

YANGI O‘ZBEKISTON TARAQQIYOT BOSQICHIDA XOTIN- QIZLAR IJTIMOIIY KAYFIYATINI BELGILOVCHI OMILLAR VA INDIKATORLAR: SOTSIOLOGIK TAHLIL



<https://doi.org/10.24412/2181-1784-2026-20-637-641>

Nurullayeva Umida Nuriddinovna

Sotsiologiya fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD)

nurullayevaumida649@gmail.com

Annotatsiya: Ushbu maqolada globallashuv va transformatsiya jarayonlarida xotin-qizlar ijtimoiy kayfiyatining shakllanish mexanizmlari, unga ta’sir etuvchi dominant omillar va baholash indikatorlari tadqiq etilgan. Tadqiqot doirasida ishlab chiqilgan aprior model asosida ayollarning jamiyatga moslashuv darajasi tipologizatsiya qilingan. O‘tkazilgan sotsiologik so‘rovlar natijasida xotin-qizlarning ijtimoiy kayfiyat indeksi hisoblanib, hududiy va sohaviy kesimdagi farqlar tahlil qilingan. Shuningdek, “raqamli stress” va frustratsiya holatidan konstruktiv faollikka o‘tish mexanizmlari yoritilgan.

Kalit so‘zlar: ijtimoiy kayfiyat, gender siyosati, ijtimoiy adaptatsiya, frustratsiya, raqamli stress, ijtimoiy kayfiyat indeksi, xotin-qizlar tipologiyasi, an-anaviy optimizm.

Abstract: This article explores the formation mechanisms of women’s social mood, its dominant influencing factors, and evaluation indicators within the context of globalization and transformation processes. Based on an a priori model developed during the research, the level of women’s adaptation to society is typologized. The social mood index of women was calculated based on sociological surveys, and differences across regional and sectoral cross-sections were analyzed. Furthermore, the study elucidates the mechanisms for transitioning from states of "digital stress" and frustration toward constructive social activity.

Keywords: social mood, gender policy, social adaptation, frustration, digital stress, social mood index, typology of women, traditional optimism.

Аннотация: В данной статье исследуются механизмы формирования социального настроения женщин, доминантные факторы влияния и индикаторы оценки в условиях процессов глобализации и трансформации. На основе разработанной в рамках исследования априорной модели проведена типологизация уровней социальной адаптации женщин. По результатам проведенных социологических опросов рассчитан индекс социального настроения женщин, проанализированы различия в территориальном и отраслевом разрезах. Также освещены механизмы перехода от состояния «цифрового стресса» и фрустрации к конструктивной активности.

Ключевые слова: социальное настроение, гендерная политика, социальная адаптация, фрустрация, цифровой стресс, индекс социального настроения, типология женщин, традиционный оптимизм.

KIRISH

Global miqyosda so‘nggi o‘n yillikda barcha mintaqalar va yosh guruhlarida “baxtsizlik indeksi” bo‘yicha tafovutlar 20 foizdan ziyodga oshdi. Xususan, 2021–2023-yillar oralig‘ida salbiy his-tuyg‘ular erkaklarga nisbatan ayollarda ko‘proq kuzatilgani dunyo hamjamiyatini xavotirga solmoqda [1]. Dunyo aholisining

49,7 foizini tashkil etuvchi xotin-qizlarning ijtimoiy kayfiyatini o'rganish jamiyat barqarorligini ta'minlashning strategik omili hisoblanadi [2].

O'zbekistonda amalga oshirilayotgan islohotlar doirasida xotin-qizlarning iqtisodiy imkoniyatlarini kengaytirish va ularning ijtimoiy muammolarini tizimli hal etish davlat siyosatining ustuvor yo'nalishiga aylandi [3]. “O'zbekiston–2030” strategiyasi va boshqa normativ-huquqiy hujjatlar ijrosini ta'minlashda xotin-qizlarning islohotlarga bo'lgan munosabatini empirik o'lchash muhim ahamiyat kasb etadi.

Tadqiqotning maqsadi xotin-qizlar ijtimoiy kayfiyatini ko'rsatib beruvchi indikatorlarni tizimlashtirish, baholash va ushbu yo'nalishni optimallashtirish bo'yicha amaliy takliflar shakllantirishdan iborat.

II. Metodlar.

Tadqiqotda kompleks yondashuv, tizimli va qiyosiy sotsiologik tahlil metodlardan foydalanildi. Empirik ma'lumotlarni yig'ish uchun quyidagi usullar qo'llanildi:

- *ekspert intervyulari*: 2023-yil sentyabr-dekabr oylarida 67 nafar yuqori malakali mutaxassislar bilan yarim standartlashtirilgan intervyular o'tkazildi.

- *anketa so'rovi*: 2024-yil iyun oyida Buxoro, Farg'ona, Toshkent viloyatlari va Toshkent shahrida 863 nafar respondent ishtirokida stratifikatsion kvotali tanlov asosida so'rov o'tkazildi.

- *indeksatsiya usuli*: Ijtimoiy kayfiyatni o'lchashda bipolyar reyting shkalasi va klassik indeks hisoblash formulasidan foydalanildi (1):

$$XI = \frac{TI + 0,5 \cdot KI - 0,5 \cdot KS - TS}{TI + 0,5 \cdot KS + 0,5 \cdot KS + TS} \quad (1)$$

Bunda XI – xususiy indeks; TI – to'liq ijobiy javoblar; KI – ko'p jihatdan ijobiy javoblar; KS – ko'p jihatdan salbiy javoblar; TS – to'liq salbiy javoblar. Indeks 0 dan 200 gacha bo'lgan qiymat oralig'ida baholandi (100 dan yuqori – ijobiy, 100 dan past – salbiy).

III. Natijalar.

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, xotin-qizlarning umumiy ijtimoiy kayfiyat indeksi barqaror ijobiy tendensiyaga ega, biroq sohalar bo'yicha tafovutlar mavjud.

3.1. Ijtimoiy kayfiyatning tipologik tahlili.

Ayollarning dunyoqarashi va jamiyatga moslashuv darajasi asosida quyidagi toifalar aniqlandi:

- *“to'liq moslashayotganlar”* – ratsional dunyoqarashga ega, yangiliklarni tez qabul qiluvchi ayollar;

- *“qisman moslashayotganlar”* – an'anaviy va zamonaviy qadriyatlar o'rtasida muvozanat izlayotgan qatlam;

- *“moslasha olmayotganlar”* – iqtisodiy qiyinchilik va sotsializatsiya inqiroziga uchragan marginal guruh.

3.2. Hududiy va sohaviy farqlar. Buxoro viloyatida ta'lim va ijtimoiy himoya tizimiga berilgan yuqori baho ijtimoiy kayfiyatning eng yuqori bo'lishini

ta'minlagan. Farg'ona viloyatida esa ijtimoiy-iqtisodiy tengsizlik va gender stereotiplari sababli ko'rsatkichlar nisbatan pastroq.

3.3. Ijtimoiy kayfiyatga ta'sir etuvchi dominant omillar tahlili.

Tadqiqot natijalari xotin-qizlar ijtimoiy kayfiyatini shakllantiruvchi omillar iyerarxiyasini aniqlash imkonini berdi.

Moddiy ta'minot va iqtisodiy mustaqillik. Respondentlarning 91,4 foizi moddiy ta'minotni hayotiy muhim omil deb hisoblaydi (72 foizi — “o'ta muhim”). Tadqiqotda moddiy etishmovchilik va subyektiv baxt hissi o'rtasidagi teskari bog'liqlik aniqlandi: ishsiz va barqaror daromadga ega bo'lmagan ayollarning 60 foizdan ortig'i o'zini “baxtsiz” deb hisoblaydi.

Oilaviy barqarorlik. Respondentlarning 72,3 foizi uchun oila markaziy qadriyatdir. Qiziqarli jihat shundaki, oilaviy holat ijtimoiy kayfiyatga turlicha ta'sir etadi: turmush qurgan (87 foiz) va turmush qurmagan (81 foiz) qizlarda optimizm yuqori bo'lsa, ajrashgan va beva ayollarning deyarli yarmi oilaviy institutning ahamiyati pastligini qayd etgan.

Salomatlik omili. O'zini “butkul sog'lom” deb hisoblaydigan ayollarning 85 foizi hayotidan baxtli ekanini bildirgan. Aksincha, surunkali kasalligi bor respondentlarning 65 foizi hayot sifatidan butkul norozi ekanligi aniqlandi.

3.4. Ijtimoiy-iqtisodiy faollikdagi to'siqlar.

Ayollarning ijtimoiy-iqtisodiy faolligiga to'sqinlik qiluvchi omillar uch darajada tahlil qilindi:

- strukturaviy – doimiy ish o'rinlarining etishmasligi (64,5 foiz) va ish haqidan qoniqmaslik (62,1 foiz);
- ijtimoiy – mehnat bozorida erkaklarga ustuvorlik berilishi (10,8 foiz) va ishga joylashishdagi ayrim korrupsion holatlar;
- individual – malaka etishmasligi (30,4 foiz) va oilaviy majburiyatlar bilan ishni uyg'unlashtirish qiyinchiligi (23,2 foiz).

IV. Muhokama.

Tadqiqot ijtimoiy kayfiyatni faqat natija emas, balki iqtisodiy jarayonlarga ta'sir etuvchi ingibitor yoki katalizator sifatida baholaydi.

4.1. “Raqamli stress” va manipulyatsiya.

Empirik tahlillar shuni ko'rsatdiki, ijtimoiy tarmoqlardagi yolg'on ma'lumotlar va manipulyativ kontent ayollar o'rtasida “raqamli stress”ni keltirib chiqarmoqda. Bu holat ijtimoiy ishonch inqirozini shakllantiruvchi sotsiopsixologik omil sifatida namoyon bo'lmoqda [4, 7].

Tadqiqotda ijtimoiy tarmoqlarning ta'sir darajasi yosh guruhlari o'rtasida keskin farq qilishi isbotlandi. 18-24 yoshli xotin-qizlarning 66,7 foizi virtual muhit bosimi ostida ekanligi, bu esa “raqamli stress” va ijtimoiy ishonchsizlikni keltirib chiqarishi aniqlandi. 65 yoshdan kattalarda bu ko'rsatkich atigi 11,7 foizni tashkil etadi. Bu xulosa R.Prechter va J.Kastining sotsionomika bo'yicha qarashlarini [5] raqamli davr kontekstida to'ldiradi.

4.2. Frustratsiyadan faollikka o'tish.

Ayollar ma'lum bir qiyinchilik (frustratsiya) holatiga tushganda, ichki resurslar (oila ko'magi, o'ziga ishonch) va “an'anaviy optimizm” fenomeni evaziga konstruktiv faollikka o'tishi aniqlandi. Bu MDH olimlari J.Toshenko va S.Xarchenko tomonidan ilgari surilgan "ijtimoiy o'z-o'zini his qilish" nazariyasini mahalliy kontekstda tasdiqlaydi [6].

4.2. Gender tengligi: milliy an'analar va zamonaviy tendensiyalar.

Respondentlarning 46,5 foizi oilada huquq va burchlarning teng taqsimlanishini “o'ta muhim” deb hisoblaydi. Biroq, gender stereotiplari hali ham milliy va diniy qadriyatlar bilan kuchli bog'langan bo'lib, bu ayollarning o'zini o'zi realizatsiya qilishida ziddiyatli holatlarni keltirib chiqarmoqda. Xususan, moddiy mustaqillikka intilayotgan tadbirkor ayollar (17,6 foiz) va talabalar (15 foiz) orasida oila qurishga nisbatan skeptik munosabat shakllanayotgani jamiyatda gender rollarining transformatsiyaga uchrayotganidan dalolat beradi.

V. Xulosa va tavsiyalar.

Tadqiqot natijasida quyidagi strategik takliflar ilgari suriladi:

Ijtimoiy kayfiyatni monitoring qilish tizimini takomillashtirish taklifi negizida “erta ogohlantirish” tamoyili yotadi. Oila va xotin-qizlar qo'mitasi qoshida tashkil etiladigan ushbu tizim shunchaki statistika yig'ish bilan cheklanib qolmay, jamiyatdagi ruhiy va ijtimoiy zo'riqish nuqtalarini aniqlashi lozim. Har chorakda sotsiologik so'rovlar va internet-monitoring orqali ayollar o'rtasida “raqamli stress” (virtual olamdagi bosim, axborot hurujlari) va “ishonch inqirozi” darajasini o'lchanadi, qaysi hududda ayollar kayfiyati tushib ketayotgani aniqlanadi va davlat resurslari aynan o'sha hududga tezkorlik bilan yo'naltiriladi.

Gender audit va iqtisodiy rag'batlantirish orqali bu mexanizm gender tenglikni qog'ozdan amaliyotga, ayniqsa iqtisodiyot sohasiga ko'chirishga xizmat qiladi. Davlat korxonalar va tadbirkorlarga tenderlar yoki soliq imtiyozlari berishda ularning ichki muhitiga qaraydi. Agar korxonada ayollar va erkaklar o'rtasida ish haqi teng bo'lsa va ayollarga rahbarlik uchun sharoit yaratilgan bo'lsa (gender audit natijasi ijobiy bo'lsa), ushbu korxona davlatdan ko'proq imtiyoz oladi. Ish beruvchilar uchun ayollarga munosib sharoit yaratish iqtisodiy jihatdan manfaatli bo'lib qoladi, bu esa ish haqidagi tafovutni tabiiy ravishda qisqartiradi.

Manzilli ta'lim va media-gigiyenasi tadqiqotda aniqlangan “raqamli stress” va virtual manipulyatsiyalarga qarshi “intellektual immunitet” shakllantirishga xizmat qiladi. Ayniqsa qishloq joylarida yashovchi ayollarga axborotni saralash (media-gigiyena) va tanqidiy fikrlashni o'rgatish, ularga virtual olamdagi sun'iy orzu-havaslar yoki yolg'on ma'lumotlar ta'siridan chiqib, o'z salohiyatini real mehnat bozorida (hunarmandchilik, tadbirkorlik, ta'lim) ko'rsatishga ko'maklashishga, axborot hujumlariga qarshi turishga va bo'sh vaqtlarini konstruktiv, daromad keltiradigan faoliyatga sarflashga ko'maklashadi.

“An'anaviy optimizm”ga asoslangan media strategiya gender tenglikni milliy qadriyatlarga zid tushuncha sifatida emas, balki oilani mustahkamlovchi omil sifatida talqin qilishni nazarda tutadi. OAVda ayolning muvaffaqiyati uning oilasidan voz kechishi emas, balki oila va ishni muvozanatda ushlashi ekanligini

ko'rsatish, bunda o'zbek xalqiga xos bo'lgan shukronalik va oilaviy birdamlik motivlaridan foydalaniladi. Jamiyatda ayollarning faolligiga nisbatan salbiy stereotiplar kamayadi. Erkaklar va o'g'il bolalarda ayollarning ta'lim olishi va ishlashini qo'llab-quvvatlash — oila farovonligi asosi ekanligi haqida tushuncha shakllanadi.

Ushbu to'rtta yo'nalish bir-biri bilan chambarchas bog'liq. Monitoring muammoni aniqlaydi, gender audit iqtisodiy echim beradi, manzilli ta'lim ayolni bilim bilan qurollantiradi, media strategiya esa jamiyatning unga bo'lgan munosabatini ijobiy tomonga o'zgartiradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. World Happiness Report (2021-2023). Global emotional trends. <https://worldhappiness.report/ed/2023/>
2. Jahon banki (2024). “Women, Business and the Law” index report. <https://wbl.worldbank.org/en/reports>
3. O'zbekiston Respublikasining “Xotin-qizlarni tazyiq va zo'ravonlikdan himoya qilish to'g'risida”gi O'RQ-561-sonli Qonuni (02.09.2019) <https://lex.uz/docs/4494709> va O'zbekiston Respublikasining “Xotin-qizlar va erkaklar uchun teng huquq hamda imkoniyatlar kafolatlari to'g'risida”gi O'RQ-562-sonli Qonuni (02.09.2019) <https://lex.uz/docs/4494849>
4. Lebon G. Jamoatchilik psixologiyasi. – M., 2018. <https://www.google.com/search?q=https://n.ziyouz.com/kutubxona/turkumlar/falsafa-va-mantiq>
5. Prechter R. Socionomics: The Science of History. – NY, 2003. <https://www.google.com/search?q=https://www.socionomics.net/publications/books/>
6. Тощенко Ж.Т. Социальное настроение. – М., 1996. https://www.isras.ru/index.php?page_id=2384
7. Narbayeva T.K. O'zbekistonda xotin-qizlar faolligi. – T., 2022. <https://www.google.com/search?q=https://senat.uz/uz/lists/view/category-news>
8. Bekmurodov M. Jamoatchilik fikri sotsiologiyasi. – T., 2023.
9. Global Gender Gap Report (2023). World Economic Forum. <https://www.weforum.org/publications/global-gender-gap-report-2023/>
10. Alimova M. Ayollar tadbirkorligi: muammo va echimlar. – T., 2024. <https://scholar.google.com/>