

**ЖАМИЯТ МОДЕРНИЗАЦИЯЛАШУВИ ЖАРАЁНИДА
МАМЛАКАТ ЁШЛАРИНИНГ АХБОРОТ АЛМАШИНУВИ
МАДАНИЯТИ
ҲОЛАТИ ВА ТАҲЛИЛИ**

Рахимова Ш.А., (ТАТУ ассистенти)

Ушбу мақолада мамлакатимиз ёшларини ахборотлашган жамиятда ахборот алмашинуви маданиятининг шаклланганлик даражаси ўрганилган бўлиб, олий таълим муассасаларида таҳсил олувчи талаба ёшлар ўртасида ўтказилган социологик тадқиқот таҳлили берилган.

Калим сўзлар: ахборотлашган жамият, ахборот маданияти, социологик тадқиқот, олий таълим муассасалари.

**SOCIOLOGICAL ANALYSIS AND CONDITION OF THE
INFORMATION EXCHANGING PROCESS AMONG THE YOUTH
DURING MODERNIZATION OF THE SOCIETY.**

Raximova Sh., (assistant teacher at TUIT)

This article evaluates the level of information exchange condition among our country's youth in the information society, these sociological research results are conducted amongst students in the higher education system.

Keywords: information society, information culture, sociological research, higher education institution.

Замон шиддат билан ривожланиб бормоқда. Бугун фанда яратилган бирор-бир янгилик эртасига бутун дунёга тарқалиб улгурмай, ўша ихтиронинг янада такомиллашган варианты пайдо бўлмоқда. Буни шубҳасиз, ахборот алмашинувидаги замонавий коммуникация технологиялари иштироки билан боғлашимиз мумкин. Сабаби, глобал тармоқ ёрдамида бир жойдан иккинчи жойга маълумот жўнатиш учун сонияларнинг ўзи кифоя қилмоқда.

Замонавий ёшларнинг социал муҳит шарт шароитларига ижтимоийлашувидаги хусусиятлар трансформациялашган жамият ва унинг оқибатида вужудга келган субъектив вазиятларга боғлиқ бўлиб қолади. Бу жараёнда ёшларнинг ўз олдиларига қўйган вазифалари, ахборотлашган жамиятда ахборот алмашинуви маданиятини шакллантириш масалалари, шарт шароитга мослашув ва истиқболдаги эришилиши кўзланган мақсадлар социологик нуқтаи назардан илмий таҳлил ва башорат қилиниши лозим.

Жаҳон гиосиёсатининг бугунги таҳлили шундан далолат берадики, тифиз ахборотлашган жамият шароитида кучли рақобат юзага келмоқда. Аҳоли, айниқса ёшларнинг қалби ва онгини эгаллашга қаратилган хавф-хатарлар кучайиб бормоқда. Шунинг учун ҳам ахборот асрида ёшлар дунёқарашини соғлом асосда шакллантириш ва мустаҳкамлаш

масалаларини илмий асосда ўрганиб, зарур хулосалар, керакли услубий-амалий тавсиялар ишлаб чиқиш муҳим аҳамият касб этмоқда.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёев БМТ Бош Ассамблеясининг 72-сессиясида сўзлаган нутқида, “Бугунги дунё ёшлари – сон жиҳатидан бутун инсоният тарихидаги энг йирик авлоддир, чунки улар 2 миллиард кишини ташкил этмоқда. Сайёрамизнинг эртанги куни, фаровонлиги фарзандларимиз қандай инсон бўлиб камолга етиши билан боғлиқ. Бизнинг асосий вазифамиз – ёшларнинг ўз салоҳиятини намоён қилиши учун зарур шароитлар яратиш, зўравонлик ғояси “вируси” тарқалишининг олдини олишдир” [1] – деб таъкидлайди.

Жамиятда катта авлод маданиятидан алоҳида ҳолда юксалувчи ёшларнинг алоҳида маданияти мавжуд эмас, бироқ маданиятни етказиш, уни ўзлаштириш муаммоси мавжуд. Ёшларнинг ижтимоийлашувини амалга оширишда таълим тизими катта роль ўйнайди. Франциялик тадқиқотчилар М.Доган ва Д. Пеласси ҳам бу фикрни таъкидлайдилар.[2] Уларнинг фикрича, ўқув юртлари кўп жихатдан давлатларнинг сиёсий, иқтисодий ва ҳатто ахлоқий имкониятларини белгилаб беради.

Олий маълумотли ёшлар Ўзбекистондаги ижтимоий иқтисодий ислохотларнинг асосий стратегик захираси ҳисобланади, уларсиз жамиятни юксалтириш имконияти йўқ. Айнан шу сабабли мамлакатни модернизация қилиш йўлида мураккаб, кенг миқёсли вазифаларни ҳал этишга қодир бўлган миллий ва умуминсоний қадриятлар руҳида тарбияланган янги авлод кадрларини тайёрлаш, замонавий демократик жамият қуриш устивор вазифаларидан бири сифатида илгари сурилади.

Америкалик социолог олим Н.Смелзер фикрича, модернизация ижтимоий-иқтисодий, маданий ва сиёсий ўзгаришларни ўз ичига оладиган мураккаб ҳолат бўлиб, жамиятдаги саноатлаштириш жараёнлари ҳамда фан-техника ютуқларининг самарали ўзлаштирилиши натижасида содир бўлади.[3]

Колумбия университети тарих профессори Паул Монрое, 1919-йилда

Париж Тинчлик конференциясида америкалик мутахассислар гуруҳи иштирокчиси, модернизациянинг муҳим йўналишларидан бири - бу изчил равишда ислохотлар олиб бориладиган таълим тизимидир. Негаки айнан таълим тизимининг барқарор ривожланиши жамиятни барпо этиш ва ижтимоий-иқтисодий тараққиётга эришишда муҳим аҳамият касб этади. Унинг бу танлаган йўли 1920 йилларда Американинг ривожланаётган мамлакатлар билан ҳамкорлигини шакллантирди ва 1920-1930 йилларда модернизациялашга бўлган саъй-ҳаракатларни рағбатлантирди.[4]

Ёшларнинг долзарб муаммоларини тўлиқ ҳал қилиш ёшлар манфаатларини ўрганиш бир марта бўладиган ҳаракат эмас, доимий жараён бўлиши керак. Ёшларнинг фикрини босқичма босқич мониторингини олиб бориш зарур.

Ахборотнинг катта оқими шароитида инсон ўзини эркин ҳис эта олиши учун ахборот маданиятига эга бўлиши керак. Бу ўринда ахборот

маданияти дейилганда таълим, илмий билиш ва фаолиятнинг бошқа турлари давомида юзага келадигак ахборотга бўлган эҳтиёжларни кондирришга қаратилган билимлар, ўқув ва кўникмаларнинг тизимлаштирилган йиғиндиси тушунилади.

Шуни айтиб ўтиш керакки, охириги вақтларда ахборотни етук қилишнинг ўзига хос хусусияти сифатида ёшларни ахборотдан самарали фойдаланиш асосида муайян муаммоларни ҳал қилишнинг ажралмас қобилияти тобора ортиб бормоқда. “Ахборот маданияти” га берилган таърифлар таҳлили шуни кўрсатадики, турли муаллифларнинг концепцияси моҳияти турличадир.

В. А. Бородинанинг айтишича, ахборот маданиятини "инсон ҳаётий эҳтиёжларини кондирриш учун ахборот ресурсларини ривожлантиришнинг турли хил ва мураккаб вазифаларини ечим топадиган интеллектуал-маданий восита"[5] деб ҳисоблаш мумкин.

Н.И. Гендина концепциянинг моҳиятини ахборот дунёсининг дунёқараш ва анъанавий ва янги ахборот технологияларидан фойдаланган ҳолда индивидуал ахборот эҳтиёжларини оптимал равишда кондирриш учун мақсадли мустақил фаолиятни таъминлайдиган билим ва кўникмалар тизими [6] сифатида тавсифлайди.

М.Г. Вохришева фикрича, ахборот маданияти –бу жамиятдаги ахборотнинг ишлаши ва шахснинг ахборот сифатини шакллантириш билан боғлиқ маданият соҳасидир[7] .

Шундай қилиб, "ахборот маданияти" тушунчасининг моҳияти турли хил тоифалар – шахсий хусусиятлар, хатти-ҳаракатлар қоидалари, ахборотни бошқариш усуллари, ахборот фаолияти тажрибаси ва ахборот дунёси нуқтаи назаридан аниқланади.

Жамиятимиз ёшларини ахборот алмашинуви маданиятини шаклланганлик даражасини ўрганиш мақсадида Республикамиздаги олий таълим муассасаларида социологик тадқиқот ўтказилди.

Тадқиқот 3 та институт Ўзбекистон Давлат санъат ва маданият институти, Тошкент педиатрия тиббиёт институти, Тошкент Ирригация ва қишлоқ хўжалигини механизациялаш муҳандислари институтида, 4 та университет Мухаммад ал Хоразмий номидаги Тошкент ахборот технологиялари университети, Низомий номидаги Тошкент давлат педагогика университети, Тошкент Давлат аграр университети, Ўзбекистон Давлат жаҳон тиллари университети ва Мухаммад ал-Хоразмий номидаги Тошкент ахборот технологиялари университетининг 5 та филиали Самарқанд, Фарғона, Урганч, Нукус ва Қарши филиалларида 18 ёшдан 33 ёшгача бўлган талаба ёшлар иштрокида ўтказилди.

Тошкент шаҳридаги социологик тадқиқотда иштирок этган олий таълим муассасаларининг талабалари бўйича рақамли статистика

№	ОТМ номи	Жами талабалар сони	эркак	аёл	шу жумладан				Талабаларнинг ўртача ёш кўрсаткичи
					I курс	II курс	III курс	IV курс	
1	Тошкент педиатрия тиббиёт институти	99	56	43	99	0	0	0	18-27 ёшгача
2	Ўзбекистон Давлат санъат ва маданият институти	97	64	33	69	12	16	0	18-31 ёшгача
3	Тошкент Ирригация ва қишлоқ хўжалигини механизациялаш муҳандислари институтида	118	92	26	5	69	43	1	18-32 ёшгача
4	Мухаммад ал Хоразмий номидаги Тошкент ахборот технологиялари университети	100	52	48	16	18	21	45	18-27 ёшгача
5	Низомий номидаги Тошкент давлат педагогика университети	102	12	90	61	0	27	14	18-33 ёшгача
6	Тошкент Давлат аграр университети	100	78	22	40	19	33	8	19-28 ёшгача
7	Ўзбекистон Давлат жаҳон тиллари университети	99	25	74	44	45	8	2	18-23 ёшгача
Жами:		715	379	336	334	163	148	70	

Вилоятлар кесимида социологик тадқиқотда иштирок этган олий таълим муассасаларининг талабалари бўйича рақамли статистика

№	ОТМ номи	Жами талабалар сони	эркак	аёл	шу жумладан				Талабаларнинг ўртача ёш кўрсаткичи
					I курс	II курс	III курс	IV курс	
1	ТАТУ Фарғона филиали	100	85	15	47	34	19	0	18-27 ёшгача
2	ТАТУ Урганч филиали	100	69	31	50	14	28	8	19-28 ёшгача
3	ТАТУ Нукус филиали	100	68	32	51	49	0	0	18-27 ёшгача
4	ТАТУ Самарқанд филиали	100	91	9	0	4	56	40	18-27 ёшгача
5	ТАТУ Қарши филиали	100	71	29	28	23	24	25	19-30 ёшгача
Жами:		500	384	116	176	124	127	73	

Тошкент шаҳри ва вилоятларда таълим олаётган Олий ўқув юртларидаги талабаларнинг умумий сонидан (39942 та талаба, 2018 йил январь ойигача бўлган маълумот) келиб чиқиб тадқиқот учун мўлжалланган 1400 та анкета сўровномаси саралаб олиш усули орқали тақсимланди. Шундан 1215 та анкета яроқли деб топилди.

Тадқиқот анкетасидаги айрим саволларга респондентлар томонидан берилган жавобларни таҳлил қиладиган бўлсак, респондентларга дастлаб, улар учун ахборот тушунчаси нимани аниқлашни билиш мақсадида мурожаат этдик (1-расм). Улардан олинган жавобларни умумлаштирганимизда “бирор нарса тўғрисида маълумот” жавобида энг кўп (42,9%) респондентлар тўхталишганини кўришимиз мумкин. 26,8 % респондентлар учун ахборот тушунчаси “ОАВ бериладиган маълумотлар”ни аниқлаш, 17% учун “аҳамиятли бўлган ҳар қандай маълумотлар” ни ахборот сифатида қабул қилишлари ойдинлашди. “Воқеа-ҳодисаларнинг тизимли тафсилоти” ва “инсонни фаолиятида зарур бўладиган маълумотлар” жавоб вариантлари деярли бир хил миқдордаги 14,3 % респондентлар белгиланган. 5,7% сўровнома иштирокчилари “жавоб беришим қийин” жавоб варианты билан кифояланишган.

Юқоридаги жавоблардан хулоса қиладиган бўлсак, сўровнома қатнашчилари ахборотни аниқлаш даражаси деярли 70% позитив кўринишда эканлигини гувоҳ бўлишимиз мумкин. Шу ўринда бу омил кишиларнинг ахборотни тўла аниқлаб олиб кейин қабул қилишига таъсир этади. Ахборот кишининг психо-эмоционал ҳолатига жиддий таъсир этиши ҳечкимга сир эмас шунинг учун ахборотни тарқатиш ва ундан

фойдаланишда ўзига ҳос меъёр қоидалар жамият модернизациялашуви баробарида доимо такомиллашиб бормоғи лозим ҳисоблади. Шунингдек, ахборотдан гуруҳий тарзда фойдаланиш маданиятини янада янги шакллари пайдо бўлмоқда бундай шароитда гуруҳдаги ички муҳит ва ундаги таъсир кучлар фаолияти таъсири бошқа гуруҳ аъзоларига ахборотни сингдирилиш воситаси сифатида ҳам қўлланиши мумкин.



1-расм

Сўровнома иштирокчиларига яна бир масалага ойдинлик киритиш мақсадида, ўзлари учун асосий бўлган ахборот манбаисини кўрсатишни сўрадик (2-расм). Олинган жавоблардан шу нарса аниқ бўлдики, респондентларнинг деярли 53% интернет тармоғини ўзларнинг асосий ахборот манбаси эканлиги кўрсатиб ўтишган. 35,7% иштирокчилар телевиденияни ахборот манбаси сифатида кўрсатишган бўлса, босма ахборот манбалари (китоб, газета, журналлар) 7,1%, радио 4,3 % респондентларнинг эътирофига сазовор бўлган.

Бу ҳолат асосан сўровномамиз 18-30 ёш оралиғидаги талаба ёшлар орасида ўтказганимиз учун худди шу кўрсаткичларда бўлган. Интернет тармоғи орқали маълумотлар ва ахборотлар олиш ёшлар орасида кенг фойдаланилаётганлигини ҳам алоҳида таъкидлаб ўтиш лозим. Шунингдек, яна бир қизиқ жиҳат, атиги 2,9 % респондентлар ён атрафидаги одамлар улар учун асосий ахборот манбаи эканлигини билдиришган. Бу эса табора кишилар ўзлари мустақил равишда бирор бир маълумот ёки ахборот олишга интилаётганлигидан далолат беради.

2. Сиз учун асосий бўлган ахборот манбаини кўрсатинг



Яна бир қизиқарли савол тариқасида респондентларга “Сиз олган ахборотингизни дўстларингиз, яқинларингиз ёки бўлмасам ён атрофдаги одамлар билан ўртоқлашасизми?” қабилдаги савол билан мурожаат этдик (3-расм). Ушбу саволга респондентларнинг 44% қатъий равишда “йўқ” деб жавоб беришган. 30% иштирокчилар “ха” деб жавоб беришган бўлса, 22 % и баъзан у қандай ахборотлигига қараб бошқалар билан ўртоқлашини билдиришган. Ушбу саволга жавоб беришга 4 % респондентлар қийналишларини билдириб ўтишган.

Юқоридаги жавоблардан хулоса қиладиган бўлсак, респондентларнинг ярми ўзаро ахборот алмашинив муҳитида яшаётганлигини тўла ҳим этишларини ва бу жараён кўпинча уларнинг психоэмоционал хусусиятлари билан боғлиқ эканлигини кўришимиз мумкин.

Ўз навабатида ахборот алмашинуви жараёнини ташкил этишда, ҳозирги кунда интернет тармоғига етадигани йўқ. Ундан фойдаланувчилар унинг ҳар тамонлама қулайлигини ҳис этишмоқда. Шу ўринда интернет тармоғи хизматидан фойдаланишда қандай қурилма воситалар кўпроқ қўлланилаётганлигини аниқлаш ҳам катта аҳамият касб этади. Шу сабабдан биз ҳам, шу масалага ойдинлик киритиш мақсадида респондентларнинг интернет тармоғи хизматидан қайси қурилмадан фойдаланишинига аниқлик кириш мақсадида сўровномамизга шу зайлда савол киритдик. Берилган жавоблар таҳлил қилинганда, респондентларнинг деярли 60 % га яқини интернет тармоғига мобил қурилмалар орқали киришларини таъкидлашган. 21% респондентлар шахсий компьютер орқали хизматдан фойдаланса, 16% иштирокчилар турли интернет клублари хизматидан фойдаланишларини билдиришган. Шунини алоҳида таъкидлаб ўтиш лозимки, 4% респондентлар интернет тармоғи хизматидан фойдаланмасликларини билдиришган.

Хулоса ўрнида жамият модернизациялашуви жараёнида мамлакат ёшлар ўртасидаги ахборот аламашинуви маданиятини шакллантиришнинг энг мақбул, самарали йўллари ва воситаларини социологик тадқиқ қилиш, муҳим хулоса ва таклифларни ишлаб чиқиб уларни риал ҳаётимизга тадбиқ этишда муҳим ўрин эгаллар экан, Ўзбекистон ёшлари орасида ахборот алмашиш маданиятининг реал ҳолатини илмий ўрганиш социологик усуллар асосида мамлакатимиз ёшларини ахлоқан ва маънан соғлом қилиб тарбиялаш тизимини такомиллаштириш бўйича таклифларни ишлаб чиқиш ҳаётий зарурат эканлигидан далолат беради.

Фойдаланган адабиётлар:

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг 2017 йил 19 сентябрь куни БМТ Бош Ассамблеясининг 72-сессиясида сўзлаган нутқи // Халқ сўзи газетаси, 20 сентябрь, 2017 йил.
2. Доган М., Пеласси Д. Сравнительная политическая социология.- Москва,1994.-С.117
3. N.SMELSER.SOCIOLOGY.New-Jersey.Prentice Hall. 1988
4. David M. Ment, "Education, nation -building and
World War I: American ideas for the Peace Conference," *Paedagogica Historica*, Feb 2005, Vol. 41 Issue 1/2, pp 159-177
5. Бородина В.А. Библиотечное обслуживание: учебно-методическое пособие. Москва.: Либерия, 2004. С.21.
6. Гендина Н.И. и др. Формирование информационной культуры личности в библиотеках и образовательных учреждениях. 2-е изд., перераб. Москва, 2003. С.32.
7. Вохрышева М.Г. Информационная культура в системе культурологического образования специалиста // Проблемы информационной культуры: сб.статей. Москва: 1994. С.117-124.



АНТИПЛАГИАТ
ТВОРИТЕ СОБСТВЕННЫМ УМОМ

КТО МЫ?

Компания Антиплагиат - разработчик системы «Антиплагиат», первого российского решения по обнаружению текстовых заимствований, ориентированного на учебные заведения и научные организации. Алгоритмы поиска для системы «Антиплагиат» были специально разработаны российскими учеными. Наши уникальные технические возможности позволяют нам обеспечивать для наших клиентов быстрый и эффективный поиск заимствованных фрагментов, а также гарантировать корректную обработку текстов.

НАША МИССИЯ: повышение качества образования и результативности научной деятельности за счет стимулирования самостоятельности, исследовательского и творческого подхода авторов к написанию учебных и научных работ.

НАША ЦЕЛЬ: создание и продвижение эффективных инструментов обнаружения некорректного повторного использования текстовых материалов.

НАШИ РЕШЕНИЯ

Мы предлагаем нашим клиентам удобный, простой и полезный сервис, который обеспечивает быстрый и качественный поиск заимствований в документах пользователей. Сегодня мы являемся лидером российского рынка среди систем поиска заимствований в России и странах СНГ.

НАШИ КЛИЕНТЫ: 600 организаций России и ближнего зарубежья: ВУЗы, НИИ, издательства, государственные и коммерческие организации.

НАШИ ПРИНЦИПЫ

- нацеленность на долгосрочное сотрудничество
- обеспечение высокого качества обслуживания
- удовлетворение потребностей клиентов
- гарантированное выполнение обязательств

НАША СТРАТЕГИЯ

1. Повышение удовлетворенности наших клиентов и укрепление лидирующих позиций в занимаемых сегментах рынка
2. Расширение присутствия компании в сегментах, смежных с образовательным, научным и издательским секторами
3. Расширение диапазона функциональных возможностей продуктов и услуг, поставляемых под маркой «Антиплагиат»
4. Расширение географии присутствия компании

НАШ ДЕВИЗ: Творите собственным умом!

Партнер в Республике Узбекистан
ООО "E-LINE PRESS"

Контакты:

тел.: +99871 147-08-08

www: eline.uz

e-mail: info@eline.uz





БИЗ КИММИЗ?

Антиплагиат компанияси - таълим муассасалари ва илмий ташкилотлар учун мўлжалланган «Антиплагиат» тизимини яратди. Бу дастур матндаги ўзлаштиришларни аниқлаш бўйича ечим бўлиб, у илк бор Россияда ишлаб чиқилган. Бизнинг ноёб имкониятларимиз мижозларимизга матндаги ўзлаштирилган қисмларни тезкор ва самарали қидириш имкониятини таъминлайди, шунингдек, матнни тўғри қайта ишлаб чиқишни кафолатлайди.

БИЗНИНГ ВАКОЛАТИМИЗ: муаллифларни ўқув ва илмий ишларни ёзишда мустақил, илмий ва ижодий ёндашувини рағбатлантириш орқали уларнинг илмий фаолиятларини самарадорлиги ва таълим сифатини ошириш.

БИЗНИНГ МАҚСАДИМИЗ: матнли материаллардан нотўғри ва ўзлаштирилган ҳолда фойдаланишни аниқлашнинг самарали воситаларини яратиш ва тарғиб қилиш.

БИЗНИНГ ЕЧИМЛАР:

Биз ўз мижозларимизга ҳужжатлардаги ўзлаштиришларни тезкор ва сифатли қидиришни таъминлайдиган қулай, оддий ва фойдали хизматларни тақдим этамиз. Бугун биз матндаги ўзлаштиришларни аниқлаш бўйича қидирув тизимлари орасида Россия ва МДҲ мамлакатларида етакчи компания бўлиб ҳисобланамиз.

БИЗНИНГ МИЖОЗЛАР: 600та Россия ва хорижий ташкилотлар: ОТМ, ИТИ ва илмий марказлар, нашриётлар, давлат ва тижорат ташкилотлари.

БИЗНИНГ ТАМОЙИЛЛАР:

- узоқ муддатли ҳамкорликни ривожлантириш
- юқори сифатли хизмат кўрсатишни таъминлаш
- мижозлар эҳтиёжини қондириш
- мажбуриятларнинг кафолатланганлиги

БИЗНИНГ СТРАТЕГИЯ

1. Юқори сифатли хизматлар кўрсатиш орқали мижозлар эҳтиёжини қондириш ва бозор сегментида етакчиликни мустаҳкамлаш.
2. Илмий-таълим ва ноширлик секторлари билан боғланган сегментларда компаниянинг мавжудлигини кенгайтириш.
3. «Антиплагиат» бренди остида етказиб бериладиган маҳсулот ва хизматларнинг функционал имкониятларини кенгайтириш.
4. Компаниянинг мавжудлиги географиясини кенгайтириш.

БИЗНИНГ ШИОР: Ўз фикрингиз билан ижод қилинг!

Ўзбекистон Республикасидаги ҳамкоримиз
"E-LINE PRESS" МЧЖ
тел.: +99871 147-08-08
www: eline.uz;
e-mail: info@eline.uz