

**Муяссар Мирзакаримова,**

Тошкент тўқимачилик ва енгил саноат  
институти «Корпоратив бошқарув» кафедраси  
доценти, иқтисод фанлари доктори;

**Алимжон Қулматов,**

Мирзо Улуғбек номидаги Ўзбекистон  
Миллий университети «Макроиқтисодиёт»  
кафедраси доценти, иқтисод фанлари номзоди

# «АХБОРОТЛАШГАН ИҚТИСОДИЁТ» ТУШУНЧАСИНИНГ НАЗАРИЙ-УСЛУБИЙ АСОСЛАРИ

УДК: 330; 334

---

## **МИРЗАКАРИМОВА М., ҚУЛМАТОВ А. «АХБОРОТЛАШГАН ИҚТИСОДИЁТ» ТУШУНЧАСИНИНГ НАЗАРИЙ-УСЛУБИЙ АСОСЛАРИ**

Мақолада ахборотлашган иқтисодиёт тушунчасининг мазмуни ва хусусиятлари тавсифланган. Мазкур иқтисодий тизимга турли нуқтаи назарлардан ёндашув мезонларининг ижобий ва салбий жиҳатлари тавсифланган.

Таянч иборалар: ахборотлашган иқтисодиёт, иқтисодий мактаб, иқтисодий йўналиш, иқтисодий доминанта, ахборотлашган иқтисодиёт мезони.

---

## **МИРЗАКАРИМОВА М., КУЛМАТОВ А. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПОНЯТИЯ «ИНФОРМАТИЗИРОВАННАЯ ЭКОНОМИКА»**

В статье излагается понятие и свойства информационного общества. Рассматриваются различные теоретические и методологические подходы к достоинствам и недостаткам этой экономической системы.

Ключевые слова: информатизированная экономика, экономическая школа, экономическое направление, экономическая доминанта, критерии информационного общества.

---

## **MIRZAKARIMOVA M., KULMATOV A. THEORETICAL METHODOLOGICAL BASES OF THE NOTION «INFORMATION ECONOMY»**

There is discussed in the article the concept and properties of the information society. Various theoretical and methodological approaches to the advantages and disadvantages of this economic system are considered.

Keywords: information economy, economic school, economic direction, economic dominant, criteria of the information society.

***Дунё мамлакатлари ахборотлашган иқтисодиётга асосланган жамиятга ўтиш жараёнини бошдан кечирмоқда. Табиийки, Ўзбекистон ҳам бу жараёнлардан четда қола олмайди.***

Иқтисодий ислохотларни жадаллаштириш босқичида макроиқтисодий барқарорлик, иқтисодиётни модернизация ва диверсификация қилиш, меҳнат унумдорлигини ошириш орқали юқори иқтисодий ўсиш суръатларини таъминлашга қаратилган кенг қамровли иқтисодий ислохотлар амалга оширилмоқда. Шу боис, Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёев «Рақамли иқтисодиёт ялпи ички маҳсулотни камида 30 фоизга ўстириш, коррупцияни кескин камайтириш имконини беради»<sup>1</sup>, деб таъкидлаб ўтган.

Иқтисодиёт ривожига жиддий туртки берадиган соҳаларни ривожлантириш стратегиясини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш борасида рақамли технологиялар асосида янгилашни назарда тутадиган Рақамли иқтисодиёт миллий концепциясини ишлаб чиқиш вазифаси қўйилмоқда. Шу асосда «Рақамли Ўзбекистон – 2030» дастурини ҳаётга татбиқ этиш кўзда тутилмоқда. Ҳозирги давр талабларидан келиб чиққан ҳолда мазкур тушунчаларнинг илмий-назарий жиҳатдан тавсифини бериш, ахборотлашган иқтисодиётга хос белгилар ва талабларни ишлаб чиқиш зарурияти иқтисодчи-олимлар олдида жиддий вазифаларни қўймоқда.

Иқтисодиёт тушунчаси иккита нуқтаи назардан тавсифланиши мумкин. Биринчидан, иқтисодиёт – ижтимоий ҳаёт соҳаси бўлиб, унда неъматлар, яъни инсоннинг яшаши ва ривожланиши учун зарур бўлган товарлар ва хизматлар яратилади, тақсимланади ва фойдаланилади. Бундай вазиятда иқтисодиёт объектив воқелик бўлиб, қандайдир субъектив баҳоларга боғлиқ бўлмайди. Иқтисодий ҳодиса амалий иқтисодиётнинг таркибий унсури бўлиб, эмпирик (грекча «*empeiria*» сўзидан олинган бўлиб «тажриба» деган маънони англатади) усуллар билан аниқланиши ва тадқиқ этилиши мумкин. Иқтисодий ҳодисалар ўртасидаги ўзаро боғлиқлик объектив қонунларга бўйсунган: жисмоний,

мантиқий, математик ва б. Шу сабабли бир жамиятга ва бир даврга тегишли барча иқтисодий ҳодисалар ўзаро келишилган ва бир-бирига зид бўлиши мумкин эмас.

Иккинчидан, иқтисодиёт – фан, неъматларни яратиш, тақсимлаш ва фойдаланиш жараёнларини ўрганади. Бундай вазиятда иқтисодиёт онг маҳсули бўлиб, инсоннинг бетакрор шахсий сифатларига боғлиқ бўлади, шу сабабли ҳам субъектив тавсифга эга бўлади. У назарий иқтисодиёт бўлиб, амалий иқтисодиёт унинг тадқиқот объекти ҳисобланади.

Иқтисодиёт назариясида айни вақтда бир-бирига зид келадиган назариялар ҳам мавжуд. Иқтисодчилар орасида кўп сонли тарафдорларига эга бўлган ва шу билан биргаликда, ўзаро келишилган назариялар тизимини яратиш учун асос бўлиб хизмат қиладиган назарий оқим иқтисодий мактабни шакллантиради. Бир-бирига қарама-қарши турадиган иқтисодий йўналишларга классиклар ва социалистлар, неоклассиклар ва институционалистлар, кейнсчилар ва монетаризмни киритиш мумкин. Умумий базавий қоидаларга эга бўлган иқтисодий мактаблар иқтисодий фанда йўналиш ҳосил қилади. Иккита асосий йўналишни ажратиш мумкин: либерал ва ижтимоий-институционал. Либерал йўналишга физиократлар, классик сиёсий иқтисод, мальтусчилар, маржинализм, неокласик мактаб, монетаризм, иқтисодий империализм ва бошқалар киради. Ижтимоий-институционал йўналишга утопик социализм, марксизм, тарихийлик мактаби, институционализм ва бошқалар киради.

Ҳар бир иқтисодий мактаб тарафдорларининг фикрича муҳим ҳисобланган айрим ҳодисалар мазкур мактабнинг эмпирик асоси бўлиб хизмат қилади. Бу ҳодиса иқтисодий доминанта дейилади. Агар иқтисодий ҳодиса объектив равишда амалий иқтисодиётда етакчи роль ўйнаса, иқтисодий мактаб одатда назарий иқтисодиётда етакчи ҳолатни эгаллайди, яъни ҳукмрон бўлиб қолади. Агар узоқ тарихий даврда бир-бирини ўзгартирадиган ғоялар бир йўналишга кирса, у ҳукмрон йўналишга айланади. Иқтисодиёт

<sup>1</sup> Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга мурожаатномаси. 2018 йил 28 декабрь.

фанида уч аср давомида либерал йўналиш ҳукмронлик қилди, шу сабабли уни мейнстрим сифатида (инглизча «mainstream» сўздан олинган бўлиб, асосий йўналиш деган маънони англатади) ҳам таърифлайдилар. Барча либерал мактаблар учун умумий бўлган иқтисодий доминанта моддий неъматлар ишлаб чиқариш ёки индустриал ишлаб чиқаришнинг белгилловчи аҳамиятида ифодаланади. Шу сабабли либерал иқтисодий назариялар тизимини индустриал иқтисодиёт назарияси сифатида ёки шунчаки, индустриалашган иқтисодиёт сифатида ҳам тавсифлаш мумкин. Бошқача айтганда, индустриалашган иқтисодиёт индустриалашган жамиятнинг иқтисодий назариясидир. Индустриалашган иқтисодиётни анъанавий иқтисодиёт деб аташ қабул қилинган.

Ҳар бир иқтисодий мактаб вакиллари орасида муқобил иқтисодий назарияларнинг амал қилиш ҳуқуқини тан олмайдиган ва ўз мактабининг номини бутун иқтисодий фандан устун қўядиган олимлар ҳам учраб туради. Бу тенденция ҳукмрон либерал йўналиш тарафдорлари орасида кучлироқ тарқалди. Дарҳақиқат, А.Маршалл томонидан неоклассик назарияни номлаш учун киритилган иқтисодиёт тушунчаси (инглизча «economics» сўздан олинган бўлиб, иқтисодиёт назарияси деган маънони англатади)<sup>1</sup> ҳозирги пайтда кўп ҳолларда иқтисодиёт назарияси фанининг синоними сифатида қўлланилмоқда. Бундай вазиятда иқтисодиёт тушунчасини индустриалашган иқтисодиётга тенглаштириш тўғри бўлмайди. Иқтисодиётнинг ривожланиш босқичи тарихий давр дейилади, у қандайдир бир доминанта сифатида тавсифланади. Ҳар бир босқичга ўз назариясининг эмпирик базиси сифатида ҳукмрон иқтисодий ҳодисани танлаб олган ҳукмрон назария жавоб беради. Иқтисодий мактабнинг номланиши кўпинча мос келувчи иқтисодий доминантани кўрсатишдан иборат бўлади:

**Меркантилизм.** Бу ном инглизча «merchant» сўздан ҳосил қилинган бўлиб, «харид қилувчи» деган маънони англатади. Иқтисодий доминанта бозорларнинг шаклланиши, савдо соҳасининг кенгайишидир. Бу мактабнинг гуллаб-яшнаган

даври XVII асрдир. **Физиократия** - грекчадан «табиат ҳукмронлиги» деб таржима қилинади. Иқтисодий доминанта қишлоқ хўжалиги меҳнатининг устунлик қилишидир. Гуллаб-яшнаган даври XVIII асрнинг иккинчи ярми бўлиб, ҳар икки йўналишнинг ватани Франция ҳисобланади.

**Классик мактаб** жисмоний меҳнатни қийматнинг ягона манбаи сифатида эътироф этадиган меҳнат-қиймат назарияси асосига қурилган. Иқтисодий доминанта – жисмоний меҳнат ва мануфактура ишлаб чиқаришнинг устуворлик қилиши. Гуллаб-яшнаган даври XVIII аср иккинчи ярми – XIX асрнинг биринчи ярми, ватани Англия ҳисобланади.

**Институционализм.** Мактабнинг номланиши асосида тарихан вужудга келган институт – ижтимоий урф-одат тушунчаси ётади. Иқтисодий доминанта хўжалик ҳаётига маданийлашган омилар таъсирининг кучайишидир. Гуллаб-яшнаган даври XIX аср охири – XX аср бошлари бўлиб, ватани АҚШдир.

XX асрнинг охирида ривожланган мамлакатлар ижтимоий ҳаётида ҳал қилувчи роль ўйнай бошлаган иқтисодий ҳодиса ва жараёнлар яққол намоён бўла бошлади. Бу ҳодиса неъматлар яратишда ижодий меҳнатнинг ҳукмрон аҳамиятидан иборат бўлди. Ижодий деганда, инсоннинг қандайдир олий фаолияти тушунилиб, уни бошқа жонзотлар ёки машиналар амалга ошира олмайди. Ижодий меҳнат маҳсули бўлиб моддий маҳсулот эмас, балки ахборотлашган маҳсулот хизмат қилади. Бу индустриалашган давр учун хос бўлган хусусиятдир. Шундай қилиб, ҳозирги замон ривожланган жамиятида янги иқтисодий доминанта эскисининг ўрнига келади. Бинобарин, жамият бундай чуқур ўзгаришларни бир неча асрлар давомида бошдан кечирмаган эди. Жамиятда ҳукмронлик қилган неъматларнинг мазмун хусусиятлари ўзгаради:

Биринчидан, неъматларнинг жисмоний шакли ўзгаради, у буюмлашмаган бўлиб қолади.

Иккинчидан, неъматларнинг иқтисодий шакли ўзгаради, у нотовар хусусиятга эга бўлади, яъни ахборотлашган маҳсулотларни ишлаб чиқариш, тақсимлаш ва фойдаланиш юзасидан борадиган ижтимоий муносабатлари ҳар доим ҳам товар

<sup>1</sup> Маршалл А. Принципы экономической науки. – М., 1993.

айирбошлаш ва пулдан фойдаланиш билан боғлиқ бўлавермайди.

Шундай қилиб, индустрлашган иқтисодиётнинг ўрнига ахборотлашган иқтисодиёт келади. Ахборотлашган иқтисодиёт даври ўз моҳиятига кўра, мураккаб талқинга эга ва иккита турлича тушунчаларни бирлаштиради. Биринчидан, ахборотлашган иқтисодиёт цивилизация ривожланишининг замонавий босқичи бўлиб, у ижодий меҳнат ва ахборотлашган неъматлар ролининг устуворлиги билан тавсифланади. Иккинчидан, ахборотлашган иқтисодиёт назария бўлиб, биринчи талқиндаги ахборотлашган иқтисодиёт унинг тадқиқот объекти бўлиб хизмат қилади. Бундай вазиятда ахборотлашган иқтисодиёт ахборотлашган жамиятнинг иқтисодий назарияси ёки ахборотлашган иқтисодиёт назарияси ҳисобланади<sup>1</sup>.

Ҳозирги пайтда ахборотлашган иқтисодиёт назарияси ўз ривожланишининг бошланғич босқичида турибди. Чунки цивилизациянинг ахборотлашган босқичга ўтиши атиги бир неча ўн йил олдин бошланди. Ахборотлашган иқтисодиёт даври испан-америка иқтисодчиси Мануел Кастельс туфайли кенг илмий муомалага кирган бўлиб, у 1996-1998 йилларда «Ахборотлашган давр: иқтисодиёт, жамият ва маданият» номли уч томли монографияни чоп эттирган. Ҳозирги вақтгача ахборотлашган иқтисодиётнинг бир бутун назарияси ҳали шаклланмади, у кўплаб иқтисодчилар томонидан ажратилмаган. Ахборотлашган жамиятни аниқлашда улар турли мезонлардан фойдаланадилар: технологик, иқтисодий, меҳнат, макон, истеъмол ва креатив. Уларни батафсил кўриб чиқамиз (1-жадвал).

Ахборотлашган жамиятни аниқлашнинг иқтисодий мезони Герберт Шиллернинг асарларида назарий жиҳатдан асосланди. У ахборот ва коммуникациялар билан боғлиқ қандайдир инновацияларга нисбатан бозорнинг роли ҳал қилувчи бўлиб қолади, деган хулосага келди: ахборот товарга айланиши керак, яъни фақат тижорат асосидагина ундан фойдаланиш мумкин бўлади. Шу нуқтаи назардан ахборот қандайдир бошқа товарларга кўпроқ ўхшашдир. Шиллер-

нинг таъкидлашича, бозор тамойиллари (кўп даражада фойдани максималлаштиришга уриниш) бутун бозор иқтисодиётига асосланган жамиятда қандай бўлса, ахборотлашган иқтисодиётда ҳам шундайлигича амал қилади. Шу тамойилга мувофиқ, ишлаб чиқарилган ахборотларнинг миқдори ва сифати уни фойдали сотиш имконияти бор-йўқлигига боғлиқдир. Бундан бозорнинг босими, айниқса, қандай турдаги ахборотларни ким учун ва қандай шароитларда ишлаб чиқариш кераклигини ҳал қилишда кучли акс этиши келиб чиқади.

Меҳнат мезони ўзининг назарий асосини Дениел Беллнинг асарларида топди. У ижтимоий тузумнинг шундай таснифланишини таклиф қилдики, унинг қайсидир босқичи тўла ва бутунлай меҳнатнинг ҳукмрон тури билан белгиланади. Д.Беллнинг фикрича, меҳнат фаолиятининг энг кўп тарқалган тури у ёки бу жамиятнинг белгиловчи чегараси ҳисобланади<sup>2</sup>.

Юқорида келтирилган мезонлардан фақат креатив мезон ахлоқий ҳисобланиб, у ижтимоий қадриятларни инсоннинг ижодий фаолияти ҳажми сифатида талқин қилади. Шу сабабли мазкур мезон замонавий ахборотлашган иқтисодиёт назарияси негиз қоидалари қаторига киритилган бўлиб, ахборотлашган иқтисодиёт креатив назарияси ёки шунчаки креатив назария сифатида чиқади. Қуйида ахборотлашган иқтисодиёт назарияси деганда айнан шу назария кўзда тутилади.

Индустрлашган иқтисодиёт асосий қоидаларининг қисқача таққослама таҳлилини келтирамиз, бунини ахборотлашган иқтисодиёт билан алмаштиришга тўғри келади:

*1. Маҳсулот.* Индустрлашган жамиятда моддий объект, ахборотлашган жамиятда эса моддий кўринишга эга бўлмаган ахборотлашган объект етакчи маҳсулот тури ҳисобланади. Ахборотлашган жамиятнинг вужудга келиш даврида иқтисодиётда аралаш моддий-ахборот маҳсулотлари муҳим роль ўйнайди: ахборот ташувчилар, видео-кассеталар ва б. Индустрлашган жамиятда моддий ишлаб чиқариш, ахборотлашган жамиятда эса ахборот ишлаб чиқариш устунлик қилади.

<sup>1</sup> Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. / Пер. с англ. Под науч. ред. О.И.Шкаратана. - М.: ГУ ВШЭ, 2000.

<sup>2</sup> Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество (The Coming of Post-Industrial Society). 1973.

1-жадвал. Ахборотлашган жамият мезонлари<sup>1</sup>

№	Мезонлар	Ижобий томонлари	Салбий томонлари
1.	Технологик мезон	Янги технологиялар ахборотлашган жамият вужудга келишининг белгиси сифатида қабул қилинади. Кабель ва сунъий йўлдош телевидениеси, компьютер тармоғи, персонал компьютерлар, янги идора технологиялари ва ҳ.к. Технологик янгилıklar ҳажми ижтимоий қайта тузилишга олиб келиши зарур, чунки унинг жамиятга таъсири жуда катта. Японияда 1975 йилдан ахборот ва телекоммуникация вазирлиги телефон сўзлашишлари ҳажми ва ахборотларни етказиш воситаларини ўлчаш учун ҳисоблаш мураккаб техникасидан фойдаланилади.	- жамиятда ахборот-коммуникацион технологиялар ҳажмини ўлчашнинг ақлли бирлиги мавжуд эмас; - технологик шкаладаги жамият ахборотлашган ҳисобланадиган нуқтани аниқлаш муаммосининг бир хил бўлмаган ечимига эга; - технологиялар ижтимоий соҳадан ажратилмайди, улар ижтимоий соҳанинг бир қисми ҳисобланади. Масалан, у ёки бу тадқиқотлар ва илмий ишланмалар юзасидан қабул қилинадиган қарорлар ижтимоий устунлиқларни ифодалайди ҳамда ушбу баҳоловчи ғоялар асосида у ёки бу технологиялар ривожланади. Технологик детерминизм технологияга асоссиз равишда устунлик ролини беради. Аммо технология ижтимоий ҳодисадан олдин тураркан, ижтимоий тараққиётнинг асосий ижтимоий омили бўлиб хизмат қила олмайди.
2.	Иқтисодий мезон	Иқтисодий мезон ахборотлар иқтисодий қийматининг ошишини ҳисобга олиш имконини беради. Ялли ички маҳсулотда ахборот бизнеси ва ахборот бозори улушининг ўсиши ахборотлашган жамиятга томон йўналишдаги ҳаракат сифатида талқин қилинади. Иқтисодий мезонни биринчилардан бўлиб қўлаган Фриц Махлуп ахборотлашган тармоқларга таълим, ҳуқуқ, нашриёт иши, оммавий ахборот воситалари ва компьютерлар ишлаб чиқариш қабиларни киритди. М.Порат иқтисодиётнинг бирламчи ва иккиламчи секторлари ўртасидаги фарқни киритди. Бирламчи сектор аниқ иқтисодий баҳоланганга тортлади, чунки у бевосита бозор қийматини яратади. Иккиламчи сектор билан, гарчи у иқтисодиёт учун муҳим ҳисоблансада, буни қилиш қийинроқ. Чунки у компаниялар (масалан, компаниялардаги ходимлар бўлимлари) ва давлат муассасалари орасида ахборотлашган фаолиятни ўз ичига олади.	Иқтисодий мезонга қарши қуйидаги фикрларни келтириш мумкин: - айнан нимани ахборотлашган секторга киритиш лозимлиги тўғрисидаги масалани ҳал қилишда таҳлилий ғоялар ва яширин мулоҳазалардан қочиб қулулиб бўлмайди. Оқибатда ахборотлашган секторнинг иқтисодий аҳамияти мос бўлмаган ҳолда ошириб юборилиши мумкин. Масалан, Махлуп ўзининг «билимлар шохчасига» «ахборотлашган бинолар» қурилишини киритади. Бу эса масалан, университетлар ва кутубхоналар сингари биноларнинг қурилиши озиқ-овқат маҳсулотларини сақлаш учун омборхона бинолари қурилишидан тубдан фарқ қилишига имкон беради. М.Порат ўзининг «иккиламчи ахборотлашган сектори»ни тадқиқ этганда, қандайдир тармоқни ахборотлашган ва ахборотлашмаган қисмларга ажратади. Аммо «интеллектуал таркибий қисм» ва «иш»га бундай ажратишда, масалан, ҳар хил турдаги вазифаларни бирлаштирган назорат компьютер тизимлари операторининг ишини қайсинисига киритиш зарурлигини тушуниш қийин; - ахборотлар ҳажмини ўлчашга қиймат ёндашуви иқтисодий фаолиятнинг ҳар хил турларини таққослайди, бунинг ижтимоий аҳамияти турличадир. Бундай ёндашувда рекламга сарфланган 1 долл. илмий журнал чоп этишга сарфланган 1 долл.га тенглаштирилади.

<sup>1</sup> Муаллифларнинг ишланмаси.

3.	<p>Бу ерда аҳоли бандлигининг таркиби ва бу таркибнинг ўзгариш тенденциялари ўрганилади. Бандларнинг аксарият қисми ахборот тармоғида ишласа, жамият ўз ривожланишининг ахборотлашган босқичига кириши кўзда тутилади. Бундай ёндашув ахборот ақлий меҳнат учун «хом ашё-материал» ҳисобланиши билан асосланади. Ахборотлар тезлиги ва уларнинг трансформацион имкониятлари бандлик соҳаси ўзгаришларига туртки беради. Кимнинг асосий лаёқати ахборотларни яратиш ва фойдаланишдан иборат бўлса, ўша кишилар замонавий иқтисодиётнинг ҳаракатлантирувчи кучларидир.</p> <p>Агар тоиндустрлашган жамиятларда қишлоқ хўжалиги меҳнати устунлик қилган бўлса, sanoatлашган жамиятда мануфактура меҳнати энг кўп тарқалди, юқори даражада индустрлашган жамиятда эса хизмат соҳасидаги бандлик асосий роль ўйнайди. Шу сингари ўзгаришларнинг асосий сабаби меҳнат унумдорлигининг ўсиши деб ҳисоблайди. Чунки унумдорлик ошади, жамият ўқитувчилар сонини, касалхоналар миқдорини ошириш имконига эга бўлади. Саноат қанчалик кўп бойлик яратса, шунчалик кўп хизматлар тақдим қилиниши ва шунчалик кўп саноат ишчилари хизмат кўрсатиш соҳасига ўтишлари мумкин бўлади. Чунки хизмат кўрсатиш соҳасидаги меҳнат, айниқса, қийин автоматлаштирилади, унинг ишчиларининг сони саноат меҳнати унумдорлигининг ошиб бориши билан кўпайиб боради. Шу сабабли бандликнинг сезиларли пасайишидан чўчимаслик керак.</p>	<p>Меҳнат мезонига қарши қуйидаги фикрлар илгари сурилади:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- меҳнатни ахборотлашган ва ахборотлашмаган турларга ажратишнинг объектив услуби мавжуд бўлмайди. Масалан, темир йўлга туташ келадиганлар йўллар, поездлар ҳаракати, йўналишлар ва ҳ.к.лар тўғрисидаги маълумотлар катта захирасига эга бўлишлари керак. Бироқ улар барибир индустрлашган аср ишчиларига кирадилар;</li> <li>- меҳнат мезони бандлик соҳасида стратегик жиҳатдан марказий ўрин эгаллаган ишчиларни ажратиш имкониятини бермайди. У ахборот ишларини табақалаштириш воситаси эмас ва ахборот фаолиятининг маълум турлари жамият учун муҳим оқибатларга эга бўлиши мумкинлигини ҳисобга олмайди. Ахборот ишчиларининг оддий ҳисоб-китоблари жамиятдаги иерархия ва улар билан боғлиқ бу ишчиларнинг ҳокимияти ва мақомини тушуниб олиш учун ҳеч нарса бермайди. Дарҳақиқат, ҳозирги замон жамиятида ижтимоий аҳамиятга молик муаммолар, оилавий низолар ва тарбияси оғир ўсмирлар билан шуғулланадиган кекса кишилар, ижтимоий ишчилар сонининг тез ўсиши қайд этилмоқда. Гарчи бу ишчилар ахборот технологиялари билан бевосита боғланмаган бўлсалар-да, уларни ахборот ишчилари тоифасига киритиш зарур;</li> <li>- интеллектуаллар ва техник интеллигенциядан иборат янги синф ахборотлашган жамиятнинг ҳаракатлантирувчи кучи ҳисобланади. Бу синф сони қанчалик ошмасин, у бандлар умумий сонига қараганда, камлигича қолади. Шу сабабли расмий статистика кўпол маълумотлари кўринишида ифодаланган миқдорий омил белгилловчи ҳисобланмайди.</li> </ul>
----	--	---

4.	<p>Мақон мезон географик тамойилга асосланади. Асосий урғу турли жойларни ўзаро боғлайдиган ахборот тармоғига берилади. Шу сабабли ҳам ижтимоий ҳаётнинг мақон-вақт жиҳатларига чуқур таъсир кўрсатиши мумкин. Бундай ёндашувда замонавий жамият ахборот тармоғи сифатида қаралади. Мануэль Кастельс ахборотлашган капитализм деб номлаган капитализмнинг янги шаклини бевосита ишлаб чиқаришда иш юритиш учун ҳам, бутун дунё бўйича маркетинг учун ҳам ахборот тармоғини шакллантиради. Тармоқ иқтисодиётида ишбилармонлик фаоллиги мақон чекловларисиз реал вақтда ўтади, буни ривожланган ахборот-коммуникацион технологияларсиз тасаввур қилиб бўлмайди. Йирик трансмилий корпорацияларда бюрократия бутун дунё бўйича келишувга келган ҳолда тармоқларда устуңлик қилган ва вақтинча ишлаётган компаниялар билан кўпроқ боғлиқ бўлган ахборот ишчиларига ўрин бўшатиб беради. Корпорация ўзи дастурланадиган ташкилий бирликларга ваколатларини бўшатиб бериб, улар учун номарказлаштириш, қатнашиш ва мувофиқлаштириш тамойиллари асос бўлиб хизмат қилади. Рақобатнинг глобаллашуви йирик корпорацияни турли-туман тармоқларнинг чирмашиб кетишига айлантиради. Кастельснинг таъкидлашича, глобал ахборот тармоқлари миллий давлатлар мавқеининг тушиб кетишини билдиради, чунки глобаллашув тенденциясига қарамасдан, бу жараённинг барча иштирокчиларини максимал мослаштиришга бўлган эҳтиёж мавжуд бўлади.</p>	<p>Мақон мезонига тармоқни киритиш мумкин, чунки у мезодаражаги иқтисодиётни тавсифлайди, иқтисодий фаолият турлари унга киради. Мазкур мезонга қарши қуйидаги фикрлар илгари сурилади:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- тармоқнинг пухта таърифланиши жуда мураккаб. Масалан, тармоқни почта алоқаси ёки телефон деб ҳисоблаш мумкинми?</li> <li>Чунки охириги юз йилда иқтисодий, ижтимоий ва сиёсий фаолиятни мазкур ахборот тармоқларисиз тасаввур қилиш мумкин эмас, индустрлашган жамиятни ҳам тармоқ сифатида ўрганиш мумкин;</li> <li>- тармоқ тушунчасининг иккита турлича талқини мавжуд: 1) тармоқ технологик тизим сифатида унсурлар таркиби ва тузилиши ҳамда ўзининг фойдаланиш имкониятлари билан тавсифланади; 2) тармоқ ахборот ташкилий оқимлари тизими сифатида ахборот ҳажмлари ва узатиш тезлиги билан тавсифланади.</li> <li>Агар биринчи талқини қабул қилинса, ахборотлашган жамиятнинг ривожланишини баҳолаш учун тармоқ тизимларининг ягона техник-иқтисодий тавсифини киритиш зарур бўлади, бу вазифа эса амалиётга жорий этилмай қолади.</li> <li>Агар иккинчи талқини қабул қилинса, ахборотларнинг қандай ҳажми ва уни узатиш тезлиги ахборотлашган жамиятнинг яратилиши ва амал қила бошлашини белгилайди, деган савол туғилади.</li> </ul>
----	--	--

<p>Истеъмол мезонига қарши куйидаги эътирозлар илгари сурилади:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ахборот истеъмоли ҳажмларининг ошиши инсонга ахборот босимининг ошиб кетишига олиб келади, бунинг натижасида ҳар бир ахборот бирлиги унинг учун кам аҳамиятли бўлиб қолади. Кишилар ҳамма томондан белгилар ҳужуми остида қолган. Бу эса ахборотларни қабул қилиш ва тушунишни чеклаб туради. У кўпайиб боради, аҳамияти эса камаяди;</li> <li>- ахборот истеъмоли ошиши билан ахборотларнинг воқеликни акс эттириш лаёқати камаяди. Чунки белгилар турли манбалардан тушади, улар тез ўзгаради, бир-бирига зид келади, шунинг учун ҳам ишончлилиги текшириб кўрилмаслиги мумкин. Белги ўзиникидан ташқари, қандайдир воқеликни мужассамлаштириши ҳақидаги тушунча долзарблигини йўқотади. Инсон адолатлироқ белгиларга муҳтож эмас, чунки бунинг ҳақиқатлиги нисбатанлигини тушунади. Шу нуқтаи назардан ахборотлашган жамият «етуклик даври» ҳисобланади, бунда инсон айбни зиммасига олиши мумкин бўлган барча белгиларининг сунъийлиги ҳақида ҳисобот беради;</li> <li>- кўпинча реклама компаниялари ва сиёсий партиялар мақсадларига бўйсунган ахборотларни яратиш ва тарқатиш, кишиларни ишонтириш воситаларини онгли равишда сиёсийлаштириш XX аср ва унинг урушдан кейинги даврдаги хусусиятининг тарқатилиши бўлиб қолди. Бу воситалар сиёсатда кенг қўлланилади ва улар истеъмол соҳасига чуқурроқ кириб боради. Бунга билимларнинг товарга айланиши, муҳокамага эмас, балки ишончга таяниш, рекламага ва бошқаларга қаратилган оммавий ахборот воситалари эскалациясини киритиш зарур. Медия корпорациялари, энг аввало, сотиш бозори ва уларнинг бирламчи мақсади – реклама берувчилар учун энг катта аудиторияни йиғишдир.</li> <li>Пировардида улар яхши сотиладиган, аммо янги ахборотларга эга бўлмаган кўнгилочар маҳсулотларнинг ҳар хил турларинигина яратадилар. Бу маҳсулотлар муаллифлари ўз олдиларига аудиторияни кўнгилочар товарлар узлуксиз истеъмолига жалб қилишдан кўра, жиддий ижтимоий вазифаларни кўймайдилар.</li> <li>Маълумотлар билан муомала қиладиган жамиятда демократия мавжуд бўлиши шубҳа остида қолади. Чунки сайловларга масъулиятли, онгли ва ўқимшли муносабатда бўлишни сайловчилардан талаб қилиб бўлмайди. Юрген Хабермаснинг фикрича, бошқарувдан тизимли фойдаланиш давридан буюн «оммавий соҳа» ахборотлар ёрдамида туша бошлаган<sup>1</sup>.</li> <li>Ижтимоий фикр тарғиботининг тарқалиши ахборотлашган ва рационал фикрловчи жамият гоёсидан намойиш қилиш ва реклама технологияси томонига кетиш ҳақида гувоҳлик беради.</li> </ul>	<p>Хозирги дунёда кенг қўламли неъматлар истеъмоли ахборот фаолияти воситачилик қилишига йўл қўяди. Бу ҳодиса истеъмолни ахборотлаштириш номига олди. Кийимлар ахборот мазмунининг доимий равишда ошиши бунга мисол бўлиб, унинг ёрдамида инсон ўз имижини яратади, шу орқали бошқа кишиларга ахборот хабарини етказиши. Агар кўп асрлар давомида кўпчиликнинг кийими ҳисобланган деҳқонлар кўйлаги кам аҳамият касб этган бўлса, ҳозирги замон жамиятида арзон ва энг урф бўлган кийимнинг қулайлиги афрофдагиларга инсоннинг маълум ижтимоий гуруҳга мансублиги, маданий қадриятлари, шахсий сифатлари ва бошқалар ҳақида инсонга маълумот бериш имкониятини беради ва шу орқали унга шахслараро ўзаро алоқалар учун қўшимча имкониятлар очади.</p>	<p>Истеъмол мезони</p>
<p>5.</p>		



6.	Креатив мезон	<p>Ахборотлашган жамият ижтимоий ҳаётда олий, ижодий фаолиятнинг (инглизча creative сўздан олинган бўлиб, ижодий деган маънони англатади) ҳукмронлиги билан тавсифланади. Вақт бирлигида ифодаланган ижодий фаолиятнинг ялпи ҳажми - ахборотлашган иқтисодийётнинг етуқлик даражасини ифодалайди.</p> <p>Креатив мезон Австрия-Америка иқтисодчиси Йозеф Шумпетернинг асарларида ўзининг илмий-назарий ифодасини топиб, у ижодкорликни иқтисодий ривожланишнинг асосий омилли сифатида ўрганди. Шумпетернинг фикрича, тадбиркорнинг муваффақияти биринчи навбатда, унинг «янги комбинациялар»ни, яъни ижодкорнинг фойдасини таъминлайдиган маҳсус ахборот маҳсулотларини яратиш лаёқатига боғлиқ бўлади<sup>1</sup>. Бирмунча вақт ўтгандан кейин янги ғоя рақобатчилардан олинади, бунинг натижасида унинг муаллифи фойдаси кескин қисқаради ва ижодкорликни давом эттириш заруриятига дуч келади. Шундай қилиб, ижодкорлик тадбиркор ҳаётий фаолиятининг узвий унсури бўлиб қолади.</p>	<p>Креатив мезонга қарши қуйидаги эътирозлар илгари сурилади:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- фанда ҳозирга қадар ижодкорликнинг бир хил таърифи мавжуд эмас. Ошиб бораётган ижодкорлик инсоннинг олий фаолиятими ёки йўқми, деган масала ноаниқлигича қолмоқда. Айрим муаллифларнинг таъкидлашича, ижодкорлик лаёқати кўпчилик кишиларда мавжуд бўлмаган тақчил сифат ҳисобланади;</li> <li>- инсоннинг қандайдир фаолияти қуйи ва юқори вазифаларни ўз ичига олади ва уларни ажратиш жуда қийин. Маълум қайд қилинган вақт оралиғида инсоннинг ижодий фаолиятининг жами давомийлигини ўлчаш янада мураккаб вазифа ҳисобланади;</li> <li>- ахборотларни технократик таърифлаш тарафдорлари уни белгиларнинг ҳосилавий тўплами сифатида талқин қилади. Мазкур вазиятда ахборотлар мутлақо инсон олий фаолияти маҳсули ҳисобланмайди, балки машиналар билан ҳам яратилиши мумкин. Сунъий интеллект соҳасида муваффақиятли ишлаш бундай ёндашувнинг салмоқли қўллаб-қувватланиши бўлиб хизмат қилади.</li> </ul>
----	---------------	---	---

<sup>1</sup> Шумпетер Й. Капитализм, социализм и демократия. – М.: «Экономика», 1996. -С. 540.

2. *Меҳнат*. Индустрлашган жамиятда ҳукмрон меҳнат тури оддий меҳнат (жисмоний, қўл, мала-касиз, оддий) ҳисобланиб, у унумли меҳнат сифатида эътироф этилади. Бунда иждодий меҳнат унумсиз ҳисобланади. Ахборотлашган жамиятда эса аксинча, иждодий меҳнат ҳукмронлик қилади. У унумли, оддий меҳнат эса унумсиз ҳисобланади. Ақлий фаолиятни унумли меҳнатга киритган биринчи иқтисодчи немис олими Фридрих Лист бўлган.

3. *Капитал*. Индустрлашган жамиятда моддийлашган (ташқи) капитал: бинолар, станоклар, машиналар ва бошқалар ҳукмрон капитал тури ҳисобланади. Ахборотлашган жамиятда интеллектуал (ички) капитал, яъни таълим, тажриба, саломатлик ва бошқалар муҳим роль ўйнайди. Г.Беккернинг инсон капитали назарияси ички капитал биринчи назарияси ҳисобланади<sup>1</sup>.

4. *Бойлик*. Индустрлашган жамиятда бойлик деганда, инсонга тегишли моддий қийматлар тушунилиб, бундай бойлик инсонга нисбатан ташқи ҳисобланади. Жисмоний капитал моддий бойликнинг таркибий қисми ҳисобланади. Ахборотлашган жамиятда бойлик деганда, инсоннинг ички бойлиги — унинг шахсий сифатлари тизими тушунилади. Инсон капитали ички бойликнинг таркибий қисми ҳисобланади. Ташқи бойлик инсондан бегоналаштирилиши мумкин, ички бойлик эса йўқ.

5. *Қиймат*. Индустрлашган жамиятда неъматнинг ижтимоий қиймати унинг бозор нархи, яъни неъматнинг инсон моддий бойлигини кўпайтириш лаёқати билан аниқланади. Индустрлашган иқтисодиёт асосини ташкил этадиган классик мактабда меҳнат фаолияти қиймат сифатида чиқади. У маҳсулот яратишга сарфланган оддий меҳнат ҳажмини ифодалайди. Ахборотлашган иқтисодиётда неъматнинг ижтимоий қиймати унинг инсон олий фаолиятининг давомийлигини ошириш лаёқати билан аниқланади. Мазкур вазиятда қиймат креатив қиймат ҳисобланади. Шундай қилиб, меҳнат қиймати ва креатив қиймат бир хил ўлчов бирлигига – инсон ҳаётий фаолияти даврига эга.

6. *Эҳтиёжлар*. Индустрлашган иқтисодиётда истеъмол моддий маҳсулотдан мақсадли фойдаланиш сифатида тушунилади. Шу сабабли эҳтиёжлар моддий неъматларни таснифлаш асосида таснифланади. Инсон кўплаб эҳтиёжларга эга бўлиб, уларнинг ҳар бири неъматларнинг маълум синфига бириктирилган: ейишга, кийим-кечакка, турар-жойга бўлган эҳтиёж.

Ахборотлашган иқтисодиёт назариясида истеъмол инсоннинг олий фаолияти натижасини кўпайтириш мақсадида маҳсулотлардан (моддий ёки ахборотлашган) фойдаланиш сифатида тушунилади. Бундай вазиятда қандайдир неъмат истеъмолининг фойдали самараси универсал бир бутун кўрсаткични оширишдан иборат. Шу сабабли неъматлар таснифи миқдорга эга эмас. Уларнинг ҳаммаси инсоннинг иждодий фаолиятидаги моҳиятли, туғма эҳтиёжни қондиради. Бунда анъанавий иқтисодиётда ўрганиладиган барча бошқа эҳтиёжлар иккиламчи, ёрдамчи ҳисобланади.

7. *Фаровонлик*. Индустрлашган жамиятда инсон фаровонлиги моддий неъматлар (пул даромадлари) оқими билан, ижтимоий фаровонлик эса маълум даврда миллий даромад миқдори билан аниқланади. Моддий фаровонлик яна иқтисодий фаровонлик деб аталади. Иқтисодий фаровонлик назариясига инглиз иқтисодчиси Артур Пигу томонидан асос солинган. Ахборотлашган жамиятда инсон фаровонлиги креатив неъмат (ижод даврлари) оқимлари, ижтимоий фаровонлик эса аниқ олинган даврда жамият барча аъзолари иждодий фаолияти жами давомийлиги билан ўлчанади. Бундай вазиятда фаровонлик креатив деб номланади.

8. *Пул*. Индустрлашган жамиятда фаровонлик пул шаклига эга бўлади. Шу сабабли пул хўжалик субъектлари иқтисодий фаоллигининг пировард мақсади бўлиб хизмат қилади. Ахборотлашган жамиятда инсоннинг пировард мақсади олий фаолият ҳисобланади, пул эса креатив фаровонликни ошириш воситаси сифатида чиқади.

9. *Ижтимоий ўзаро таъсир*. Жамиятда ижтимоий ўзаро таъсирларга асосланган иқтисодиётнинг амал қилиши индивидларнинг ижтимоий ҳаракатлари билан биргаликда бўлиб, бунинг натижасида уларнинг фаровонлиги ошади. Индустрлашган жамиятда товар айирбошлаш

<sup>1</sup> Беккер Г.С. Избранные труды по экономической теории. Человеческое поведение (экономический подход). – М.: «Экономика», 1996. – С. 540.

шаклидаги – шахссизлантирилган ва пул муомаласи воситасидаги ўзаро таъсирлар ҳукмронлик қилади. Ахборотлашган жамиятда ижодий меҳнат маҳсули билан ахборот айирбошлаш шаклидаги ижтимоий ўзаро таъсирлар ҳукмронлик қилади. Бу ўзаро таъсирлар шахслараро хусусиятга эга ва маданиятнинг бевосита (масалан, мулоқот) ва билвосита институтлари (масалан, китоб ёзиш)га ажратилади.

*10. Инсон модели.* Индустрлашган иқтисодиёт назарияси «иқтисодий инсон» моделига, ахборотлашган иқтисодиёт назарияси эса «креатив инсон» моделига асосланади.

Ахборотлашган иқтисодиётнинг асосий услубий тамойилларини кўриб чиқамиз.

*Шахсий ёндашув.* Бетакрор индивид ахборотлашган иқтисодиётнинг марказий объекти ҳисобланади. Кишиларнинг ўхшашликларига (индустрлашган иқтисодиётдаги каби) эмас, балки уларнинг сифатлари турли-туманлигига урғу берилади.

*Гуруҳли ёндашув.* Индивидуализм фалсафасига асосланган индустрлашган иқтисодиётда ўрганилмайдиган индивидлар шахсий сифатларининг хилма-хиллиги уларнинг ижтимоий гуруҳларга бирлаштирилишига сабаб бўлиб хизмат қилади.

*Психологик ёндашув.* Индивиднинг иқтисодий хулқ-атвори ўрганилаётганда унинг шахсий сифатлари тизимида муҳим роль ўйнайдиган психологик хусусиятлари ҳисобга олинади. Индустрлашган иқтисодиётда қатор базавий қоидаларни асослаш учун физиологиянинг айрим натижаларидангина фаол фойдаланилади. Уильям Жевонс бу қонундан индустрлашган иқтисодиёт муҳим қоидаси - камайиб борувчи чекланган фойдалилик қонунини асослашда фойдаланди<sup>1</sup>.

*Эмпирик ёндашув.* Ахборотлашган иқтисодиётнинг асосий қоидалари ишончли эмпирик маълумотлар таҳлили асосида қабул қилинади, яъни индуктив усул хусусийдан умумийгача устунлик қилади. Индустрлашган иқтисодиётда дедуктив тамойилдан фойдаланилади: асосий назарий хулосаларга жиддий эмпирик асослашга эга

бўлмаган бошланғич қоидалар тизимини расмий-манتيкий таҳлил қилиш ёрдамида эришилади.

*Маҳаллий ёндашув.* Қайсидир жамият учун ва қайсидир даврда адолатли универсал қонунларнинг амал қилиш имконияти ташлаб юборилади. Ҳар бир аниқланган қонуният макон-вақт, гуруҳий ва бошқа чегараларга эга. Индустрлашган иқтисодиёт универсал қонунлар тизими асосига қурилган: меҳнат қиймати, камайиб борувчи қайтим, талаб ва б.

*Социометрик ёндашув.* Иқтисодий ҳодисаларни тавсифлайдиган миқдорий кўрсаткичлар социологик сўровлар асосида шакллантирилади. Иқтисодий кўрсаткичларни ўлчаш кишиларнинг субъектив баҳосига асосланганлиги кўзда тутилади.

*Фанлараро ёндашув.* Ахборотлашган иқтисодиёт фанлараро иқтисодиёт ва социологиянинг кесишувидан иборатдир. Чунки социология асосий ижтимоий фан ҳисобланади, у инсонлараро ўзаро таъсирнинг барча шаклларини ўрганайди, у барча ижтимоий фанлар усуллари ва ютуқларидан фойдаланади: фалсафа, психология, ҳуқуқшунослик ва бошқалар.

Ҳозирги вақтда умуман, маълум турдаги хатарларни, харажатлар ва жавобгарликнинг бир қисмини компания ва жамиятдан ишчиларга ўтказиш тенденциясининг сақланиши тўғрисида гапириш мумкин, бунинг натижасида бандлик беқарорлиги экспансиясини кутиш зарур бўлади. Фикримизча, тадқиқотлар бандлик беқарорлигига олиб борадиган хатар омилларини аниқлаш ва баҳолаш йўналишида давом этиши мумкин. Бу эса уларни пасайтириш ва бандлик барқарорлигини ошириш бўйича тегишли тавсиялар ишлаб чиқиш имкониятини беради. Шундан келиб чиққан ҳолда, Ўзбекистон олдида ривожланган мамлакатларга қараганда, бирмунча қийинроқ вазифа – иқтисодиёт ривожланишида инновацион силжишларга олиб келадиган иқтисодиёт таркибинининг назарий асосларини шакллантириш вазифаси турибди. Бу борада мазкур мақола кичик бир дебочадир.

<sup>1</sup> Jevons W. The Coal Question. – London: Macmillan and Company, 1866.

**Адабиётлар рўйхати:**

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. 2018 йил 28 декабрь.
2. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество (The Coming of Post-Industrial Society). 1973.
3. Беккер Г.С. Избранные труды по экономической теории. Человеческое поведение (экономический подход). – М.: «Экономика», 1996. -С. 540.
4. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. / Пер. с англ. Под науч.ред. О.И.Шкаратана. - М.: ГУ ВШЭ, 2000. [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Polit/kastel/04.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/04.php) 1/42
5. Маршалл А. Принципы экономической науки. – М., 1993.
6. Шумпетер Й. Капитализм, социализм и демократия. – М.: «Экономика», 1996. -С. 540.
7. Юрген Хабермас. Структурное изменение публичной сферы. – М.: «Весь мир», 2016. -С. 344.
8. Jevons W. The Coal Question. – London: Macmillan and Company, 1866.