

ПЕДАГОГИКА ВА ПСИХОЛОГИЯДА ИННОВАЦИЯЛАР

9 ЖИЛД, 1 СОН

ИННОВАЦИИ В ПЕДАГОГИКЕ И ПСИХОЛОГИИ
ТОМ 9, НОМЕР 1

INNOVATIONS IN PEDAGOGY AND PSYCHOLOGY
VOLUME 9, ISSUE 1



ПЕДАГОГИКА ВА ПСИХОЛОГИЯДА ИННОВАЦИЯЛАР

Бош муҳаррир:
Главный редактор:
Chief Editor:

Аскарлов Абдор Давлатмирозевич
педагогика фанлари бўйича фалсафа
доктори

Педагогика йўналиши

Бош муҳаррир:
Главный редактор:
Chief Editor:

Муҳамедова Дилбар Гафурджановна
психология фанлари доктори, профессор

Психология йўналиши

ТАҲРИРИЙ МАСЛАҲАТ КЕНГАШИ

Муслимов Нарзулла Алиханович
педагогика фанлари доктори, профессор

Джораев Муҳамматрасул
педагогика фанлари доктори, профессор

Тўракулов Олим Холбўтаевич
педагогика фанлари доктори

Уразова Марина Батировна
педагогика фанлари доктори

Шорена Дзамукашвили
педагогика фанлари доктори

Шорена Вахтангишвили
педагогика фанлари доктори

Cherginskaya Irina Aleksandrovna
PhD, katta o'qituvchi,

Халиков Аъзам Абдусаломович
педагогика фанлари доктори

Мушинова Рухшона Юнусовна
PhD, доцент

Джумаев Маманазар Иргашевич
педагогика фанлари номзоди, профессор

Ҳамидов Жалил Абдурасулович
педагогика фанлари доктори

Асилова Гулшан Асадовна
Педагогика фанлари доктори, доцент

Айрапетова Алёна Геннадьевна
психология фанлари доктори (DSc)

Ҳажиева Ирода Адамбаевна
филология фанлари номзоди, доцент

Азимова Насиба Эргашовна
педагогика фанлар номзоди, доцент

Ахмедова Зебинисо Азизовна
фалсафа фанлар номзоди
Зикирова Нафосат Каршибоевна
педагогика фанлар номзоди, доцент

Алибеков Сайфулла
PhD, доцент

Саломова Гули Шодимуродовна.
PhD, доцент

Page Maker | Верстка | Саҳифаловчи: Хуршид Мирзахмедов

Контакт редакций журналов. www.tadqiqot.uz
ООО Tadqiqot город Ташкент,
улица Амира Темура пр.1, дом-2.
Web: <http://www.tadqiqot.uz/>; Email: info@tadqiqot.uz
Тел: (+998-94) 404-0000

Editorial staff of the journals of www.tadqiqot.uz
Tadqiqot LLC the city of Tashkent,
Amir Temur Street pr.1, House 2.
Web: <http://www.tadqiqot.uz/>; Email: info@tadqiqot.uz
Phone: (+998-94) 404-0000

МУНДАРИЖА | СОДЕРЖАНИЕ | CONTENT

1. Farmonov Bekzod Begmatovich Ismatova Rushana Ruiddinovna O‘ZBEK VA INGLIZ TILIDAGI REKLAMALARDA IJTIMOIIY MADANIYATNING O‘RNI: LINGVOMADANIY VA SEMIOTIK TAHLIL.....	4
2. Abdugarimova Gulchekhra Baratovna TALABALAR SALOMATLIGINI SAQLASH — INSON KAPITALI VORISIYLIGINI TA’MINLASH OMILI.....	15
3. Rashid Xashimovich Boboxo'jaev NORMATIV VA TEXNIK HUIJATLARNI TARJIMA QILISH.....	22
4. O.B. Маллаева ИНГЛИЗ ТИЛИ ЎҚИТУВЧИЛАРИНИНГ МАЛАКА ОШИРИШ ШАКЛЛАРИ ВА МОДЕЛЛАРИ (УМУМИЙ ЎРТА ТЪЛИМ МИСОЛИДА).....	30

O‘ZBEK VA INGLIZ TILIDAGI REKLAMALARDA IJTIMOIIY MADANIYATNING O‘RNI: LINGVOMADANIY VA SEMIOTIK TAHLIL

Farmonov Bekzod Begmatovich,

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi huzuridagi
Biznes va tadbirkorlik oliy maktabi "Biznes kommunikatsiya va chet tillari kafedrası"
filologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori PhD, dotsent

Ismatova Rushana Ruiddinovna,

Toshkent amaliy fanlar universiteti magistranti



<https://doi.org/10.5281/zenodo.18839439>

O‘ZBEK VA INGLIZ TILIDAGI REKLAMALARDA IJTIMOIIY MADANIYATNING O‘RNI: LINGVOMADANIY VA SEMIOTIK TAHLIL

Farmonov Bekzod Begmatovich,

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi huzuridagi
Biznes va tadbirkorlik oliy maktabi "Biznes kommunikatsiya va chet tillari kafedrası"
filologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori PhD, dotsent

Ismatova Rushana Ruiddinovna,

Toshkent amaliy fanlar universiteti magistranti

Annotatsiya. Ushbu maqolada o‘zbek va ingliz tilidagi reklama matnlari hamda vizual-kommunikativ yechimlarda ijtimoiy madaniyatning (qadriyatlar, ijtimoiy me’yorlar, kollektiv xotira, rol va identifikatsiya) qanday “kod” sifatida ishlashi tahlil qilinadi. Tadqiqot reklamani faqat marketing vositasi emas, balki jamiyatning ustuvor qadriyatlari, ijtimoiy ideal va kutilmalarini qayta ishlab chiqaruvchi madaniy amaliyot ekanini ko‘rsatadi. Nazariy asos sifatida madaniyat va iste’mol xulqi o‘rtasidagi bog‘liqlik, madaniy o‘lchamlar, yuqori/past kontekstli kommunikatsiya, reklama “apellyatsiyalari” (appeals) va ijtimoiy semiotika yondashuvlari qo‘llanadi. O‘zbekiston reklama maydonida davlat tili talabi va lokal madaniy belgilar (oilal, hurmat, an’ana, jamoaviylik) reklama diskursining asosiy tayanchi bo‘lib qolayotgani, ingliz tilidagi reklamalarda esa individual tanlov, foyda, tezkorlik, “aniq chaqiriq” (CTA) va brend shaxsiyati kuchliroq namoyon bo‘lishi muhokama qilinadi. Natijada, reklama samaradorligi ko‘p jihatdan madaniy moslik

(cultural congruence) va ma'no kodlarini to'g'ri tarjima/lokalizatsiya qilishga bog'liqligi asoslab beriladi.

Kalit so'zlar: reklama diskursi; ijtimoiy madaniyat; lingvomadaniyat; yuqori/past kontekst; semiotika; lokalizatsiya; qadriyat apellyatsiyalari.

РОЛЬ СОЦИАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ В РЕКЛАМЕ НА УЗБЕКСКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ: ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ И СЕМИОТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Фармонов Бекзод Бегматович,

доктор философии (PhD) по филологическим наукам, доцент
Высшая школа бизнеса и предпринимательства при Кабинете Министров
Республики Узбекистан,
кафедра «Бизнес-коммуникация и иностранные языки»

Исмадова Рушана Руиддиновна,

магистрантка Ташкентского университета прикладных наук

Аннотация. В статье анализируется роль социальной культуры в узбекоязычной и англоязычной рекламе через призму лингвокультурных и семиотических механизмов. Реклама рассматривается как культурная практика, которая не только продаёт продукт, но и транслирует нормы, ценности, социальные роли и модели желательного поведения. Теоретическую основу составляют подходы к взаимосвязи культуры и потребительского поведения, модели культурных измерений, концепция высоко- и низкоконтекстной коммуникации, анализ рекламных «апелляций» (appeals), а также социальная семиотика и мультимодальный анализ. Показано, что в узбекском рекламном дискурсе значимы коллективистские коды (семья, уважение, традиция, доверие, моральная приемлемость), а также институциональные рамки, включая требования к языку рекламы. В англоязычной рекламе чаще доминируют индивидуальный выбор, утилитарная выгода, прямые призывы к действию и персонализация бренда. Делается вывод: эффективность рекламного сообщения

тесно связана с культурной конгруэнтностью и корректной локализацией смыслов, а не только переводом слов.

Ключевые слова (рус.): рекламный дискурс; социальная культура; лингвокультура; контекстная коммуникация; социальная семиотика; локализация; ценностные апелляции.

THE ROLE OF SOCIO-CULTURAL CONTEXT IN UZBEK- AND ENGLISH-LANGUAGE ADVERTISING: A LINGUOCULTURAL AND SEMIOTIC ANALYSIS

Bekzod Begmatovich Farmonov,

PhD (Philology), Associate Professor

Department of Business Communication and Foreign Languages,

Higher School of Business and Entrepreneurship under the Cabinet of Ministers of
the Republic of Uzbekistan

Rushana Ruiddinovna Ismatova,

Master's student, Tashkent University of Applied Sciences

Abstract. This article examines how social culture functions as a meaning-making “code” in Uzbek- and English-language advertising. Advertising is treated not merely as a marketing tool but as a cultural practice that circulates and reproduces values, norms, role expectations, and identity scripts. The framework integrates: (a) culture–consumer behavior links, (b) cultural-dimensions thinking in cross-cultural advertising research, (c) Hall’s high-/low-context communication, (d) the “advertising appeals” tradition, and (e) social semiotics and multimodal discourse analysis. The discussion highlights that Uzbek advertising often foregrounds collectivist and relational meanings (family, respect, tradition, trust) and is shaped by institutional constraints such as state-language requirements, whereas English-language advertising more frequently emphasizes individual choice, personal benefit, direct calls-to-action, and brand personhood. The key argument is that persuasive

effectiveness depends strongly on cultural congruence and the localization of meanings—not simply on literal translation.

Keywords: advertising discourse; social culture; cross-cultural communication; high-/low-context; social semiotics; localization; value appeals.

Introduction

Advertising is commonly described as a market communication instrument, yet in practice it operates as a cultural “interface” between economic goals and social meanings. It selects recognizable symbols, moral expectations, and shared narratives to make products socially legible and desirable. This is why cross-cultural advertising research repeatedly demonstrates that systematic differences in advertising content reflect systematic differences in cultural values and communication styles.

In Uzbekistan, advertising discourse is additionally embedded in institutional and language policy contexts, including the requirement that advertising distributed in the country be presented in the state language (Uzbek), with carefully regulated use of other languages. This framework indirectly shapes how “modernity,” “prestige,” “trust,” and “authenticity” are encoded in Uzbek and bilingual advertising.

Aim and research questions. The article asks:

1. Which cultural values and social norms become dominant persuasive resources in Uzbek vs. English advertising?
2. How do language choices (forms of address, implicature, directness) and visual choices (composition, symbols, role displays) enact these cultural meanings?
3. What does this imply for translation, localization, and ethical persuasion?

Conceptual framework: culture as a persuasive resource

Marketing and advertising scholarship emphasizes that cultural values are deeply intertwined with consumer behavior, affecting what people buy, why they buy, and how they interpret messages. De Mooij’s cross-cultural marketing work explicitly treats cultural values as foundational for understanding consumer responses across societies.

From a sociological angle, consumption and taste are also structured by social positioning and “cultural capital.” Bourdieu’s theory of taste highlights that preferences are not purely individual but socially patterned and linked to recognition and status. In advertising, this becomes visible when “good taste,” “modern lifestyle,” or “respectability” are communicated through culturally loaded signs (brands, settings, language style).

Cultural dimensions and cross-cultural advertising appeals

A major tradition in cross-cultural advertising examines how value patterns map onto recurring persuasive themes (“appeals”). Pollay’s approach to measuring cultural values in advertising and subsequent studies (e.g., Albers-Miller & Gelb) show that appeals differ in predictable ways across countries and can be analyzed systematically.

Aaker & Maheswaran’s work in the *Journal of Consumer Research* further supports that persuasion effects vary with cultural orientation, implying that the same argument structure or message framing can perform differently depending on whether audiences are more individualist or collectivist in orientation.

High-context vs. low-context communication. Hall’s high-/low-context distinction is useful for comparing advertising styles. High-context communication relies more on shared background knowledge, indirectness, relational cues, and implicit meaning, while low-context communication favors explicit statements and direct verbal information. Many advertising differences between Uzbek and mainstream English-language markets can be interpreted through this lens, especially in how much is “shown” vs. “told,” and how directly consumers are instructed to act. Social semiotics and multimodality. Advertising meaning is multimodal: words, typography, color, gaze, framing, and narrative sequencing co-produce persuasion[1]. Kress & van Leeuwen’s “grammar of visual design” offers analytic tools for how images structure social relations (distance, angle, salience).uses socially available “semiotic resources” that evolve historically through media, including advertising.

A classic semiotic insight from Barthes is particularly relevant: advertising images are designed for “optimal reading,” i.e., meanings are intentionally arranged rather than accidental.

Methodological note. This article is conceptual-analytical, but it follows an empirical logic that can be replicated in a course paper or journal submission: Sampling. Select 40–60 ads per language (e.g., FMCG, banking, telecom, education, pharmacy), from comparable channels (billboards, Instagram/Telegram posts, YouTube pre-rolls).

Units of analysis. (a) verbal text (headline, slogan, CTA), (b) participants/roles (who acts, who benefits), (c) cultural symbols (family rituals, national motifs, “global” lifestyle cues), (d) modality markers (certainty, authority, politeness), (e) visual grammar (salience, gaze, composition) [2].

Coding scheme. Map recurring persuasive “appeals” (trust, tradition, modernity, safety, status, efficiency, pleasure) and note whether the message is explicit or implied (context-dependence). Pollay-style appeal lists can guide category design, while social semiotics guides multimodal reading.

Findings and discussion: where social culture “sits” inside advertising

Uzbek-language advertising frequently positions the product inside relational contexts: family well-being, hospitality, respect toward elders, community trust, and moral acceptability[3]. Even when the product is modern (banking app, telecom package), the narrative often ties benefits to the family or collective (“for our home,” “for your loved ones,” “for a calm life”), which matches high-context, relationship-centered communication.

English-language advertising—especially in mainstream Anglo-American patterns—more often foregrounds the individual consumer as the decision-maker: self-improvement, convenience, personal achievement, time saving, and “you deserve it.” Persuasion tends to be packaged as a direct value proposition plus a clear CTA (“Buy now,” “Try it today,” “Switch in minutes”), consistent with more low-context directness. De Mooij explicitly links such direct/explicit style with cultural

assumptions of independence, contrasting it with more implicit styles associated with interdependence and harmony[4].

Respect, authority, and trust as cultural infrastructure. Trust is universal in advertising, but its cultural construction differs. In Uzbek ads, trust is often built through:

- **social endorsement** (family approval, community recognition),
- **moral reassurance** (“halol,” “ishonchli,” “sifat kafolati”),
- **institutional seriousness** (formal tone, official-looking design, respectful address).

This aligns with research showing that advertising appeals mirror cultural dimensions and that “authority/credibility” themes can be culturally patterned.

In English ads, credibility can be built more through:

- quantified benefits (percentages, comparisons),
- performance claims and “proof points,”
- personalization (“made for you”) and brand identity.

Aaker & Maheswaran’s findings on cultural orientation and persuasion support the expectation that message processing and persuasive routes differ across cultural orientations, affecting which trust cues work best.

High-context storytelling vs. explicit instruction

Uzbek advertising frequently uses implication and “shared background”: a short scene of family gathering, a polite exchange, or culturally recognizable rituals can carry much of the persuasive load without detailed verbal explanation. This is typical of higher-context communication where meaning is embedded in situation and relationships.

English-language advertising, by contrast, more often places persuasion in explicit instruction: a clear problem–solution format, direct naming of features, and unambiguous instruction to purchase or download. This is one reason literal translation often fails: the “amount of explicitness” itself is a cultural parameter, not just a stylistic choice[5].

Visual cultural symbols and the “grammar” of legitimacy

Social semiotics helps explain why certain visuals “feel right” to local audiences. Uzbek ads often draw on:

- local settings (home interior styles, neighborhood familiarity),
- culturally valued roles (caring parent, respected elder, responsible provider),
- symbolic colors/textures associated with tradition or celebration.

Using Kress & van Leeuwen’s perspective, these are not decorations but structured cues that position viewers socially (closeness, warmth, shared identity) [6].

English-language ads—especially global brand templates—frequently lean toward minimalist composition, product-centered salience, and standardized “global modernity” signals (clean lines, neutral backgrounds, athletic bodies, tech aesthetics). These visuals communicate a different social promise: autonomy, efficiency, status through modern competence.

Gender and family role displays: culture, ethics, and change

Advertising often reflects and shapes gender-role expectations. Goffman’s analysis of gender displays in advertising remains influential for identifying how posture, relative size, gaze, and touch can naturalize social hierarchies and “appropriate” femininity/masculinity.

In Uzbek and English contexts alike, there is a growing tension between traditional role displays (familiar, trust-building) and contemporary expectations (equality, diversity, professional identity). For ethical and effective communication, advertisers increasingly need to avoid reducing cultural identity to stereotypes; instead they can show culturally resonant roles with dignity, agency, and realism.

Language policy and cultural “gatekeeping” in Uzbekistan

Unlike many English-language markets where linguistic plurality is largely a branding choice, Uzbekistan’s advertising environment includes legal language requirements: advertising distributed within the country must be in the state language (Uzbek), with conditions for translations. This shapes how English is used—often as

a marker of modernity or premium status, but typically alongside Uzbek to meet legal and audience-comprehension needs.

This institutional dimension directly affects social culture in ads: it encourages the stabilization of Uzbek cultural keywords, honorific politeness, and local semantic frames, while also creating a structured space for bilingual creativity.

Evidence from recent Uzbek–English advertising discourse studies

Recent comparative linguistic studies (English vs Uzbek advertising discourse) commonly report differences in pragmatic persuasion, connotation management, and culturally conditioned choices of speech acts and implicature. These works support the practical observation that Uzbek ads more frequently rely on culturally shared context and value-laden lexicon, while English ads tend to be more directive and explicitly benefit-centered.

Practical implications

Localize meanings, not words. Decide how explicit the message should be for the target culture (context level), not just how to translate vocabulary.

1. **Choose value appeals culturally.** Appeals like tradition, respect, and family well-being may be central in Uzbek; appeals like autonomy, speed, and personal benefit may dominate in English templates.

2. **Design multimodally.** Visual grammar (gaze, distance, salience) must match local expectations of dignity, warmth, and credibility.

For translators/localization teams. Use a “two-layer” protocol: semantic layer: what is promised (benefit, guarantee, proof); cultural layer: how the promise should sound socially (politeness, authority, indirectness, humor). De Mooij’s discussion of direct vs implicit styles is directly relevant here: in some cultures, too much certainty can sound aggressive; in others, too much hedging can sound weak.

For media literacy and ethics. Because advertising is intentional meaning-making, it can normalize consumption ideals and role expectations. Ethical persuasion requires transparency, avoidance of harmful stereotyping, and respect for cultural symbols

(especially in contexts with strong national/collective identity). Semiotic analysis helps identify where persuasion becomes cultural pressure.

Conclusion: The role of social culture in Uzbek- and English-language advertising is structural rather than decorative: culture provides the interpretive “rules” that make persuasive messages credible, desirable, and socially acceptable. Uzbek advertising frequently mobilizes relational collectivist codes (family, respect, tradition, trust) and operates within a regulated language environment, while English-language advertising more often emphasizes explicit individual benefits, direct calls-to-action, and standardized global-modern visuals. Cross-cultural advertising research and social semiotics converge on a key point: effective advertising depends on cultural congruence and multimodal localization of meaning—not merely literal translation.

REFERENCES

1. Aaker, J. L., & Maheswaran, D. The Effect of Cultural Orientation on Persuasion. *Journal of Consumer Research*, 24(3), 1997 .315–328.
2. Albers-Miller, N. D., & Gelb, B. D. Business Advertising Appeals as a Mirror of Cultural Dimensions: A Study of Eleven Countries. *Journal of Advertising*. 1996.
3. Barthes, R. (1964/1977). *Rhetoric of the Image*. (Essay PDF).
4. Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Harvard University Press. (PDF).
5. De Mooij, M. (2004). *Translating Advertising: Painting the Tip of an Iceberg*. (PDF).
6. De Mooij, M. (2019). *Consumer Behavior and Culture: Consequences for Global Marketing and Advertising* (3rd ed.). SAGE.
7. Hall, E. T. (1976). *Beyond Culture*. Anchor Books. (Concept overview).
8. Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006/2020). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. Routledge.
9. Mortimer, K. (2010). The relationship between culture and advertising appeals... (Working paper/PDF).
10. Pollay, R. W. (1983). *Measuring the Cultural Values Manifest in Advertising*. *Current Issues and Research in Advertising*. (Referenced via overview/PDF).
11. Republic of Uzbekistan. (2022). Law ZRU-776 “On Advertising” (LexUZ).
12. Shavitt, S., et al. (2011). Horizontal and Vertical Cultural Differences in the Content of Advertising... (Open access).
13. van Leeuwen, T. (2005). *Introducing Social Semiotics*. Routledge.
14. Comparison of Advertisement in Uzbek and ... (2025). *Comparative study of linguistic/cultural dimensions* (article).
15. The Pragmatic Features of Advertising Texts in English and Uzbek (2025). (Article page).
16. Pragmatic persuasion in English and Uzbek ads... (2025). (Article page).

TALABALAR SALOMATLIGINI SAQLASH — INSON KAPITALI VORISIYLIGINI TA'MINLASH OMILI

Abdukarimova G.B

Toshkent davlat transport universiteti “Ijtimoiy fanlar” kafedrası
f.f.d(RhD), dotsent.v.b.



<https://doi.org/10.5281/zenodo.18839458>

Annotatsiya. Ushbu maqolada qariyalarning salomatligini asrash – ularning faol ijtimoiy hayotda ishtirokini ta'minlash, madaniy va ma'naviy merosni kelajak avlodlarga yetkazishda hal qiluvchi omillardan biri ekanligi, insonning sog'lomligi faqat tibbiy yoki jismoniy holat bilan emas, balki uning ijtimoiy faolligi, psixologik barqarorligi, ma'naviy qanoatlanishi bilan ham o'lchanishi ta'kidlangan. Avlodlararo vorisiylik – katta avlodning bilim, tajriba, an'ana va ma'naviy qadriyatlarini keyingi avlodlarga uzatish jarayoni ekanligi xamda keksa avlod vakillarining salomatligini saqlashda jamiyat – ya'ni davlat, mahalla, fuqarolik jamiyati institutlari va keng jamoatchilikning o'rni tahlil etiladi.

Kalit so'zlar: qariyalar, salomatlik, jamiyat, ijtimoiy himoya, faol qarilik, fuqarolik jamiyati, mahalla, avlodlararo vorisiylik, keksalar.

СОХРАНЕНИЕ ЗДОРОВЬЯ СТУДЕНТОВ — ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПЕРЕДАЧИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА АБДУКАРИМОВА Г.Б.

Ташкентский государственный транспортный университет (ТДТУ),

Кафедра «Социальные науки», кандидат наук (RhD), доцент.и.о.

Аннотация. В данной статье рассматривается, что сохранение здоровья пожилых людей является одним из решающих факторов обеспечения их активного участия в общественной жизни и передачи культурного и духовного наследия будущим поколениям, а здоровье человека измеряется не только его медицинским или физическим состоянием, но и его социальной активностью, психологической устойчивостью и духовным удовлетворением. Межпоколенная преемственность — процесс передачи знаний, опыта, традиций

и духовных ценностей старшего поколения следующему поколению, анализируется роль общества, а именно государства, общества, институтов гражданского общества и широкой общественности, в сохранении здоровья старшего поколения.

Ключевые слова: пожилые люди, здоровье, общество, социальная защита, активное старение, гражданское общество, соседство, межпоколенческая преемственность, пожилые люди.

MAINTAINING STUDENT HEALTH AS A FACTOR IN ENSURING HUMAN CAPITAL TRANSFER

ABDUKARIMOVA G.B.

Tashkent State Transport University (TSTU),

Department of Social Sciences, PhD, Associate Professor, Acting

Abstract. This article examines that maintaining the health of older people is one of the decisive factors in ensuring their active participation in public life and the transfer of cultural and spiritual heritage to future generations, and human health is measured not only by its medical or physical condition, but also by its social activity, psychological stability and spiritual satisfaction. Intergenerational continuity is the process of transferring knowledge, experience, traditions and spiritual values of the older generation to the next generation, the role of society, namely the state, society, civil society institutions and the general public, in maintaining the health of the older generation is analyzed.

Keywords: older people, health, society, social protection, active ageing, civil society, neighbourhood, intergenerational continuity, older people.

Kirish

Bugungi kunda jamiyat taraqqiyoti va mehnat bozoridagi raqobat kuchayishi sharoitida yoshlar, xususan talabalar salomatligini asrash masalasi strategik ahamiyat kasb etmoqda. Talabalik davri — shaxsning kasbiy yoʻnalishi, intellektual salohiyati va ijtimoiy masʼuliyati shakllanadigan muhim bosqich boʻlib, aynan shu davrda sogʻliqni mustahkamlash va sogʻlom turmush koʻnikmalarini barqaror odatga

aylantirish kelgusidagi hayot sifati uchun poydevor vazifasini bajaradi. Shu ma'noda, talaba salomatligini saqlash faqat tibbiy masala bo'lib qolmay, ta'lim sifati, kasbiy tayyorgarlik va jamiyat barqarorligiga bevosita ta'sir ko'rsatuvchi ijtimoiy omil sifatida namoyon bo'ladi.

Talabaning sog'lomligi uning jismoniy holati bilangina cheklanmaydi. U — psixologik barqarorlik, ijtimoiy faollik, ma'naviy qanoatlanish va o'zini jamiyatda zarur deb his etish kabi ko'rsatkichlar majmuasidir. O'qish yuklamasi, imtihonlar, moslashuv jarayoni, kelajak kasbiga doir xavotirlar hamda hayot ritmining tezlashuvi talabalarning ruhiy va emotsional holatiga ta'sir qiladi. Shuning uchun ta'lim muhitida sog'lom turmush tarzini qo'llab-quvvatlash, sport va jismoniy faollikni rag'batlantirish, to'g'ri ovqatlanish madaniyatini shakllantirish, shuningdek psixologik yordam va ijtimoiy moslashuv mexanizmlarini kuchaytirish muhim yo'nalishlardan hisoblanadi.

Inson kapitali vorisiyligi deganda jamiyatning bilim, tajriba, kasbiy madaniyat va qadriyatlarni yangi avlod orqali davom ettirib borish jarayoni tushuniladi. Bu jarayonning uzluksizligi avvalo sog'lom, faol va maqsadga yo'naltirilgan yoshlarning mavjudligiga bog'liq. Agar talaba o'z salomatligiga beparvo bo'lsa, doimiy charchoq, ruhiy bosim yoki ijtimoiy chekinish holati kuchaysa, nafaqat o'qish samaradorligi pasayadi, balki kelgusida kasbiy barqarorlik va ijtimoiy mas'uliyatning shakllanishi ham sustlashadi. Aksincha, sog'lom talaba — bu bilimni tez o'zlashtiradigan, jamoa bilan hamkorlik qiladigan, yangilikka ochiq va jamiyat oldidagi vazifalarni mas'uliyat bilan bajarishga tayyor kadr demakdir.

Shu bois, talabalarning salomatligini saqlash — oliy ta'lim tizimining tarbiyaviy va ijtimoiy vazifalari bilan uzviy bog'liq bo'lgan ustuvor yo'nalishdir. U ta'lim jarayonida natijadorlikni oshiradi, kasbiy kompetensiyalar shakllanishini tezlashtiradi va eng muhimi, jamiyatning kelajak taraqqiyotini ta'minlaydigan inson kapitali vorisiyligini mustahkamlaydi.

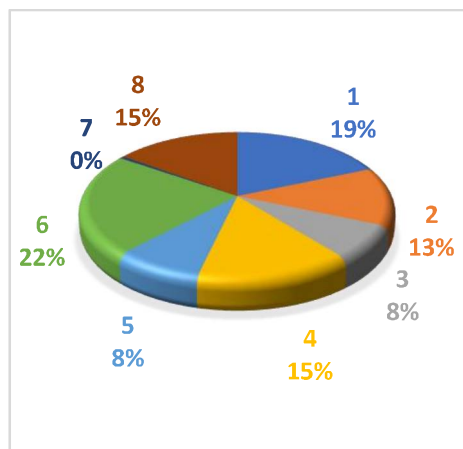
Demak, salomatlik — faqat shaxsiy ne'mat emas, balki ijtimoiy merosni saqlab qolishdagi asosiy omildir. Qarishda salomatlik tengligini oshirish ham sog'liqni

saqlashning muhim maqsadi sifatida tan olingan. Keksa odamlar orasida kuzatilgan ko'plab sog'liq farqlari "ijtimoiy determinantlar" natijasidir, masalan, ijtimoiy-iqtisodiy sharoitlar, yashash va mehnat sharoitlari, ta'lim va boshqalar. Insonning tug'ilishi, voyaga yetishi, ta'lim-tarbiya olishi, ovqatlanishi, uxlashi, yashashi, mehnat qilishi, sog'lig'i va ijtimoiy g'amxo'rliqi keksalikka kirgan insonning farovonligiga umrboqiy ta'sir ko'rsatadi. Sog'liqni saqlash bo'yicha tashabbuslarni mavjud yosh aholiga foyda keltirish uchun yo'naltirish, hayotlari davomida sog'lig'ida tengsizlikka duchor bo'lishiga qaramay, keksalikka erishganlar uchun so'nggi nopoklik bo'lishi mumkin.

Shu ma'noda O'zbekistonda qariyalarning avlodlararo vorisiyligini ta'minlashda ularning sog'lig'ini asrashga alohida e'tibor qaratilmoqda. Birinchidan reproduktiv salomtalik markazlarida qariyalarning salomatligini nazorat qilish, ularning tibbiy ko'rikdan o'tishi tizimli tashkil etilgan, ikkinchidan O'zbekiston Respublikasi Nuroniy jamg'armasi huzurida tashkil etilgan "Nuroniy" sanatoriyasida qariyalar reja asosi sog'lig'ini saqlash va asrash uchun tibbiy muolajalarni bepul olish imkoniyatiga ega. O'zbekistonda qariyalarning sog'lig'ini asrashga yo'nalgan tizimli profilaktikaning natijalarini aniqlash uchun sotsiologik so'rovnoma o'tkazilganida 609 nafar respondentlarning 131 nafari a'lo, 217 nafari yaxshi, 143 nafari qoniqarli, 61 nafari qoniqarsiz, 57 nafari juda yomon deb javob bergan. 609 nafar respondentlarning sog'lig'ingizni asrash uchun qanday choralar ko'rasizlar degan savolga 113 nafar respondent doimiy ko'rikdan o'tishi, 78 nafari doimiy shifokor ko'rigidan o'tishi, 47 nafar respondent jismoniy gimnastika mashg'ulotlari bilan shug'ullanishi, 89 nafar kishi sanatoriyalarda profilaktik davolanishi, 51 nafar kishi sog'lig'iga shikoyati yo'qligi, 3 nafar odam sog'lig'iga qarashga imkoni yo'qligini tan olgan.

Ushbu so'rovnoma **sog'lig'ingizni asrash uchun qanday choralar ko'rasizlar?** degan mavzuda o'tkazilgan bo'lib quyidagi rasmda ko'rsatilgan (2-rasm)

2. Rasm.



№	Javob nomi	Soni	Foiz %
1	Doimiy ravishda ko'rikdan o'tib turaman	113	19
2	Doimiy ravishda vrach nazoratidaman	78	13
3	Badan tarbiya qilib turaman	47	8
4	Sanatoriyaga borib turaman	89	15
5	Sog'ligimdan shikoyatim yo'q, shu sababli hech nima qilmayman	51	8
6	Sog'ligimga e'tibor qaratish uchun imkoniyati yetmaydi	137	22
7	boshqa, yozing	3	0
8	j.b.q.	91	15
9	Jami	609	100%

Bu so'romnoma natijasida O'zbekiston aholisi xususan qariyalarning ijtimoiy faolligi oshganligi, ularning turmush tarzi yaxshilanganligidan dalolat beradi. Ayni paytda bu sohada qilishini lozim bo'lgan vazifalar ham ko'pligini tan olish lozim. Xususan, viloyatlarda yashayotgan qariyalarda hozirgacha doimiy shifokor ko'rigidan o'tish amaliyoti joriy etilmagan va bu reproduktiv salomatlik markazlari tomonidan muntazam nazorat qilinmaydi. Qariyalarning sanatoriyalarda dam olishini tizimli tashkil etish jarayonida ham muayyan muammolar bor va bu muammolarni O'zbekiston Respublikasi Nuroniy jamg'armasi mahallalar kesimida bartaraf etishga harakat qilmoqda.

Zero Yangi O'zbekistonda qariyalar uchun sog'liqni saqlash sohasidagi say-harakatlarning asosiy yo'nalishi sog'lom qarish, qarish va sog'liqdagi tengsizliklarni kamaytirishga o'tgan bo'lsa-da, umr ko'rish davomiyligini oshirish maqsadini unutib bo'lmaydi. Darhaqiqat, sog'liqni saqlash statistikasi odatda umr ko'rish davomiyligini uzaytirish bo'yicha erishilgan yutuqlarga e'tibor qaratadi va keyingi hayotda farovonlikka qaratilgan so'nggi e'tiborning bir qismi ana shunday yutuqlar natijasidir. Keksalarning salomatligi nafaqat tibbiy yordam, balki e'tibor, muhabbat va mehrga bog'liq. Bu omillar esa, eng avvalo, oila muhitida shakllanadi.

Kariyalarning salomatligini ta'minlashda zamonaviy tibbiyot va gerontologiya fani biopsixosotsial (jismoniy, psixologik va ijtimoiy) yondashuvni taklif etadi.

Bunda quyidagi holatlar e'tiborga olinadi:

Jismoniy omillar: keksa insonning tana holati, xronik kasalliklari, ovqatlanish tarzi.

Psixologik omillar: o'zini yolg'iz his qilmaslik, ruhiy barqarorlik, dunyoqarash.

Ijtimoiy omillar: oila a'zolari bilan munosabat, faol hayot tarzi, jamiyatga mansublik hissi.

Oila bu uchala omilning birlashuv nuqtasi sifatida xizmat qiladi.

Kariya inson mehribonlikka, gaplashishga va uning so'ziga quloq tutishga muhtoj. Unga nisbatan ko'rsatilgan e'tibor – uning hayotga bo'lgan qiziqishini tiklaydi, ruhiy holatini barqarorlashtiradi, depressiya va yolg'izlikni oldini oladi.

Oila a'zolarining qariyalarga dori-darmon yetkazib berishda yordam berishi, ularga ozuqa tayyorlashi, uy yumushlarida yordam berishi, shifokorga borish uchun hamrohlik qilishi – bular keksalarni salomatligini ta'minlashda juda muhim amaliy yordam hisoblanadi. Shuningdek oiladagi yoshlarning kariyalar bilan muloqoti – ularning o'zini kerakli his etishi, tajribasi bilan o'rtoqlashishiga zamin yaratadi. Bu esa faol hayot tarziga turtki beradi.

Oiladagi sog'lom muhit esa kariyalarning emotsional stressini kamaytiradi. Ilmiy tadqiqotlar ko'rsatmoqdaki, oilaviy munosabatlar yaxshi bo'lgan qariyalarda yurak-qon tomir kasalliklari, qandli diabet va Alsgeymer kabi xastaliklar kamroq kuzatiladi. O'zbekistonda keksa avlodga nisbatan ijtimoiy himoya va sog'liqni saqlashda jamiyatning quyidagi shakllari faol ishtirok etmoqda:

Mahalla faollari va "Keksalar maslahati" guruhlarini orqali keksa fuqarolar bilan doimiy aloqa o'rnatilmoqda.

Nuroniylar jamg'armasi yordamida sog'lomlashtirish, moddiy yordam va ma'naviy rag'batlantirish ishlari olib borilmoqda.

Fuqarolik jamiyati institutlari (NNTlar, kasaba uyushmalari) orqali kariyalar uchun treninglar, maslahat kurslari, tibbiy ko'riklar tashkil qilinmoqda.

Yoshlar bilan avlodlararo muloqot tadbirlari orqali keksa insonning ijtimoiy

faolligi ta'minlanmoqda.

O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasida (46-modda) har bir insonning salomatligini saqlash va ijtimoiy yordamga bo'lgan huquqi kafolatlangan.

"Yangi O'zbekiston taraqqiyot strategiyasi"da qariyalar salomatligi, ijtimoiy himoyasi va oilada keksalarga hurmat muhitini shakllantirish asosiy vazifalardan biri etib belgilangan.

BMTning "Faol qarilik" konsepsiyasida ham oila instituti keksalarni qo'llab-quvvatlashda asosiy zveno sifatida ko'rsatiladi.

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak qariyalarning sog'lom hayoti – faqat tibbiy muolaja orqali emas, balki oilaviy muhitdagi ruhiy qo'llab-quvvatlash va mehr, jamiyatda katta avlod vakillariga hurmat, ularni qo'llab-quvvatlash va yaqinlik muhitini yaratish orqali ularning salomatligi va yashash sifati sezilarli ravishda oshadi.

REFERENCES

1. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi. – Toshkent: O'zbekiston, 2023.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-martdagi "Keksa avlod vakillarini har tomonlama qo'llab-quvvatlash hamda ularning ijtimoiy faolligini oshirishga doir qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi 92-son qarori. www.lex.uz.
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi "2022-2026-yillarga mo'ljallangan yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi 60-son farmoni. www.lex.uz.
4. O'zbekiston milliy ensiklopediyasi. – Toshkent: O'zbekiston milliy ensiklopediyasi nashriyoti, 9-tom. 2005. – 704 b.
5. Sodiqova Sh.M. Jamiyatni modernizatsiyalash jarayonida keksalarni ijtimoiy himoyalashning sotsiologik tahlili. Doktorlik dissertatsiyasi avtoreferati. – Toshkent, 2016. – B. 3.
6. N.Norqulova. "Mahalla va kariyalar o'rtasida ijtimoiy hamkorlik." – Ilmiy jurnal, Toshkent, 2023.

NORMATIV VA TEXNIK HUJJATLARNI TARJIMA QILISH

Rashid Xashimovich Boboxo'jaev

Toshkent davlat transport universiteti, o'zbek (rus) tili kafedrası dotsenti



<https://doi.org/10.5281/zenodo.18839490>

Annotatsiya. Ushbu maqolada normativ va texnik hujjatlarni (NTD) rus tilidan o'zbek tiliga tarjima qilish ko'rib chiqiladi. Unda texnik tarjimaga nazariy yondashuvlar o'rganiladi, terminologiya va frazeologiyani yetkazishdagi muammolar aniqlanadi va hujjat konteksti va uslubiga qarab tarjima o'zgaruvchanligi ko'rsatiladi. Optimal tarjima variantlarini tanlash, xatolar va noaniqliklarni bartaraf etish bo'yicha amaliy tavsiyalar hamda odatiy atamalarning o'zbekcha ekvivalentlari bilan kengaytirilgan jadvali keltirilgan. Ushbu material tarjimonlar, standartlashtirish mutaxassislari, texnik tarjima o'qituvchilari va leksikografiya tadqiqotchilari uchun foydali bo'ladi.

Kalit so'zlar: texnik tarjima, normativ va texnik hujjatlar, terminologiya, tarjima o'zgaruvchanligi, rus tili, o'zbek tili, standartlashtirish.

TRANSLATION OF NORMATIVE AND TECHNICAL DOCUMENTATION

Rashid Khashimovich Bobokhodjaev

Associate Professor, Department of Uzbek (Russian) Language,
 Tashkent State Transport University

Abstract. This article examines the translation of normative and technical documentation (NTD) from Russian into Uzbek. It examines theoretical approaches to technical translation, identifies problems in conveying terminology and phraseology, and demonstrates translation variability depending on the context and style of the document. Practical recommendations for selecting optimal translation options, eliminating errors and inaccuracies, and an expanded table of typical terms with their Uzbek equivalents are provided. This material will be useful to translators,

standardization specialists, technical translation teachers, and lexicography researchers.

Keywords: technical translation, normative and technical documentation, terminology, translation variability, Russian language, Uzbek language, standardization.

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА НОРМАТИВНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ

Бобоходжаев Рашид Хашимович

Доцент кафедры “Узбекский (русский) язык”,

Ташкентского государственного транспортного университета

Аннотация. Статья посвящена исследованию особенностей перевода нормативно-технической документации (НТД) с русского на узбекский язык. Рассматриваются теоретические подходы к техническому переводу, выявляются проблемы передачи терминологии и фразеологии, а также демонстрируется вариативность перевода в зависимости от контекста и стиля документа. Приводятся практические рекомендации по выбору оптимальных вариантов перевода, устранению ошибок и неточностей, а также расширенная таблица типичных терминов с их эквивалентами в узбекском языке. Материал будет полезен переводчикам, специалистам в области стандартизации, преподавателям технического перевода и исследователям в области лексикографии.

Ключевые слова: технический перевод, нормативно-техническая документация, терминология, вариативность перевода, русский язык, узбекский язык, стандартизация.

Введение

Нормативно-техническая документация выполняет ключевую роль в обеспечении безопасности, качества и стандартизации продукции,

оборудования и производственных процессов. Перевод таких документов требует высокой точности и соблюдения официального стиля, поскольку ошибки в интерпретации терминов могут привести к некорректной эксплуатации оборудования и угрозе безопасности персонала.

Перевод НТД предполагает не только передачу лексического значения терминов, но и соблюдение формального, стилевого и логического соответствия текста оригиналу. В литературе отмечается, что одной из главных проблем является отсутствие прямых эквивалентов некоторых терминов в целевом языке, что требует применения адаптационных и описательных стратегий (Абдурахмонов, 2018; Чернышев, 2017).

Цель данной работы - проанализировать особенности перевода нормативно-технических текстов с русского на узбекский язык, выявить проблемы вариативности перевода и предложить практические стратегии, обеспечивающие точность и однозначность текста.

Основная часть

1. Теоретические основы перевода нормативно-технических текстов

НТД включают стандарты, инструкции по эксплуатации, регламенты и технические условия. Основными требованиями к переводу таких документов являются:

1. Точность передачи значения - эквивалент термина в целевом языке должен соответствовать значению исходного термина.

2. Однозначность - текст перевода не должен допускать двусмысленного понимания.

3. Соблюдение официального стиля - структура, формулировки и терминология должны соответствовать нормативному стилю документа.

Сложности перевода связаны с семантическими различиями между языками, отсутствием прямых лексических эквивалентов, а также необходимостью поддерживать терминологическое единство по всему документу.

2. Особенности перевода с русского на узбекский язык

2.1 Языковые трудности

При переводе НТД с русского на узбекский язык наиболее часто встречаются следующие проблемы:

- Термины, не имеющие прямых эквивалентов;
- Заимствования и кальки, требующие адаптации;
- Различия в стилистике и официально-деловом уровне языка.

2.2 Вариативность перевода терминов

Одной из характерных особенностей перевода НТД является **вариативность** - один термин или фраза может иметь несколько допустимых вариантов перевода в зависимости от контекста и стиля документа.

Примеры вариантов перевода терминов НТД

Русский термин/фраза	Узбекский вариант 1	Узбекский вариант 2	Пояснение
Строго запрещается	qat'iyon man etiladi	qat'iy taqiqlanadi	Официальный или более разъяснительный стиль
Не допускается	qabul qilinmaydi	ruxsat etilmaydi	Для нормативных документов и инструкций
В случае неисправности	nosozlik holatida	masala paydo bo'lsa	Кратко-технический и более разъяснительный
Обязательное условие	majburiy shart	shartli talab	Используется в стандартах и регламентах
Требуется регулярная проверка	muntazam tekshirish talab qilinadi	doimiy nazorat zarur	Для инструкций и руководств пользователя
Должно выполняться	bajarilishi shart	bajarilishi kerak	Формально-технический или разъяснительный
При эксплуатации	ekspluatatsiya vaqtida	ishlatish davrida	Технический стиль или более нейтральный
Подлежит обязательной	majburiy sertifikatdan	sertifikatlashtirish talab qilinadi	Формальный документальный

сертификации	o'tkazilishi kerak		стиль
Применяется только	faqat qo'llaniladi	faqat ishlatiladi	Стандарты и инструкции
Соответствует стандарту	standartga muvofiq	standartga to'g'ri keladi	Формальный стиль в документах
Не использовать	qo'llanilmasin	ishlatilmasin	Запретительные формулировки
Допускается	ruxsat etiladi	qo'llanishi mumkin	Формальный или нейтральный вариант
Защищается от влаги	namlikdan himoyalangani	namlikka qarshi muhofaza qilinadi	Описание условий эксплуатации
Срок службы	foydalanish muddati	xizmat qilish vaqti	Технический термин
Внимательно соблюдать	diqqat bilan bajarilishi shart	e'tibor bilan bajarilishi lozim	Инструкции по безопасности
Исключительно для профессионалов	faqat mutaxassislar uchun	professionallar uchungina	Целевая аудитория - специалисты
Подлежит проверке перед использованием	ishlatishdan oldin tekshirilishi kerak	qo'llashdan oldin nazorat qilinish kerak	Процедуры контроля качества
Возможные неисправности	ehtimoliy nosozliklar	mumkin bo'lgan nosozliklar	Предупреждение о рисках
Противопожарная защита	yong'indan himoya	yong'inga qarshi muhofaza	Стандартизированная терминология
Поддерживать в исправном состоянии	ishlab turuvchi holatda saqlash kerak	yaxshi holatda saqlash zarur	Техническое обслуживание

3. Практические стратегии перевода

Для обеспечения высокого качества перевода нормативно-технической документации необходимо применять комплекс стратегий, учитывающих специфику терминологии, контекст и формальный стиль документа. На практике наиболее эффективными являются:

1. Калькирование и адаптация терминов - перенос структуры термина с сохранением значения.

2. Описательный перевод - разъяснение термина при отсутствии точного аналога.

3. Контекстуальный подход - выбор перевода с учетом аудитории и назначения документа.

4. Использование отраслевых справочников и стандартов - проверка терминологии по ГОСТ, ISO, специализированным глоссариям.

5. Систематизация и унификация терминов - создание таблиц и баз данных для последовательного использования терминов.

6. Комбинированный подход - сочетание всех стратегий для достижения точности и официального стиля документа.

Эти стратегии обеспечивают точность, однозначность и функциональную адекватность перевода.

3.1. Практические рекомендации по устранению ошибок и неточностей перевода

Для минимизации ошибок и повышения точности перевода рекомендуется:

1. Тщательная подготовка - изучение документа, анализ структуры, выявление ключевых терминов.

2. Использование унифицированной терминологии - официальные справочники, стандарты ГОСТ и ISO, внутренняя база терминов.

3. Контекстуальная проверка - проверка соответствия перевода функции документа и аудитории.

4. Двойная проверка и редакция - контроль переводчиком с опытом отрасли, особенно для инструкций и предупреждающих формулировок.

5. Описательный перевод при отсутствии точного эквивалента - разъяснение термина без искажения смысла.

6. Регулярное обновление терминологической базы - отслеживание изменений стандартов и новых терминов.

7. Использование специализированного программного обеспечения - САТ-инструменты, терминологические менеджеры для сохранения единообразия и предотвращения ошибок.

Применение этих рекомендаций повышает точность и надежность перевода, минимизирует риски и способствует безопасной эксплуатации оборудования и соблюдению стандартов.

4. Примеры практического применения

Пример перевода инструкции по эксплуатации:

- Русский: «Строго запрещается использовать устройство при поврежденном корпусе».

- Узбекский:

1. Қатъиян ман этилади, агар қурилма корпуси шикастланган бўлса.

2. Корпуси носоз бўлган ҳолда қурилмадан фойдаланиш қатъий тақиқланади.

Выбор варианта определяется официальностью документа и аудиторией. В нормативных документах чаще используется второй вариант - более официальный.

Заключение: Перевод нормативно-технической документации представляет собой сложную межкультурную задачу, требующую сочетания теоретических знаний и практических навыков. Вариативность перевода терминов позволяет адаптировать текст под контекст, аудиторию и нормативные требования без потери смысла.

Применение стратегий калькирования, описательного и контекстуального перевода, систематизации терминов, проверки по стандартам и рекомендаций по устранению ошибок обеспечивает единообразие, точность и функциональную адекватность текста. Данное исследование вносит вклад в развитие теории и практики технического перевода и может служить методологическим руководством для переводчиков, специалистов по стандартизации и преподавателей технического перевода.

REFERENCES

1. Абдурахмонов, М. Техника ва норматива хужжатларини таржима қилиш назарияси. Тошкент, 2018.
2. Гамзалиев, В. Техникавий таржима: методология ва амалиёт. Самарқанд, 2020.
3. Чернышев, С. Проблемы передачи технической терминологии. Москва, 2017.
4. Юнусова, Л. Русско-узбекский словарь технических терминов. Тошкент, 2019.
5. Babaxodjayev, R. Communicative Features of the Functioning of Euphemisms. Commonwealth of Languages–Commonwealth of Cultures.–2017.
6. Minbayev, A., & Boboxodjayev, R. (2025, July). К вопросу о классификации тюркских этнических имен. In *Conferences* (Vol. 1, No. 1).
7. Бобоходжаев, Р. Х. (2025). Дарья/дарё в Мирзачулской топонимии. *Ta'lim, tarbiya va innovatsiyalar jurnali*, 1(8), 46-49.
8. Бобоходжаев, Р. Х. (2025). Значение и происхождение гидронимического термина «жетысай» и связанных топонимов в средней азии. *Ta'lim, tarbiya va innovatsiyalar jurnali*, 1(8), 58-61.
9. Бобоходжаев, Р. Х. (2025). Гидронимия и оросительные системы Мирзачуля: происхождение и особенности терминологии. *Yangi O'zbekiston, yangi tadqiqotlar jurnali*, 3(2), 45-48.

ИНГЛИЗ ТИЛИ ЎҚИТУВЧИЛАРИНИНГ МАЛАКА ОШИРИШ ШАКЛЛАРИ ВА МОДЕЛЛАРИ (умумий ўрта тълим мисолида)

Ўзбекистон Республикаси ИИВ Академияси Доценти п.ф.б.ф.д (PhD) О.Б.
Маллаева



<https://doi.org/10.5281/zenodo.18839511>

Аннотация: Педагог ходимлар, хусусан тизимдаги инглиз тили ўқитувчилари ҳар беш йилда камида бир марта малака оширишлари лозим бўлган. Бугунги кунда педагог ходимларнинг беш йилда бир маротаба малака ошириши айрим МДХ мамлакатларида сақланиб қолган. Ривожланган мамлакатларда эса, ўқитувчиларнинг ҳар йили узлуксиз малака ошириши йўлга қўйилган.

Калит сўзлар: касбий ривожланиш, малака ошириши, эҳтиёж, индивидуал, маънавий ва моддий қизиқишлар.

Формы и модели профессионального развития учителей английского языка (в случае общеобразовательных средних школ)

Доцент Академии Министерства внутренних дел
Республики Узбекистан, кандидат наук (PhD) О.Б. Маллаева
(ozodamallayeva201gmail.ru 91-598-6009)

(<https://orcid.org/my-orcid?orcid=0009-0000-9443-1079>)

Аннотация: Педагогические работники, особенно преподаватели английского языка в системе, должны были повышать свою квалификацию не реже одного раза в пять лет. Сегодня в некоторых странах СНГ сохраняется подготовка педагогических кадров раз в пять лет. В развитых странах ежегодно устанавливается непрерывное повышение квалификации учителей.

Ключевые слова: профессиональное развитие, профессиональное развитие, потребности, индивидуальные, духовные и материальные интересы.

Forms and models of professional development of English language teachers (in the case of general secondary education)

Associate Professor of the Academy of the Ministry of Internal Affairs
of the Republic of Uzbekistan, PhD candidate O.B. Mallaeva

Annotation: Pedagogical staff, especially English language teachers in the system, had to upgrade their qualifications at least once every five years. Today, the training of teaching staff every five years is preserved in some CIS countries. In developed countries, continuous professional development of teachers is established every year.

Keywords: professional development, professional development, needs, individual, spiritual and material interests.

КИРИШ

Ўзбекистон Республикасида малака ошириш ҳукумат даражасида жуда тез ислохотлар амалга оширилаётган соҳа ҳисобланади. Буни ушбу соҳага тегишли бўлган 2014-2017 йилларда амалда бўлган Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2014 йил 15 августдаги “Халқ таълими тизими ходимларини қайта тайёрлаш ва уларнинг малакасини ошириш тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 234-сон ҳамда 2017 йил 28 декабрда қабул қилинган “Педагог ходимларни қайта тайёрлаш ва уларнинг малакасини оширишни ташкил этиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 1026-сон қарорлари қабул қилинишида ҳам кўриш мумкин.

Таъкидлаш керакки, мазкур ҳужжатларда албатта малака ошириш шакллари қайд этилган. Жумладан, Вазирлар Маҳкамасининг 234-сон Қарорида, малака ошириш шакллари 2 турга ажратилган. Улар:

1. Тўғридан-тўғри малака ошириш (таълим дастурлари бўйича ўқитиш): - малака ошириш бўйича ихтисослаштирилган таълим муассасасида (академия, институт, марказ, факультет, курсларда) ўқитиш; - базавий таълим муассасасида ўқитиш; - “Устоз-шогирд” методи бўйича таълим муассасасида

ўқитиш; - ишлаб чиқаришда тажриба орттириш; - илмий тадқиқот муассасасида тажриба орттириш; - хорижда тажриба орттириш; - мустақил ўқиб билим орттириш;

2. Билвосита малака орттириш (таълим дастурларисиз ўқитиш): - илмий (илмий-педагогик) кенгаш қарори бўйича ижодий таътил; - очик ўқув машғулоти; - илмий, илмий-методик ва илмий-амалий семинарлар, конференциялар, август ўқишлари ва ҳоказоларда маърузалар билан қатнашиш [21].

АДАБИЁТЛАР ТАҲЛИЛИ

“Индивидуал таълим траекторияси” тушунчаси бўйича дунёда кўплаб олимлар тадқиқот олиб боришган. Жумладан, уларга мисол қилиб А.С.Гаязов [40; 26-б.], Т.М.Ковалёва [58; 246-б.], О.В.Волкова [38.], Э.Ф.Зеер [46; 170-б.], Г.П.Шедровицкий [96; 235-б.], Н.И.Клокар [59; 92-б.] ҳамда С.А.Вдовина [39] ва И.М.Кунгурова [39] каби олимларни келтириш мумкин.

А.С.Гаязов траектория тушунчаси ўзининг классик маъносида “...баъзи бир жисмнинг ҳаракатланиш чизиғи ёки ишораси”, деб тушунилишини таъкидлайди” [110; 878-б.].

Мамлакатимизда малака ошириш тушунчаси ҳамда педагог ходимлар малакасини ошириш масаласида кўплаб олимлар тадқиқот олиб борган. Жумладан, Ж.Ғ.Йўлдошев [53; 18-б.], М.Яхъяев [98; 133-б.], Р.Жўраев [114; 39-б.], А.Бахрамов, А.Закиров [114], М.А.Юлдашев [114], Саидкулов Ш. [82; 119-б.] Н.Р.Рахмонов [75; 52-б.], Р.Б.Исроилов [52; 96-б.], М.Н.Нишонов [69; 39-б.], К.З.Зарипов [47; 13-б.], Б.Нуриддинов [70; 10-б.], З.А.Артикбаева [33; 10-б.], М.Дехканова [43; 8-б.], М.Жуманиёзова [45; 18-б.], А.Гулбоев [41; 4-б.], Н.Рахманкулова [76; 11-б.], Д.М.Маматкулов [65; 143-б.], С.Тошев [87; 25-б.], Б.Ф.Ялғашев [99; 10-б.], А.Асқаров [28; 52-б.], Э.Норбоев [72; 41-б.], Х.Хўжамов [91; 221-б.], М.Умаров [89; 23-б.], Б.Умаров [91; 56-б.] ва бошқалар ўз тадқиқотларида малака ошириш тушунчаси, унинг ривожланиш тарихи, малака оширишнинг назарий, педагогик-психологик ва ижтимоий-иқтисодий

асослари, малака ошириш мазмуни, унинг эҳтиёжга асосланиши, вариативлиги, педагог кадрларнинг малака оширишга бўлган эҳтиёжларини аниқлаш ва бошқа шу каби масалаларни тадқиқ этишган.

ТАДҚИҚОТ МЕТОДОЛОГИЯСИ

Юқорида баён қилинганлардан кўриниб турганидек, ушбу меъёрий ҳужжатларда билвосита малака ошириш шаклларига ўрин берилган. Лекин, шунга қарамай, амалдаги тадқиқот натижаларига кўра, шу кунгача халқ таълими тизимида малака оширишнинг тўғридан-тўғри малака ошириш (таълим дастурлари бўйича ўқитиш) шакли устуворлигича қолаверган.

Юқорида қайд этилган қарорларга биноан, ҳозирга қадар педагоглар ҳар 5 йилда камида бир маротаба малака оширишга жалб этилади. Халқ таълими вазирлигининг маълумотномасига кўра, 2019-2020 ўқув йилида фаолият юритаётган УЎТ муассасалари ўқитувчилари сони 481 604 нафарга етган бўлиб, улардан ҳар йили тахминан 92 минг нафар ўқитувчилар асосий ойлик иш ҳақлари сақланган ҳолда, ўз малакаларини оширадilar [136].

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2021 йил 25 январдаги “Халқ таълими соҳасидаги илмий-тадқиқот фаолиятини кўллаб-қувватлаш ҳамда узлуксиз касбий ривожлантириш тизимини жорий қилиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-4963-сон қарори.

Ҳозиргача малака оширишнинг тўғридан-тўғри малака ошириш (таълим дастурлари бўйича ўқитиш) шакли устуворлигини сақланиб қолганлиги мазкур тизимда қуйидаги:

бюджет маблағларининг салмоқли қисми айнан малака ошириш жарёнига сарфланиши *(бир ойлик малака оширишга келган ўқитувчининг ойлиги сақланиб қолади, шунингдек, унга хизмат сафари харажатлари тўланади. Ўқитувчи ўз малакасини ошириш даврида унинг ўрнига бошқа ўқитувчига ўриндошлик асосида дарс соатлари бўлиб берилади);*

ўқитувчи малака ошириш пайтида ўрнига бошқа ўқитувчи дарс ўтиши ўқувчиларга психологик таъсир ўтказиб, уларни айна дарсни ўзлаштириб

олишларига салбий таъсир кўрсатиши (ўқувчида фан ўқитувчисининг дарс ўтиши услуби, муомаласи, мимикалари ва ҳар бир бола психологияси ва салоҳиятига қараб қиладиган алоҳида ёндашувига кундалик рефлекс ҳосил бўлади);

узоқ туманлардаги педагогларнинг ҳудуд марказига келиб малака оширишлари моддий, маънавий ва оилавий ноқулайликларни юзага келтириши [132] каби камчилик ва муаммоларни келтириб чиқарган.

Таъкидлаш керакки, ривожланган мамлакатларда малака оширишнинг билвосита шаклларига бўлган талаб ва таклифнинг ўсиб бораётгани ушбу шаклнинг ниҳоятда халқчил эканидан далолат беради.

ТАҲЛИЛ ВА НАТИЖАЛАР

Хориж тажрибаси ҳамда бугунги мураккаб (вақт тиғизлиги, транспорт ҳаракатларининг фаоллиги, пандемия ва бошқа шу каби омиллар) шароитда билвосита малака ошириш шаклларига ўтиш бир қатор қулайликлар мавжудлигини кўрсатмоқда.

Ушбу йўналишдаги хорижий тажрибаларни таҳлил қилар эканмиз, бугунги кунда аксарият ривожланган давлатларда педагог ходимларнинг малакасини ошириш соҳасида тўғридан-тўғри малака ошириш (таълим дастурлари бўйича ўқитиш) шакли устувор бўлмай, аксинча билвосита малака ошириш шакллари устуворлигини кўрамыз. Хориж тажрибасининг педагоглар малакасини оширишнинг борасидаги билвосита шаклларига тўхталадиган бўлсак, уларни оммалашганлик даражасидан келиб чиққан ҳолда қуйдагича белгилаш мумкин:

Кластер;

“ADDIE”;

И-Таълим;

Аралаш таълим;

Виртуал ўқитувчи раҳбарлигидаги тренинг ёки ВИЛТ;

M-learning;

Очиқ курслар.

Маълумки, шу вақтга қадар Ўзбекистон таълимида кластер тушунчаси орқали асосан, ўқитиш усули назарда тутилган. Унга кўра “кластер” (тутам, боғлам) усули олдиндан мавжуд билимлар, мавзу бўйича тушунчалар заҳирасига асосланади. Ўқитувчи асосий (таянч) сўзни доскага ёзади, талабалар асосий сўзни тўлдирувчи ёки ушбу сўз ечимига боғлиқ сўзларни айтишади. Ўқитувчи талабалар томонидан айтилган сўзларни “Кластер” атрофига тўплаб, мантикий занжир ҳосил қилади [79; 24-б.].

ИЛМИЙ МУҲОКАМА

Тадқиқот ишида назарда тутилаётган кластер юқорида тилга олинган ўқитиш усулидан фарқ қилади.

«Кластер - инглиз тилидаги «cluster» сўзидан олинган бўлиб, таржимада *гурух, тўп, тўплам, боғ, шода* каби маъноларни англатади [68; 587-б.]. Кластер атамаси Гарвард мактаби профессори М.Ю.Портер томонидан фанга киритилган. У кластерга ҳудудий жиҳатдан яқин бўлган, муаяйн бир соҳада фаолият олиб борадиган ҳамда бир-бирининг ишини тўлдирадиган муассасалар бирлашмаси сифатида таъриф берган.

Унинг фикрича, кластерлар қуйидаги умумий жиҳатларга эга бўлиши даркор:

- илмий-тадқиқот муассасалари мавжудлиги;
- иш ресурслари;
- рақобатбардошлик ҳолати;
- соҳага мансублик;
- махсус ўқув муассасаларининг мавжудлиги;
- махсус хизматларга эгалик имкониятининг мавжудлиги;
- хомашё етказиб берувчиларнинг етарлилиги» [88] кабилар.

Хориж тажрибасида таълим кластерлари яхши тараққий этган бўлиб, CLUSTER (“инглизча- *“Cooperation Link between Universities of Science and Technology for Education and Research* - илмий ва технологик университетлар

ўртасида таълим ва тадқиқотда ҳамкорлик”) - номи остида Европанинг 12 та техника университетлари ҳамда уларда фаолият юритаётган 3.000 нафар профессор, 11.000 нафар академиклар, 3.000 нафар докторантлар, 14.000 нафардан ортиқ талабалар ҳамкорлик мақсадида бирлашишган [83; 45-б.].

ХУЛОСА

Ҳар бир педагог юқорида қайд этилган “Узлуксиз касбий таълим” платформаси орқали тақдим этилган ўқув модулларини ўзлаштириб бўлгач, платформадаги баҳолаш мезонлари орқали баҳоланади ва тўпланган кредитлар педагогнинг шахсий кабинетига жамланади. Кредитларнинг белгиланган миқдорини йиққан педагог шу йил учун малака ошириш курсини тўла ўтаган ҳисобланади ва уни тасдиқловчи ҳужжат тақдим этилади.

Кўриниб турганидек, хориж тажрибасида кластер ўқитиш усулидан кўра кўпроқ таълим бериш ёки малака ошириш шакли сифатида оммалашган. Мазкур тажрибанинг ўзига хослиги, унда малака ошириш жараёни жуда кўп ёндаш объектлар билан уйғунлашган.

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикаси Халқ таълими тизимини 2030 йилгача ривожлантириш концепциясини тасдиқлаш тўғрисида”ги ПФ-5712-сон фармони – Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси, 29.04.2019 й., 06/19/5712/3034-сон.

2. 2020 йил 6 ноябрдаги “Ўзбекистоннинг янги тараққиёт даврида таълим-тарбия ва илм-фан соҳаларини ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-6108-сон фармон Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси, 7.11.2020 й., 06/19/5712/3034-сон.

3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2021 йил 25 январдаги “Халқ таълими соҳасидаги илмий-тадқиқот фаолиятини қўллаб қувватлаш ҳамда узлуксиз касбий ривожлантириш тизимини жорий қилиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-4963-сон қарори. Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси, 26.01.2021 й., 07/21/4963/0064-сон.

4. Ибрагимов А.А. Халқ таълими ходимлари малакасини ошириш тизимини кўп векторли ёндашув асосида такомиллаштириш. Педагогика фан. фал док. ... Дис. - Т.:

5. Раджиев А. Малака оширишда “ҳаёт давомида ўқиш” тамойили амал қилади. <https://yuz.uz/news/malaka-oshirishda-hayot-davomida-oqish-tamoyili-amal-qiladi> (мурожаат қилинган сана: 22.12.2020).

6. Аскарлов А.Д. Халқ таълими ходимлари малакасини масофадан ошириш тизимини такомиллаштириш. Педагогика фан. фал док. ... Дис. - Т.: 2017. – 52 б.

7. Раҳманкулова Н. Халқ таълими тизимида узлуксиз малака ошириш жараёнларини ташкил этиш масалалари. “Таълимда менежментнинг долзарб масалалари” мавзусидаги Республика илмий конференция тўплами. Тошкент, 2019 йил 17 май. 11-13 б.

8. Renton, Jane. Coaching and Mentoring: What They Are and How to Make the Most of Them. — New York: Bloomberg Press, 2009.— ISBN 9781576603307

9. Свинин Е.В. Необходимость и случайность как выражение закономерностей правовой действительности. Автореф. дис. ... канд. юрид. наук. — Владимир 2006 —27 с.

10. Абу Наср Фаробий. Фазилят, бахт-саодат ва комолот ҳақида.-Т.: Ёзувчи.- 2002-29-б.

11. Абдуллаев А.Х., Н.С. Раҳимов, М.О. Хадаев. “Катта ёшдаги аҳолини ўқитиш марказига: қадам-бақадам”, Тошкент, 2013 йил 17-бет.

12. А.Авлоний номидаги ХТТРМХҚТМОИда 2019 йил 8-19 апрель кунлари Ўзбекистон-Германия ҳамкорлик лойиҳаси доирасида Германиянинг Гёте институти Тошкент филиали кўмагида Германиялик ўқитувчиларни қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш соҳаси бўйича етакчи мутахассис, педагогика ва психология фанлари доктори, профессор В.Р.Ханиш томонидан “Change Management” мавзусида ташкил этилган амалий семинар тренинг машғулотлари асосида тайёрланди. <https://www.rolf-hanisch.de>.

13. Абдукодиров А., Пардаев А. Педагогик технологияларга оид атамаларнинг изоҳли луғати. – Т.: “Fan va texnologiya”, 2012. -14-б.
14. Абдуллаева М.Н., “Addie” - ўқув дастурларини ишлаб чиқиш модели билан таништириш. А.Авлоний номидаги ХТТРМХҚТМОИ “Халқ таълими ходимлари малакасини ошириш тизимини ислох қилишнинг долзарб масалалари” мавзусидаги Республика илмий-амалий конференция материаллари (2020 йил 29 май) 165-168 бетлар.
15. Бегимкулов У.Ш., Мамаражабов М., Турсунов С. Программа FLASHMX и её возможность использования при обучении. – Т.: ТГПУ, 2006. -С. 5.
16. Бутун дунё бўйича мобил интернет тезлиги рейтинглари билан танишамиз (2020 йил, ноябрь). <https://www.terabayt.uz/post/butun-dunyo-boyicha-mobil-internet-tezligi-reytingi-bilan-tanishamiz-2020-yil-noyabr-> (мурожаат қилинган сана: 17.12.2020).
17. Burns, M. (2019). Distance Education for Teacher Training: Modes, Models, and Methods. Washington, DC:Education Development Center.
18. Германия Халқ Университетлари Ассоциацияси халқаро ҳамкорлик институти (Deutscher Volkshochschul-Verband e.V., DVV). <http://www.dvv-international.de>.
19. Гаязов А.С. Индивидуальные траектории образования личности [Электронный ресурс] / А.С. Гаязов // Режим доступа: <http://www.raop.ru/index.php?id=878>.
20. Гамбург катта ёшлилар таълими тўғрисидаги декларацияси, Германия. 1997 г.



ISSN 2181-9513

Doi Journal 10.26739/2181-9513

ПЕДАГОГИКА ВА ПСИХОЛОГИЯДА ИННОВАЦИЯЛАР

9 ЖИЛД, 1 СОН

ИННОВАЦИИ В ПЕДАГОГИКЕ И ПСИХОЛОГИИ
ТОМ 9, НОМЕР 1

INNOVATIONS IN PEDAGOGY AND PSYCHOLOGY
VOLUME 9, ISSUE 1

Editorial staff of the journals of www.tadqiqot.uz
Tadqiqot LLC The city of Tashkent,
Amir Temur Street pr.1, House 2.
Web: <http://www.tadqiqot.uz/>; Email: info@tadqiqot.uz
Phone: (+998-94) 404-0000

Контакт редакций журналов. www.tadqiqot.uz
ООО Tadqiqot город Ташкент,
улица Амира Темура пр.1, дом-2.
Web: <http://www.tadqiqot.uz/>; Email: info@tadqiqot.uz
Тел: (+998-94) 404-0000