

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI

OLIY TA'LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR

VAZIRLIGI



ILMIY
AXBOROTNOMA

2023

NAMANGAN DAVLAT UNIVERSITETI
ILMIY AXBOROTNOMASI

- НАУЧНЫЙ ВЕСТНИК НАМАНГАНСКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА
- SCIENTIFIC BULLETIN OF
NAMANGAN STATE UNIVERSITY



ISSN:2181-0427

journal.namdu.uz





Bosh muharrir: Namangan davlat universiteti rektori S.T.Turg'unov

Mas'ul muharrir: Ilmiy ishlar va innovatsiyalar bo'yicha prorektor Sh.N.Ataxanov

Mas'ul muharrir o'rinbosari: Ilmiy-tadqiqot va ilmiy-pedagogik kadrlar tayyorlash bo'limi boshlig'i O.Imomov

T A H R I R H A Y ' A T I

Fizika-matematika fanlari: akad. S.Zaynobbiddinov, akad. A.A'zamov, f-m.f.d., prof. B.Samatov, f-m.f.d., dots. R.Xakimov, f-m.f.d., dots. B.Abdulazizov, f-m.f.n., dots. A.Xolboyev.

Kimyo fanlari: akad. A.To'rayev, akad. S.Nigmatov, k.f.d., prof. Sh.Abdullayev, t.f.d., v.b. prof G'Doliyev, k.f.n., dots. T.Sattorov, k.f.n., dots. A.Hurmamatov., PhD. D.S.Xolmatov.

Biologiya fanlari: akad. K.Tojibayev, akad. R.Sobirov, b.f.d., prof. A.Batashov, b.f.d., prof. N.Abdurahmonov, b.f.d., dots. F.Kushanov, b.f.d. A.Kuchboyev, b.f.n., dots. D.Dexqonov.

Texnika fanlari: t.f.d., prof. A.Umarov, t.f.d., prof. S.Yunusov.

Qishloq xo'jaligi fanlari: g.f.d., prof. B.Kamalov, q-x.f.n., dots. A.Qazaqov.

Tarix fanlari: akad. A.Asqarov, s.f.d., prof. T.Fayzullayev, tar.f.d, prof. A.Rasulov.

Iqtisodiyot fanlari: i.f.d., prof. N.Maxmudov, i.f.d., prof.O.Odilov.

Falsafa fanlari: f.f.d., prof. M.Ismoilov, f.f.d. dots. Z.Isaqova, f.f.d., G.G'affarova, f.f.n. dots. L.Yuldasheva, f.f.d., dots. T.Ismoilov, PhD. A.Abdullayev.

Filologiya fanlari: fil.f.d., prof. N.Uluqov, fil.f.d., prof. H.Usmanova, PhD. H.Solixo'jayeva, PhD. dots. U.Qo'ziyev, PhD. H. Sarimsoqov, fil.f.d., N.Dosboyeva.

Geografiya fanlari: g.f.d., dots. B.Kamalov, g.f.d., prof. A.Nigmatov, g.f.d., dots. A.Nazarov.

Pedagogika fanlari: p.f.d., prof. U.Inoyatov, p.f.d., prof. B.Xodjayev, p.f.d., prof. O'.Asqarova, p.f.n., dots. M.Nishonov, p.f.n., dots. A.Sattarov, p.f.n., dots. M.Asqarova, p.f.n., dots. Sh.Xo'jamberdiyeva, p.f.d., dots. S.Abdullayev, PhD. D.Sarimsakova.

Tibbiyot fanlari: b.f.d. G'.Abdullayev, tib.f.n., dots. S.Boltaboyev.

Psixologiya fanlari: p.f.d., prof Z.Nishanova, p.f.n., dots. M.Maxsudova.

Texnik muharrir: N.Yusupov.

Tahririyat manzili: Namangan shahri, Boburshox ko'chasi, 161-uy

Faks: (0369)227-07-61 **e-mail:** info@namdu.uz

Ushbu jurnal 2019 yildan boshlab O'zbekiston Respublikasi Oliy attestatsiya komissiyasi Rayosati qarori bilan fizika-matematika, kimyo, biologiya, falsafa, filologiya va pedagogika fanlari bo'yicha Oliy attestatsiya komissiyasining dissertatsiyalar asosiy ilmiy natijalarini chop etish tavsiya etilgan ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan.

"NamDU ilmiy axborotnomasi – Научный вестник НамГУ" jurnali O'zbekiston Matbuot va axborot agentligining 17.05.2016-yildagi 08-0075 raqamli guvohnomasi hamda O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi (AOKA) tomonidan 2020-yil 29-avgust kuni 1106-sonli guvohnomaga binoan chop etiladi. "NamDU Ilmiy Axborotnomasi" elektron nashr sifatida xalqaro standart turkum raqami (ISSN-2181-1458)ga ega NamDU Ilmiy-texnikaviy Kengashining 2023-yil 10-iyundagi kengaytirilgan 6-sonli yig'ilishida muhokama qilinib, ilmiy to'plam sifatida chop etishga ruxsat etilgan (Bayonnoma № 6). Maqolalarning ilmiy saviyasi va keltirilgan ma'lumotlar uchun mualliflar javobgar hisoblanadi.

NAMANGAN DAVLAT UNIVERSITETI 2023



UZBEKISTANDA RAHBAR AYOLLAR IMIJINI OSHIRISHNING OB'YEKTIV VA SUB'YEKTIV SHART-SHAROITLARI

G'afurova Madina Abduqodir qizi

Chirchiq davlat pedagogika universiteti magistranti

G'affarova Gulchehra Gulamjanovna

Chirchiq davlat pedagogika universiteti professori, f.f.d.

Annotatsiya: Ushbu maqolada rahbar ayollarga xos bo'lgan xususiyatlar, zamonaviy sharoitda rahbar ayol imijini shakllantirish, uni tashkil etuvchi asosiy omillar va mezonlar, davlat va jamiyat hayotida xotin-qizlarning ijtimoiy-siyosiy faolligi, ularning rahbarlik qobiliyati bilan bog'liq masalalari ochib berilgan. Shuningdek maqolada, rahbar ayol imijini shakllantirish, davlatni samarali boshqarish uchun ayol rahbarlar fuqarolarning hurmat-e'tiborini qozonishi, har qanday nizoli vaziyatlardan chiqishi, fuqarolar ongida muayyan siyosiy kuchlarning jozibali qiyofasini qaror toptirishi borasidagi ma'lumotlar tahlil qilingan.

Kalit so'zlar: imij, rahbar, ayol rahbar, zamonaviy ayol qiyofasi, gender tenglik, Yangi O'zbekiston, ayollar siyosiy faolligi, tashkilotchi.

ОБЪЕКТИВНЫЕ И СУБЪЕКТИВНЫЕ УСЛОВИЯ УЛУЧШЕНИЯ ИМИДЖА ЖЕНЩИН-ЛИДЕРОВ В УЗБЕКИСТАНЕ

Гафурова Мадина Абдукадир кизи

Магстр Чирчикского государственного педагогического университета

Гаффарова Гулчехра Гуламжановна

Профессор, д.ф.н. Чирчикского государственного педагогического университета

Аннотация: В данной статье раскрываются характеристики женщин-лидеров, формирование образа женщины-лидера в современных условиях, основные факторы и критерии его составляющие, общественно-политическая активность женщин в жизни государства и общества, вопросы связаны с их лидерскими способностями. Кроме того, в статье анализируются данные о формировании образа женщины-лидера, о том, что женщины-лидеры завоевывают уважение граждан за эффективное управление государством, выход из любых конфликтных ситуаций, определяют привлекательный образ определенные политические силы в сознании граждан.

Ключевые слова: имидж, лидер, женщина-лидер, современный женский образ, гендерное равенство, Новый Узбекистан, женская политическая активность, организатор.

OBJECTIVE AND SUBJECTIVE CONDITIONS FOR IMPROVING THE IMAGE OF WOMEN LEADERS IN UZBEKISTAN

Gafurova Madina Abduqodir qizi

Master of Chirchik State Pedagogical University

Gaffarova Gulchehra Gulamjanovna

Abstract: This article reveals the characteristics of women leaders, the formation of the image of a woman leader in modern conditions, the main factors and criteria for its components, the socio-political activity of women in the life of the state and society, issues related to their leadership abilities. In addition, the article analyzes data on the formation of the image of a female leader, that female leaders win the respect

of citizens for the effective management of the state, the way out of any conflict situations, determine an attractive image of certain political forces in the minds of citizens.

Key words: *image, leader, female leader, modern female image, gender equality, New Uzbekistan, women's political activity, organizer.*

Kirish

Ayollar etakchiligi muammosi Yangilanayotgan O'zbekiston uchun dolzarbdir, bu erda ayol etmish yildan ortiq vaqt davomida (sobiq SSSR davrida) erkaklar va ayollar tengligini tasdiqlaganiga qaramay, hokimiyat boshqaruvida, tadbirkorlik martabasining ikkilamchi qiymati va bunday martabaning cheklangan chegaralari haqidagi an'anaviy stereotipning asiri bo'lib qolmoqda. Ayol etakchilik psixologiyasi uzoq vaqtdan beri qiziqish uyg'otdi. Rahbar ayol, birinchi navbatda, guruh a'zolari xatti-harakatlariga yo'naltirilgan shaxs, aynan u ohang va xulq-atvorning ma'lum bir standartini belgilaydi, guruhning maqsad va vazifalarini belgilaydi. Aynan u guruh a'zolarini o'zlariga yuklangan vazifalarni bajarishga majburlashning ijtimoiy huquqiga ega. Boshqacha aytganda, rahbar hokimiyatga ega. Va nihoyat, eng muhimi, rahbar odamlar guruhi va uning harakatlari uchun javobgarlikni o'z zimmasiga oladi.

Adabiyotlar tahlili va metodologiya

O'rganilayotgan muammo ko'pgina zamonaviy olimlarning asarlarida o'zining uslubi-nazariy jihatdan echimini topmoqda. Yangi O'zbekistonda rahbar ayollar imijini oshirish, ularda ijtimoiy faollikni shakllantirishga bugungi kunda alohida e'tibor qaratilmoqda. Tarix sahifalariga nazar tashlar ekanmiz, ijtimoiy hayotning barcha sohalarida erkaklar bilan bir qatorda buyuk jasorat sohiblarining nomlari orasida ayollarning ham tarannum etib kelinganligini guvohi bo'lamiz. Ayollar orasida nufuzli malikalar, oqila maslahatgo'ylar, etuk donishmandlar, zabardast olimalar, iste'dodli shoiralar, zukko san'atshunoslar etishib chiqqan.

Shaxsning, shu jumladan, etakchi shaxsining ijtimoiylashuvi va ijtimoiylashuv jarayonlari V.A.Malsev[1], E.Giddens[2] asarlarida atroflicha o'rganilgan. Siyosiy etakchilar imijining shakllanishi, imijmeykerlik faoliyatining ilmiy tahlili Mustaqil davlatlar hamdo'stligi olimlari A.Suladze, E. Yegorova-Gatman, D.V.Olshanskiy, E.B.Pereligina, D.P.Gavra, V.M.Shepel, ukrain olimi G.G.Pochepsov[3], amerikalik olimlar D.Burstin, B.Bryus, B.Bkenen va L.Braun[4] lar asarlarida o'z aksini topgan.

Bu borada, o'zbek olimlari tomonidan ham qator tadqiqotlar olib borilgan. Jumladan, sotsiolog olimlardan M.Bekmuradov va Sh.Sodiqova, U.Qoraboyev, G.G'.Gaffarova, D.Raximova[5] larning rahbar imijini shakllantirish bo'yicha izlanishlarini ta'kidlash mumkin.

Turli xil ilmiy izlanishlar, xususan, so'rovnomalar asosida o'tkazilgan tadqiqotlarning ko'rsatishicha, mehnat insonga ijodiylik kayfiyatini, tashabbusga moyillik, do'stlar va yaqinlar orasida hurmat-e'tibor qozonish kabi holatni qo'lga kiritishga imkon beradi. Ammo, xotin-qizlar misolida aynan shu ta'rif bir oz bahstlab masalaga aylanmoqda.

Natijalar

Zamonaviy siyosiy, ijtimoiy-iqtisodiy va madaniy sharoitlar imij bilan bog'liq muammolarni dolzarblashtirdi. Jamoat ongida imij tushunchasi haqidagi g'oya mustahkam o'rin oldi: "hayot muvaffaqiyati mavjudligi va sifatiga, shuningdek, individual yoki jamoaviy faoliyatning muvaffaqiyatiga bog'liq bo'lgan ma'lum bir qadriyat"[6]. Imij nazariyasi turli fanlar – sotsiologiya, psixologiya, ijtimoiy falsafa, antropologiya, madaniyatshunoslik, iqtisod va boshqalar doirasida olib boriladigan nisbatan yangi tadqiqot sohasi hisoblanadi. Shu munosabat bilan imij va uning boshqa qator ilmiy kategoriyalardagi o'rni haqidagi qat'iy ilmiy g'oyalar

endigina shakllana boshlaydi. B.L. Borisov ta'kidlaganidek, "zamonaviy rus tilida inglizcha "image" so'zi shunday qobiliyat va noaniqlik bilan ta'minlanganki, uni haqli ravishda ko'p madaniyatli ramz sifatida tasniflash mumkin. Obraz, motiv, rol, niqob, tur, moda, sozlash, fasad, obro', aktyorlik, bashorat qilinadigan kutish – bu tushunchaning ma'nolarining to'liq ro'yxati emas"[18]. Kundalik amaliyotda ingliz tilidan image so'zining so'zma-so'z tarjimasidan foydalanish xorijiy atama mahalliy "obraz" so'zi bilan almashtiriladigan vaziyatga olib keladi, "imij" va "obraz" tushunchalari turli tarixiy va madaniy ma'nolarni jamlashi yaqqol ko'rinib tursa-da.

XX asrning o'rtalarida Qo'shma Shtatlarda "imij" atamasi reklama imijining bir turini – "mahsulotning qiymat assortimentini kengaytirish" uchun maxsus mexanizmni bildirib boshladi[19], raqobat, ishlab chiqaruvchilar moslashuvchan marketing kommunikatsiyalarini yaratishga majbur bo'lganda. Gumanitar fanlar ham biznes uchun qo'shimcha daromad olishga yordam berdi. Psixanalitik yondashuv va psixologik motivatsiya nazariyasi doirasida "imij" atamasi taklif qilindi ("imago" – K.G. Yung ta'rifiga ko'ra, bir mavzuni boshqasi tomonidan idrok etishni tanlab yo'naltiradigan ideal obraz), bu keyinchalik nafaqat reklamada, balki siyosat va jamoat hayotida ham butun tizimlarning asosi bo'lib xizmat qildi. Ular zamonaviy voqelik hodisalarini tahlil qilish kontekstida imij haqida gapira boshladilar va yoza boshladilar, imijning jamiyatdagi o'rni haqida bahs-munozaralar avj oldi. Masalan, iqtisodchi K. Balding "Imij", "Hayot va jamiyatdagi bilim" asarida imijni jamiyat va inson xulq-atvorini tushunishning kaliti, inson xulq-atvorini modellashtiruvchi kognitiv tuzilmaning asosi sifatida ko'rib chiqdi va yangi fan yaratish uchun hodisani o'rganish muhim deb hisobladi va D.Burstin o'zining "Imij yoki Amerika orzusi bilan nima sodir bo'ldi" kitobi bilan Amerika jamiyatida sodir bo'layotgan salbiy jarayonlar haqida ogohlantirishga harakat qilgan.

Sovet xorijiy madaniyat tadqiqotchilari siyosiy qarama-qarshilik sharoitida imijni nafaqat reklama hodisasi, balki mafkuraviy hodisa sifatida ham tahlil qildilar. E. Karsevaning 1971 yilda paydo bo'lgan "Imijning uch yuzi yoki taklif san'ati haqida" maqolasi imij burjua propagandasining estetik va ijtimoiy psevdodeali sifatida taqdim etilgan birinchi nashrlardan biri bo'ldi, voqelikning qarama-qarshiliklari muammosi, ularni psixologik idrok etish muammosi. Ushbu hodisani chuqurroq tahlil qilish muallif tomonidan "AQSHdagi ommaviy madaniyat va shaxsiyat muammolari"[20] ilmiy monografiyasida amalga oshirildi. Asarning muhim jihati shundaki, "imij" tushunchasi ilk bor Amerika kinosida mashhur Gollivud yulduzlar tizimidagi aktyorlar tomonidan yaratilgan doimiy ideal obrazga sig'inish sifatida paydo bo'lgan. Bu tendensiya televideniyaning rivojlanishi va ommaviy axborot vositalari rolining oshishi bilan kuchayib, imij siyosiy va ijtimoiy hayotning hodisasiga aylandi. Tadqiqotning g'oyaviy tarfakashligiga qaramay, shaxsning individualligini yo'qotishi, izlash sivilizatsiya jarayoni yoki ma'naviy hayotning tanazzulga uchrashiga guvoh bo'layapmizmi yoki bir vaqtning o'zida ikkalimiz ham, ommaviy madaniyat sharoitida shaxsning psixosotsial xatti-harakatlarining o'zgarishi, konformizmga ongsiz intilish, xayoliy ehtiyojlarni shakllantirish, ommaviy axborot vositalari tomonidan psevdoreallikni qurish, madaniyatni yo'q qilish, haqiqiy qadriyatlarni ularning arzon nusxalari bilan almashtirish ("jiddiy nusxalar bilan san'atning tirik tanasi") va boshqa Ye. Karseva tomonidan qo'yilgan savollarga bugungi kunda ham dolzarb bo'lib qolmoqda.

Imij masalalariga bag'ishlangan yana bir asar Feofanov Oleg Aleksandrovichning "AQSH: reklama va jamiyat"[21] monografiyasi bo'lib, unda muallif chet el reklamasini inson ruhiyatiga

ta'sir etuvchi kuchli vosita deb hisoblagan. Reklamani shakllantirilgan vazifasi – xaridor xulq-atvorining motivatsiyasini oldindan belgilash va shunga mos ravishda unga ta'sir qilish – reklama mutaxassislari ongsiz Z.Freyd nazariyasiga qiziqishini uyg'otdi. Inson psixikasining mulki sifatida ongsiz, xarid qobiliyatiga ta'sir qilishi mumkin, chunki odamlarning xatti-harakati, birinchi navbatda, atrof-muhit va turli xil psixologik omillar ta'siri ostida qabul qilingan standartlar va aqliy munosabatlar tizimi bilan belgilanadi. Agar siz standartlar tizimini aniqlasangiz, xatti-harakatni taxmin qilishingiz mumkin; agar siz ushbu tizimni yaratsangiz, kerakli xatti-harakatni chaqirishingiz mumkin.

Psixikaning tarkibiy qismlari o'rtasidagi bog'liqlik, uning tuzilishi psixoanaliz tomonidan taklif qilingan, xatti-harakatni tushuntirish uchun motivatsion tahlilning yangi fani tomonidan qabul qilingan. Yondashuv ongni va oqilona bahs-munozaralarni chetlab o'tib, ongsizni faollashtirish uchun his-tuyg'ularga yanada faol ta'sir ko'rsatdi. Reklama ustalari psixoanalitik usullardan foydalangan holda (reklamada u “chuqur tahlil”, chuqur tadqiqot deb atalgan) shunday xulosaga kelishdi, mahsulotning amaliy, ratsional qiymatlari hali ham xaridorni uni sotib olish to'g'risida qaror qabul qilish uchun etarli emasligi. Mahsulot qo'shimcha psixologik qiymat bilan ta'minlanishi kerak - iste'molchi qarorida hal qiluvchi rol o'ynashga chaqirilgan ma'lum bir “imij”. Dastlab, imij bir xil tovarlarni farqlash vositasi sifatida qabul qilingan, keyin esa yuqori davlat lavozimlariga da'vogar siyosatchilarni ommalashtirish uchun reklama usullari qo'llanila boshlandi. 1956 yilda AQSH prezidentligiga nomzod eyzenxauerning prezidentlik saylovlari kompaniyasida Rassell Rivz siyosiy reklamada tijorat reklama usullaridan foydalanishni taklif qildi: eng muhimi, “tovar”ni chiroyli qadoqda, eng yaxshi burchakdan namoyish qilishdir. Albatta, ko'pchilik “bo'lajak prezidentni konserva bilan taqqoslashdan”[22] g'azablendi, ammo Rivz to'g'ri chiqdi: u nafaqat nomzodning so'zlariga pul tikdi, balki u qanday ko'rinishga ega bo'ldi va u saylovda g'alaba qozondi. Ijtimoiy qiyofada tashqi ma'lumotlar ham ta'kidlangan. Yaltiroq jurnallar qahramonlari bu imijning so'zlovchilariga aylandilar. Oddiy misol – oddiy qiz Lesli Xornbi, mashhur Tviggi, uni “ommaviy axborot vositalarining sehrli aqli”, “yoshlik qiyofasi”, “mini-eraning mini-qizi” deb atashgan, Amerikaning “Newsweek” jurnali uning fotosuratini joylashtirganidan keyin. Faylasuf M.Maklyuen o'z imijining kuchliligi haqida gapirar ekan, “u to'liq emasligini va har bir kishi o'z tasavvurida bu eskizni yakunlashini”[23] ta'kidladi.

Demak, Amerika va G'arb madaniyatida bu hodisani tushunish uch jihatda shakllangan: 1) imij iqtisodiy jarayonlar hodisasi sifatida, 2) imij siyosiy texnologiya sifatida va 3) namuna sifatidagi ijtimoiy imij. Imij 1980-yillarning oxiri va 1990-yillarning boshlarida jamiyat ijtimoiy-madaniy hayotining haqiqatiga aylanadi, o'tgan asrda ma'lum tarixiy o'zgarishlar tufayli, xalqaro aloqalarning rivojlanishi, biznes sohalarining kengayishi, yangi iqtisodiy strategiyalar va ishbilarmonlik aloqalari madaniyatiga qiziqish uyg'otgan axborot oqimlarining ko'payishi va ular kontekstida imij fenomeni o'zini namoyon qildi. Ushbu semantika orqali nominatsiya qilingan hodisaning mohiyati va tuzilishini tushunish uchun muhim bo'lgan “imij” tushunchasi ma'nosining rivojlanishi shuni ko'rsatadiki, dastlab so'z umumiy iqtisodiy terminologiyani bir qator tarjima tushunchalarida paydo bo'ladi. 1980-yillarning oxiri – 1990-yillarning boshlarida paydo bo'lgan. Hozirgi vaqtda “imij” so'zi kundalik amaliyotda, ko'ngilochar sohada, jurnalistik matnlarda, amaliy boshqaruvda faol qo'llaniladi, bu nazariy tushunishga muhtoj bo'lgan voqelik hodisasini belgilash uchun uning dolzarbligining ko'rsatkichidir.

Muhokama

Ijtimoiy-madaniy hayot hodisasi sifatida imij jamoat va biznes tuzilmalari, shaxslararo va ishbilarmonlik aloqalari makonida faoliyat ko'rsatishi tufayli konsepsiyaning o'zi polisemantik bo'lib qoldi va uni talqin qilishning polivariantligi ilmiy adabiyotlarda ta'rif muammosini murakkablashtiradi. F.Kotlarning fikricha, marketingda imij, "kompaniya yoki uning mahsulotini jamiyat tomonidan idrok etish"[25] dir. Ushbu hodisaning nazariy jihatlarini ishlab chiqishda tadqiqotchilar imijni "kommunikativ xulq-atvor turi" orqali amalga oshirishni ko'rib chiqadilar, uni "shaxsiy jozibadorlik"[8] deb tushunishadi, "Prototipning ongli xususiyatlari sifatida, shuningdek, imij tomoshabinlarining ongsiz munosabati va fantaziyalarining proeksiyalari" o'z ichiga olgan imijning ommaviy tabiati uni "jarayonda yaratilgan sub'yektning ramziy qiyofasi"[6, 20] sub'yekt va sub'yektning o'zaro ta'siri sifatida belgilaydi.

V.Ya.Belobragin va V.V.Belobraginlar "imij" so'zining mazmunini tahlilini o'tkazgandan so'ng, deyarli barcha ta'riflarda semantik asos – "imij" atamasi qo'llanilishiga e'tibor qaratadilar, konsepsiyaning shakllantirishning uch jihatini ajratib ko'rsatadilar. 1) "imij" ob'yektni aks ettirish shakli sifatida, 2) model, bilish vositasi sifatida, 3) ijtimoiy nazorat turi sifatida va ular ta'rifni integral tushuncha sifatida ko'rib chiqishni taklif qiladilar.

Ta'rif ijtimoiy-psixologik tarkibiy qismlarga asoslanadi: maqsadli shakllangan obraz, psixikaning "o'z impulslarini individual va guruh tajribasi bilan muvofiqlashtirish" ishi[6, 23], ijtimoiy o'zaro ta'sir. Shuni ham ta'kidlash kerakki, imij ongli yoki stixiyali faoliyat jarayonida quriladi, "sub'yektning ma'lum bir maqsadli faoliyati" natijasidir[6, 24].

Shunday qilib, ko'plab formulalarda umumiy xususiyat auditoriya - jamiyatning mavjudligi kabi xususiyatdir. Shunday qilib, imij ijtimoiy obraz sifatida amaliy sohaga kirish, rejalarni amalga oshirish, mobil ijtimoiy haqiqatda maqomga erishish uchun shakllanadi. Imijning ijtimoiy-madaniy funksiyalari "boshqalar tomonidan meni idrok etishi", obraz orqali paydo bo'ladigan taassurot bilan, shuningdek, ijtimoiy rollar tushunchasi bilan bog'liq.

Shaxs o'ziga xos kerakli reaksiyalarni keltirib chiqaradigan yoki o'zini ijtimoiy guruhida qabul qilingan tarzda taqdim etadigan ma'lum bir taassurot yaratish maqsadiga muvofiq harakat qiladi. Shuning uchun imij hisoblangan, taxminlarga, vaqtinchalik kontekstga, tegishli vaziyatlarga qaratilgan. U tashqi ko'rinishdagi imijdan boshlanadi va xatti-harakatlar darajasida tugaydi, bu tizimli sifatdir, shuning uchun imijni faqat bitta so'z bilan qisqartirmasdan, yaxlit tarzda aniqlash kerak.

Imijda ko'rsatilgan hodisa ijtimoiy kommunikatsiyalar sohasida paydo bo'ladi va ishlaydi. Ijtimoiy merosning mexanizmi, shaxsning ijtimoiy mohiyatini rivojlantirish va ijtimoiy munosabatlar qobiliyati, siz bilganingizdek, madaniyatdir. Ishbilarmonlik aloqasi sohasidagi aloqaning samarali usuli sifatida imij umumiy madaniyat kontekstida ko'rib chiqilishi kerak. Madaniyat insonning o'zini o'zi yaratish shakli bo'lib, u imij yaratish uchun asos bo'lishi kerak. Insonning biosotsial tabiati endi bahsli emas. U tabiiy va g'ayritabiiy (ijtimoiy) darajaga ega. Tabiiylikdan ijtimoiyga o'tishda obraz tug'iladi. Madaniyat shaxsga aylanish vositasi, biologik tamoyilni tartibga soluvchi va odamlarning ijtimoiy tashkil topish usuli sifatida ishlaydi.

Zamonaviy ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlar shuni ko'rsatadiki, kasbiy va mehnat faoliyatining har qanday sohasidagi mutaxassis uchun umumiy madaniy rivojlanish, madaniyat ham shaxsiy qadriyat, ham o'z rasmiy funksiyalarini muvaffaqiyatli bajarish uchun asos, martaba ko'tarilishi shartidir. Bugungi kunda professional aloqada madaniyatning majburiy elementi ijobiy imijdir. Jismoniy shaxs ham, tashkilot ham, korporatsiya ham kasbiy faoliyat sub'yekti

bo'lishi mumkin, ammo kasbiy faoliyat har doim biznes aloqasi bilan bog'liq. Ishbilarmonlik aloqasi – bu qandaydir umumiy ishni amalga oshirishga, odamlarning o'zlari uchun muhim bo'lgan maqsadlarga erishish uchun hamkorligi uchun sharoit yaratishga qaratilgan ijtimoiy munosabatlar turi. To'g'ri tashkil etilgan biznes aloqasi sub'yektning ishbilarmonlik obro'sini oshirishga yordam beradi. Madaniyat esa ijtimoiylashuvning ishlab chiqilgan usullarini hisobga olgan holda muloqot strategiyalarini taklif qiladi. Inson faoliyatining samarali regulyatorlari evolyusiya, ijtimoiy munosabatlarning rivojlanishi va madaniyat tarixida yaratilgan. Bular umumbashariy axloqiy me'yorlar, axloqiy qoidalar, hayotni, inson farovonligini saqlash va saqlashga qaratilgan madaniy dominantlar, odamlar faoliyatining tartibiligi. Amaliyot shuni ko'rsatadiki, sub'yektning faoliyati umuminsoniy axloqiy qadriyatlarga asoslangan qoidalar bilan tartibga solingan va tashkilotning o'ziga xos shartlarini hisobga olgan holda samarali bo'ladi. Shu munosabat bilan madaniyat shakllaridan biri sifatida tashkiliy (yoki korporativ) madaniyat haqida gapirish o'rinlidir.

Yuqoridagilarni umumlashtirib, biz kasbiy madaniyatni ijtimoiy o'zaro munosabatlarning umumiy madaniyatining bir qismi va sub'yektning amaliy natijaga erishish va uni rivojlantirish va targ'ib qilish uchun sub'yektning o'ziga ta'sir qilish uchun kasbiy faoliyatini tashkil etish shakli sifatida belgilaymiz. Har qanday davlatda mehnat va ishbilarmonlik madaniyati milliy jihatga ega bo'lib, xalqning axloqiy madaniyatiga asoslanadi. O'zbekistonning madaniy va tarixiy an'alarida inson faoliyatining muhim tarkibiy qismi nafaqat moddiy, balki yuqori, ma'naviy qadriyatlarga intilayotgan ma'naviy va axloqiy masalalar edi. Jamiyat hayotida ma'naviy, axloqiy tamoyillarning ustuvorligi g'oyalari V.S.Solovyov tomonidan asoslab berilgan birlik falsafiy konsepsiyasida ishlab chiqilgan. Ma'naviy tamoyilning etakchi roli bilan, bu konsepsiyaga ko'ra, moddiy va ideal mavjudot ajralmasdir. MDH faylasuflari va iqtisodchilarining (S.Bulgakov, S.Frank, P.Florenskiy) asarlarida ham iqtisodiy va ijtimoiy-siyosiy faoliyatda nafaqat ma'naviy omillar, moddiy-texnik, tashkiliy, balki ma'naviy-axloqiy, psixologik ham e'tiborga olish va foydalanish zarurligi asoslab berilgan.

Gegelning "Madaniyat bu ta'limdir" (keng ma'noda shakllanish, o'z-o'zini rivojlantirish kabi) formulasidan kelib chiqib, umrbod ta'lim haqida o'z qiyofasini egallash, shaxsni madaniy identifikatsiyalash sifatida gapirish mumkin. Shu bilan birga, shaxsning umumiy madaniy rivojlanishini, o'z-o'zini tarbiyalash va malaka oshirish tizimini takomillashtirishni ham yodda tutish kerak. Tizimli ta'lim "shaxsda uning sub'yektivligi va yaxlitligini uyg'un rivojlantirish, uning intellektual va ijodiy salohiyatini rag'batlantirish" vositasi sifatida ham ishlaydi.

Xulosa

Xullas, zamonaviy ijtimoiy-madaniy vaziyatda umumiy madaniy rivojlanishning o'sishi madaniy qadriyatlarni kasbiy faoliyat sub'yekti tomonidan o'zlashtirilishini anglatadi va shaxsiy omilga aylanadi. Professional aloqada zaruriy komponent bu umumiy gumanitar ta'limdir. F.M.Dostoyevskiy gumanitar rivojlanish insonning har qanday kasbni muvaffaqiyatli egallashini osonlashtiradi, deb hisoblagan. Gumanitar madaniyat tufayli har qanday kasb egasi zamonaviy axborot oqimlarida harakatlana oladi.

Zamonaviy mutaxassisning madaniyatini shakllantirish aloqa va tashkiliy resurslarni, kasbiy fikrlashni, o'z-o'zini tarbiyalashga bo'lgan ehtiyojni rivojlantirishni o'z ichiga oladi va shaxsiy kasbiy va hayotiy maqsadlarga erishishga yordam beradi. Madaniyat bu holda nafaqat kasbiy-yangilash vazifasini, balki shaxsni rivojlantiruvchi va o'zgartiruvchi funksiyani ham



bajaradi. Xuddi shu funksiyalar imijga xos bo'lib, bu holda kasbiy madaniyatning ajralmas qismiga aylanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Малсев В.А. Основы политологии. – Москва: ИТРК, 2002.
2. Гидденс Э. Сотсиология. – Тошкент: “Шарқ”, 2002.
3. Антхоний Гидденс. Тхе Прогрессиве Манифесто. Нев Идеас фор тхе Сентре-Лефт. Самбридге: Политй Пресс. 2003.
4. Егорова-Гатман Е. Политическое консультирование. – М.: Николо-М, 2002.
5. Олшанский Д.В., Пенков В.Ф. Политический консалтинг. – М.: СПб, 2005.
6. Перелигина Е.Б. Психология имиджа. – М.: Аспект Пресс, 2007. – С.223.
7. Гавра Д.П. Феномен имиджа: сущност и основниые характеристики. – СПб: Санкт – Петербургский государственный университет, 2010.
8. Шепел В.М. Профессия имиджмейкер. – Ростов на Дону: Феникс, 2008.
9. Почепсов Г.Г. Имиджеология. – М.: Ваклер, 2000.
10. Имиджелогия. – Москва: Релф-бук, 2008. 776 с.
11. Брусе Б. ИмаГЭС оф power. Хов тхе ИмаГЭС макерс. Шапе Оур лидерс. – Л.: Ран боокс, 1992.

EKOLOGIK XAVFSIZLIK SOHASIDAGI XALQARO HAMKORLIKNING INSTITUTIONAL MECHANISMLARI

Milliy gvardiya Farg'ona viloyati bo'yicha boshqarmasi

Katta ofitseri katta leytenant Hayitov Jo'rabek,

Email: j.hayitov@mail.ru; Tel: +99894-321-99-96

Annotatsiya: Maqolada jahonning global muammolari qatorida e'tirof etilayotgan ekologik xavfsizlikni ta'minlashning xalqaro institutsional mexanizmlari o'rganilib, milliy tajribada qo'llashga doir tavsiyalar ilgari suriladi.

Kalit so'zlar: globallashuv, jahonning global muammolari, ekologik barqarorlik, ekologik xavfsizlik, xalqaro hamkorlik mexanizmlari.

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ МЕХАНИЗМЫ МЕЖДУНАРОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА В ОБЛАСТИ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Старший офицер Ферганского областного управления Национальной гвардии, старший лейтенант Хаитов Жорабек,

E-mail: j.hayitov@mail.ru; Tel: +99894-321-99-96

Аннотация: В статье рассматриваются международные институциональные механизмы обеспечения экологической безопасности, признанные мировыми глобальными проблемами, и выдвигаются рекомендации по их применению в отечественном опыте.

Ключевые слова: глобализация, глобальные проблемы мира, экологическая стабильность, экологическая безопасность, механизмы международного сотрудничества.



4	Tibbiyot oliy ta'lim muassasalarida axborot texnologiyalarini o'qitishdagi muammolar va yechimlar Baymuratova I.V.....	148
5	Mutolaa madaniyatini shakllantirishda kutubxona va yangi axborot texnologiyalarining o'rni Abdulazizov A.H.....	152
6	Uzbekistanda rahbar ayollar imijini oshirishning ob'yektiv va sub'yektiv shart-sharoitlari G'afurova M.A., G'affarova G.G.....	159
7	Ekologik xavfsizlik sohasidagi xalqaro hamkorlikning institutsional mexanizmlari Hayitov J.....	165
8	Патриотизм и верность воинскому долгу – как основное качество военнослужащего Абдулхаев А.А.....	171
9	Markaziy Osiyo davlatlari hamjihatligi va birligining ijtimoiy-falsafiy jihatlari Haydaraliev Sh.....	175
10	Global inqiroz sharotida ekologik xavfsizlikni ta'minlashning o'ziga xos xususiyatlari Alikulov X.A.....	179
11	Нравственный идеал и патриотическое воспитание студентов в современном обществе Хатамова Р.З.....	185
12	Jamiyatda g'oyaviy birdamlikni ta'minlash zaruriyati Sayidov M.X.....	189
13	Ekologik dunyoqarashni rivojlantirishda milliy va umuminsoniy manfaatlar birligi Quyliyev T.....	194
14	Понятие и особенности “Глубоких фейков” Ибрахимов Б. Б.....	201
15	Jamiyatni demokratlashuv jarayonlarida ijtimoiy innovatsiyalarning roli G'apparov E.O.....	206
16	Barkamol inson vatanparvarlikning bosh substansional komponenti-sub'yekti sifatida Kalkonov E.T.....	212
17	Globalashuv jarayonida shaxs erkinligi tamoyillari Qandov B.M.....	219

10.00.00

FILOLOGIYA FANLARI
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ
PHILOLOGICAL SCIENCES

1	O'zbek tilida sinonimiya munosabatini vujudga keltiruvchi omillar Xakimova M.K.....	227
2	Zamonaviy o'zbek tilini tillararo integratsiyasi Yuldashev M.M.....	236

903