

SCIENCE
PROBLEMS.UZ

ISSN 2181-1342

Actual problems of social and humanitarian sciences
Актуальные проблемы социальных и гуманитарных наук

Ijtimoiy-gumanitar fanlarning dolzarb muammolari

4-son (5-jild)

2025

SCIENCEPROBLEMS.UZ

IJTIMOIIY-GUMANITAR FANLARNING DOLZARB MUAMMOLARI

№ 4 (5) – 2025

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО- ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

ACTUAL PROBLEMS OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

TOSHKENT-2025

BOSH MUHARRIR:

Isanova Feruza Tulqinovna

TAHRIR HAY'ATI:

07.00.00- TARIX FANLARI:

Yuldashev Anvar Ergashevich – tarix fanlari doktori, siyosiy fanlar nomzodi, professor, O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Davlat boshqaruvi akademiyasi;

Mavlanov Uktam Maxmasabirovich – tarix fanlari doktori, professor, O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Davlat boshqaruvi akademiyasi;

Xazratkulov Abror – tarix fanlari doktori, dotsent, O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti.

Tursunov Ravshan Normuratovich – tarix fanlari doktori, O'zbekiston Milliy Universiteti;

Xolikulov Axmadjon Boymahmatovich – tarix fanlari doktori, O'zbekiston Milliy Universiteti;

Gabrielyan Sofya Ivanovna – tarix fanlari doktori, dotsent, O'zbekiston Milliy Universiteti.

Saidov Sarvar Atabullo o'g'li – katta ilmiy xodim, Imom Termiziy xalqaro ilmiy-tadqiqot markazi, ilmiy tadqiqotlar bo'limi.

08.00.00- IQTISODIYOT FANLARI:

Karlibayeva Raya Xojabayevna – iqtisodiyot fanlari doktori, professor, Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti;

Nasirxodjayeva Dilafruz Sabitxanovna – iqtisodiyot fanlari doktori, professor, Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti;

Ostonokulov Azamat Abdukarimovich – iqtisodiyot fanlari doktori, professor, Toshkent moliya instituti;

Arabov Nurali Uralovich – iqtisodiyot fanlari doktori, professor, Samarqand davlat universiteti;

Xudoyqulov Sadirdin Karimovich – iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent, Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti;

Azizov Sherzod O'ktamovich – iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent, O'zbekiston Respublikasi Bojxona instituti;

Xojayev Azizxon Saidaloxonovich – iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent, Farg'ona politexnika instituti

Xolov Aktam Xatamovich – iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent, O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Davlat boshqaruvi akademiyasi;

Shadiyeva Dildora Xamidovna – iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent v.b, Toshkent moliya instituti;

Shakarov Qulmat Ashirovich – iqtisodiyot fanlari

nomzodi, dotsent, Toshkent axborot texnologiyalari universiteti

09.00.00- FALSAFA FANLARI:

Hakimov Nazar Hakimovich – falsafa fanlari doktori, professor, Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti;

Yaxshilikov Jo'raboy – falsafa fanlari doktori, professor, Samarqand davlat universiteti;

G'aybullayev Otabek Muhammadiyevich – falsafa fanlari doktori, professor, Samarqand davlat chet tillar instituti;

Saidova Kamola Uskanbayevna – falsafa fanlari doktori, "Tashkent International University of Education" xalqaro universiteti;

Hoshimxonov Mo'min – falsafa fanlari doktori, dotsent, Jizzax pedagogika instituti;

O'roqova Oysuluv Jamoliddinovna – falsafa fanlari doktori, dotsent, Andijon davlat tibbiyot instituti, Ijtimoiy-gumanitar fanlar kafedrasini mudiri;

Nosirxodjayeva Gulnora Abdukaxxarovna – falsafa fanlari nomzodi, dotsent, Toshkent davlat yuridik universiteti;

Turdiyev Bexruz Sobirovich – falsafa fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent, Buxoro davlat universiteti.

10.00.00- FILOLOGIYA FANLARI:

Axmedov Oybek Saporbayevich – filologiya fanlari doktori, professor, O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti;

Ko'chimov Shuxrat Norqizilovich – filologiya fanlari doktori, dotsent, Toshkent davlat yuridik universiteti;

Hasanov Shavkat Ahadovich – filologiya fanlari doktori, professor, Samarqand davlat universiteti;

Baxronova Dilrabo Keldiyorovna – filologiya fanlari doktori, professor, O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti;

Mirsanov G'aybullo Qulmurodovich – filologiya fanlari doktori, professor, Samarqand davlat chet tillar instituti;

Salaxutdinova Musharraf Isamutdinovna – filologiya fanlari nomzodi, dotsent, Samarqand davlat universiteti;

Kuchkarov Raxman Urmanovich – filologiya fanlari nomzodi, dotsent v/b, Toshkent davlat yuridik universiteti;

Yunusov Mansur Abdullayevich – filologiya fanlari nomzodi, O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Davlat boshqaruvi akademiyasi;

Saidov Ulugbek Aripovich – filologiya fanlari nomzodi, dotsent, O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Davlat boshqaruvi akademiyasi.

12.00.00- YURIDIK FANLAR:

Axmedshayeva Mavlyuda Axatovna – yuridik fanlar doktori, professor, Toshkent davlat yuridik universiteti;

Muxitdinova Firyuza Abdurashidovna – yuridik fanlar doktori, professor, Toshkent davlat yuridik universiteti;

Esanova Zamira Normurotovna – yuridik fanlar doktori, professor, O'zbekiston Respublikasida xizmat ko'rsatgan yurist, Toshkent davlat yuridik universiteti;

Hamroqulov Bahodir Mamasharifovich – yuridik fanlar doktori, professor v.b., Jahon iqtisodiyoti va diplomatiya universiteti;

Zulfiqorov Sherzod Xurramovich – yuridik fanlar doktori, professor, O'zbekiston Respublikasi Jamoat xavfsizligi universiteti;

Xayitov Xushvaqt Saparbayevich – yuridik fanlar doktori, professor, O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Davlat boshqaruvi akademiyasi;

Asadov Shavkat G'aybullayevich – yuridik fanlar doktori, dotsent, O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Davlat boshqaruvi akademiyasi;

Ergashev Ikrom Abdurasulovich – yuridik fanlari doktori, professor, Toshkent davlat yuridik universiteti;

Utemuratov Maxmut Ajimuratovich – yuridik fanlar nomzodi, professor, Toshkent davlat yuridik universiteti;

Saydullayev Shaxzod Alixanovich – yuridik fanlar nomzodi, professor, Toshkent davlat yuridik universiteti;

Hakimov Komil Baxtiyarovich – yuridik fanlar doktori, dotsent, Toshkent davlat yuridik universiteti;

Yusupov Sardorbek Baxodirovich – yuridik fanlar doktori, dotsent, Toshkent davlat yuridik universiteti;

Amirov Zafar Aktamovich – yuridik fanlar doktori (PhD), O'zbekiston Respublikasi Sudyalari oliy kengashi huzuridagi Sudyalari oliy maktabi;

Jo'rayev Sherzod Yuldashevich – yuridik fanlar nomzodi, dotsent, Toshkent davlat yuridik universiteti;

Babadjanov Atabek Davronbekovich – yuridik fanlar nomzodi, dotsent, Toshkent davlat yuridik universiteti;

Normatov Bekzod Akrom o'g'li — yuridik fanlar bo'yicha falsafa doktori, Toshkent davlat yuridik universiteti;

Rahmatov Elyor Jumaboyevich — yuridik fanlar nomzodi, Toshkent davlat yuridik universiteti;

13.00.00- PEDAGOGIKA FANLARI:

Xashimova Dildarxon Urinboyevna – pedagogika fanlari doktori, professor, Toshkent davlat yuridik universiteti;

Ibragimova Gulnora Xavazmatovna – pedagogika fanlari doktori, professor, Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti;

Zakirova Feruza Maxmudovna – pedagogika fanlari doktori, Toshkent axborot texnologiyalari universiteti huzuridagi pedagogik kadrlarni qayta tayyorlash va ularning malakasini oshirish tarmoq markazi;

Kayumova Nasiba Ashurovna – pedagogika fanlari doktori, professor, Qarshi davlat universiteti;

Taylanova Shoxida Zayniyevna – pedagogika fanlari doktori, dotsent;

Jumaniyozova Muhayyo Tojiyevna – pedagogika fanlari doktori, dotsent, O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti;

Ibraximov Sanjar Urunbayevich – pedagogika fanlari doktori, Iqtisodiyot va pedagogika universiteti;

Javliyeva Shaxnoza Baxodirovna – pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), Samarqand davlat universiteti;

Bobomurotova Latofat Elmurodovna — pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), Samarqand davlat universiteti.

19.00.00- PSIXOLOGIYA FANLARI:

Karimova Vasila Mamanosirovna – psixologiya fanlari doktori, professor, Nizomiy nomidagi Toshkent davlat pedagogika universiteti;

Hayitov Oybek Eshboyevich – Jismoniy tarbiya va sport bo'yicha mutaxassislarni qayta tayyorlash va malakasini oshirish instituti, psixologiya fanlari doktori, professor

Umarova Navbahor Shokirovna– psixologiya fanlari doktori, dotsent, Nizomiy nomidagi Toshkent davlat pedagogika universiteti, Amaliy psixologiyasi kafedrasi mudiri;

Atabayeva Nargis Batirovna – psixologiya fanlari doktori, dotsent, Nizomiy nomidagi Toshkent davlat pedagogika universiteti;

Shamshetova Anjim Karamaddinovna – psixologiya fanlari doktori, dotsent, O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti;

Qodirov Obid Safarovich – psixologiya fanlari doktori (PhD), Samarkand viloyat IIB Tibbiyot bo'limi psixologik xizmat boshlig'i.

22.00.00- SOTSILOGIYA FANLARI:

Latipova Nodira Muxtarjanovna – sotsiologiya fanlari doktori, professor, O'zbekiston milliy universiteti kafedra mudiri;

Seitov Azamat Po'latovich – sotsiologiya fanlari doktori, professor, O'zbekiston milliy universiteti;

Sodiqova Shohida Marxaboyevna – sotsiologiya fanlari doktori, professor, O'zbekiston xalqaro islom akademiyasi.

23.00.00- SIYOSIY FANLAR

Nazarov Nasriddin Ataqulovich –siyosiy fanlar doktori, falsafa fanlari doktori, professor, Toshkent arxitektura qurilish instituti;

Bo'tayev Usmonjon Xayrullayevich –siyosiy fanlar doktori, dotsent, O'zbekiston milliy universiteti kafedra mudiri.

OAK Ro'yxati

Mazkur jurnal Vazirlar Mahkamasi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasi Rayosatining 2022-yil 30-noyabrda 327/5-son qarori bilan tarix, iqtisodiyot, falsafa, filologiya, yuridik va pedagogika fanlari bo'yicha ilmiy darajalar yuzasidan dissertatsiyalar asosiy natijalarini chop etish tavsiya etilgan ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan.

“Ijtimoiy-gumanitar fanlarning dolzarb muammolari” elektron jurnali 2020-yil 6-avgust kuni 1368-sonli guvohnoma bilan davlat ro'yxatiga olingan.

Muassis: “SCIENCEPROBLEMS TEAM”
mas'uliyati cheklangan jamiyati

Tahririyat manzili:

100070. Toshkent shahri, Yakkasaroy tumani, Kichik Beshyog'och ko'chasi, 70/10-uy. Elektron manzil:

scienceproblems.uz@gmail.com

Bog'lanish uchun telefon:

(99) 602-09-84 (telegram).

MUNDARIJA

07.00.00 – TARIX FANLARI

Maxmudov Mansurjon Abdug'opporovich

TARIXIY ASARLAR VA ULARNI O'RGANISH: MILLIY ZIYOLILAR TOMONIDAN

OLIB BORILGAN TADQIQOTLAR 12-17

Qurbonov Xurshid Raupovich

O'ZBEKISTONDAN JANUBIY URALGA SAFARBAR QILINGAN

"MEHNAT ARMIYACHILARI" VA ULARNING TA'MINOTI 18-22

Salayev Fazliddin Shamsiddin o'g'li

O'ZBEKISTONDA DEMOGRAFIYANING RIVOJLANISH TARIXI VA SHAKLLANISHI 23-28

Abbasov Behzod Baxtiyorovich

FARG'ONA OBLASTIDA TASHKIL QILINGAN XO'JALIKLARDA IJTIMOIIY

MUAMMOLAR VA KO'CHIRILGAN AHOLINING YANGI SHAROITGA MOSLASHISHI

(1946-1965)..... 29-35

Mirzaliyev Ulug'bek, Klichev Ulug'bek

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI MILLIY ARXIVLAR FAOLIYATINI TASHKIL ETISH

BORASIDAGI ISHLAR VA ISLOHOTLAR 36-39

Tursunova Gavhar Begmuradovna

ROSSIYA IMPERIYASINING SIRDARYO VILOYATIDA OLIB BORGAN

MA'MURIY-SIYOSIY BOSHQARUV TIZIMI

(XIX ASRNING IKKINCHI YARMI – XX ASR BOSHLARI) 40-50

Vaxobov Doston Abdumannob o'g'li

IKKINCHI JAHON URUSHI YILLARIDA MAKTAB, TIBBIYOT VA SOG'LIQNI SAQLASH

XODIMLARINING G'ALABAGA QO'SHGAN HISSASI 51-54

Sodiqova Yulduzxon Maxamat qizi

O'ZBEKISTONDA MAKTAB TA'LIMINI ISLOH QILINISHI VA UNDAGI O'ZGARISHLAR

(1991-2024 yy)..... 55-59

Maxmudov Umrbek Baxtiyorovich

QUYI SIRDARYOBO'YI HUDUDLARIDA OLIB BORILGAN ARXEOLOGIK

TADQIQOTLAR VA ULARNING NATIJALARI 60-64

Yo'ldosheva Gulbahor Nuriddinovna

MUSTAQILLIK YILLARIDA O'RTA UMUMTA'LIM MAKTABLARINING

AHVOLI VA MODDIY – TEXNIKA BAZASINING MUSTAHKAMLANISHI

(QASHQADARYO VA SURXONDARYO VILOYATLARI MISOLIDA)..... 65-69

Mardiyeva Guzal Karimovna

XOTIN-QIZLARNING 1950-1980-YILLARDA SAMARQAND VILOYATI

ILM-FAN SOHASINI RIVOJLANTIRISHDAGI O'RNINI 70-75

Narziyev Rustambek Xaydarovich

HARAKATLAR STRATEGIYASIDA NOGIRONLIGI BOR YOSHLAR UCHUN

YARATILGAN IMKONIYATLAR 76-80

<i>Abdullayev Ilhomjon Ikromjonovich</i> XIX ASR OXIRI – XX ASR BOSHLARIDA NAMANGAN SHAHRINING IJTIMOIY-IQTISODIY HAYOTI	81-87
<i>Sodiqova Maxbubaxon Raxmonaliyevna</i> O'ZBEKISTONNING MILLIY HUNARMANDCHILIGI RIVOJIDA IPAKCHILIKNING O'RNI	88-92
<i>G'ulomjon Jumanazarovich Axmedov</i> O'ZBEKISTON TARIXIDA KONCHILIK ISHI VA METALLURGIYA RIVOJLANISHI	93-99

08.00.00 – IQTISODIYOT FANLARI

<i>Abdullayev Zafarbek Safibullayevich</i> BARQARORLIK REYTINGI ORQALI FISKAL INTIZOM VA BIZNES MUHITINI RAG'BATLANTIRISHNING O'ZBEKISTON TAJRIBASI	100-116
<i>Юлдашева Надира Викторовна</i> «ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ЗАКУПКИ ПОД КОНТРОЛЕМ: ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ УЗБЕКСКОЙ МОДЕЛИ МОНИТОРИНГА».....	117-123
<i>Maxsudov Sherzod Solijonovich</i> ERKIN IQTISODIY ZONALARDA INVESTITSIYA JOZIBADORLIGINI OSHIRISH	124-128
<i>Xaitov Oxunjon Nomoz o'g'li</i> TURISTIK VA REKREATSION KLASTERNING MUVAFFAQIYATLI FAOLIYAT YURITISH TAMOYILLARINI TIZIMLASHTIRISH	129-135
<i>Xadimova Aziza Abdufattoyevna</i> SAMARQAND VILOYATINING DEMOGRAFIK O'ZGARISHLARI VA IQTISODIY RIVOJLANISHI.....	136-145
<i>Tashpulatov Giyos Toxirovich</i> XORIJIY BAHOLOVCHI TASHKILOTLAR REYTINGI VA RENKINGINI BAHOLASHDA KOMPLEKS YONDASHUVNING QO'LLANILISHI TAHLILI (ROSSIYADAGI BAHOLOVCHI TASHKILOTLAR MISOLIDA)	146-159
<i>Ulug'muradova Nodira Berdimuradovna</i> O'ZBEKISTONDA KICHIK BIZNESNI RIVOJLANTIRISHDA INSON KAPITALINING TA'SIRI	160-164
<i>Tursunxodjayeva Shirin Zafar qizi</i> “QUTIDA RO'YXATGA OLISH” (SHELF-REGISTRATION) AMALIYOTINI JORIY ETISH	165-169

09.00.00 – FALSAFA FANLARI

<i>Komilov Ro'zi Rabiyeovich</i> OILA BARQARORLIGINI TA'MINLASHDA MODDIY VA MA'NAVIY OMILLARNING FALSAFIY TAHLILI	170-172
<i>Хакимов Эркин</i> ЗНАНИЕ ЛОГИКИ КАК УСЛОВИЕ ФОРМИРОВАНИЯ КУЛЬТУРЫ МЫШЛЕНИЯ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ	173-180
<i>Usmonova Laylo Raxmatullayevna</i> SHARQ FALSAFASIDA INSON MUAMMOSI.....	181-185
<i>Karimov Yo'ldosh Ergashevich</i> TARIXNI SOXTALASHTIRISHNING TARIXIY TAFAKKURGA TA'SIRI MASALALARI	186-191

<i>Agzamxodjaeva Шахноза Саидматмабевна</i> О ЦЕЛИ И СОДЕРЖАНИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОЙ ЖИЗНИ, ДУХОВНОМ СОВЕРШЕНСТВЕ (ПО ПРОИЗВЕДЕНИЯМ АЛИШЕРА НАВАИ).....	192-195
<i>Rustamov Ramz Rizoqulovich</i> ZAMONAVIY IQTISODIY TARG'IBOT VA UNING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI	197-204
<i>Evatov Salimjon</i> MARKAZIY OSIYODA TASAVVUFY TAFAKKUR RIVOJI: IX-XII ASRLAR MEROSI	205-209
<i>Turobov Yorqinjon Yoqub o'g'li</i> ISLOM TA'LIMOTIDA SIYOSAT VA HOKIMIYAT FALSAFASI	210-213
<i>Toshpulatov Odil Nodirovich</i> IJTIMOIY MUNOSABATLARDA AMORALIZM VA IMMORALIZMNI OLDINI OLISHDA MAVJUD ME'YORLARNING AHAMIYATI	214-217
<i>Kunisheva Nadira Julanovna</i> "IJTIMOIY BAG'RIKENGLIK" TUSHUNCHASINI TADQIQ ETISHNING ILMIY-NAZARIY MASALALARI	218-223
<i>Eshpulatov Inoyat</i> FAXRIDDIN ROZIY YASHAGAN DAVR: IJTIMOIY-SIYOSIY VAZIYAT VA MA'NAVIY MUHIT	224-231
10.00.00 – FILOLOGIYA FANLARI	
<i>Nuniyazova Shaxlo Ulugbekovna</i> O'ZBEK ONOMASTIKASIDA GIDRONIMLARNING LINGVOMADANIY SHAKLLANISHI	232-236
<i>Алиева Эльвина Аметовна</i> ЛЕКСИЧЕСКИЙ И ЛЕКСИКО-СИНТАКСИЧЕСКИЙ ПОВТОРЫ С РАСПРОСТРАНЕНИЕМ В ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ОЧЕРКАХ М. ЦВЕТАЕВОЙ	237-243
<i>Usmanova Sevara</i> INGLIZ VA O'ZBEK TARIXIY ROMANLARIDA TARIXIY HAQIQAT VA BADIY TO'QIMA.....	244-251
<i>Ochilov Ulug'bek Sayfulloyevich</i> MAGIK REALIZMNING MADANIYAT VA ADABIYOTGA TA'SIRI	252-260
<i>Daminova Rahima Malikovna</i> ATOYI SHE'RIYATINING BADIY LATOFATI.....	261-266
<i>Yusupov Asror</i> PUBLITSISTIK MATNLARDA UCHROVCHI LINGVOKULTUROLOGIK BIRLIKLAR TARJIMASIGA LEKSIKOGRAFIK YONDASHUV	267-271
<i>Ruziyeva Nasiba Kenjayevna</i> VLADIMIR GEORGEVICH GAKNING TARJIMA MASALALARIGA DOIR TADQIQOTLARI	272-276
<i>Batirkhanova Madina Oybekovna</i> COMPONENT ANALYSIS OF SOMATIC PHRASEOLOGISMS IN ENGLISH FICTION.....	277-281
<i>Sirojiddinova Shakhribonu</i> THE FORMATION OF MYTHOLOGY AND THE INFLUENCING FACTORS.....	282-285

12.00.00 – YURIDIK FANLAR

Xodjiev Yunus Muxitdinovich

DAVLAT XIZMATLARI VA FUQAROLIK-HUQUQIY XIZMATLAR
TUSHUNCHASI HAMDA O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI 286-292

Wang Cong

RESEARCH ON LEGAL ISSUES OF PERSONAL INFORMATION PROTECTION 293-300

Лу Адук

К ВОПРОСУ О ПОНЯТИИ И КЛАССИФИКАЦИИ ВИДОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 301-310

Abdurashidova Zarina Turg'un qizi

FUQAROSIZLIKKA QARSHI MUROSASIZLIK: HUQUQIY CHORALARNING
NAZARIY VA AMALIY JIHATLARI 311-315

Axmatov Olimjon Odilovich

“KRIPTO-AKTIVLAR VA VALYUTA QIMMATLIKLARINI QONUNGA XILOF
RAVISHDA Olish, O'TKAZISH VA AYIRBOSHLASH: IQTISODIY, HUQUQIY
XAVF-XATARLAR VA ULARNING OLDINI Olishda SUN'IY INTELLEKTNING
O'RNI” 316-322

Xatamov To'liqin Tojiddinovich

KUCHLI TA'SIR QILUVCHI VA GIYOHVANDLIK VOSITALARINI YANGI
TURLARINI NOQONUNIY MUOMALASI BILAN BOG'LIQ JINOYATLARNING
NAZARIY-HUQUQIY TAHLILI 323-329

Kuchimova Shaxlo

VORISLIK HUQUQIDA MEROS MAJBURIYATI 330-337

O'rinova Dilshoda Adhamovna

OILAVIY ZO'RAVONLIK JINOYATINING KRIMINOLOGIK TAVSIFI
HAMDA USHBU TURDAGI JINOYATLARDAGI AYOLLAR JABRLANISHINI
OLDINI Olish BO'YICHA FARG'ONA TAJRIBASI 338-347

Geng Zhimin

RESEARCH ON THE INDEPENDENCE OF THE INTERNATIONAL CRIMINAL COURT..... 348-351

Xidirov Mexroj Qilich o'g'li

ELEKTRON TO'LOV VOSITALARI ORQALI SODIR ETILADIGAN FIRIBGARLIK
JINOYATLARINING SABABLARI, ULARNING SODIR ETILISHIGA IMKON
BERUVCHI OMILLAR 352-357

Тулаганов Элмурод

ВОПРОСЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ КОРРУПЦИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ
ТРАНСФОРМАЦИИ 358-367

Bozorboyev Farruh, Boboxonov Akromxon

DASTLABKI TERGOV BOSQICHIDA PROTSESSUAL HARAKATLARNI
SODDALASHTIRISH: XOLIS INSTITUTI 368-374

Abbosov Mirsulton Mirsharof o'g'li

JINOYAT QONUNCHILIGIDA SUN'IY INTELLEKT TUSHUNCHASI VA UNING
IJTIMOIY XAVFLILIGI 375-382

<i>Mamatov Islom Qosim o'g'li</i> DAVLAT XARIDLARI BILAN BOG'LIQ JINOYATLARNI FOSH ETISH USULLARI, AMALIYOTDAGI MUAMMOLAR VA TAKLIFLAR	383-392
<i>Kamilov Oybek</i> O'ZBEKISTONNING MIGRATSIYA SOHASIDA MINTAQAVIY TASHKILOTLAR VA XORIJIY DAVLATLAR BILAN HAMKORLIGINI RIVOJLANTIRISH MASALALARI	393-402
<i>Абборова Камола Саидмухторовна</i> ВЛИЯНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО КОММЕРЧЕСКОГО АРБИТРАЖА НА ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ УЗБЕКИСТАНА: ПРОБЛЕМЫ, РЕШЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ	403-410
<i>Ne'matova Muborak Odiljonovna</i> RAQAMLI FUQAROLIKNING MOHIYATI VA UNI SHAKLLANTIRISHGA OID DOLZARB MUAMMOLAR (O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI MISOLIDA)	411-418
<i>Jabbarova Yulduz Ibrohim qizi</i> "HUQUQNI QO'LLASH AMALIYOTIGA SUN'IY INTELLEKTNI INTEGRATSIYA QILISHNING AXLOQIY VA HUQUQIY MASALALARI"	419-427
<i>Agzamova Qizlarxon Baxtiyorovna</i> INSOFLI EGALLOVCHINING HUQUQIY MAQOMIGA OID AYRIM MASALALAR	428-432
<i>Shomirzayev Saxodulla, Sherkulov Azamat</i> VALYUTA QIMMATLIKLARINI BOJXONA CHEGARASIDAN OLIB O'TISH BILAN BOG'LIQ HUQUQBUZARLIKLARNI ANIQLASH VA JAVOBGARLIK ASOSLARI	433-441
<i>Jumanazarov Faxriddin Erkinovich</i> KONTRAFAKT MAHSULOTLAR KONTRABANDASI NATIJASIDA INTELLEKTUAL MULK HUQUQI BUZILISHINING NAZARIY-HUQUQIY JIHATLARI	442-448
<i>Ergashev Sharifjon Shuhrat o'g'li</i> YASHIRIN IQTISODIYOTNING JAMIYAT IJTIMOY-IQTISODIY FAOLIYATIGA TA'SIRI VA UNGA QARSHI KURASHISHDA BOJXONA AUDITINING O'RNI	449-457
<i>Mansurov Arslon Askarovich</i> "IJTIMOIY DAVLAT" TAMOYILINING YANGI O'ZBEKISTON SHAROITIDAGI HUQUQIY MAQOMI VA XALQARO TAJRIBA BILAN TAQQOSLAMA TAHLILI	458-463

13.00.00 – PEDAGOGIKA FANLARI

<i>Abdullayev Yashnarjon Mahkamovich</i> "JISMONIY MADANIYAT NAZARIYASI VA METODIKASI" FANIDAN NAZARIY MASHG'ULOTLARNI O'TKAZISH METODIKASI	464-470
<i>Yusubjanova Musharraf Tursunali qizi</i> EHTIMOLLAR NAZARIYASI VA MATEMATIK STATISTIKANI UMUMTA'LIM MAKTABLARIDA O'QITISH: XORIJIY TAJRIBA VA ILMIY YONDASHUVLAR	471-475
<i>Fayzullayeva Gulchexra, Kurbonova Gulmira</i> BO'LAJAK O'QITUVCHILARDA KOLLABORATIV O'QUV MUHITINI LOYIHALASH KO'NIKMALARINI RIVOJLANTIRISH: INNOVATSION YONDASHUVLAR VA ISTIQBOLLAR	476-481

<i>Yaqubov Fazliddin Muxitdinovich</i> ILMIY-TADQIQOTCHILIK KOMPETENTLIGINING MAZMUNI VA TARKIBIY TUZILISHI.....	482-485
<i>Mirsanova Moxira Xusniddin qizi</i> FANTASTIK IFODA SHAKLLARI VA UNING BADIYYATI	486-491
<i>Tursinova Zoxida Sharabidinovna</i> TA'LIM SIFATINI OSHIRISHDA MAKTAB O'QITUVCHILARNING PEDAGOGIK MAHORATINI BAHOLASH MEKANIZMLARINING TAKOMILLASHUVIDA TA'LIM MENEJMENTINING O'RNI	492-496
<i>Раббимова Нодира Таштемировна</i> ТЕХНОЛОГИЯ РАЗВИТИЯ КРИТИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ ПРИ ПРЕПОДАВАНИИ ИНФЕКЦИОННЫХ БОЛЕЗНЕЙ В ВУЗЕ	497-501

Received: 16 March 2025**Accepted:** 5 April 2025**Published:** 15 April 2025*Article / Original Paper***MODERN ECONOMIC PROMOTION AND ITS CHARACTERISTICS****Rustamov Ramz Rizokulovich**

Associate professor,

Karshi state technical university

Abstract. Since the last quarter of the 20th century, the propaganda system has been changing and improving in proportion to the paradigms of socio-economic, political and cultural development that prevailed in historical times, and began to acquire a very complex character. In modern society, there are several propaganda systems that serve different purposes and are aimed at achieving different results. Depending on their purpose, they can be classified into economic, social, political-ideological, and spiritual propaganda systems. The content and purpose, social tasks and forms of manifestation of these modern propaganda systems are described in the chapter.

Keywords: propaganda system, modern propaganda systems, megasystem, economic propaganda, social propaganda, political propaganda.

ZAMONAVIY IQTISODIY TARG'IBOT VA UNING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI**Rustamov Ramz Rizoqulovich**

Qarshi davlat texnika universiteti dotsenti

Annotatsiya. Targ'ibot sistemasi tarixiy davrlarda hukm surgan ijtimoiy-iqtisodiy, siyosiy va madaniy taraqqiyot paradigmalariga mutanosib ravishda o'zgarib va takomil topib borarkan, yigirmanchi asrning so'nggi choragidan boshlab, o'ta murakkab xarakter kasb qila boshladi. Zamonaviy jamiyatda turli maqsadlarga xizmat qiladigan, turli natijalarga erishishga yo'naltirilgan bir necha targ'ibot sistemalari mavjud bo'lib, ularni maqsadiga qarab iqtisodiy, ijtimoiy, siyosiy-ma'naviy, ma'naviy targ'ibot sistemalariga tasniflash mumkin. Maqolada mazkur zamonaviy targ'ibot sistemalarining mazmuni va maqsadi, ijtimoiy vazifalari va namoyon bo'lish shakllari bayon etiladi.

Kalit so'zlar: targ'ibot sistemasi, zamonaviy targ'ibot sistemalari, megasistema, iqtisodiy targ'ibot, ijtimoiy targ'ibot, siyosiy targ'ibot.

DOI: <https://doi.org/10.47390/SPR1342V5I4Y2025N30>

Kirish. O'tgan asrning oxirgi choragidan boshlab muayyan g'oya yoxud qarashning mazmun-mohiyatini jamoatchilikka yetkazish imkonini beradigan ijtimoiy mexanizmni o'zida mujassam qilgan targ'ibot sistemasi bir necha sistema-larni o'zida jamlagan megasistemaga aylandi. Shu boisdan bugun yagona targ'ibot sistemasi haqida emas, o'zaro aloqador bo'lgan, biroq turli maqsadlarni ro'yobga chiqarishga xizmat qiladigan zamonaviy targ'ibot sistemalari haqida gapirish mantiqan to'g'ri bo'ladi.

Adabiyotlar tahlili va metodlar. Targ'ibot sistemasi megasistemaga aylanishining o'ziga xos sabablari mavjud. Bu sabablar postmodern jamiyatni vujudga keltirgan omillar bilan hamohangdir. Xususan, birinchidan, bunga kishilik jamiyatida o'tgan asrning 70-yillaridan e'tiboran sodir bo'lgan ijtimoiy-iqtisodiy o'zgarishlar zamin hozirladi. Tadqiqotchi M.Majidov fikriga ko'ra, bu davrda "mamlakatlar iqtisodiy taraqqiyotining maqsad-muddolari, strategik mo'ljallari o'zgacha tus oldi. Bu esa, o'z navbatida, ishlab chiqaruvchi kuchlar bilan ishlab

chiqarish munosabatlari o'rtasidagi aloqadorlik xarakteriga yangicha ruhiyat ato qildi. Iqtisodiyot tarkibi, moddiy boyliklarni ishlab chiqarish, taqsimlash va iste'mol qilish jarayoni bilan bog'liq ijtimoiy amaliyot o'zgardi, iqtisodiy jarayonlarni boshqarishning yangi tamoyillari paydo bo'la boshladi" [1:56]. Shu munosabat bilan yangi amaliyotga fuqarolarni moslashtirish, ularga yangi iqtisodiy qadriyatlar va normalarni targ'ib qilish zaruriyati yuzaga keldi.

Ikkinchidan, ko'rsatilgan davrda yuz bergan industrial-texnologik o'zgarishlar targ'ibot sistemasining megasistemaga aylanishiga turtki berdi. Zotan, bu pallada "mutlaqo yangi, insoniyat tarixining avvalgi bosqichlariga xos bo'lmagan moddiy ishlab chiqarish texnologiyalari paydo bo'la boshladi. O'tgan asrning 70-yillarida ishlab chiqarishni avtomatlashtirish va robotlashtirish shaklida namoyon bo'lgan mazkur texnologiyalar yangi asrning ilk o'n yilligiga kelib raqamli iqtisodiyot shaklini oldi. Bunday texnologiyalar samarasi o'laroq bozor talablari xarakterini o'rganish, bu talablarga javob beradigan mahsulotlarni ishlab chiqarish, ularni iste'molchilarga yetkazish jarayoni misli ko'rilmagan darajada jadallashdi" [1:57]. Talab va taklifni o'zaro moslashtirish, mahsulotlarni iste'molchilarga yetkazish zaruriyati esa targ'ibotning yangi ko'rinishlarini yuzaga keltirdi.

Uchinchidan, "o'tgan asrning so'nggi choragida kishilik jamiyati turfa ijtimoiy-madaniy o'zgarishlarni ham boshidan kechirdi. Ijtimoiy-iqtisodiy, industrial-texnologik, siyosiy-huquqiy yangilanishlar tabiiy ravishda kishilar dunyoqarashi xarakterining, qadriyatlari tizimining, ularning jamiyatga, ijtimoiy tuzumga munosabatining yangicha tus olishiga zamin yaratdi" [1:59]. Shu munosabat bilan jamiyat manfaatlari va shaxs qadriyatlari o'rtasidagi aloqalarni maqbul shakllarda saqlab turish zaruriyati paydo bo'ldi, bu esa, o'z navbatida, targ'ibotning yangi ko'rinishlarini shakllantirishni taqozo qildi.

Postmodern jamiyatning yuzaga kelishiga sabab bo'lgan omillar ta'siri o'laroq kishilik jamiyatida asrlar davomida hukm surib kelgan fundamental ijtimoiy mexanizmlar mazmuni va shakli keskin o'zgardi. Zamonaviy targ'ibot sistemalarini ham ana shunday tub yangilanishlarni boshidan kechirgan mexanizmlar turkumiga kiritish mumkin.

O'ta murakkab megasistema tusini olgan zamonaviy targ'ibot sistemalarida iqtisodiy targ'ibot alohida o'rin egallaydi. Iqtisodiy targ'ibot – iqtisodiy ahamiyatga molik g'oyani tarqatish orqali jamoatchilikda muayyan iqtisodiy nuqtai-nazarni, munosabatni va xulq-atvorni shakllantirishga qaratilgan jarayondir. Uni stixiyali, tasodifiy va uzlukli tarzda olib boriladigan faoliyat turi emas, manfaatdor subyektlar tomonidan tizimli ravishda amalga oshiriladigan, o'z mazmuni va maqsadiga, shakllari va uslublariga, omillari va vositalariga ega bo'lgan o'ziga xos sistema sifatida tasavvur qilmoq va tasvirlamoq maqsadga muvofiqdir.

Natijalar. Iqtisodiy targ'ibotdan manfaatdor bo'lgan subyektlar talaygina. Ularning ayrimlari mazkur sistema imkoniyatlariga tayangan holda muayyan g'oyani kishilarga yetkazishga intilsalar, boshqalari jamoatchilikni ma'lum tarzdagi faoliyatga va xatti-harakatlarga jalb qilishga urinadilar. Umuman, iqtisodiy targ'ibot subyektlarini quyidagicha tavsiflash mumkin:



Mazkur subyektlarning har biri iqtisodiy targ'ibotdan o'z maqsadlarini ko'zlaydi. Jumladan, davlat iqtisodiy targ'ibot orqali o'z iqtisodiy siyosatining muvaffaqiyatli kechayotganini isbotlashga, iqtisodiy qarorlarini asoslashga intiladi. Davlat organlari o'zlari amalga oshirgan iqtisodiy siyosatning jiddiy natijalar berayotganini ko'rsatish niyatida targ'ibot vositalariga murojaat qilishi mumkin. Odatda bunday hollarda targ'ibot chog'ida YAIMning o'sishi, bandlik darajasi, xorijiy kapital hajmi haqidagi ma'lumotlar asos qilib keltiriladi, bu ko'rsatkichlar xalq farovonligi darajasining oshayotganini namoyish etuvchi faktlar sifatida talqin qilinadi[2:8-11]. Davlat organlari inqirozli vaziyatlarda ham ijtimoiy barqarorlikni saqlab turish maqsadida iqtisodiy targ'ibot imkoniyatlariga murojaat etishlari mumkin. Masalan, biror bir mamlakatda iqtisodiy inqiroz sodir bo'ldi, deylik. Odatda bunday vaziyatda hukumatlar ijtimoiy xarajatlarni qisqartirish yoki soliqlarni oshirish kabi ommabop bo'lmagan qarorlarni qabul qilishga majbur bo'ladilar. Ana shunday hollarda iqtisodiy targ'ibotdan mazkur choralarning ijtimoiy zarurat bilan bog'liqligini asoslashda foydalaniladi. Bunda mazkur choralar yagona yechim ekanligi iddao etilishi, u boshqa mamlakatlarda ish bergani ro'kach qilinishi, jahon tendensiyalariga ishora qilinishi mumkin.

Xususiy kompaniyalar ham iqtisodiy targ'ibot imkoniyatlaridan o'z maqsadlarida foydalanadilar. Ular iqtisodiy targ'ibot orqali o'zlari ishlab chiqargan mahsulot yoki xizmatni zamonaviy inson turmushi uchun o'ta zarur bo'lgan narsalar sifatida taqdim etishga intiladilar. Bunday targ'ibot ko'pincha iste'molchi bilan aloqa o'rnatishga yordam beradigan kuchli vizual tasvirlar, jozibali shiorlar va kishilar tuyg'ularini junbushga keltiradigan hikoyalar yordamida amalga oshiriladi. Masalan, avtomobil ishlab chiqaruvchi kompaniya o'z reklama roliklarida nafaqat avtomobilning texnik xususiyatlarini tavsiflaydi, balki uning sayohat erkinligini kengaytirishini, turmush farovonligini oshirishini ham eslatib o'tadi[3:148-152]. Kosmetika sanoatida faoliyat olib borayotgan kompaniya o'z mahsulotlarini nafaqat tashqi qiyofani yaxshilovchi, balki shaxsning individualligini namoyish etuvchi, uning imijini yaratuvchi vosita sifatida ham taqdim etadi[4:109].

Jamoat tashkilotlari iqtisodiy tashviqot yordamida aholining ayrim guruhlarini manfaatlarini himoya qilishga intiladilar. Masalan, turli mamlakatlarda bir asrdan ko'proq muddat mobaynida faoliyat olib borayotgan kasaba uyushmalarining mehnatkashlar huquqlarini himoya qilishga, ularning ish haqlarini oshirishga, mehnat sharoitlarini yaxshilashga, ijtimoiy adolatni ta'minlashga qaratilgan sa'y-harakatlari mehnat ahli manfaatlarini muhofazalashga yo'naltirilgan iqtisodiy targ'ibotdan boshqa narsa emas[5:97]. Tobora faollashib borayotgan ekologik tashkilotlarning sanoat korxonalarining atrof-muhitga

yetkazayotgan zarari haqidagi chiqishlari, qayta tiklanuvchi energiya manbalariga o'tishga chorlovlari, ekologik toza texnologiyalarni tatbiq qilishga doir takliflari aholi manfaatlarini yoqlash niyatida amalga oshirilgan iqtisodiy targ'ibot ko'rinishidir. [6:194] Ijtimoiy himoyaga muhtoj aholi qatlamlari bilan ishlayotgan tashkilotlar ham ijtimoiy va tibbiy xizmatlardan foydalanishni rivojlantirish uchun iqtisodiy targ'ibotdan foydalanadilar.

Davlat organlari, xususi kompaniyalar va jamoat tashkilotlarining iqtisodiy targ'ibot yordamida hal qilishni ko'zlagan vazifalarini umumiy holda quyidagicha tasvirlash mumkin:

Davlat organlari

<i>Maqsad:</i> <i>Davlat iqtisodiy siyosatining muvaffaqiyatli kechayotganligini asoslash</i>
• <i>Vazifalar:</i> • Milliy iqtisodiyotning ijobiy imidjini shakllantirish; • Fuqarolarni iqtisodiy jarayonlardan xabardor qilish; • Murakkab iqtisodiy choralarni asoslash orqali ijtimoiy barqarorlikni saqlab turish; • Jamoatchilik fikrini iqtisodiy jarayonlarga safarbar qilish; • Fuqarolarning milliy ishlab chiqaruvchilarni qo'llashga jalb etish.

Xususi kompaniyalar

<i>Maqsad:</i> <i>O'z mahsulotini zamonaviy turmush uchun zaruriyat ekanligini asoslash</i>
• <i>Vazifalar:</i> • O'z brendining ijobiy imijini shakllantirish; • Fuqarolarni o'zi ishlab chiqargan mahsulotning afzal jihatlaridan voqif etish; • O'ziga maqbul talabni yuzaga keltirish.

Jamoat tashkilotlari

<i>Maqsad:</i> Aholining ayrim guruhlari iqtisodiy manfaatlarini himoya qilish
•Vazifalar: •Aholining iqtisodiy savodxonligini oshirish; •Bandlik va tadbirkorlikka ijobiy yondashuvni vujudga keltirish; •Turli guruhlarining iqtisodiy manfaatlariga jamoatchilik e'tiborini jalb qilish.

Albatta, bu o'rinda subyektlarning iqtisodiy targ'ibot bobidagi vazifalarining tugal ro'yxati keltirilayotgani yo'q. Mazkur vazifalar ijtimoiy shart-sharoitlardan, mavjud imkoniyatlardan kelib chiqadi, albatta. Bundan tashqari, davr taqozosiga monand ravishda ularning iyerarxiyasi va turkumi ham o'zgara borishini nazarda tutmoq darkor.

Muhokama. Davlat organlari, xususi kompaniyalar va jamoat tashkilotlari amalga oshirayotgan iqtisodiy targ'ibot xarakteri turlicha bo'lishi mumkin. Ularning ayrimlari o'zining ijobiyligi va konstruktivligi bilan, boshqalari salbiy maqsadlarga yo'naltirilgani hamda destruktiv xarakterga egaligi bilan ajralib turadi. Masalan, bugungi kunda aksar davlatlar o'zlarining iqtisodiy dasturlarini, iqtisodiy siyosatlari tamoyillarini zo'r berib targ'ib qilmoqdalar. Yurtimizda ham "O'zbekiston-2030" strategiyasiga kiritilgan iqtisodiy maqsadlar butun mamlakat bo'ylab "global ishlab chiqarishning muhim bo'g'iniga aylangan kuchli iqtisodiyotni shakllantirish"dasturi sifatida keng targ'ib etildi. Buni konstruktiv iqtisodiy targ'ibot tarzi sifatida qabul qilish mumkin, albatta. Lekin milliy manfaatlarini ro'kach qilib, turli mamlakatlardan import qilinayotgan mahsulotlar va xizmatlarga cheklovlar kiritishni taklif etayotgan, jamoatchilikning bu mahsulotlarga salbiy munosabatini shakllantirishni niyat qilayotgan, keng ko'lamli savdo urushini targ'ib va tashviq qilayotgan davlatlar ham yo'q emas[7]. Ushbu destruktiv iqtisodiy targ'ibot oqibatida 2019 yilda AQSH hukumati 200 milliard dollarlik Xitoy mahsulotlariga, Xitoy hukumati esa 60 milliard dollarlik AQSH mahsulotlariga tariflarni oshirdi[8:5].

Xususi kompaniyalar olib borayotgan iqtisodiy targ'ibot xarakteri haqida ham shunday deyish mumkin. Bir tomondan, bu borada ko'plab ijobiy muddaolar va yondashuvlar ko'zga tashlanadi. Masalan, Unilever transmilliy kompaniyasi kabi turkum tashkilotlar o'zlari ishlab chiqargan mahsulot yoki xizmatni aholiga taqdim etish ishlariga o'ta katta mas'uliyat bilan yondashmoqdalar. Ushbu kompaniya tashabbusi bilan ishlab chiqilgan "Osuda hayot" dasturida mas'uliyatli iste'molchilik targ'ib qilinadi, mavjud resurslar-dan oqilona foydalanish kayfiyatini shakllantirishga intilinadi [9:71]. Ikkinchi tomondan esa, ayrim xususi kompaniyalar iqtisodiy targ'ibotida destruktivik elementlari ham yaqqol ko'zga tashlanadi. Misol uchun, tamaki ishlab chiqaruvchi kompaniyalar chekishning xavfli oqibatlarini xaspo'shlaydigan tadqiqotlarni moliyalashtirishni, uning natijalarini ommalashtirishni kanda qilganlari yo'q. Fastfud tayyorlash va sotish bilan mashg'ul kompaniyalar esa uning iste'molini saodatli turmush timsoli sifatida taqdim etishdan charchamayaptilar, bunday iste'molning salbiy oqibatlari

xususida esa lom-mim demayaptilar[11:237]. Bunday destruktiv iqtisodiy targ'ibotning asosiy muddaosi iste'molchi talablarini qondirish emas, har qanday yo'l bilan kompaniya daromadlarini ko'paytirishdan iboratligini ilg'ab olish qiyin emas.

Jamoat tashkilotlari amalga oshirayotgan iqtisodiy targ'ibot odatda ijobiy xarakterga ega bo'ladi. Harqalay, keng jamoatchilik manfaatlarini muhofaza etishga xizmat qilayotgan tashkilotlar targ'iboti umummanfaatlardan ayri tushmaydi. Lekin keyingi yillarda tor doiralarning iqtisodiy manfaatlarini umumijtimoiy manfaatlar sifatida taqdim qilishga urinayotgan, shu boisdan iqtisodiy targ'ibot tadbirlarini aynan shu manfaatlar yo'lida tashkil qilishga oshiqayotgan jamoatchilik tashkilotlari ham paydo bo'layotganini e'tirof etmoq kerak.

Zamonaviy dunyoda iqtisodiy targ'ibot jamoatchilik fikriga tizimli ta'sir qilish, muayyan iqtisodiy qarashlarni shakllantirishning kuchli manbaiga aylandi. Shu boisdan davlat organlari, xususi kompaniyalar, jamoat tashkilotlari uni eng maqbul shakllarda amalga oshirishga, yangi va yangi kreativ shakllarini ishlab chiqishga, bu shakllarni faol amaliyotga tatbiq etishga harakat qilmoqdalar. Jumladan, ko'pgina mamlakatlarda davlat organlari bunday targ'ibotni iqtisodiy savodxonlikni yuksaltirishga qaratilgan ta'lim va ma'rifiy tashabbuslarni ro'yobga chiqarish orqali amalga oshirishga urinmoqdalar[13:36]. Bu chora-tadbirlar nafaqat kishilarning iqtisodiy ongini yuksaltirishga, balki muhim iqtisodiy dasturlarni ro'yobga chiqarish uchun zarur bo'lgan amaliyotni, fuqaroviy ishtirokni ham shakllantirishga xizmat qilmoqda. Darhaqiqat, texnologik taraqqiyot jadallashib borayotgan bugungi globallashuv sharoitida iqtisodiy savodxonlik ham shaxsning, ham jamiyatning iqtisodiy xavfsizligini ta'minlashga qodir bo'lgan jiddiy omilga aylanmoqda[14:143]. E'tiborli jihati shundaki, iqtisodiy savodxonlikni yuksaltirishga qaratilgan ta'lim va ma'rifiy tashabbuslari tizimli ravishda amalga oshirilmoqda. Bu borada oliy, o'rta maxsus va o'rta ta'lim muassasalarining o'quv dasturlariga maxsus fanlarni tatbiq qilish, iqtisodiy ta'lim markazlari ishini yo'lga qo'yish, onlayn kurslar tashkil etish, iqtisodiy bilimlarni yetkazishga mo'ljallangan mobil ilovalar yaratish kabi choralardan keng foydalanilmoqda[15:76].

Xususi kompaniyalarning iqtisodiy targ'ibotida reklama asosiy shakl sifatida saqlanib qolmoqda. Uning yordamida iste'molchining turli tovarlar va xizmatlar haqidagi tasavvurlari, muayyan iste'molchilik madaniyati qaror toptirilmoqda. Misol uchun, Apple yoki Tesla kabi muvaffaqiyatli kompaniyalarning reklamalari nafaqat mahsulotlarning innovatsion xususiyatlari haqida ma'lumot berishga, balki iste'molchi tuyg'ulariga ta'sir ko'rsatish orqali uning shu brendga qiziqishi va ijobiy munosabatini yaratishga mo'ljallangan[16]. Bugungi kunda reklama kompaniyalarning bozordagi mavqeyini yuksaltirishga, ishlab chiqaruvchi va iste'molchi o'rtasidagi aloqalarni mustahkamlashga xizmat qilmoqda. Ayrim kompaniyalar esa muayyan mahsulotga ehtiyojni, talabni yuzaga keltirishda ham reklamadan faol foydalanmoqdalar. Bundan tashqari, reklama kompaniyalarga mavjud ijtimoiy-iqtisodiy va madaniy shart-sharoitlarga moslashish, yangi bozorlarga chiqish imkoniyatini ham taqdim qilmoqda[17:5].

Jamoat tashkilotlari esa o'z iqtisodiy targ'ibotlarida ommaviy axborot vositalari, televideniye va internet-nashrlar uchun materiallar tayyorlash shakliga ustuvorlik bermoqdalar. Jumladan, ommaviy axborot vositalari orqali tarqatilgan mahsulotlar ularga maqbul jamoatchilik fikrini shakllantirishga yo'naltirilmoqda. Jamoat tashkilotlari televideniyeining vizual jozibadorligi va keng qamrovliligidan ham oqilona foydalanmoqdalar. Uning yordamida tarqatilgan illyustrativ misollar, ekspert suhbatlari va tahliliy dasturlar

murakkab iqtisodiy jarayonlarga doir ma'lumotlarni keng ommaga yetkazish imkonini bermoqda[18:129]. Internet-nashrlar esa jamoat tashkilotlariga iqtisodiy targ'ibotning interaktivligini ta'minlashda qo'l kelmoqda. Ijtimoiy tarmoqlar, iqtisodiy masalalarga bag'ishlangan bloglar va podkastlar iqtisodchi va tahlilchilarga o'z fikrlarini real vaqt rejimida bayon etish, turli muammolarni jamoatchilik ishtirokida muhokama qilish, manfaatdor davralar bilan fikr almashish imkonini bermoqda. Bugungi kunda YouTube yoki TikTok kabi platformalar iqtisodiy g'oyalarni targ'ib qilish ishlariga yanada ijodiy yondashish imkoniyatlarini taqdim qilmoqda[19:107].

Davlat organlari, xususiy kompaniyalar va jamoat tashkilotlari tomonidan amalga oshirilayotgan iqtisodiy targ'ibot shakllari murakkablashgani sayin uning yangi va yangi uslublari vujudga kelmoqda. Boshqacha aytadigan bo'lsak, bugungi kunda iqtisodiy targ'ibot subyektlari o'z faoliyatlarida ko'plab uslublardan faol foydalanmoqdalar. Mavzuga bag'ishlangan ilmiy manbalarda jamlangan ma'lumotlarga qarab xulosa chiqaradigan bo'lsak, mazkur uslublarda o'zining mutlaqo behisobliligi va turli-tumanligi bilan xarakterlanadi. Buning ustiga, targ'ibot subyektlari vaziyat taqozosidan kelib chiqib, uning yangidan yangi ko'rinishlarini kashf etishni kanda qilmayotirlar.

Xulosa. Xullas, yangi asrga kelib iqtisodiy targ'ibot sistemasi targ'ibot deb atalmish megasistemaning o'ziga xos qismiga, ijtimoiy faoliyatning murakkab turlaridan biriga aylandi. Biroq uning takomil topish davri nihoyasiga yetmagan ko'rinadi. Aftidan, yaqin kelajakda iqtisodiy targ'ibot sistemasi zamonaviy texnologiyalarning joriy etilishi, yangi ijtimoiy talablarning tatbiq qilinishi evaziga yanada jiddiy o'zgarishlarga duch keladi. Axborot asrida raqamlashuv tendensiyalariga monand ravishda iqtisodiy targ'ibotning ham raqamli tus olishi shubha uyg'otmayapti. Ijtimoiy tarmoqlar va video almashish platformalarining shiddat bilan rivojlanib borayotgani iqtisodiy targ'ibot sistemasini ham yangi vositalar bilan boyitadi. Bundan tashqari, yaqin kelajakda sun'iy intellektning ravnaq topishi auditoriyani segmentlarga ajratish va targ'ibot kontentini individuallashtirilgan tarzda yetkazish imkoniyatlarini kengaytiradi. Bir so'z bilan aytganda, yaqin yillarda iqtisodiy targ'ibot sistemasini tub sifatiy o'zgarishlar davri kutib turibdi.

Xulosa qiladigan bo'lsak, XXI asrda targ'ibot sistemasi postmodern jamiyatni vujudga keltirgan omillar bilan hamohang tarzda takomil topdi hamda bir necha sistemani o'z ichiga olgan megasistemaga aylandi. Iqtisodiy ahamiyatga molik g'oyani tarqatish orqali jamoatchilikda muayyan iqtisodiy nuqtai-nazarni, munosabatni va xulq-atvorni shakllantirishga qaratilgan jarayon bo'lgan iqtisodiy targ'ibot ushbu megasistemada markaziy o'rinni egallamoqda.

Adabiyotlar/Литература/References:

1. Majidov M. A. Postmodern jamiyatda shaxs transformatsiyasining ijtimoiy-falsafiy masalalari.- T.: Mahalla va oila, 2023.- B.56.
2. Андросов В. В. Экономическая политика государства: вопросы методологии.// Социально-экономические явления и процессы, 2010, №2.- 8-11-с.
3. Ефимова Е.А. К вопросу о структурных особенностях автомобильной рекламы.// Научная мысль Кавказа, 2012, №4.- 148-152-с.
4. Аниськина Н.В., Зарубалова О.А. Особенности средств воздействия в рекламе косметики: гендер-ный аспект.// Ярославский педагогический вестник, 2014, №1.- 109-114-с.

5. Коваленко Е.В., Тарновский А.А. Сущностная характеристика профсоюзной деятельности как гарантии прав трудящихся.// Образование и право, 2023, 97-102-с.
6. Гуцул Т.А. Деятельность общественных экологических организаций.// Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук, 2016, №10-1.- 194-196-с.
7. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. "O'zbekiston-2030" strategiyasi to'g'risida".// www.lex.uz/ru/docs/6600413.
8. Ососко Я.С., Иванова А.Е. Торговые войны: историко-экономический аспект.// Научные записки молодых исследователей, 2019, №4.- 5-10-с.
9. Гордиенко Д.В. Торговая война и санкционная борьба США и КНР.// Вестник Московского фи-нансово-юридического университета, 2021, №1.- 71-с.
10. Голд Н., Гугелев А.В., Чистякова С.В. Влияние социальной миссии в стратегии успеха (на приме-ре компании Unilever".// Промышленность: экономика, управление, технологии, 2017, №1.- 9-15-с.
11. Сейфуллаева М.Э., Падалкина О.С. Маркетинговая стратегия табачных корпораций с учетом принципов маркетинга 3. 0.// Вестник Воронежского государственного университета инженерных техноло-гий, 2013, №1.- 237-241-с.
12. Стоянов А.С., Урывина А.В. Реклама фастфуда как фактор культуры питания.// Гуманитарные исследования Центральной России, 2021, №4.- 94-101-с.
13. Новикова О.Н. Экономическая грамотность и ее структура.// Национальная ассоциация ученых, 2020, №62-2.- 36-39-с.
14. Гайрбеков М.С., Покрытан П.А., Чапаев Х.Г. Популяризация экономических знаний в условиях современного экономического кризиса.// Фундаментальные исследования, 2017, №5.- 143-148-с.
15. Ступникова О.Е., Гукасова Н.Р. Развитие экономической грамотности обучающихся в школе.//Вестник экспертного совета, 2015, №3.-76-85-с.
16. Margalit L. What Tesla Gets That Apple Understood Before It.// cmswire.com, 2021, September 9.
17. Оришев А.Б. Реклама: определение понятия, экономическая роль и ее особенности в России.// Бизнес и дизайн ревю, 2016, №4.- 5-с.
18. Акопян Н.А. Роль телевидения в формировании культурных стереотипов в современном россий-ском обществе.// Наука. Инновации. Технологии, 2009, №5.- 129-134-с.
19. Шестёркина Л.П., Борченко И.Д. Основные характеристики новых социальных медиа.// Ученые записки Забайкальского государственного университета, 2014, №2.- 107-111-с.

SCIENCEPROBLEMS.UZ

IJTIMOYIY-GUMANITAR FANLARNING DOLZARB MUAMMOLARI

№ 4 (5) – 2025

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО- ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

ACTUAL PROBLEMS OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

“Ijtimoiy-gumanitar fanlarning dolzarb muammolari” elektron jurnali 2020-yil 6-avgust kuni 1368-sonli guvohnoma bilan davlat ro‘yxatiga olingan.

Muassis: “SCIENCEPROBLEMS TEAM”
mas’uliyati cheklangan jamiyati

Tahririyat manzili:

100070. Toshkent shahri, Yakkasaroy tumani, Kichik Beshyog‘och ko‘chasi, 70/10-uy. Elektron manzil:

scienceproblems.uz@gmail.com

Bog‘lanish uchun telefon:

(99) 602-09-84 (telegram).