qutula olmaydi, chunki tarixiy va genetik jihatdan ijtimoiylik va dolzarblik jurnalistikaning muhim fazilatlari hisoblanadi.

Jamiyatda mavjud bo'lgan ijtimoiy muammolar tabiiy ravishda jurnalistikada aks etadi va ommaviy axborot vositalarida aks ettirilganda, voqelikka o'zaro ta'sir ko'rsatishi mumkin: umumiy his-tuyg'ular va tendentsiyalar, shuningdek, individual pozitsiyalar va fikrlar tarqatiladi va kuchaytiriladi. Bir tomondan, dolzarb ijtimoiy masala bo'yicha malakasiz xabar berish bu muammolarni yanada kuchaytirishi mumkin (masalan, o'z joniga qasd qilish holatlari haqidagi ma'lumotlar yangi o'z joniga qasd qilishga urinishlarni keltirib chiqarishi mumkin). Boshqa tomondan, nozik masalalarni e'tiborsiz qoldirish ijtimoiy notinchlikka olib keladi.

Sifatli ommaviy axborot vositalari o'z auditoriyasi oldida javobgardir, shuning uchun "Rossiyskaya gazeta"da chop etilgan maqolalar tekshirilmagan mish-mishlarga qaraganda ko'proq vazmin, xushmuomala va ko'proq statistik ma'lumotlarni o'z ichiga oladi. "Komsomolskaya pravda" ko'pincha o'z auditoriyasiga tekshirilmagan ma'lumotlarni taqdim etish orqali "gunoh qiladi". Maqolalardagi farqni darhol ularning sarlavhalaridan aniqlash mumkin. Masalan, "Komsomolskaya pravda" ko'pincha xolis xabarlar va "gazeta kanardlari"ni nashr etgani uchun tanqid qilinadi. Tanqidchilar gazetani tabloid jurnalistika deb tasniflaydilar, xorijiy nashrlar esa "Komsomolskaya pravda"ni "targ'ibot tabloidi" deb atashadi, chunki uning sahifalarida hech qachon amaldagi hukumatga qarshi tanqidlar bo'lmaydi. Masalan, "Rossiyskaya gazeta"da: "Salomatlik, Rossiya!", "Demografik tubsizlik ustidan ko'prik". Yoki: "Komsomolskaya pravda": "Oilaga favqulodda vaziyat kerak",

“Bolaning 1/3 qismi”. Bu yerda biz “qattiq” va “yumshoq” reportajlar o‘rtasidagi aniq farqni ko‘ramiz.

“Qattiq” yangiliklar: klassik savollarga aniq javoblar: Kim? Nima? Qayerda? Qachon? Nima uchun? Qanday qilib? va “teskari piramida” kabi tuzilgan matn. Bu holda, jurnalist eng muhim ma’lumotlarni sarlavhaga yoki yuzlarga qo‘yadi va qolgan ma’lumotlarni matnga joylashtiradi, xuddi “Komsomolskaya pravda” gazetasida bo‘lgani kabi: “Ular Rossiya haqida Yevropada tug‘ilish darajasi va Afrikada o‘lim darajasi borligini aytishadi”, “Agar choralar ko‘rilmasa, Rossiya 2015-yilda falokatga duch keladi”, “O‘z xalqi bilan urush bor!”. “Yumshoq” yangiliklar: Juda dolzarb yangiliklardan farqli o‘laroq, “yumshoq” yangiliklar unchalik dolzarb emas; aniqrog‘i, o‘z vaqtida bo‘lish buning uchun unchalik muhim emas. Yumshoq yangiliklar formati faktlarga bosqichma-bosqich yondashish imkonini beradi. Xulosadan vaziyatlarga e’tiborni qaratish va qiziqarli tafsilotlarni ta’kidlash zarurligi sababli, yangiliklarning tuzilishi o‘zgaradi. Bunga misollar sifatida “Rossiyskaya gazeta”dagi nashrlarni keltirish mumkin: “Oila institutiga munosabatni qayta ko‘rib chiqish Rossiyani qutqaradi” va “Barcha siyosiy nuqtai nazarlarning jamoatchilik fikri aholining kamayishini mamlakatimiz uchun eng xavfli tahdidlardan biri sifatida tan oladi”.

Shunday qilib, ijtimoiy muammolarni hal qilishda ommaviy axborot vositalarining roli paydo bo‘layotgan voqealarni yoritish va ularning muhim tendentsiyalarini aniqlash bilan bog‘liq. Demografik muammo eng dolzarb muammolardan biri sifatida tan olingan. Ijtimoiy muammolarni hal qilishda ommaviy axborot vositalarining roli tez sur’atlar bilan o‘sib bormoqda, chunki u zamonaviy jamiyatdagi eng muhim ijtimoiy institutdir; ommaviy axborot vositalari joriy voqealarni yoritadi, ijtimoiy ma’lumotlarni tarqatadi va shu bilan jamoatchilik fikrini shakllantiradi.

Rossiya ommaviy axborot vositalari, xususan, biz ko‘rib chiqayotgan davriy nashrlar, demografik muammoni muntazam ravishda ko‘rib chiqadi, uni tug‘ilish, ta’lim, nikoh, qarish va boshqa turli nuqtai nazardan yoritadi. Bundan tashqari, bu ma’lumotlar o‘quvchilarda doimiy qiziqish uyg‘otadi.

“Yangi O‘zbekiston”, “Xalq so‘zi” gazetalar iqtisodiy va ijtimoiy islohotlarda yetakchi rol o‘ynagan va o‘ynashda davom etmoqda. Boshqa davriy nashrlar qatori u asosiy kompaniya, targ‘ibot va tashkiliy tadbirlarni amalga oshiradi. Uning sahifalarida olimlar, siyosiy arboblarning O‘zbekiston Respublikasi rahbariyati rejalarining muvaffaqiyatlari va kamchiliklarini aks ettiruvchi keng nazariy va tahliliy maqolalari chop etiladi.

“Komsomolskaya pravda” gazetasidagi demografik ma’lumotlarning katta miqdori o‘quvchilarning ushbu masalaga alohida e’tibor qaratishini namoyish etadi. Bir necha o‘n yillar davomida “Komsomolskaya pravda” o‘zining nashr etilgan materiallarida demografik masalaga alohida e’tibor qaratib kelmoqda.

“Rossiyskaya gazeta” gazetasidagi bosma demografik materiallar o‘ziga xos xususiyatlarga ega. Demografik ma’lumotlar siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy, ta’lim va boshqa bo‘limlarda taqdim etiladi, bu esa demografik masala turli nuqtai nazardan yoritilganligini ko‘rsatadi. “Rossiyskaya gazeta” ko‘pincha hukumat amaldorlari va siyosatchilarining nutqlarini nashr etadi, ammo demografiya bo‘yicha tahliliy maqolalar nisbatan kam. “Komsomolskaya pravda” esa kamdan-kam hollarda to‘g‘ridan-to‘g‘ri demografik ma’lumotlarni taqdim etadi, ko‘pincha demografik muammoning oqibatlarini yoritadi. Gazeta asosan tug‘ilish va o‘lim darajasi, aholining qarishi, gender muvozanati, bandlik va ta’lim, oziq-ovqat xavfsizligi va boshqalar kabi demografik masalalarga e’tibor qaratadi.

Demografik masalalarni yoritishda ijobiy va dalda beruvchi bo‘lishga moyil. Biroq, u ko‘pincha o‘tmishdagi va hozirgi demografik siyosatning yutuqlari va muvaffaqiyatlarini tasvirlaydi va muammolarni hal qilishga hissa qo‘shishi mumkin bo‘lgan salbiy, tahliliy materiallarni kamdan-kam hollarda namoyish etadi. “Yangi O‘zbekiston”, “Xalq so‘zi” sifatli gazeta sifatida davlat rahbariyatining irodasini ifoda etadi va o‘quvchilarning qiziqishini tortadi, asosan ularni demografik tendentsiyalar va uni eng yuqori davlat organlari tomonidan tartibga solish yo‘nalishi haqida muntazam ravishda xabardor qilib boradi.

Shunday qilib, O‘zbekiston Respublikasining demografik sohadagi axborot siyosati keng jamoatchilik fikrini shakllantirishda ham taqiqlovchi, ham

rag‘batlantiruvchi choralarga qaratilgan. O‘zbekiston Respublikasining demografik siyosati milliy manfaatlarni ro‘yobga chiqarish va uyg‘un jamiyat yaratishga qaratilgan.

O‘tilgan mavzu yuzasidan savol va topshiriqlar

1. Demografik siyosat: uning xususiyatlari va tendentsiyalari, shuningdek, matbuotda aks etishi haqidagi bilimingizni mustahkamlang.
2. Mamlakatdagi jamoatchilik fikriga ommaviy axborot vositalarining hozirgi kuchli ta’siri bilan belgilanishi haqidagi bilimingizni mustahkamlang.
3. Ijtimoiy jurnalistika shunchaki faktlar va voqealarni bayon qilmaydi; u keng qamrovli tahlilni taqdim etadi va ijtimoiy muammolarga yechimlarni taklif qilishi haqida nima bilasiz.
4. Shaxs-jamiyat tizimi bilan bog‘liq muammolarni yoritishga bag‘ishlangan jurnalistika sohasi haqidagi bilimingizni mustahkamlang.

17- MA'RUZA. GLOBAL MUAMMOGA XOS MEDIAMATERIAL VA YO'NALISHLARI HAMDA MATBUOTDA YORITILISHI

REJA:

1. Global muammoga xos mediamaterial matbuotda yoritilishi
2. Sun'iy intellektni jurnalistik yoritish konsepsiyasi bilan tanishtirish.
3. Jurnalistlarning yangi texnologiyalarni bilish zarurati
4. Global muammolarga yo'naltirilgan ommaviy axborot vositalarining yoritilishi, tendentsiyalari va matbuot xabarlari.

Sun'iy intellektni jurnalistik yoritish konsepsiyasi bilan tanishtirish. Sun'iy intellektning (SI) rivojlanishi va uni boshqarishdagi qiyinchiliklar butun jamiyatga ta'sir qiladi. Bu shuni anglatadiki, SI haqida xabar berish auditoriyani texnologiyaning o'ziga xos oqibatlari haqida xabardor qilishi kerak, bu jurnalistika doirasidan tashqariga chiqadi. Masalan, u kompaniyalar, hukumatlar, fuqarolar va kompyuter chiplari o'rtasidagi o'zgaruvchan munosabatlardagi, shuningdek, ma'lumotlar va algoritmlar o'rtasidagi kuch dinamikasini ta'kidlashi kerak. Ko'pgina SI ishlanmalari jamoatchilik manfaatlariga xizmat qilsa-da, jurnalistlar jamoatchilikni ijtimoiy chetlashtirish xavfi, boyliklarning tengsiz taqsimlanishi va inson huquqlari buzilishi kabi jihatlar haqida ogohlantirish uchun bilim va tajribaga muhtoj. Ushbu nashr YUNESKOning Xalqaro aloqani rivojlantirish dasturi (IPDC) va Jahon jurnalistika ta'limi kengashi tomonidan birgalikda ishlab chiqilgan jurnalistika ta'limi bo'yicha turkumning bir qismidir. Ushbu resursning maqsadi jurnalistika o'qituvchilarini intiluvchan va ishlaydigan jurnalistlarga zamonamizning eng dolzarb muammolaridan birini tushunishga yordam berishga ilhomlantirish va ularga imkoniyat berishdir.

- mashina intellektini umumiy tushunishni rivojlantirish va SIning turli turlarini aniqlash,

- sun'iy intellektning salohiyatini, shuningdek, uning kuchli va zaif tomonlarini hisobga olish,

- jamoatchilik ongini shakllantiradigan keng tarqalgan ommabop munosabatlarni aniqlash orqali sun'iy intellekt voqeligida kelajak uchun stsenariylarni shakllantirish,

- sun'iy intellekt bo'yicha munozarani vositachilik qilish va shakllantirishda jurnalistikaning rolini tushunish,

- sun'iy intellekt masalalarini muvozanatli, realistik va mas'uliyatli tarzda yoritish yo'llarini topish,

- jurnalistikaning mavjud janrlari bilan bog'lanish - yangiliklar reportajlaridan tortib to ma'lumotlar jurnalistikasigacha va boshqa.

Jurnalistika ta'limi darajasini oshirish BMT tizimidagi ommaviy axborot vositalarini rivojlantirishga ixtisoslashgan noyob hukumatlararo dastur bo'lgan IPDC intilayotgan asosiy natijalardan biridir. Texnologik yangiliklarning 60% sanoat mahsulotlaridan keladi; yangiliklar manbalarining eng katta toifasi biznes vakillari (30%).

Sun'iy intellekt texnologiyalarining xilma-xilligi Gay Berger, YUNESKOning Aloqa rivojlantirish bo'yicha xalqaro dasturining sobiq kotibi (2011–2022) Ushbu qo'llanmaning ko'plab mualliflar tomonidan hammualliflikda yozilganligi uning sahifalarida keltirilgan qarashlar va ta'riflarning xilma-xilligini tushuntiradi. Ba'zi boblarda “mas'uliyatli AI” haqida so'z boradi, boshqalari esa AI “yetikasi”ni ta'minlash zarurligini ta'kidlaydi. “To'rtinchi sanoat inqilobi” munozarali iborasi tez-tez uchraydi. Bu xilma-xillik bizga sun'iy intellektni (AI) o'qitishning boshlang'ich nuqtasi nima bo'lishi kerakligini aytadi: bir nechta talqinlar mavjud va taklif qilingan semantika umum qabul qilingan deb qabul qilinmasligi kerak. Shunga ko'ra, jurnalistika talabalari boshidanoq “AI” atamasining o'zi turli odamlar uchun turli xil ma'nolarni anglatishini aniq bilishlari kerak. Ularning jurnalist sifatidagi vazifasi tinglovchilariga bu kvazi-sehrli iboraning yagona ma'nosi bor degan taassurot qoldirmaslikdir. Marketing da'volaridan farqli o'laroq, algoritmlardan foydalanish o'z-o'zidan AIga tenglashtirilmaydi (garchi AI algoritmlardan foydalanishni o'z ichiga olsa ham).

Ma'lumotlar AI faoliyatining ajralmas qismidir, ammo barcha “ma'lumotlarga asoslangan” muammolar va rivojlanishlar AI bilan mos kelmaydi. Jamoatchilik va shuning uchun ommaviy axborot vositalari AI kontseptsiyasining turli ta'riflari va talqinlari turli kontekstlar va manfaatlarni aks ettirishini tushunishlari kerak, ayniqsa

“AI” atamasi turli maslahatchilar, kompaniyalar va siyosatchilarning takliflarini ilgari surish uchun “sahna” sifatida ishlatilganda. AI bilan bog‘liq yangiliklarga oid barcha ma’lumotlar (va statistika) manba akademik doiralar, regulyatorlar, yirik korporatsiyalar yoki tadbirkorlar bo‘lishidan qat’i nazar, tanqidiy jurnalistik tahlilga tortilishi kerak. Xuddi shu narsa kompyuter o‘yinlari kompaniyalari, elektron xavfsizlik xizmatlari, qo‘zg‘almas token (NFT) sotuvchilari, kriptovalyuta birjalari, sog‘liqni saqlash, qishloq xo‘jaligi, harbiy operatsiyalar va boshqalar faoliyatining ajralmas qismi sifatida AI vositalaridan foydalanish haqidagi yangiliklarga ham tegishli.

Faoliyat sohasiga tegishli bo‘lishidan qat’i nazar, AI haqida barcha eslatmalarni tahlil qilish va tahlil qilish kerak. Sun’iy intellektning eng qiziqarli tomoni ko‘pincha dasturiy ta’minot yoki apparat bilan bog‘liq texnik jihatlarida emas. AI sohasi inson faoliyatining, jumladan, o‘z manfaatlarining chambarchas bog‘liq xilma-xil jihatlari bo‘lib, ular doimo landshaftni shakllantirish va AI texnologiyalarini ilgari surish, dasturiy ta’minotni ishlab chiqish, apparat vositalarini boshqarish va mavjudligi bilan bog‘liq. Va, albatta, ma’lumotlarning mavjudligi, egalik huquqi va ularga kirish shartlari bilan bog‘liq masalalar. Aslida, har bir mikrotarix - masalan, sun’iy intellektidan foydalangan holda tibbiyotdagi yutuqlar - insoniyatning kengroq tizimli tarixining bir qismi bo‘lib, u muayyan voqealarni yoritish uchun ko‘plab istiqbollarni taqdim etadi. Buning qanchalik muhimligini tushunish uchun, sun’iy intellekt deb nomlanuvchi texnologiyalar to‘plami jamiyat, uning kuch dinamikasi va muammolari bilan uzviy bog‘liqligini tan olish kerak. Bu kuzatish, o‘z navbatida, e’tiborni jalb qilishi kerak.

Sun’iy intellekt texnologiyalariga ixtisoslashmaganlar, dastlab texnologiyadan uzoqda ko‘rinadigan mavzular bo‘yicha reportajlarning aniq tarkibiy qismiga aylanganda, jurnalistikaning ko‘plab “insoniy aloqalar”ni ochish imkoniyatlariga jalb qilinadi. Masalan, insoniy jihatga e’tibor qaratish inson mehnati haqida ko‘plab qiziqarli hikoyalarga olib keladi. Bir to‘plamda sun’iy intellektni o‘qitish uchun ma’lumotlarni belgilashda Global Janubning roli o‘rganiladi. Boshqasida dasturchilarning ma’lumotlarni qayta ishlash va ular bilan o‘zaro ta’sir qilishining

(cheklangan) demografik ko‘rinishi o‘rganiladi. Darhaqiqat, jurnalistika xilma-xillik va inklyuzivlik, shuningdek, miya oqimi masalalarini yoritishi mumkin. Bu omillar sun‘iy intellekt landshaftini qanday shakllantirishi va ularning ba‘zi imkoniyatlarga (masalan, o‘zini o‘zi boshqaradigan avtomobillardagi sun‘iy intellekt) qanday ta’sir qilishi, ammo boshqalarga (masalan, jamoat transportidagi sun‘iy intellekt) ta’sir qilmasligiga yoritib berishi mumkin.

Insoniy o‘lchov shuningdek, odamlarni sun‘iy intellekt obekti sifatida ham o‘z ichiga oladi - bu yuzni aniqlash, ipoteka kreditini aniqlash yoki sun‘iy intellektga asoslangan sud qarorlari bo‘ladimi. Sun‘iy intellekt texnologiyalarini rivojlantirish uchun inson ma’lumotlarini keng miqyosda ajratib olish (va sotish va ulardan foydalanish) doimiy monitoringni talab qiladigan yana bir voqea, masalan, 2022-yilda uchinchi shaxslarga homiladorlik holati haqida ma’lumot olishga imkon beradigan hayz ko‘rish siklini kuzatish ilovalari haqidagi xavotirlar haqidagi yangiliklar.

Keyt Krouford va Shoshana Zuboff kabi mualliflar ko‘rsatganidek, ma’lumotlar shunchaki olinadigan resurs emas - jurnalistlar sun‘iy intellekt haqida xabar berishda e’tiborga olishlari kerak bo‘lgan qimmatli tushuncha. Shuni qo‘shimcha qilish mumkinki, sun‘iy intellekt “foydalanuvchilari” jarayonda faol agentlar bo‘lishi mumkin bo‘lsa-da, ular ko‘pincha bir vaqtning o‘zida to‘lovli mijozlarga, ayniqsa reklama beruvchilar va inson avtonomiyasini saqlashdan ko‘ra manipulyatsiya qilishdan manfaatdor bo‘lgan boshqa odamlarga sotiladigan “tovarlar” ishlab chiqarish uchun “xom ashyo” hisoblanadi.

Ma’lumotlarning insoniy jihatlari potentsial tarafkashlik masalalarini o‘z ichiga oladi va yanada kengroq ma’lumotlarni qamrab oladi. Ular bizni shaxslarning axborot aktivlarini to‘plash, ulardan foydalanish va egalik qilish haqidagi bilimlari va roziligi, ayniqsa (faqat shaxsiy ma’lumotlarga kelsak) haqida savollar berishga undaydi. Shunday qilib, sun‘iy intellekt texnologiyalarining rivojlanishi muqobil ma’lumotlarni boshqarish modellariga qiziqishni uyg‘otdi - masalan, ma’lumotlar egalari va foydalanuvchilar o‘rtasida qonuniy almashinuvlarni osonlashtirish uchun “ma’lumotlarga ishonish” g‘oyasi - va bu jurnalistlar o‘rganishi va aytib berishi kerak bo‘lgan yana bir hikoya. sun‘iy intellekt texnologiyalarining insoniy jihatlari ko‘rib

chiqayotganda, biz, albatta, sun'iy intellektdan foydalanishning ekologik jihatlarini e'tiborsiz qoldirmasligimiz kerak. Masalan, bulut va Bitcoin kabi texnologiyalar katta miqdordagi energiya sarflaydigan ulkan ma'lumotlar markazlarida mustahkam o'rnatilgan bo'lib, bu muqarrar ravishda uglerod chiqindilariga olib keladi va bu voqea nisbatan kam e'tiborga sazovor bo'ldi. Shunga qaramay, AI texnologiyasini ishlab chiqish va joriy etish ustidan hokimiyatning markazlashtirilishi, shuningdek, uning tarmoq ta'siri va oldingi rivojlanish trayektoriyasiga bog'liqligi ommaviy axborot vositalarining diqqatini jalb qilishni talab qiladi. Bu butun insoniyat uchun inson huquqlari, demokratiya, ekologik barqarorlik va inklyuziv rivojlanish nuqtai nazaridan chinakam chuqur oqibatlariga olib keladigan tendentsiya.

Paradoks shundaki, AI ni yoritishda, shuningdek, boshqa maqolalar ichida AI ga tegishda talaba jurnalistlar texnologiyaning o'zidan ancha uzoqqa qarashlari kerak. Butun o'zaro bog'liqlik zanjiri e'tiborni talab qiladi... va shu bilan birga, u boshqa ko'plab ishlanmalarga qaraganda ko'proq hikoyalarning haqiqiy kornukopiyasini taqdim etadi. Barcha intiluvchan muxbirlar uchun umumiy mavzu AI vositalarining har bir yangi ishlab chiqilishi va joriy etilishi inson huquqlari masalalari va tegishli normalar bilan qanday bog'liqligini ko'rib chiqish bo'lishi kerak. Bu AI texnologiyasini ishlab chiquvchilar, shuningdek, mijozlar va mijozlar tomonidan inson huquqlari bo'yicha tegishli tekshiruvlarning mavjudligi (yoki yo'qligi) va darajasi haqida savollar berishni bilishni anglatadi.

Jurnalistikada Intervyularda inson huquqlariga ta'sirni oldindan va keyin baholash va tegishli yumshatish choralari haqidagi savollarni e'tiborsiz qoldirmaslik kerak. Bundan tashqari, qaysi inson huquqlari buzilishi mumkinligini baholash jurnalistning umumiy kasbining bir qismi ekanligini yodda tutish kerak. Sun'iy intellektga kelsak, taraqqiyot va'dalariga berilib ketmaslik uchun, birinchi navbatda, inson qadr-qimmati, shaxsiy hayotga daxlsizlik, tenglik va adolatga hurmatni hisobga olish muhimdir. Shu ma'noda, yangiliklar sun'iy intellekt ta'sirini mustaqil audit qilish uchun siyosiy kun tartibini, shuningdek, sun'iy intellektni joriy etishning kutilmagan oqibatlarini ko'tarishi mumkin. Jurnalistlar, shuningdek, sun'iy intellekt va uning ko'plab tarkibiy qismlaridan foydalanishga oid korporativ va hukumat siyosatida

o'zgarishlarga olib keladigan hushtakbozlik harakatlariga e'tiborni jalb qilishda ham rol o'ynashi mumkin.

Sun'iy intellekt bilan bog'liq jurnalistikani tayyorlashda quyidagi kabi savollar ham berilishi mumkin: Ma'lumotlarni yaratish, saqlash, sotish va ulardan foydalanishda qanday axloqiy ko'rsatmalar qo'llanilgan va tegishli jarayonlarni amalga oshirishda qanday tekshiruvlar o'tkazilgan? - Zararli hodisalar haqida xabar berish va kuzatish uchun qanday tizimlar mavjud (yoki mavjud emas) va qanday saboqlarni olish mumkin? - Tizim "texnik va tashkiliy dizayn (ishni) tekshirish va kuzatish imkoniyatini ta'minlashi kerak..." degan global standartga mos keladimi (193 a'zo davlat tomonidan kelishilgan 2021-yilgi YUNESKOning Sun'iy intellektning axloqiy o'lchovlari bo'yicha tavsiyasining 43-bandidan iqtibos).

Xabardor va mustaqil AI jurnalistikasisiz jamiyat umuman shaffoflik va hisobdorlikda katta tanqislikka duch keladi, bu esa bunday nufuzli texnologiyani boshqarish uchun juda muhimdir. Boshqa tomondan, yuqori sifatli matbuotda yoritish bizga qaysi hukumat va o'zini o'zi boshqarish paketlari eng maqbul ekanligini va birgalikda tartibga solish va ko'p manfaatdor tomonlarni tartibga solish kabi alternatalarning potentsialini tushunishga yordam beradi. Jurnalistlar AI tizimlarini o'z ishlariga va umumiy yangiliklar xonalari faoliyatiga integratsiyalashda xuddi shunday tanqidiy yondashuvni foydali ravishda qo'llashlari mumkin. Va, albatta, boshqa sohalarda bo'lgani kabi, jurnalistlarning ishlari yoki hikoyalariga har qanday homiylik qilish borasida shaffoflik ham AI haqidagi barcha reportajlar uchun juda muhimdir. AI bilan bog'liq bu dinamik vaziyat va munozara jurnalistika o'qituvchilari, talabalar va ishlaydigan jurnalistlar uchun ajoyib imkoniyatlarni ochadi. Shu munosabat bilan, UNESCO ushbu qo'llanmani yaratishga olib kelgan tashabbusni nazorat qilgan muharrir Maarit Jaakkola, mualliflar va Verika Rupa boshchiligidagi Jahon jurnalistika ta'limi kengashiga minnatdorchilik bildiradi. Jurnalistika ta'limini takomillashtirish Xalqaro kommunikatsiyalarni rivojlantirish dasturi (IPDC) a'zosi bo'lgan 39 ta a'zo davlatdan iborat UNESCO qo'mitasi tomonidan amalga oshirilayotgan asosiy natijalardan biridir.

IPDC mablag'lari ko'magida ushbu qo'llanma jurnalistika ta'limi bo'yicha UNESCO-UNESCO nashrlari turkumining bir qismidir. Ushbu turkumdagi ba'zi nashrlar shunchalik katta qiziqish bilan qabul qilindiki, o'quvchilar ularni tarjima qilishga ko'ngilli bo'lishdi. Agar bizning o'quvchilarimizdan biri ushbu resursni boshqa tillarga ixtiyoriy ravishda tarjima qilishga qiziqsa, biz sizga yordam berishdan mamnun bo'lamiz. Shuningdek, sizda bizning ishimizdagi kamchiliklarni bartaraf etish bo'yicha g'oyalar bo'lishi mumkin. Ushbu nashrning tengdosh sharhlovchilari sun'iy intellekt jurnalistikasini o'qitishda talabalarning nuqtai nazariga va Global Janubdagi mamlakatlar tajribasiga ko'proq e'tibor berishni qat'iy tavsiya qiladilar. Ushbu qo'llanmani to'ldirishi mumkin bo'lgan (yehtimol, qo'shimcha jild sifatida nashr etish uchun) tarjima qilish va/yoki qo'shimcha tadqiqotlar o'tkazishga qiziqqan har bir kishi IPDC.Secretariat@unesco.org manzili orqali murojaat qilishi mumkin.

London Iqtisodiyot Maktabining Media va kommunikatsiyalar kafedrası amaliyot professori va xalqaro jurnalistika tahlil markazi Polis direktori Charli Beket shunday deydi: "Sun'iy intellekt" iborasini onlayn yozing, shunda ekraningizda yonib turgan robotlar yoki nurli kompyuter sxemalari tasvirlari paydo bo'ladi. Bu hayajonli va futuristik ko'rinadi, ammo ayni paytda juda qo'rqinchli. Jurnalistlar ham xuddi shunday his qilishadi. Robotlar bizning ishimizni egallab oladimi? Algoritmlar maqolalar yozadi va yangiliklar ishlab chiqaradimi? Haqiqat ham xavotirli, ham hayajonli.

Dunyo bo'ylab sun'iy intellekt vositalaridan foydalanadigan jurnalistlar bilan uch yildan ortiq ishlaganimdan so'ng, men bu texnologiyalar bizning ishimizni yanada samaraliroq, samaraliroq va qiziqarli qilishga yordam berishiga aminman. Ammo sun'iy intellekt jurnalistikani "qutqarib" qolmaydi yoki uni butunlay o'zgartirmaydi. Amalda u juda zerikarli, takrorlanuvchi, oddiy vazifalarni bajaradi. Uni ommaviy axborot vositalari talablariga javob beradigan tarzda ehtiyotkorlik bilan dasturlash, moslashtirish va boshqarish kerak. sun'iy intellektidan foydalanish unchalik oson yoki kutilganidek "aqlli" emas. Bu tarafkashlik va javobgarlik masalalarini ko'taradi. Bu shuni anglatadiki, yangiliklar tashkilotlari yangi ko'nikmalar va usullarni ishlab chiqish va joriy etishga sarmoya kiritishlari kerak bo'ladi. Ko'pchilikda buning uchun

resurslar yetishmaydi va ortda qolish xavfi mavjud. Biroq, sun'iy intellekt texnologiyalari... Bu vaziyatni sezilarli darajada o'zgartirishga qodir. Umid qilamizki, ular jurnalistlarning ishini to'ldiradi, ularga ijodkorlik, hamdardlik va mulohaza yuritish kabi insoniy ko'nikmalaridan foydalanish uchun ko'proq vaqt va resurslar beradi va jurnalistikaga qiymat qo'shadi. Ushbu texnologiya haqida optimistik yoki pessimist bo'lishingizdan qat'i nazar, barchamiz unga ko'proq e'tibor qaratishimiz juda muhimdir.

Yaqin kelajakda hayotimizning barcha jabhalari tobora ko'proq ma'lumotlar va algoritmlarga bog'liq bo'ladi va sun'iy intellekt jamiyatimizni shakllantiradi. Jurnalistlar sifatida biz bu texnologiyani va uning nima qila olishini tushunishimiz kerak. Qisman, chunki u yangiliklar qanday yaratilishi va iste'mol qilinishiga ta'sir qiladi, shuningdek, fuqarolarni sun'iy intellektning dunyomizga ta'siri haqida xabardor qilish uchun jurnalistik ish bilan shug'ullanishimiz kerak bo'ladi. Ushbu qo'llanmada ko'rsatilganidek, sun'iy intellektni aniqlash qiyin. Amalda, sof sun'iy intellekt mavjud emas. O'zi uchun o'ylaydigan robotlar yo'q. Amalda, bu mashinani o'rganish, tabiiy tilni qayta ishlash, avtomatlashtirish va ma'lumotlar ilmi texnologiyalarining kombinatsiyasi. Siz allaqachon GPS ilovangizda internetda qidirishda yoki uyga navigatsiya qilishda sun'iy intellektidan foydalanasiz. Sun'iy intellekt murakkab bo'lishi mumkin bo'lsa-da, bu uning qo'llanilishi va salohiyatini tushunmaslik uchun sabab emas.

London Iqtisodiyot Maktabidagi Jurnalistika AI loyihasi doirasida biz chuqurroq ma'lumotlarga bo'lgan global talabni o'rganib chiqdik va jurnalistikada AI texnologiyalari atrofidagi munozaralarga qo'shildik. Biz butun dunyo bo'ylab jurnalistlar bilan treninglar, axborot resurslari va bir qator hamkorlikdagi innovatsion dasturlarni ishlab chiqdik. Ular bizga AI o'z ishlarining har bir jihatini yaxshilashi mumkinligini aytishdi. Bu odamlar kerakli yangiliklarni kerakli formatda va kerakli vaqtda olishlari uchun yangiliklarni shaxsiylashtirishga yordam beradi. Bu ma'lumotlardagi yashirin hikoyalarni ochishga yoki yangi fikrlarni ochishga yordam beradi. Bu kontent yaratishda, ayniqsa jonli moliyaviy, sport yoki ob-havo ma'lumotlari kabi oddiy, funktsional, faktik hikoyalarda yordam berishi mumkin.

Undan keng ko‘lamli faktlarni tekshirish va hatto jurnalistlardagi insoniy tarafkashlikka qarshi kurashish uchun foydalanish mumkin.

BBC, Bloomberg va Wall Street Journal kabi yirik yangiliklar tashkilotlari hozirda AI vositalarini moslashtirmoqdalar. Ammo agar siz JournalismAI veb-saytiga tashrif buyursangiz, kichik yangiliklar xonalari o‘z jurnalistikasining samaradorligini oshirish uchun AI dan foydalanishning aqlli usullarini qanday ishlab chiqayotganining ajoyib misollarini ko‘rasiz. Bu allaqachon ommaviy axborot vositalari uchun, shuningdek, tobora raqamlilashib borayotgan “metaverse”ning boshqa sohalari uchun texnologik o‘zgarishlarning uchinchi to‘lqini. Avvalo, barchamiz internetga o‘tdik, an’anaviy jarayonlarimizni veb-saytlarga ko‘chirdik. Keyin, taxminan 15 yil oldin, ijtimoiy media paydo bo‘ldi va jurnalistika interaktiv, ko‘p formatli, ko‘p manbali va ko‘p platformali bo‘ldi. Endi AI texnologiyalarining uchinchi to‘lqini bugungi jurnalistika ishining katta qismini egallashga va'da bermoqda. Bu shuningdek, kengaytirilgan reallik, talab bo‘yicha audio va video, giper-shaxsiylashtirish va avtomatlashtirilgan tarjima, transkripsiya va tahrirlash orqali yanada ko‘proq xilma-xillik kabi yangi shakllarga eshik ochadi. Jurnalistlar shuningdek, ushbu texnologiyalarni kim ishlab chiqarishi va boshqarishi haqida munozara zarurligini ta’kidladilar. Yaratilayotgan ma’lumotlar to‘plamlari yoki dasturiy ta’minot mahsulotlarida qanday tarafkashliklar mavjud? Ushbu vositalar va tizimlardan nafaqat klikbeyt yoki dezinformatsiya yaratish uchun, balki jurnalistikani yaxshilash uchun qanday foydalanish mumkin? Jurnalistika fakulteti va talabalari ushbu texnologiyalar yangiliklar ommaviy axborot vositalariga qanday ta’sir qilishi mumkinligi haqida suhbatlashishlari juda muhimdir. Shuningdek, texnologlar, regulyatorlar, siyosatchilar va fuqarolar ushbu munozaralarda ishtirok etishlari juda muhimdir. Biz xarid qilishdan tortib siyosatgacha bo‘lgan hamma narsa tobora ko‘proq vositachilik qilinayotgan, tobora ko‘proq onlayn, tobora ko‘proq ijtimoiylashib borayotgan dunyoda yashayapmiz. Bu o‘zini ifoda etish, o‘yin-kulgi va ta’lim uchun ulkan qulaylik va qiziqarli imkoniyatlarni taqdim etadi. Lekin biz raqamli dunyo keltirib chiqaradigan qiyinchiliklar, masalan, dezinformatsiya va ekstremistik nutq bilan ham tanishmiz. Analog davrda yigirma yildan ortiq jurnalist bo‘lib ishlagan inson sifatida, men qancha

o'zgarganini juda yaxshi bilaman. Va bu meni xavotirga soladi. Jurnalistika, boshqa ko'plab kasblar singari, raqobatbardoshroq va ba'zi joylarda xavfliroq bo'lib qoldi. Yangi avlod yangi texnologiyalar keltirib chiqaradigan axloqiy muammolarni hal qilish uchun ulkan mas'uliyatni o'z zimmasiga oladi. Ammo ular yangi imkoniyatlarga ham duch kelishlari mumkin.

Maarit Jaakkola tomonidan yozilgan “Sun’iy intellekt texnologiyalarini o’qitishning metodologik jihatlarini”. Kelajakdagi jurnalistlar uchun sun’iy intellekt bo’yicha ijtimoiy va natijada jurnalistika masalasi bo’yicha tavsiyalar ishlab chiqish keng qamrovli va murakkab ishni talab qiladi. Sun’iy intellekt bilan bog’liq texnologiyalar uzoq vaqtdan beri mavjud bo’lsa-da, o’tmishdagi ko’plab futuristik g’oyalar endigina amalga oshirila boshlandi. Jamiyatning “sun’iy intellektga aylanishi” hayotning barcha sohalariga singib ketgan uzoq va sekin jarayondir. Shuning uchun, jurnalistikada ushbu mavzuni yoritish bo’yicha tavsiyalar va eng yaxshi amaliyotlarni tuzishga kelganda, e’tiborga olinishi kerak bo’lgan ochiq savollar va xavotirlar paydo bo’ladi.

O‘tilgan mavzu yuzasidan savol va topshiriqlar

1. Global muammoga xos mediamaterial matbuotda yoritilishini kuzating va izohlang.
2. Sun’iy intellektni jurnalistik yoritish kontseptsiyasi bilan tanishtiring.
3. Jurnalistlarning yangi texnologiyalarni bilish zarurati haqidagi bilimlaringizni mustahkamlang.
4. Global muammolarga yo’naltirilgan ommaviy axborot vositalarining yoritilishi, tendentsiyalari va matbuot xabarlarini rivojlantiring.
5. Mashina intellektini umumiy tushunishni rivojlantirish va SIning turli turlarini aniqlang.
6. Sun’iy intellektning salohiyatini, shuningdek, uning kuchli va zaif tomonlarini hisobga olgan holda izohlang.
7. Jamoatchilik ongini shakllantiradigan keng tarqalgan ommabop munosabatlarni aniqlash orqali sun’iy intellekt voqeligida kelajak uchun ssenariylarni shakllantiring.

8. Sun'iy intellekt bo'yicha munozarani vositachilik qilish va shakllantirishda jurnalistikaning rolini tushunchangizni izohlang.

9. Sun'iy intellekt masalalarini muvozanatli, realistik va mas'uliyatli tarzda yoritish yo'llarini toping.

10. jurnalistikaning mavjud janrlari bilan bog'lanish - yangiliklar reportajlaridan tortib, to ma'lumotlar jurnalistikasigacha bo'lgan to'g'risidagi bilimlaringizni mustahkamlang.

18- MA'RUZA. ZAMONAVIY MUAMMOLAR VA ULARNI BARTARAF ETISH BILAN SHUG'ULLANADIGAN TASHKILAOTLAR FAOLIYATI

REJA:

1. Mavjud muammolar va ularni hal qiluvchi tashkilotlar faoliyati.
2. Departamentning asosiy funksiyalari.
3. Bo'limning asosiy vazifalari va funktsiyalari.
4. Bo'limning asosiy vazifalari.

– Jinoyatlarni tergov qilish amaliyotini kompleks va tizimli tahlil qilish, shu jumladan jinoyatlarning sabablarini va ularga sabab bo'ladigan shart-sharoitlarni aniqlash, shuningdek, ularni bartaraf etish choralarini ko'rish;

– Ichki ishlar organlarining tergov bo'linmalari faoliyatini tashkil etish va muvofiqlashtirish, jinoyatlarni o'z vaqtida aniqlash, kompleks, to'liq va xolisona tergov qilishni, surishtiruv va dastlabki tergov davomida qonunga qat'iy rioya qilishni, shuningdek, tergov bo'linmalarini xodimlar bilan ta'minlash va xodimlar uchun malaka oshirishni tashkil etish;

– Ichki ishlar organlarining tergov bo'linmalariga surishtiruv va dastlabki tergovda, shuningdek, respublikada jamoatchilik noroziligiga sabab bo'lgan, shu jumladan uyushgan jinoiy guruhlar va jamoalar tomonidan sodir etilgan mintaqalararo xarakterdagi o'ta murakkab jinoyatlarni bevosita tergov qilishda uslubiy va amaliy yordam ko'rsatish;

– qonunchilikni, huquqni muhofaza qilish amaliyotini, surishtiruv va dastlabki tergov o'tkazish shakllari va usullarini yanada takomillashtirish bo'yicha takliflar ishlab chiqish va amalga oshirish.

Departamentning asosiy funktsiyalari:

a) jinoyatlarni tergov qilish amaliyotini kompleks va tizimli tahlil qilish, jumladan, jinoyatlarning sabablari va ularga sabab bo'ladigan shart-sharoitlarni aniqlash, shuningdek, ularni bartaraf etish choralarini ko'rish sohasida:

-ichki ishlar organlarining tergov bo'linmalari tomonidan jinoyatlarni tergov qilish amaliyotini, surishtiruv va dastlabki tergovning asosiy ko'rsatkichlarini baholash, umumlashtirish va tahlil qilish;

-jinoyatlarning sodir etilishiga sabab bo'ladigan sabablar va sharoitlarni aniqlash, umumlashtirish va tahlil qilish, shuningdek, ularni bartaraf etish bo'yicha kompleks chora-tadbirlarni ishlab chiqish;

-ichki ishlar organlarining tergov bo'linmalarini boshqarish amaliyotini o'rganish, ularning faoliyatidagi mavjud muammolarni va ularni hal qilish yo'llarini aniqlash;

-O'zbekiston Respublikasi Ichki ishlar vazirligi faoliyatini uzoq muddatli va joriy rejalashtirishda ishtirok etish, ichki ishlar organlarining tergov bo'linmalari uchun konsepsiyalar va asosiy rivojlanish yo'nalishlarini ishlab chiqish;

-tergov bo'linmalarining holati, jinoyatlarni tergov qilishdagi muammoli masalalar bo'yicha axborot va tahliliy materiallar tayyorlash va O'zbekiston Respublikasi Ichki ishlar vazirligi rahbariyatiga tegishli takliflarni taqdim etish;

-Ichki ishlar organlarining tergov bo'linmalari vakolatiga kiradigan masalalar bo'yicha yozuvlar, ma'lumotlar bazalari va axborot tizimlarini shakllantirish va yuritishni tashkil etish va amalga oshirish; Ijobiy xalqaro va milliy tajribani, shuningdek, surishtiruv va dastlabki tergovning zamonaviy vositalari, shakllari, usullari va taktikasini o'rganish va joriy etish;

-Huquqbuzarliklarning oldini olish bo'yicha profilaktika choralarini, shu jumladan ommaviy axborot vositalari va fuqarolik jamiyati institutlari bilan hamkorlikni tashkil etish va amalga oshirish;

b) ichki ishlar organlarining tergov bo'linmalari faoliyatini tashkil etish va muvofiqlashtirish, jinoyatlarni o'z vaqtida aniqlash, har tomonlama, to'liq va xolis tergov qilishni, surishtiruv va dastlabki tergov davomida qonunga qat'iy rioya qilishni, shuningdek, tergov bo'linmalarini kadrlar bilan ta'minlash va xodimlar uchun malaka oshirishni tashkil etish sohasida:

-jinoyatlarni har tomonlama, to'liq va xolis tergov qilishni, jinoyat ishlari bo'yicha surishtiruv va dastlabki tergov paytida qonunga qat'iy rioya qilishni

ta'minlashga qaratilgan chora-tadbirlarni kompleks rejalashtirishni tashkil etish va amalga oshirish;

-ichki ishlar organlarining tergov bo'linmalari faoliyatini tekshirish, surishtiruv va dastlabki tergovni tashkil etishda aniqlangan kamchiliklar va kamchiliklarni bartaraf etish choralarini ko'rish va ushbu chora-tadbirlarning bajarilishini nazorat qilish;

-ichki ishlar organlarining tergov bo'linmalari faoliyati ustidan protsessual va idoraviy nazoratni amalga oshirish;

-ichki ishlar organlarining tergov bo'linmalarida buxgalteriya hisobi va ro'yxatga olish intizomiga rioya qilinishini ta'minlash;

-jinoyatlar haqidagi shikoyat va xabarlarni ko'rib chiqishda qonunga rioya qilinishini ta'minlash uchun ichki ishlar organlarining tergov bo'linmalari faoliyatini o'rganishni tashkil etish va amalga oshirish;

-Ichki ishlar organlarining tergov bo'linmalari tomonidan dastlabki tergovni to'xtatib turish va jinoyat ishlarini tugatishning asoslilikini o'rganish, aniqlangan qoidabuzarliklarni bartaraf etish bo'yicha ko'rsatmalar ishlab chiqish va ularning hal etilishini nazorat qilish;

-Jinoyat sodir etishda ayblanayotgan shaxslarning o'z vaqtida qidiruvga berilishi ta'minlanishi;

-To'xtatib qo'yilgan jinoyat ishlari va ashyoviy dalillarni hududiy ichki ishlar organlarida saqlash, shuningdek, ularning yozuvlarini to'g'ri yuritish ustidan nazorat qilish;

-Suruv va dastlabki tergov davomida ichki ishlar organlarining boshqa bo'linmalari, boshqa davlat idoralari va tashkilotlar bilan o'zaro hamkorlikni tashkil etish va ta'minlash;

-O'zbekiston Respublikasining xalqaro shartnomalariga muvofiq jinoyat ishlari bo'yicha huquqiy yordam ko'rsatish bo'yicha xorijiy davlatlarning vakolatli organlaridan so'rovlarni bajarishni tashkil etish, shuningdek, shunga o'xshash so'rovlarni xorijiy davlatlarning vakolatli organlariga yuborish;

-Jinoyat ishlarini belgilangan tartibda jinoiy javobgarlikka tortish uchun xorijiy davlatlarning vakolatli organlariga yuborish va xorijiy davlatlarning vakolatli organlari tomonidan yuborilgan jinoyat ishlari bo'yicha tergovni ta'minlash;

-Jinoyat protsessida O'zbekiston Respublikasining xalqaro hamkorligiga oid jinoyat-protsessual qonunchiligi talablariga rioya qilinishini ta'minlash;

-Jinoyatlarni tergov qilishda axborot-tahliliy, sud-tibbiy va tezkor ma'lumotnoma tizimlaridan samarali foydalanishni ta'minlash;

-Ichki ishlar organlarining tergov bo'linmalari amaliyotiga zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etish, quyi bo'linmalar o'rtasidagi o'zaro ta'sir va muvofiqlashtirishni osonlashtirish, ma'lumotlar bazalarini yaratish, tergov harakatlarini o'tkazish va dalillarni to'plash;

-Ichki ishlar organlarining tergov bo'linmalari uchun kadrlarni ularning kasbiy tayyorgarligi, axloqiy, psixologik va ixtiyoriy fazilatlarini hisobga olgan holda tashkil etish va tanlash;

-Ichki ishlar organlarining tergov bo'linmalari xodimlari o'rtasida xizmat intizomi va qonun buzilishining oldini olish bo'yicha ishlarni tashkil etish va amalga oshirish, ularga nisbatan xizmat tekshiruvlarini o'tkazish va ushbu tekshiruvlar natijalari bo'yicha tegishli choralarni ko'rish;

-Ichki ishlar organlarining tergov bo'linmalari xodimlarini qayta tayyorlash va malakasini oshirishni tashkil etish, shuningdek, xodimlarning yuqori darajadagi professional tayyorgarligini ta'minlash uchun zamonaviy texnologiyalar va o'qitish usullaridan keng foydalanish;c) Ichki ishlar organlarining tergov bo'linmalariga, shuningdek, jinoyatlarni tergov qilishga uslubiy va amaliy yordam ko'rsatish:

-Ichki ishlar organlarining tergov bo'linmalari faoliyatiga tashkiliy va uslubiy rahbarlik qilish;

-Ichki ishlar organlarining tergov bo'linmalariga jinoyatlarni ochish va tergov qilishda amaliy yordam ko'rsatish, shuningdek, surishtiruv va dastlabki tergovni tashkil etish bo'yicha uslubiy va boshqa materiallarni ishlab chiqish;

-Jamoatchilik noroziligiga sabab bo'lgan, jumladan, uyushgan jinoiy guruhlar va jamoalar tomonidan sodir etilgan mintaqalararo xarakterdagi o'ta murakkab jinoyatlarni bevosita tergov qilish:

-Ichki ishlar organlarining tergov bo'linmalariga surishtiruv va dastlabki tergovni tashkil etish va o'tkazishda, shuningdek, ayrim toifadagi jinoyat ishlari bo'yicha nazorat ishlarini olib borishda amaliy yordam ko'rsatish;

-Ichki ishlar organlarining tergov bo'linmalarining surishtiruv va dastlabki tergovni o'tkazishdagi samaradorligini tahlil qilish va monitoring qilish hamda ularni yanada takomillashtirish choralarini ishlab chiqish;

-Ichki ishlar organlarining tergov bo'linmalarini tashkil etish bo'yicha tahliliy materiallarni, shuningdek, surishtiruv va dastlabki tergovni tashkil etish bo'yicha ko'rsatmalarni tayyorlash;

-Ichki ishlar organlarining tergov bo'linmalarida surishtiruv va dastlabki tergovni tashkil etish bo'yicha uslubiy va boshqa materiallarni ishlab chiqish va tarqatish;

d) qonunchilikni, huquqni qo'llash amaliyotini, surishtiruv va dastlabki tergov shakllari va usullarini yanada takomillashtirish bo'yicha takliflarni ishlab chiqish va amalga oshirish sohasida:

-Surishtiruv va dastlabki tergov bo'yicha normativ-huquqiy hujjatlar loyihalari va boshqa hujjatlarni bevosita ishlab chiqish va ishlab chiqishda ishtirok etish;

-O'rnatilgan tartiblarga muvofiq O'zbekiston Respublikasi Ichki ishlar vazirligining manfaatdor bo'linmalari bilan birgalikda O'zbekiston Respublikasining xalqaro shartnomalari loyihalarini, shuningdek, Tergov departamenti faoliyati bo'yicha idoralararo hujjatlar va bitimlarni ishlab chiqishda ishtirok etish;

-O'zbekiston Respublikasining xalqaro shartnomalari loyihalari, normativ-huquqiy hujjatlar va Tergov departamenti faoliyati bo'yicha boshqa hujjatlar bo'yicha xulosalarni tayyorlash va tayyorlashda ishtirok etish.

-Tergov departamenti qonun hujjatlariga muvofiq boshqa funktsiyalarni ham bajarishi mumkin.

Fan va texnologiya tarixi elektr energiyasining rivojlanishini 1891-yilga borib taqaladi, o'shanda Frankfurt-am-Maynda bo'lib o'tgan Xalqaro elektrotexnika

ko'rgazmasida uch fazali elektr uzatish tizimi sinovdan o'tkazilga. Laufen gidroelektrostansiyasida elektr energiyasi turbina, konveks tishli g'ildirak va uch fazali sinxron generatordan (230 kVA, 150 rpm, 95 V, yulduzcha ulangan o'rashlar) iborat gidroelektrostansiya tomonidan ishlab chiqarilgan. Laufen va Frankfurtning har birida moy bilan to'ldirilgan baklarga botirilgan uchta transformator mavjud edi.

Uch simli liniya o'rtacha uzunligi taxminan 60 m bo'lgan yog'och tayanchlarga qurilgan. Diametri 4 mm bo'lgan mis sim chinni moy bilan to'ldirilgan pin izolyatorlariga biriktirilgan. Liniyaning qiziqarli detallaridan biri yuqori kuchlanishli tomonga sug'urta o'rnatilishi edi: liniyaning boshida har bir simdagi uzilish joyiga har biri diametri 0,15 mm bo'lgan ikkita mis simdan iborat 2,5 metr uzunlikdagi qism kiritilgan. Frankfurtda liniyani uzish uchun uch fazali qisqa tutashuvni yaratish uchun oddiy qurilma ishlatilgan. Sigortalar yonib ketar, natijada turbina yuqori tezlikda tezlashar va haydovchi buni payqab, uni to'xtatar edi.

O'tilgan mavzu yuzasidan savol va topshiriqlar

1. Mavjud muammolar va ularni hal qiluvchi tashkilotlar faoliyati haqidagi fikrlaringizni bildiring.
2. Departamentning asosiy funktsiyalarini aniqlang va auditoriyada rivojlantiring.
3. Bo'limning asosiy vazifalari va funktsiyalarini qayta ko'rib chiqing va rivojlantiring.
4. Bo'limning asosiy vazifalarini aniqlang.

GLASSARIY

Mahsulot liniyasining chuqurligi - bu bitta mahsulot kategoriyasi ichida taklif qilinadigan mahsulot nomlarining (SKU) turlicha soni. Masalan, kompaniya turli xil teri turlari uchun turli xil ustara turlarini taklif qiladi.

Mahsulot liniyasini kengaytirish - bu mavjud mahsulot kategoriyasiga yangi mahsulot variantlarini qo'shishdir. Marketingchilar bunday kengayishni brend obro'siga putur yetkazish xavfi bilan bog'laydilar.

Mahsulot liniyasini qisqartirish - bu har bir mahsulot kategoriyasida taklif qilinadigan navlar sonini kamaytirish orqali mahsulot liniyasining chuqurligini kamaytirishdir.

Mahsulot liniyasini boshqarish - bu bozor sharoitlari va tashkilotning strategik maqsadlariga muvofiq mahsulot liniyasini shakllantirish va rivojlantirishdir.

Mahsulot liniyasining kengligi - bu bozorga taklif qilinadigan turli xil mahsulot kategoriyalarining (mahsulot kategoriyalari) aniq soni.

ATL (ATL – Above – the-line) reklama byudjetida gorizontal chiziq ustidagi yozuvlarni anglatadi. Bu xarajatlar ommaviy axborot vositalarida (matbuot, televideniye, radio, internet va reklama va plakatlarni joylashtirishga sarflanadi).

Atribut - bu bozorga taklif qilinadigan mahsulotning xususiyati yoki xususiyati.

Chakana savdo do'konlari auditlari - bu inventarizatsiyani hisoblash va yetkazib berish ma'lumotlarini qayd yetish uchun belgilangan vaqt oralig'ida do'konlarning ma'lum bir namunasini o'rganishdir. Bu chakana savdo dinamikasini samarali baholash imkonini beradi.

Kontakt auditoriyasi - bu kompaniya bilan o'zaro aloqada bo'lgan va unga haqiqiy yoki potentsial qiziqish bildiradigan va kompaniyaning maqsadlariga yerishish qobiliyati ularga bog'liq bo'lishi mumkin bo'lgan turli xil odamlar guruhlar.

Maqsadli auditoriya (MA) - bu marketing xabarlarini yo'naltirilgan auditoriya. MA ijtimoiy-demografik xususiyatlar (jinsi, yoshi, ma'lumoti, daromadi) va ba'zan psixografik xususiyatlar (masalan, xarid qilish afzalliklari, turmush tarzi va boshqalar) bilan belgilanadi.

Autorsing - bu biznes natijalariga sezilarli ta'sir ko'rsatmaydigan individual funktsiyalarni bajarish ixtisoslashgan tashkilotlarga subpudratga beriladigan biznes amaliyoti.

Ma'lumotlar bazasi (MA) - bu bozor segmentlari bo'yicha ma'lumotlarning uyushgan to'plami bo'lib, saqlash, to'plash va qayta ishlash uchun mo'ljallangan. MAlarda ismlar, manzillar, telefon raqamlari, yelektron pochta manzillari va ijtimoiy-demografik ma'lumotlar mavjud.

Banner - bu onlayn reklama vositasi. Bu ma'lum o'lchamdagi axborot bloki (odatda grafik). Banner shuningdek, reklama beruvchining veb-saytiga havola vazifasini ham bajaradi.

Banner maydoni - bu ma'lum formatdagi veb-sahifalardagi bo'sh joy bo'lib, banner joylashtirish uchun maxsus mo'ljallangan. Uni veb-sahifa yegasi mustaqil reklama joylashtirish uchun yaratishi mumkin.

Banner reklamasi - bu veb-saytlarda bannerlar ko'rinishida ko'rsatiladigan reklama xabari. Banner tarmog'i - bu resurslar guruhidagi kompaniyalar o'rtasida onlayn banner almashinuvi. Bu reklama beruvchilarga o'z bannerlarini bir vaqtning o'zida bir nechta joylarga joylashtirish imkonini beradi.

Barter (fransuzcha «barater» - almashinuv) - bu «tovarlar uchun tovarlar» asosida amalga oshiriladigan savdo bitimi. Bu tovarlarning tabiiy almashinuvi bo'lib, unda bir mahsulot boshqasiga pul to'lovisiz almashtiriladi.

Kirishdagi to'siqlar - bu kompaniyalar tomonidan bozorda qo'llaniladigan biznes amaliyotlari va yangi kompaniyaning o'z mahsuloti bilan kirishiga to'sqinlik qiladigan boshqa holatlar.

Benchmarking - bu kompaniyalar tomonidan bozorda qo'llaniladigan eng yaxshi usullar, texnikalar va yeng muvaffaqiyatli biznes amaliyotlarini, shu jumladan o'z bo'limlari, bo'limlari va mutaxassislarining faoliyatini tahlil qiluvchi strategik marketing texnikasi.

Billboard - bu xabarlarni (masalan, doska yoki panel) aks yettiruvchi tashqi reklama vositasi.

Biznes bo‘linmasi - bu aniq belgilangan mijozlar guruhiga turli xil tegishli mahsulotlarni sotish vazifasi yuklatilgan bo‘linma.

Biznes-reja - bu kompaniya, mahsulot, uning ishlab chiqarilishi, savdo bozorlari, marketingi va kompaniya belgilangan vaqt ichida yerishishi kerak bo‘lgan samaradorlik ko‘rsatkichlari haqida ma’lumotlarni o‘z ichiga olgan kompaniya uchun batafsil harakatlar rejasi.

Behaviorizm (Behavior so‘zidan) - bu marketingda kuzatiladigan xatti-harakatlarni rag‘batlantirish-javob modeli yordamida o‘rganadigan psixologiyaning asosiy maktabi. Behaviorizm inson faoliyatining shaxsiy jihatlarining (ong, niyat yoki xatti-harakatlarning ma’nosi) ahamiyatini ye’tiborsiz qoldiradi va faqat obe’ktiv faktlarga tayanadi.

Blokbaster - bu ajoyib savdoga olib kelgan reklama kampaniyasi; u shuningdek, yuqori daromad keltirgan filmga ham tegishli. **Bonus** - bu sotib olingan mahsulotga qo‘shimcha chegirma. Belgilangan miqdordan yuqori chegirmalarni to‘plash xaridorga bepul mahsulot yoki xizmat olish imkonini beradi.

Brend - bu iste'molchilarga bir kompaniyaning tovarlari yoki xizmatlarini boshqasidan ajratishga yordam beradigan belgi, ramz, so‘zlar yoki ularning kombinatsiyasi. Brend iste'molchi segmentlari ongi va psixologiyasida alohida o‘rin tutadigan taniqli savdo belgisi yoki kompaniya sifatida qabul qilinadi.

Soyabon brend - bu bir nechta mahsulot guruhlari yoki toifalarini belgilash uchun ishlatiladigan taktika.

Brend shaxsiyati (brend individualligi) - bu iste'molchi ongida brend imidjining shaxsning individual xususiyatlari nuqtai nazaridan ifodalanishi.

Brend kapitali - bu brendni sotib olish va sotish mumkin bo‘lgan moddiy va nomoddiy aktiv sifatida ko‘rib chiqadigan tushuncha. Boy va kuchli brend uning sezilarli kapitalga yega yekanligini anglatadi.

Brend istiqboli - bu iste'molchilar ma’lum bir brenddan kutadigan foyda va afzalliklar. **Brend qiymatlari** - bu brendning moliyaviy qiymatini tavsiflash uchun ishlatiladigan atama.

Brend bilan bog‘liq hissiy kapital - bu xodimlarning kompaniya brendiga hissiy sadoqatining aksidir.

Brend yenergiyasi - bu brendning mijozlarga ta’sir qilish qobiliyatining o‘lchovi, ularning sadoqati bilan bog‘liq. Nish brendi - bu nisbatan kichik maqsadli auditoriyaga (nish) qaratilgan savdo belgisi.

Brend aktivlari - bu brendning (kompaniyaning nomoddiy aktivi sifatida) qo‘shimcha foyda olish qobiliyatining qiymat ifodasidir.

Brend assotsiatsiyalari - bu iste'molchining brend atributlari yoki kommunikatsiyalari bilan tanishganda ongida paydo bo‘ladigan his-tuyg‘ular, his-tuyg‘ular va bilimlar.

Brend atributlari - bu brendning tashqi shakli bo‘lib, iste'molchilar tomonidan ko‘rish, yeshitish, teginish, hidlash yoki ta'm orqali idrok yetiladi.

Brend og‘irligi - bu kompaniya brendining boshqa brendlarga nisbatan bozor ustunligining o‘lchovidir.

Brend chuqurligi - bu maxsus tadqiqotlar orqali aniqlanadigan iste'molchilarning ma’lum bir brendga sodiqlik darajasi.

Brend imidji - bu iste'molchilarning brend atributlari yoki kommunikatsiyalari haqidagi noyob assotsiatsiyalar, fikrlar va his-tuyg‘ular to‘plami.

Brend nomi - bu savdo belgisining matn qismi.

Brend missiyasi - bu brendning ishlab chiqaruvchilari tomonidan tushunilganidek, uning paydo bo‘lish sababi.

Brend o‘ziga xosligi - bu ma’lum bir brend iste'molchilar tomonidan aniq aniqlanadigan noyob atributlar to‘plami. Bu atributlarga mahsulot atributlari, assotsiatsiyalar, munosabatlar, foyda, va'dalar, vizual yoki dizayn uslubi va brendning asosiy qadriyatlarini ifodalovchi boshqa atributlar kiradi.

Brendga sodiqlik - bu iste'molchining ma’lum bir brend mahsulotlarini sotib olishga bo‘lgan doimiy ijobiy munosabati bo‘lib, takroriy xaridlar orqali ifodalanadi.

Brendni kengaytirish (interbrending) - bu tegishli maqsadli segmentga kiradigan yangi mahsulot uchun brend nomidan foydalanish.

Brend kengligi - bu eng keng mijozlar bazasiga erishishga qaratilgan brendning kengayish o‘lchovidir.

Brend estetik kodlari - bu brend yaratish yoki reklama qilishda ishlatiladigan tasvirlar yoki matnlarning ramziy yoki vizual ma'nolari (masalan, oltin boylik va hashamat ramzi).

Brend belgisi - bu o'zi tegishli bo'lgan mahsulot toifasining ramziga aylangan brend.

Brend xaritasi - bu brendning raqobatdosh brendlarga nisbatan bozordagi mavqeini aniq ko'rsatadigan diagramma.

Brending - bu kompaniya mahsulotiga uzoq muddatli iste'molchilarning xohish-istaklarini yaratishga qaratilgan maqsadli marketing harakati. U marketing kommunikatsiyalarining butun spektrining maqsadli ta'siri orqali amalga oshiriladi: savdo belgisi, brend nomi, qadoqlash, reklama xabarlar va iste'molchilar ongi va psixologiyasida raqobatchilar mahsulotlari orasida mahsulotni farqlashga va kompaniya mahsulotining noyob qiyofasini yaratishga yordam beradigan boshqa marketing harakatlari.

Soyabon brandingi - bu yangi bozorlarga kirishni osonlashtirish va reklamada miqyos iqtisodiyotiga erishish uchun barcha mahsulotlarga bitta brend nomini berish strategiyasi. Xavf shundaki, soyabon brendining yomon qiyofasiga ega bo'lish yangi brendli mahsulotga zarar etkazishi mumkin. Bitta brend ostida mahsulot toifalari qancha ko'p bo'lsa, uning umumiy qiyofasi shunchalik zaiflashadi, deb ishoniladi. Brend yetakchisi - bu mijoz kutgan yoki har qanday do'konda duch kelishiga ishongan eng taniqli brendlardan biri yoki ikkitasi.

Brend menejeri - bu ma'lum bir brend uchun marketing kommunikatsiyalari, savdoni muvofiqlashtirish, mahsulotni ishlab chiqish, byudjetni boshqarish va daromadlilik uchun yakka o'zi mas'ul bo'lgan ijrochi.

Broker yoki vositachi - bu odatda mahsulotga egalik huquqini olmaydigan, balki uni sotishni osonlashtiradigan shaxs. Ular shunchaki xaridorlar va sotuvchilarni bog'laydi va xizmatlari uchun haq oladi.

BTL (Below-the-line) reklama byudjetidagi gorizontal chiziq ostida joylashgan reklama xarajatlarini anglatadi. Bularga to'g'ridan-to'g'ri pochta, savdo ko'rgazmalari va savdo nuqtasidagi reklama kiradi. Broshyura - bu bosma reklama vositasi, kompaniyaning asosiy faoliyati, shuningdek, mahsulot xususiyatlari, ularning maqsadi,

dizayni va boshqalar haqida qisqacha ma'lumotni o'z ichiga olgan kichik, davriy bo'lmagan bosma nashr (odatda 1-5 sahifa).

Buklet - bu davriy bo'lmagan nashr, odatda bitta varaqqa bosilgan, parallel ravishda buklangan yoki muqovalanmagan bosilgan varaqlar ko'rinishidagi reklama broshyurasi.

Fon (kelib chiqishi, asosi) kompaniya haqidagi marketing ma'lumotlarini, shu jumladan egalari va top-menejerlar haqidagi ma'lumotlarni o'z ichiga oladi. Bu reklama yoki PR kampaniyasi konsepsiyasini ishlab chiqish uchun asos bo'lib xizmat qiladi.

Veb-sayt - bu mavzu bo'yicha tartiblangan va odatda bitta URL manzilida joylashgan yelektron sahifalar to'plami. Sayt cheksiz miqdordagi sahifalarga yega bo'lishi mumkin.

Veb-sahifa - bu brauzer orqali kirish mumkin bo'lgan bitta sahifa yoki hujjat.

Vending - bu tovarlarni tarqatish, tovarlar va xizmatlarni savdo avtomatlari orqali sotish usuli.

Tasdiqlash - bu har qanday ishchi nazariya yoki gipotezaning tadqiqot davomida amalda sinab ko'rish qobiliyati.

VIP (inglizcha «VIP» - juda muhim shaxsdan) - bu ayniqsa muhim shaxsning (yuqori lavozimli davlat amaldori, tashqi ishlar vaziri yoki rassomlar, yozuvchilar, olimlar yoki biznesmenlar kabi boshqa mashhur shaxslar) qisqartmasi.

Tashrifnoma - bu shaxsning familiyasi, ismi, otasining ismi, lavozimi, manzili, telefon raqami, faks raqami, yelektron pochta manzili va veb-sayt manzilini o'z ichiga olgan biznes va shaxslararo muloqot vositasidir. Ba'zan tashrifnomada savdo belgisi (brend nomi) va kompaniya logotipi mavjud.

Virtual bozor (Marketspace) - bu sotuvchilar va xaridorlar kompyuter va telekommunikatsiya texnologiyalaridan foydalangan holda bozor bitimlarini amalga oshiradigan yelektron tijorat muhiti.

Kirish - bu mahsulotning hayot aylanishining birinchi bosqichi bo'lib, savdo sekin o'sib, foyda past bo'ladi.

Tashqi manba - bu tashkilot tashqarisida joylashgan marketing ma'lumotlari manbai.

Diqqat - bu iste'molchining kognitiv (aqliy) qobiliyatlaridan foydalanadigan axborotni qayta ishlash (reklama, xabar almashish) bosqichi.

AIDA (Diqqat, Qiziqish, Istak, Harakat) - bu iste'molchilarning mahsulotlarni idrok yetishini tushuntiruvchi tushuncha. Bu iste'molchilar xarid qilmoqchi bo'lganida iste'molchi reaksiyasining ketma-ket bosqichlarini ifodalaydi.

Ichki manba - bu tashkilot ichida joylashgan marketing ma'lumotlari manbai. Ichki hisoblar - moliyaviy, buxgalteriya va inventarizatsiya hujjatlari, savdo hisobotlari, biznes yozishmalari, biznes-rejalar va ma'lum bir vaqt oralig'ida biznes faoliyatini aks yettiruvchi boshqa tijorat ma'lumotlari.

Qatnashish - iste'molchini mahsulotga tegishli ma'lumotlarni (reklama xabarlarini) qayta ishlashga jalb qilishga qaratilgan shaxsning harakatlantiruvchi kuchi.

Yosh toifasi - iste'molchilarni yoshiga qarab, masalan, bolalar, o'smirlar, kattalar va qariyalarga ajratadigan bozor segmentatsiyasiga yondashuv.

Dixotomik savol (Y/Y savol) – faqat «ha» yoki «yo'q» deb javob berilishi mumkin bo'lgan qat'iy muqobillarga yega savol. So'rovnomalarda qo'llaniladi.

Yopiq savol – oldindan belgilangan javob variantlarini taklif qilish orqali so'rovnoma javobida shaxsiy fikrni ifodalashni cheklaydigan savol turi. Ochiq savol – bu respondentlarga yopiq savollarda bo'lgani kabi oldindan belgilangan javobni tanlashni talab qilish o'rniga, o'z javoblarini shakllantirishga imkon beradigan savol turi.

Idrok – bu ularning xarid qilish faoliyatini rag'batlantiradigan iste'molchi aloqa ta'sirini tanlash, tizimlashtirish va talqin qilish jarayoni.

Ikkilamchi ma'lumotlar – bu ilgari kompaniyaning hozirgi tadqiqot maqsadidan boshqa maqsadlar uchun to'plangan ma'lumotlar.

Namuna – bu iste'molchilarning kichik guruhi, maxsus tanlangan va umumiy aholini ifodalaydi. U umumiy aholini miniatyurada ifodalaydi.

Kvota namunasi – bu bir nechta iste'molchi segmentlarining har birida so'ralgan respondentlarning ma'lum soni. Respondentlarni tanlash tasodifiydir.

O'zboshimchalik bilan namuna: Respondentlarni tanlash marketing tahlilchisi tomonidan ularning tadqiqot maqsadlariga muvofiqligi haqidagi shaxsiy e'tiqodlariga asoslanib belgilanadi.

Namuna olish birliklari - bu maxsus tanlangan respondentlar yoki marketing tadqiqoti sub'ektlarining ma'lum bir namunani tashkil yetuvchi kichik guruhi: odamlar, do'konlar yoki mahsulotlar.

Namuna vakilligi - bu asosiy namuna parametrlarining umumiy aholining parametrlariga (jinsi, yoshi, daromadi, ma'lumoti va boshqalar) mos kelishi.

Namuna tarafkashligi - bu ma'lum bir guruh respondentlarning vaznini ularning umumiy populyatsiyadagi vazniga nisbatan sezilarli darajada oshirib yuborish yoki kam baholashdir. Bu tarafkashlik ma'lumotlarni tahlil qilishda xato manbai bo'lishi mumkin.

Namuna olish - bu iste'molchilarning xulq-atvori haqidagi xulosalarni butun aholiga prognoz qilish maqsadida umumiy populyatsiyaning ma'lum bir namunasini o'rganishdir.

Foyda - bu bozor ishtirokchilari tomonidan qo'shimcha daromad yoki foyda kabi ma'lum afzalliklarga yega bo'lishdir.

Omon qolishni ta'minlash - bu bozorda juda ko'p ishlab chiqaruvchilar mavjud bo'lgan, raqobat kuchli bo'lgan va mijozlar yehtiyojlari keskin o'zgarib borayotgan vaziyatda kompaniyaning strategik maqsadi. Kompaniya past narxlarni belgilashga majbur. Omon qolish maqsadi foydadan muhimroqdir.

Fikr yetakchilari (g'oya muallifi)- bu fikrlari maqsadli auditoriyaga ta'sir qilishi mumkin bo'lgan shaxslar. Ular muayyan masalalarda tajriba va bilimga ega.

Ko'rgazma - bu marketing kommunikatsiyasining o'ziga xos shakli (reklama va PR, savdoni rag'batlantirish), unda yangi mahsulotlar namunalari nisbatan kichik, jihozlangan maydonda sotish uchun namoyish yetiladi yoki keyinchalik qayta sotish uchun xizmatlar taklif yetiladi.

Kafolat - bu sotuvchi tomonidan xaridorga sotib olingan mahsulot yoki xizmat sifati bo'yicha berilgan majburiyat. Iste'molchiga xarajatlarni qoplash, mahsulotni ta'mirlash va sifat muammolari tufayli qaytarilgan taqdirda boshqa majburiyatlarni o'z ichiga oladi.

Koinot – iste'molchilar guruhining barcha vakillari yoki ma'lum bir xususiyatga yega bo'lganlar: saylovchilar, iste'molchilar, talabalar, nafaqaxo'rlar va boshqalar.

Geodemografiya – iste'molchi va iste'molchi xulq-atvori modellari haqidagi demografik ma'lumotlarning joylashuviga qarab kombinatsiyasiga asoslangan bozor segmentatsiyasi usuli.

Marketologlar gildiyasi – marketing sohasidagi shaxslar va mutaxassislarning professional birlashmasi: akademiklar, marketing professorlari, tadqiqotchilar, maslahatchilar va marketing bo'yicha rahbarlar – ularning professional manfaatlarini himoya qilishga qaratilgan.

Gipermatn – kursor tanlangan so'z ustida turganda hujjatning boshqa qismlariga havolalar uchun boshlang'ich nuqta bo'lib xizmat qiladigan so'zlar kabi faol yelementlarni o'z ichiga olgan matn.

Gipoteza – bu yempirik tekshirishni talab qiladigan hodisa haqida umumlashtirishni sinab ko'rish yoki baholash uchun qilingan bayonot.

Ustunli grafik – bu ma'lumotlarning grafik tasviri. Uzunliklari olingan natijalar qiymatlariga mutanosib bo'lgan to'rtburchaklardan iborat diagramma.

Giffen yeffekti (paradoks) – bu ayrim turdagi tovarlar narxi pasayganda ularga talabning pasayishi va aksincha.

Global mahsulot - bu butun dunyo bo'ylab Coca-Cola, McDonald's yoki Microsoft kabi bitta brend nomi ostida sotiladigan mahsulot.

Tadqiqot chegarasi - bu mahsulot bozori geografiyasi bilan cheklangan tadqiqot doirasi.

Goodwill - bu kompaniyaning obro'si, texnik tajribasi, biznes aloqalari, marketing texnikasi, ta'siri, mijozlarga sodiqligi va boshqalar kabi aniq o'lchanmaydigan nomoddiy kapital aktivlarining pul qiymati. Bundan tashqari, xizmatlarni tavsiflash uchun ham foydalaniladi.

Kuzatuv ma'lumotlari - shaxsiy kuzatish yoki avtomatlashtirilgan qurilmalar orqali olingan haqiqiy iste'molchilar xatti-harakatlari to'g'risidagi ma'lumotlar.

Ma'lumotlar - bu ma'lum bir shaklda qayd etilgan, jumladan, ma'lum voqealar va turli shaxslar va muassasalarning xatti-harakatlarini aks ettiruvchi faktlar, ma'lumotlar va raqamlar, ma'lumotlar va raqamlar, ma'lumotlarni to'plash va tadqiq qilish orqali olingan ma'lumotlar.

Faoliyatlar, qiziqishlar va fikrlar (AIO) - bu tadqiqotchilar tomonidan iste'molchilarning segmentlangan psixografik guruhlarini tavsiflash uchun qo'llaniladigan metodologiya. Ushbu metodologiya respondentlardan o'z faoliyati, qiziqishlari va fikrlari haqidagi bir qator bayonotlarga qay darajada qo'shilishlari yoki qo'shilmasliklarini ko'rsatishlarini so'rash orqali qo'llaniladi.

Dekoding - bu maqsadli auditoriya: 1) marketing xabari bilan tanishadigan (xabardorlik), 2) uni sharhlaydigan va baholaydigan (tushunadigan) va 3) uni xotirada saqlaydigan (yodlaydigan) aloqa jarayonining bir qismi.

Dekompozitsiya yondashuvi - bu mahsulot xususiyatlarini o'lchashga yondashuv bo'lib, unda har bir atributning foydaliligi iste'molchilarning mahsulotning umumiy qiymati haqidagi fikrlariga asoslanib talqin qilinadi. **Delphi usuli** - bu maxsus tanlangan va reytinglangan mutaxassislar o'zlarining dastlabki fikrlarini qayta ko'rib chiqish imkoniyatiga ega bo'lgan ekspert so'rovini o'tkazish usuli.

Demarketing - bu sigaret yoki pivo kabi mahsulotni sotib olish yoki iste'mol qilishni oldini olish uchun mo'ljallangan marketing amaliyotining bir turi. Demarketing mahsulotdagi nuqsonlar aniqlangan hollarda ham qo'llaniladi. Bunday mahsulotlarni ishlab chiqaruvchilar o'z obro'sini xavf ostiga qo'yishni istamaydilar.

Demografiya - bu iste'molchilar yoshi, daromadi, jinsi, kasbi, ma'lumoti, oila a'zolari soni va boshqalar kabi ijtimoiy-iqtisodiy omillarga ko'ra statistik jihatdan ifodalanadigan fan.

Demping - bu kompaniya tomonidan tovarlarni ataylab pasaytirilgan, «kelishuv» narxlarida ularning tannarxiga teng narxlarda sotish, raqobatchilarni siqib chiqarish va ma'lum bir bozorda (odatda xorijiy) o'z mavqeini mustahkamlash maqsadida amalga oshiriladi. **Pul** - bu odamlar tovarlar va xizmatlarni sotib olish uchun muntazam ravishda foydalanadigan aktivlar to'plami. Uning asosiy funktsiyalari quyidagilarni o'z ichiga oladi: almashinuv vositasi, to'lov, qiymatni o'lchash va boylik to'plash.

Taqchillik - bu mijozning buyurtmasini bajarish uchun inventarizatsiya miqdorining yetarli emasligi.

Jingle - bu ritmik tarzda ijro etiladigan esda qolarli tovush yoki ibora.

Muloqot kanallari - bu iste'molchilar va mijozlar o'rtasidagi o'zaro ta'sir kanallari. Masalan, elektron pochta va bepul raqamlar.

Diversifikatsiya - bu kompaniyaning biznesni rivojlantirish va foyda marjasini oshirish uchun ishlab chiqarish jarayonini o'zgartirish orqali erishiladigan yangi mahsulotlar bilan yangi bozorlarga chiqish strategiyasi.

Diler - bu tovarlarni o'z hisobidan va o'z nomidan tarqatuvchi jismoniy yoki yuridik shaxs.

Marketing direktori kompaniya ichidagi barcha marketing faoliyatining, jumladan, reklama, savdoni rag'batlantirish, tadqiqotlar va marketing aralashmasining boshqa elementlarining rahbari.

Merchandising direktori - bu ishlab chiqaruvchi, ulgurji sotuvchi, chakana sotuvchi, diler yoki distribyutor tomonidan amalga oshiriladigan mahsulotlarni sotishga qaratilgan kompaniya ichidagi marketing faoliyati uchun mas'ul shaxs.

Diskriminatsion monopoliya - bu yetkazib beruvchi o'z tovarlari yoki xizmatlarini turli iste'molchilarga turli narxlarda sotadigan monopoliya. Buni bozorlarni segmentlarga ajratish, foydani oshirish yoki ma'lum imtiyozlarga ega bo'lish uchun har bir segment uchun turli narx belgilash orqali amalga oshiradi. Masalan, uy xo'jaliklari va sanoat korxonalari uchun turli xil elektr energiyasi tariflari yoki turli mamlakatlar va mintaqalar uchun gaz tariflari. Distribyutor (Distribyutor) - tovarlarga egalik huquqini o'z zimmasiga oladigan va o'z faoliyatini ishlab chiqaruvchi bilan ma'lum bir hududda va ma'lum bir muddat davomida mahsulotlarni sotish bo'yicha shartnoma asosida amalga oshiradigan savdo vositachisi, ulgurji sotuvchi, chakana sotuvchi.

Daromad bo'yicha tabaqalash - iste'molchilarni past, o'rta va yuqori daromadli guruhlarga bo'lish usuli.

Innovatsiyalarning tarqalishi - bu yangi mahsulotlarni tarqatish jarayoni bo'lib, uning davomida yangi mahsulot, xizmat yoki yangi g'oya iste'molchilar orasida tobora ko'proq qabul qilinadi.

Ishonchlilik - bu axborotni oluvchining uning manbasi haqiqat yoki ishonchli ekanligiga ishonch darajasi.

Ishonch bandi - bu ma'lum bir savolga barcha respondentlarning javoblarining ma'lum bir foizini qamrab oladigan diapazon, odatda 95 yoki 99%.

Uyda xarid qilish - bu iste'molchining uydan chiqmasdan pochta, telefon, Internet va boshqalar orqali xarid qilish usuli.

Uy xo'jaligi - birgalikda yashovchi va qo'shma uy xo'jaligini boshqaradigan oila yoki odamlar guruhi.

Daromad (daromad) - pul qiymatiga ega bo'lgan pul mablag'larining har qanday oqimi yoki moddiy boyliklarning tushumi.

Yalpi foyda - bu korxona yoki kompaniyaning mahsulot ishlab chiqarish va sotish natijasida olingan hisoblangan umumiy yillik daromadining puldagi ifodasidir.

Bir martalik daromad - bu soliqlarni to'laganidan keyin iste'molchida qoladigan va oziq-ovqat, kiyim-kechak sotib olish va uy-joy uchun to'lash uchun sarflanadigan pul.

Duopoliya - bu ma'lum bir mahsulotni faqat ikkita ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchi va ko'p xaridor bo'lgan bozor. Amalda bunday nomukammal raqobat kompaniyalarga qo'shilish natijasida monopoliyani tashkil etganidan ko'ra kamroq foyda keltiradi.

Fast-fud - bu standart tanlov, xizmat ko'rsatish va taomlar bilan taomlarni taklif qiluvchi restoran tushunchasi. Masalan, McDonald's, Rostiks, Pizza Hut.

Uy xo'jaligining hayot aylanishi - bu uy xo'jaligi vaqt o'tishi bilan o'tadigan va u bilan bog'liq o'zgarishlarga ega bo'lgan bir qator holatlar.

Reklama menejeri - kompaniyadagi reklama bo'limi yoki bo'limining boshlig'i, u reklama faoliyati uchun rejalar va byudjetlarni ko'rib chiqish uchun javobgardir.

Qiziqish, jalb qilish (Involvement) muayyan vaziyatda kuchli motivatsiya bo'lib, unda ba'zi bir stimulyat shaxs uchun juda muhim bo'lib chiqadi.

Yakuniy bosqich - bu potentsial xaridordan xaridni amalga oshirish majburiyatini olishni o'z ichiga olgan shaxsiy sotish jarayonining bosqichi.

Taklif qonuni - boshqa barcha narsalar teng bo'lsa, mahsulot narxi oshishi bilan taklif hajmi ortadi.

Talab qonuni - boshqa hamma narsa teng bo'lsa, mahsulot narxining oshishi talab hajmining pasayishini anglatadi.

Talab va taklif qonuni - bu mahsulotga talab va taklifni muvozanat holatiga keltirish uchun har qanday mahsulot narxi o'zgaradi.

Korporativ xarid - bu qaror qabul qilish jarayoni bo'lib, u orqali tashkilot tovar va xizmatlarni sotib olish zaruriyatini aniqlash, baholash va sotib olish uchun tovarlar va etkazib beruvchilarning aniq brendlarini tanlash orqali aniqlaydi.

Xarid qilish markazi - bu buyurtma berish va tovarlar va xizmatlarni (odatda sanoat tovarlari) sotib olish bo'yicha qarorlar qabul qilish uchun mas'ul bo'lgan tashkilot ichidagi xodimlar guruhi.

Inventar - qayta ishlanishi yoki darhol xaridorlarga sotilishi mumkin bo'lgan materiallar, shu jumladan kompaniya tomonidan ishlab chiqarilgan va sotishga tayyor mahsulotlar.

Saqlash - bu ma'lumotni keyinchalik foydalanish uchun insonning uzoq muddatli xotirasida birlashtirish.

So'rov (talab) - shaxsning sotib olish qobiliyati bilan qo'llab-quvvatlanadigan tovarlarni sotib olish zarurati.

Ko'zgudagi o'zini o'zi aniqlash - bu iste'molchilar boshqalarning xatti-harakatlari va tashqi ko'rinishiga bo'lgan munosabatini bashorat qilish jarayoni.

Belgi - bu obe'ktning maqsadli mazmunini bildiruvchi tasvir.

Bilim/Kognitiv komponent - bu iste'molchining ma'lum bir mahsulot haqida ma'lumoti.

Bozor mutaxassisi - bu iste'mol bozorida sodir bo'layotgan voqealar va jarayonlar haqida ma'lumot manbai bo'lib xizmat qila oladigan vakolatli shaxs.

Ideal mahsulot - bu respondent boshqa barcha mahsulotlardan, shu jumladan ular tanish bo'lgan mahsulotlardan ustun qo'yadigan mahsulot.

Identifikatsiya - bu xaridor tomonidan tovarlar va xizmatlar yoki kompaniyaning o'zi o'rtasidagi o'ziga xoslikni ularning aniqlovchi xususiyatlari to'plamiga asoslanib tanib olish va o'rnatish.

Identifikatsiya - bu shaxsning o'zini va boshqalar uchun kimligini anglashini bildiradigan tushuncha. Identifikatsiya har doim o'xshashlikni ham, farqni ham anglatadi.

G'oya (Tushuncha) - bu xaridor ma'lum tovarlarni sotib olish yoki sotib olishni hal qiladigan platforma.

Effektlar ierarxiyasi - bu potentsial xaridor mahsulotni dastlabki anglashdan tortib yakuniy harakat, sotib olish (sinov yoki qabul qilish)gacha bo'lgan bosqichlar ketma-ketligi. Bu bosqichlar anglash, qiziqish, baholash, sinab ko'rish va qabul qilishni o'z ichiga oladi.

Xarajatlar - bu kompaniyaning mahsulot ishlab chiqarish va uni iste'molchilarga yetkazish bilan bog'liq umumiy xarajatlari.

Sotish xarajatlari - bu tovarlar yoki xizmatlarni sotish bilan bog'liq xarajatlar. Ularga quyidagilar kiradi: reklama, sotishdan keyingi xizmat ko'rsatish, savdoni rag'batlantirish, shuningdek, ish haqi va komissiyalar.

Auditoriya tadqiqoti - bu reklama ma'lumotlarining o'qilishi, trafiki va tarqatilishini aniqlash uchun o'tkaziladigan tadqiqot. Jamoatchilik fikri **tadqiqoti** - bu respondentlardan dolzarb masalalar bo'yicha birlamchi ma'lumotlarni to'plash.

Imidj - bu biror narsa yoki kimningdir hissiy jihatdan yuklangan tasviri. U jamoatchilik ongida shakllanadi va mustahkamlanadi, stereotipga aylanadi.

Korporativ imidj - bu kompaniyaning reklama orqali o'zi haqida yaratadigan, maqsadli auditoriyasi orasida ijobiy imidjni shakllantiradigan barqaror tasavvur. Bu kompaniyaning obro'si, mahsulot va xizmatlari sifati va iste'molchilar, mijozlar, sheriklar va jamoatchilik tomonidan boshqaruv obro'si haqida barqaror tasavvurdir.

Imidj yaratuvchisi - bu tashkilotlar uchun tasvirlar yaratish, targ'ibot kampaniyalarini o'tkazish va mijoz nomidan reklama qilish bo'yicha mutaxassis.

Indeks - bu bitta o'lchovga qisqartirilgan qiymat.

Iste'mol narxlari indeksi iste'mol tovarlari va xizmatlarining iste'mol savatchasi narx dinamikasining nisbiy ko'rsatkichidir: oziq-ovqat, uy-joy, iste'mol tovarlari, yoqilg'i va energiya. U har oyda oldingi oyga nisbatan hisoblanadi. Nielsen chakana savdo indeksi A.C. Nielsen tomonidan to'rtta asosiy do'kon toifalari: oziq-ovqat do'konlari, dorixonalar, alkogolli ichimliklar do'konlari va umumiy tovarlar do'konlari bo'yicha o'tkazilgan chakana savdo do'konlari savdosi auditi natijasidir.

Innovatsiya (yangilik, yangilik, yangilik) - bu iste'molchilar tomonidan yangi narsa sifatida qabul qilinadigan mahsulot yoki uslub.

Savdoni rag'batlantirish vositalari iste'molchilarni xarid qilishga undash vositalaridir: bepul mahsulot namunalari, kuponlar, chegirmalar, bonuslar, sovg'alar, mukofotlar, bepul sinov muddatlari va kafolatlar. Ular shuningdek, narxlarni pasaytirish, reklama kompensatsiyasi va savdo ko'rgazmalari, konferensiyalar va reklama buyumlari kabi biznes hamkorlarini rag'batlantirish kabi savdoni rag'batlantirish vositalarini o'z ichiga oladi.

Integratsiyalashgan marketing kommunikatsiyalari (IMC) - bu barcha aloqa kanallarini (media reklama, shaxsiy savdo, savdoni rag'batlantirish, jamoatchilik bilan aloqalar, to'g'ridan-to'g'ri marketing, qadoqlash va boshqalar) birgalikda muvofiqlashtirish kontseptsiyasi. Ushbu yondashuv kompaniyani yoki uning mahsulotlarini bozorda targ'ib qilish uchun «hamma narsa» tamoyilidan foydalanadi.

Iste'mol darajasi - bu ma'lum bir iste'molchi guruhi tomonidan amalga oshirilgan xaridlarning chastotasi va hajmi. Intervyu - bu marketing ma'lumotlarini to'plash uchun ishlatiladigan tadqiqot usuli. Intervyular iste'molchilarning ham miqdoriy, ham sifat ma'lumotlarini to'playdi.

Savdo markazidagi intervyu (savdo markazini ushlab turish) - bu ma'lum bir mahsulotni baholash va savdoni rag'batlantirish uchun savdo nuqtasida o'tkaziladigan intervyu.

Shaxsiy intervyu - bu intervyu oluvchi va respondentlar o'rtasida shaxsiy aloqa (so'rovnoma, suhbat) orqali ma'lumot to'playdigan bozor tadqiqoti usuli.

Eshikma-eshik intervyu - bu respondentlarning uylarida o'tkaziladigan so'rovnoma.

Direktiv bo'lmagan intervyu - bu respondentga intervyu oluvchining qiziqishlari doirasida javob berish uchun maksimal erkinlik berilgan individual chuqur intervyu turi.

Onlayn intervyu - bu intervyu oluvchi savollarni to'g'ridan-to'g'ri kompyuter ekranidan o'qiydigan yoki ularni klaviatura yordamida kompyuterga kiritadigan intervyu.

Yarim tuzilgan/yo‘naltirilgan individual intervyu - bu intervyu oluvchi respondent bilan ma‘lum mavzular ro‘yxatini muhokama qilishni maqsad qilgan individual chuqur intervyu turi.

Strukturaviy intervyu - bu intervyu oluvchi so‘rovnomada ko‘rsatilganidek, hech qanday qo‘shimchalarsiz yoki tushuntirishlarsiz savollar beradigan individual chuqur intervyu turi. Faqat uchta mumkin bo‘lgan javob mumkin: «ha», «yo‘q» yoki «bilmayman».

Intervyu oluvchi - bu savol beradigan tadqiqot ishtirokchisi.

Internet - bu foydalanuvchilar ma‘lumot olishlari va yuborishlari, bir-biri bilan muloqot qilishlari, xaridlar qilishlari, takliflar berishlari, talabni o‘rganishlari va iste‘molchilarning afzalliklari va ehtiyojlari bo‘yicha tadqiqotlar o‘tkazishlari mumkin bo‘lgan global kompyuter tarmog‘idir.

Onlayn hamjamiyat yoki virtual iste‘molchilar hamjamiyati - bu xarid jarayonining muayyan jihatlari haqida ma‘lumot olishda umumiy manfaatlar asosida Internet orqali bir-biri bilan muloqot qiladigan odamlar guruhi.

Axborot logistika tizimi - bu turli xil material oqimini boshqarish vazifalarini hal qilish imkonini beruvchi o‘zaro bog‘liq hisoblash qurilmalari, turli ma‘lumotnomalar va zarur dasturlash vositalarining maxsus tashkil etilgan to‘plami.

Axborot - bu og‘zaki, yozma yoki boshqa vositalar bilan yetkazilgan shaxslar, obyektlar, faktlar, voqealar, hodisalar va jarayonlar haqidagi ma‘lumot.

Tashqi ma‘lumot - bu kompaniya tashqarisida joylashgan, tashqi manbalardan to‘plangan va asosiy qarorlarni shakllantirish va qabul qilish uchun ishlatiladigan ma‘lumot.

Ichki ma‘lumotlar - bu kompaniya ichida saqlanadigan, ichki manbalardan (bo‘limlar va bo‘limlar) to‘plangan va samarali boshqaruv qarorlarini ishlab chiqish va qabul qilish uchun ishlatiladigan ma‘lumotlar.

Raqobatbardosh razvedka - bu bozor ishtirokchisi tomonidan to‘plangan raqobatdosh kompaniyalar haqidagi ma‘lumotlar. Ushbu ma‘lumotlar mahsulot haqidagi ma‘lumotlar, narxlar, mijozlarni reklama qilish strategiyalari, texnik

afzalliklar va kamchiliklar, bozorning kuchli va zaif tomonlari va boshqalarni o'z ichiga olishi mumkin.

Og'zaki muloqot (OO) - bu mahsulot haqidagi ma'lumotni iste'molchidan iste'molchiga og'zaki ravishda uzatishning norasmiy vositasi.

Omnibus tadqiqoti - bu marketing agentliklari tomonidan muntazam ravishda o'tkaziladigan tadqiqot. U bir nechta mijozlar tomonidan homiylik qilinadi, ularning har biri so'rovnomaga o'zlari uchun qiziq bo'lgan mavzu bo'yicha savollar to'plamini kiritadi.

Pilot tadqiqot - bu qo'shimcha tekshirishni talab qiladigan asosiy masalalarni aniqlashga qaratilgan dastlabki tadqiqot. Bundan tashqari, u so'rovnomalar, so'rovnomalar, kuzatuv varaqalari, uskunalar va boshqalar kabi vositalarni sinab ko'rish uchun ham ishlatilishi mumkin.

Marketing tadqiqoti - bu marketing muammolarini hal qilish va kompaniya ichidagi har qanday darajada qaror qabul qilishni qo'llab-quvvatlash uchun zarur bo'lgan ma'lumotlarni qidirish, to'plash, tahlil qilish va qayta ishlash tizimi.

Tadqiqot - bu anketalar, individual intervyular, fokus-guruhlar, pochta va onlayn so'rovlar kabi usullar yordamida individual segmentlarda iste'molchilarning xulq-atvori haqida ma'lumotlarni tizimli ravishda to'plash va ma'lumotlarni qayta ishlash orqali olingan ma'lumotlarni talqin qilishdir.

Dala tadqiqoti - bu tadqiqot sub'ekti bilan bevosita aloqada bo'lgan holda, real sharoitlarda, joylarda sotsiologik ma'lumotlarni to'plashdir.

Panel tadqiqoti - bu belgilangan vaqt oralig'ida bir xil respondent namunalaridan foydalangan holda ma'lumotlarni to'plashdir. Taklifni sinash - bu reklama va turli narxlarga javoblarni baholashni sinashdir. Bu, ayniqsa, bozorga yangi mahsulotni kiritish va iste'molchilar narxlariga sezgirlikni baholashda muhimdir.

Telefon tadqiqoti - bu telefon orqali o'tkaziladigan respondentlar bilan individual intervyu.

Sindikatsiya tadqiqoti - bu muammo yoki hodisani aniqlashtirish, g'oyalarni yaratish va kelajakdagi tadqiqotlar uchun yo'nalishlarni aniqlash uchun o'tkaziladigan marketing tadqiqotining bir turi. Odatda, bu sifatli tadqiqotning bir turi.

Sindikatsiyalangan tadqiqot - bu mijoz tomonidan boshqa kompaniyalar tomonidan o'tkazilgan tadqiqotlardan vaqti-vaqti bilan olinadigan ma'lumotlar.

Sabab-oqibat tadqiqoti - bu sabab-oqibat munosabatlarini o'rnatishga qaratilgan marketing tadqiqotining bir turi. Masalan, ma'lum bir narx, qadoqlash yoki reklama savdoga qanday ta'sir qiladi.

Eng keng tarqalgan usul - bu nazorat ostidagi tajriba.

Baholash tadqiqoti - bu turli marketing dasturlarining samaradorligini baholashga qaratilgan tadqiqot, masalan, iste'molchilarning reklama haqidagi eslashlarini, kompaniya imidjini va iste'molchilarning mahsulot va xizmatlar sifatidan qoniqishini baholash.

Ehtiyojlarni tadqiq qilish/aniqlash tadqiqoti - bu bozorlarda qondirilmagan chiqish.

Tadqiqotchi - bu ma'lum bir mahsulot yoki brend uchun ma'lum bir iste'molchi segmentidan foydalangan holda bozor tadqiqotini o'tkazadigan olim yoki amaliyotchi.

Tadqiqot xulosasi marketing tadqiqoti topshirig'idir. U quyidagilarni o'z ichiga oladi: 1) tashkilot va uning bozor faoliyatining umumiy tavsifi; 2) bozor tadqiqotlari darajasi haqida ma'lumot; 3) muammo va tashkilot maqsadlarining tavsifi; 4) kelajakdagi marketing faoliyatining aniq yo'nalishlari; 5) dastlabki ma'lumotlarning aniqligi va ishonchliligiga qo'yiladigan talablar; 6) tadqiqot uchun vaqt oralig'i va byudjet.

Jo'natuvchi yoki manba - bu xabarni individual qabul qiluvchiga yoki maqsadli auditoriyaga yetkazadigan shaxs, guruh yoki muassasa.

Kompaniya - ma'lum bir vaqt oralig'iga rejalashtirilgan va umumiy mavzu va maqsadlarga bog'liq bo'lgan bir qator reklama ko'rsatuvlari va bosma xabarlar, reklama aksiyalari va tadbirlar.

Marketing kanali - tovarlar va xizmatlarning oxirgi iste'molchilarga mavjudligini ta'minlaydigan mustaqil muassasalar va agentliklardan iborat tashkilot.

Ishlab chiqaruvchi-to'g'ridan-to'g'ri kanal - mahsulotlar to'g'ridan-to'g'ri ehtiyojlarni aniqlash va ushbu ehtiyojlar asosida marketing strategiyasini ishlab ishlab chiqaruvchining omboridan, shu jumladan xizmat ko'rsatish orqali yetkazib beriladi.

Tarqatish kanali - mahsulot ishlab chiqaruvchidan iste'molchiga o'tadigan yo'l.

Savdo kanali - tovarlar ishlab chiqaruvchidan iste'molchiga o'tayotganda ularni sotib olish va sotish bilan shug'ullanadigan kompaniyalar zanjiri. Bunga ishlab chiqaruvchi, ulgurji va chakana sotuvchilar kabi vositachilar va iste'molchilar kiradi. Kanal kapitani tarqatish tarmog'idagi eng nufuzli ishtirokchi bo'lib, ishlab chiqaruvchi, ulgurji sotuvchi va chakana sotuvchini o'z ichiga oladi. Kanal kapitani (odatda ishlab chiqaruvchi) butun tarqatish tarmog'ini boshqaradi va tovarlar ularning belgilangan talablariga muvofiq taqsimlanishini talab qilishi mumkin.

Kanal mojarosi - tarqatish tarmog'idagi ishtirokchilar o'rtasidagi kelishmovchilik. Kanaldagi gorizontal mojaro - chakana sotuvchilar o'rtasidagi mojaro. Vertikal nizolar chakana sotuvchilar va ularning yetkazib beruvchilari o'rtasida, bir tomon boshqasidan ustunligini namoyish etganda yuzaga keladi.

Kanallarni boshqarish - bu ishlab chiqaruvchi tomonidan vositachilarning mahsulot haqidagi bilimlari, savdo hajmi va daromadliligi nuqtai nazaridan samaradorligini oshirish jarayoni. Aloqa kanallari - bu sotuvchi va xaridor kabi ikki yoki undan ortiq odamlarni bevosita bog'laydigan shaxsiy kanallar va reklama taxtasi, tashqi reklama yoki shaxsiy aloqani o'z ichiga olmaydigan ommaviy kommunikatsiyaning boshqa har qanday shakli kabi shaxssiz kanallar.

Savdo kanallariga to'g'ridan-to'g'ri pochta reklamasi, agentliklar yoki gazeta do'konlari kiradi.

Idrok xaritasi - bu turli brendlarning iste'molchilar idrokini aks ettiruvchi «xaritada» o'rnini aniqlash uchun ishlatiladigan usul. Brendlar xaritada qanchalik yaqin bo'lsa, ular shunchalik o'xshash bo'ladi va iste'molchining ularga munosabati shunchalik o'xshash bo'ladi.

Xususiylashtirish - bu mahsulot va xizmatlarni mijozning ehtiyojlariga moslashtirish, ularni individual xususiyatlari va talablariga moslashtirish jarayoni. Iste'molchi mahsulotni joylashtirish markaziga (ishlab chiqaruvchi iste'molchiga) aylanadi.

Keys hikoyasi - bu kompaniyaning taniqli brendlarga ijobiy iste'molchi bahosini yoki qiyin bozor vaziyatlarini hal qilishdagi ijobiy tajribani tasvirlaydigan hikoya.

Keys usuli - bu real iqtisodiy va ijtimoiy vaziyatlarning tavsiflaridan foydalanadigan o'qitish texnikasi. Talabalar vaziyatni tahlil qilishlari, muammolarning mohiyatini tushunishlari, mumkin bo'lgan yechimlarni taklif qilishlari va eng yaxshisini tanlashlari kerak. Haqiqiy faktik materiallarga asoslangan dala vaziyatlari va kreslo (xayoliy) holatlar o'rtasida farq bor.

Kvestomaniya - bu odam tadqiqotda respondent sifatida ishtirok etishga qarshilik ko'rsatmaydigan istakni boshdan kechiradigan kasallik. Kvestomaniyadan olingan ma'lumotlar shubhali.

Kvestofobiya - bu odam savollarga respondent sifatida javob berishdan qo'rqadigan kasallik. Kvestofobiyalarni savollarga javob berishga undash deyarli imkonsiz.

Kvota - bu tadqiqotchi tomonidan aniqlangan va ma'lum fazilatlar va xususiyatlarga ega bo'lgan, so'rovnoma davomida namunaga kiritilgan iste'molchilar soni. Odatda, kvotalar umumiy aholidagi xususiyatlarning taqsimlanishiga (daromad, ma'lumot, oilaviy ahvol, jins, yosh) mutanosib ravishda belgilanadi.

Mijoz - bu boshqa kompaniya, tashkilot yoki shaxsdan professional xizmatlar olayotgan shaxs, kompaniya yoki tashkilot.

Mijozlar ma'lumotlar bazasi - bu mijozlar, ularning iste'molchilar xatti-harakatlari va o'tmishdagi xaridlari haqidagi ma'lumotlar bo'lib, ular kompyuterda to'planadi va kerakli ma'lumotlarni tezda olish uchun tartiblanadi.

Mijozlar ro'yxati - bu kompaniya tomonidan qog'ozda (bosma nusxada) saqlanadigan yoki keyingi reklama va reklama faoliyati maqsadida kompyuter xotirasida saqlanadigan mijozlar ro'yxati.

Muvaffaqiyatning asosiy omillari - bu har bir kompaniya o'z biznesida yuqori raqobatbardoshlik va muvaffaqiyatga erishish uchun erishishga intiladigan raqobatbardoshlik qobiliyatlari.

Asosiy mijozlar kompaniyaning kelajakdagi rivojlanishi uchun eng jozibador mijozlardir. Hamkorlik marketingida asosiy mijozlar kelajakka investitsiya sifatida qaraladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Raupov S. Globallashuv va O'zbekiston: voqelikdagi uyg'unlik mohiyati // Axborot globallashuvi va xalqlar ma'naviyati: respublika ilmiy-amaliy konferentsiyasi materiallari. Toshkent, 2011. – B. 192.
2. <http://psyfactor.org/infowar3.htm>.
3. Karimov F. Demokratiya va milliy axborot tizimi // Tafakkur. – Toshkent, 2010. – №2. -B. 21.
4. 2019-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini innovatsion rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 21 sentyabrdagi Farmoni // “Xalq so'zi”, 2018 yil 22 sentyabr
5. Umarova N. Elektron hukumat: muammo va yechimlar // Tafakkur. – Toshkent, 2016. – №1. –B. 18-19. 6. <https://lex.uz/docs/5030957>
6. <https://kun.uz/news/2018/07/04/akt-vazirligi-internet-tezligini-1-tbitgaetkazisni-rezalashtirmokda>
7. Mirziyoyev Sh.M. Milliy taraqqiyot yo'limizni qat'iyat bilan davom ettirib, yangi bosqichga ko'taramiz. -Toshkent: O'zbekiston, 2017. - B.529.
8. <https://president.uz/uz/2471>. Beshta tashabbus bo'yicha dasturlar yoshlar va xotin-qizlar manfaatlarini qamrab oladi. Murojaat sanasi: 03.04.2019.
9. «Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalari sohasini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida»gi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 19 fevraldagi Farmoni. // “Xalq so'zi”, 2018 yil 20 fevral.
10. Qudratxo'jayev Sh. Internet va axborot: xizmatlar, foydalanish asoslari. – Toshkent: Istiqlol, 2013. –B. 5.
11. Kudratxo'jayev Sh. Internet: blago ili zlo? Predposylki sozdaniya, istoriya i tendentsii razvitiya, sxojest otsenok, instrument v chix rukax... // O'zMU xabarlar. – Toshkent, 2010. – №1. – B.35.
12. Qudratxo'jayev Sh. Internet va axborot: xizmatlar, foydalanish asoslari. Toshkent: Istiqlol, 2013. – B.11.
13. Muratova N. OAV taraqqiyotining yangi tendentsiyalari: konvergent media // O'zbekiston matbuoti. -Toshkent, 2014. – №3, -B.57.

14. Kolesnichenko A. Chto govoryat i chego ne dogovarivayut reytingi// – VMU, 2006. – №4. – S.65.
15. Do'st Muhammad X. Axborot – mo'jiza, joziba, falsafa. – Toshkent, Yangi asr avlodi, 2013. – B. 121.
16. Alimova G. Hikmat izlaganga hikmatdir dunyo // O'zbekiston matbuoti. – Toshkent, 2014. – №1-son. -B. 65.
17. Mirziyoyev Sh.M. Bilimli avlod – buyuk kelajakning, tadbirkor xalq – farovon hayotning, do'stona hamkorlik esa taraqqiyotning kafolatidir. <http://www.uza.uz/oz/politics/bilimli-avlod-buyuk-kelazhakning-tadbirkor-khalfarovon>. 08-12-2018.
18. Alimov B. Jahon media makonida O'zbekiston imiji // O'zbekiston matbuoti. – 2013. №1. -B. 29.

Rus tilidagi adabiyotlar

1. Gessen M., Nazari M. Po jizni: posobiye po sotsialnoy jurnalistike. - M.: Tsentr razvitiya “Soprichastnost”, 2002. - 128 s.
2. Gosudarstvennaya politika vivoda Rossii iz demograficheskogo krizisa / pod red. B. I. Yakunina, S. S. Sulakshin, V. E. Bagdasaryan i dr. - M.: Izd-vo “Ekonomika”, Nauchniy ekspert, 2007. - 888 s.
3. Demograficheskiye problemi // Problematika SMI: Informatsionnaya povestka dnya: Ucheb. posobiye dlya studentov vuzov / pod red. M. V. Shkondina, G. S. Vichuba, T. I. Frolovoy. - M.: Aspekt Press, 2008. - S. 21-30.
4. Komsomolskaya pravda. - 2015. - № 6, 7, 8, 9.
5. Kontsepsiya demograficheskoy politiki Rossiyskoy Federatsii na period do 2015 goda // AKDI (agentstvo konsultatsiy i delovoy informatsii) «Ekonomika i jizn». - M., 2008. - Rejim dostupa: <http://www.akdi.ru/econom/program/demogr.htm>.
6. Maksakovskiy V. P. Demograficheskiy krizis v sovremennom mire // Geografiya PS. - 2001. - № 23. - S. 13-14.
7. Oskolkova O. Rossiya na demograficheskoy karte mira // MEMO. - 2000. - № 2. - C. 62-70.

8. Rossiyskaya gazeta. - 2015. - № 34.
9. Рыбаковский Л. Л. Сравнительная оценка демографического неблагополучия регионов России [Elektronniy resurs] // Sotsis. - 2008. - № 10. - Rejim dostupa: <http://www.demoscope.ru/weekly/2008/0351/biblio06.php>.
10. Narod protiv «jeltoy» pressy [Elektronniy resurs] // Informatsionnyy portal radiostantsii «Exo Moskvi». - 2009. - Rejim dostupa: <http://echo.msk.ru/programs/opponent/592358-echo/>.
11. Kuznetsov V.F. Integrirovannyye politicheskiye kommunikatsii v protsesse formirovaniya sotsialnogo gosudarstva v sovremennoy Rossii // Obshestvennye nauki i sovremennost. 2002. №4.
12. Zemlyakova L.M. Sovremennaya amerikanskaya kommunikativistika. M., 2008. 295 s.
13. Elektronniy resurs: <http://www.politik.org.ua/>.
14. Sharkov F.I. Politicheskaya kommunikatsiya kak sistema i protsess. Elektronniy resurs: [1pNr://oga-20Uate^regz0p.gi^p^r11r?Yu=618161&80s11=1](http://oga-20Uate^regz0p.gi^p^r11r?Yu=618161&80s11=1).
15. Dobrosklonskaya T.G. Voprosy izucheniya mediatekstov. M., 2000. 154 s.
16. Markelov K.V. Informatsionnaya politika i obshchestvennyy ideal. M., 2005. 357 s.
17. Ganapolskiy M. Itogi: Bez Yevgeniya Kiseleva. 16 noyabrya 2014 g. // Elektronniy resurs: [-http://www.echo.msk.ru/programs/ganapolskoe_itogi/1437790-echo/](http://www.echo.msk.ru/programs/ganapolskoe_itogi/1437790-echo/)

Jurnallar

1. N.Qosimova Q.Xidirov A.Safarov X.Saidov Yu.Ortiqova M.Isomiddinova N.Do'simbetova M.Abduraxmanova M.Saidova. Ixtisoslashgan jurnalistika.IX jild. Toshkent. "O'zbekiston".2019
2. "Gulxan" jurnali.2024-yil 4-soni
3. "G'uncha" jurnali 2024-yil 4-soni
4. www.gulxan.uz
5. www.g'uncha.uz