

KONFERENSIYALAR.COM

ANJUMANLAR PLATFORMASI

O'ZBEKISTON – 2030: INNOVATSIYA, FAN VA TA'LIM ISTIQBOLLARI

**I RESPUBLIKA ILMIY-AMALIY
KONFERENSIYA MATERIALLARI**

MAY, 2026-YIL





O‘ZBEKISTON — 2030: INNOVATSIYA, FAN VA TA’LIM ISTIQBOLLARI

**I RESPUBLIKA ILMIY-AMALIY
KONFERENSIYASI MATERIALLARI**

2026-yil, may

TOSHKENT-2026

ISBN 978-9910-8337-6-2

O‘ZBEKISTON – 2030: INNOVATSIYA, FAN VA TA’LIM ISTIQBOLLARI. I Respublika ilmiy-amaliy konferensiyasi materiallari. – Toshkent: Scienceproblems team, 2026. – 70 bet.

Elektron nashr: <https://konferensiyalar.com>

Konferensiya tashkilotchisi: “Scienceproblems Team” MChJ

Konferensiya o‘tkazilgan sana: 2026-yil, 8-may

Mas’ul muharrir:

Isanova Feruza Tulqinovna

Annotatsiya

Mazkur nashrda “O‘zbekiston — 2030: innovatsiya, fan va ta’lim istiqbollari” nomli I Respublika ilmiy-amaliy konferensiyasi doirasida taqdim etilgan ilmiy maqolalar to‘plami jamlangan. Unda O‘zbekistonning turli oliy ta’lim va ilmiy-tadqiqot muassasalari, tarmoq tashkilotlari, mustaqil tadqiqotchilar tomonidan taqdim etilgan ijtimoiy-gumanitar, iqtisodiyot, huquq, biologiya, tibbiyot va boshqa sohalarga oid maqolalar kiritilgan. Maqolalarda ilm-fanning zamonaviy yo‘nalishlari, innovatsion texnologiyalar, ta’lim islohotlari hamda barqaror taraqqiyotga oid masalalar muhokama qilingan. To‘plam akademik izlanishlar, amaliy tajribalar va ilmiy xulosalarni birlashtirgan holda, fanlararo integratsiyani chuqurlashtirish va ilmiy hamkorlikni kuchaytirishga xizmat qiladi.

Kalit so‘zlar: ilmiy-amaliy konferensiya, innovatsiya, fan va ta’lim, O‘zbekiston 2030, barqaror rivojlanish, ilmiy izlanishlar, fanlararo integratsiya, ilmiy hamkorlik, texnologik taraqqiyot, zamonaviy ta’lim.

ISBN 978-9910-8337-6-2

Barcha huqular himoyalangan.

© Scienceproblems team, 2026-yil

© Mualliflar jamoasi, 2026-yil

MUNDARIJA

BIOLOGIYA FANLARI

Мадаминов Рахматилло

ПРИГОТОВЛЕНИЕ ПИТАТЕЛЬНЫХ СРЕД ДЛЯ БАКТЕРИЙ И ГРИБОВ 5-7

TARIX FANLARI

Qirg'izov Baxtiyor

FARG'ONA VILOYATIDAGI ZIYORATGOHLARNI AYRIMLARINING TARIXI VA ULAR BILAN BOG'LIQ MUAMMOLAR TAHLILI8-12

IQTISODIYOT FANLARI

Mirzayev Shoxrux

KON-METALLURGIYA SANOATIDA AMALGA OSHIRILAYOTGAN MEGA INVESTITSIYA LOYIHALARINING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI VA ULARNING SAMARADORLIGIGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR 13-15

Aliqulov Abbos

ARALASH MA'LUMOTLAR ASOSIDA REGRESSIYA MODELLARINI BAHOLASHDAGI YASHIRIN SEGMENTLAR MUAMMOSI 16-22

FALSAFA FANLARI

Boyxonov Umidjon

ICHKI ISHLAR ORGANLARIDA INSON HUQUQLARI USTUVORLIGI KONSEPSIYASINING NAZARIY VA AMALIY ASOSLARI 23-28

FILOLOGIYA FANLARI

Isomidinova Zilola

RAQAMLI OAVDA MUALLIFLIK HUQUQI MUAMMOLARI 29-31

Raximjoniva Nozima

ZAMONAVIY MEDIA MAKONIDA TURIZM KONTENTINING O'RNI VA RIVOJLANISH TENDENSIYALARI 32-35

Isanova Feruza

O'ZBEK VA INGLIZ TILLARIDA DIPLOMATIK LEKSIKANING SEMANTIK XUSUSIYATLARI 36-39

YURIDIK FANLAR

Мухиддинова Эльзода

ИНСТИТУТ НЕДОПУСТИМОСТИ ДОКАЗАТЕЛЬСТВ В УГОЛОВНОМ ПРОЦЕССЕ: ОБОСНОВАНИЕ НЕЗАВИСИМОСТИ И ОБОСОБЛЕННОСТИ ОТ ДРУГИХ УГОЛОВНО-ПРОЦЕССУАЛЬНЫХ ИНСТИТУТОВ 40-43

Хайдарова Хилола

МЕЖДУНАРОДНО-ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЗАЩИТЫ ЦИФРОВЫХ ПРАВ ЧЕЛОВЕКА В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА 44-48

Shorasulova Gulnoza

RAQAMLI KRIMINALISTIKA TUSHUNCHASI VA UNING QONUN USTUVORLIGINI TA'MINLASHDAGI O'RNI 49-54

PEDAGOGIKA FANLARI

Nizomova Bashoratxon, Mirazamova Mahliyo

ZOOLOGIYA TA'LIMIDA TAYANCH BELGILAR (SXEMA, JADVAL, GRAFIK) VA MULTIMEDIA
TAQDIMOTLARIDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGINI OSHIRISH 55-58

Xaydarova Namunaxon

GEYMIFIKATSIYA TEXNOLOGIYASI ASOSIDA BO'LAJAK MAKTABGACHA TA'LIM
TARBIYACHILARINING KASBIY KOMPETENSIYASINI RIVOJLANTIRISHGA QARATILGAN
MEXANIZMNI ISHLAB CHIQUISH 59-61

Adamatov Anvar

KOREYA TA'LIM TIZIMIDAGI PEDAGOGIK INNOVATSIYALARNING GLOBAL TA'LIM
KONTEKSTIDAGI AHAMIYATI 62-65

SIYOSIY FANLAR

Xolmatov Saidbek

ERON ISLOM RESPUBLIKASINING MINTAQAVIY STRATEGIYASI VA SURIYA OMILINING
GEOSIYOSIY AHAMIYATI 66-69

ZAMONAVIY MEDIA MAKONIDA TURIZM KONTENTINING O'RNI VA RIVOJLANISH TENDENSIYALARI

Raximjoniva Nozima

O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikasiyalari universiteti
"Yunesko va ixtisoslashgan media " kafedrasida o'qituvchisi

Annotatsiya. Bugungi globallashuv va raqamli texnologiyalar jadal rivojlanayotgan bir sharoitda media makoni jamiyat hayotining ajralmas qismiga aylanib bormoqda. Ayniqsa, turizm sohasi axborot-kommunikatsiya vositalari bilan uzviy bog'langan ravishda rivojlanib, zamonaviy media platformalari orqali keng targ'ib qilinmoqda. Bugungi kunda turizm kontenti nafaqat axborot yetkazish vositasi, balki hududiy imidjni shakllantirish, sayyohlik oqimini oshirish va iste'molchi qarorlariga ta'sir ko'rsatishning muhim omiliga aylandi. Shu bois zamonaviy media makonida turizm kontentining o'rni hamda uning rivojlanish tendensiyalarini o'rganish ilmiy va amaliy jihatdan dolzarb masalalardan biri ekanligi haqida gap ketgan ushbu ilmiy maqolada

Kalit so'zlari: turizm, kommunikatsiya, media, travel, kontent, innovatsion, destinatsion marketing, texnologiyalar, bloglar, tendensiya, konvergensiya, media makon.

THE PLACE AND DEVELOPMENT TRENDS OF TOURISM CONTENT IN THE MODERN MEDIA SPACE

Rakhimjonieva Nozima

Teacher of the Department of "UNESCO and Specialized Media" at the Uzbekistan University of Journalism and Mass Communications.

Annotation. In today's context of globalization and the rapid development of digital technologies, the media space is becoming an integral part of social life. In particular, the tourism sector is developing in close connection with the information and communication media and is widely promoted through modern media platforms. Today, tourism content has become not only a means of conveying information but also an important factor in shaping regional image, increasing tourist flow, and influencing consumer decisions. Therefore, this scientific article states that studying the role of tourism content in the modern media space and its development trends is one of the most pressing issues from a scientific and practical perspective.

Keywords: tourism, communication, media, travel, content, innovation, destination marketing, technologies, blogs, trend, convergence, media space.

Hammamizga ma'lumki zamonaviy media makoni an'anaviy va raqamli vositalarning integratsiyalashgan majmuasidan iborat. Bunga Internet-nashrlar, ijtimoiy tarmoqlar, yangiliklar agregatorlari, podkastlar, bloglar, onlayn televideniye va radio, shuningdek, messenjerlar kiradi. Ushbu vositalar axborotni tezkor tarqatish, interaktivlik va konvergensiya (bir necha platformani birlashtirish) bilan ajralib turadi. Endi mavzuni chuqur o'rganib, uni ketma-ketlikda tahlil qilishga kirishadigan bo'lsak, dastlab media makoni va axborotning nima ekanligi haqida ma'lumot beramiz.

Zamonaviy media makoni — bu raqamli texnologiyalar asosida shakllangan, axborotni tezkor yaratish, tarqatish va iste'mol qilish imkonini beruvchi global kommunikatsiya muhitidir. Internet va mobil qurilmalarning keng tarqalishi natijasida media faqat an'anaviy axborot vositalari bilan cheklanib qolmay, balki interaktiv platformalar orqali ham rivojlanmoqda. Xususan, Instagram, You Tube va Tik Tok kabi platformalar foydalanuvchilarga nafaqat axborot iste'mol qilish, balki uni yaratish imkonini ham bermoqda [5; 25–26-b.].

Bugungi media makonining asosiy xususiyatlari sifatida tezkorlik, interaktivlik, global qamrov va foydalanuvchi tomonidan yaratilgan kontent (UGC) ustuvorligi ko'rsatib o'tiladi. Ayniqsa, kontentning vizual va qisqa shaklda taqdim etilishi auditoriya e'tiborini jalb qilishda muhim omil hisoblanadi [3; 10–12-b.]. Bugungi kunda media olamiga yangidan yangi yo'nalishlar kirib kelmoqda ulardan yana biri bu: turizm kontenti — bu sayohatga oid axborotlarni turli media formatlarda ifodalovchi materiallar majmuasidir. U nafaqat ma'lumot berish, balki auditoriyada qiziqish va motivatsiya uyg'otish vazifasini ham bajaradi.

Turizm kontenti quyidagi asosiy turlarga bo'linadi:

- Vizual kontent (foto, video, dron tasvirlar)
- Matnli kontent (bloglar, maqolalar, sharhlar)
- Video kontent (vlog, reels, qisqa videolar)
- Virtual kontent (3D sayohatlar, VR/AR texnologiyalar)
- Storytelling asosidagi reklama kontenti

Ayniqsa, vizual va video kontent turlari inson hissiyotlariga kuchli ta'sir ko'rsatib, turistik yo'nalishlarga qiziqishni oshiradi [1; 45–47-b.].

Zamonaviy media tizimida turizm kontenti nafaqat axborot uzatish vositasi, balki ijtimoiy-iqtisodiy jarayonlarga ta'sir ko'rsatuvchi strategik instrument sifatida namoyon bo'lmoqda. U destinatsion marketingning asosiy elementi bo'lib, hududlarning brend identifikatsiyasini shakllantirishda muhim rol o'ynaydi. Raqamli transformatsiya jarayonlari turizm kontentining yaratilishi va tarqatilish mexanizmlarini tubdan o'zgartirdi. Sun'iy intellekt texnologiyalari foydalanuvchi xatti-harakatlarini tahlil qilish, kontentni personalizatsiya qilish va avtomatlashtirilgan tarzda yaratish imkonini bermoqda.

Bundan tashqari, VR (Virtual Reality) va AR (Augmented Reality) texnologiyalari orqali turistik obyektlarni virtual tarzda tajriba qilish imkoniyati paydo bo'ldi. Bu esa iste'molchilarning qaror qabul qilish jarayoniga bevosita ta'sir ko'rsatadi va marketing samaradorligini oshiradi. Zamonaviy tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, turizm kontenti quyidagi ustuvor tendensiyalar asosida rivojlanmoqda:

- Qisqa va dinamik video kontentning ustunligi (short-form media)
- Mobil platformalarga moslashtirilgan kontent strategiyalari
- Autentiklik va samimiylikka asoslangan kommunikatsiya
- Barqaror turizm (sustainable tourism) va ekoturizm g'oyalarining keng targ'ib qilinishi
- Influencer marketing va UGC (user-generated content) ning kuchayishi

Mazkur tendensiyalar turizm sohasining media bilan integratsiyalashuv darajasi ortib borayotganini ko'rsatadi.

Endi esa turizm kontenti rivojlanishi bilan bir qatorda qator muammolar ham yuzaga kelmoqda. Jumladan, axborotning manipulyatsiyasi, kontent sifati va ishonchliligi bilan bog'liq muammolar, shuningdek, ortiqcha vizual idealizatsiya natijasida turist kutgan natija bilan real holat o'rtasida tafovut yuzaga kelishi mumkin.

Axborot o'zi nima degan savolga yuzlansak, insonni, uning harakatlarini, jamoat tashkilotlari faoliyatini, davlat hokimiyati organlarini, texnik tizimlarni boshqarish vositasi hisoblanadi. Axborot muloqoti shaxsni tarbiyalash, ta'lim berish va shakllantirishning asosini hosil qiladi [2; 3–5-b.]. Axborotlar media makonda yashaydi va shu yo'l bilan insonlarga hizmat

qiladi. (Media makoni-deganda asosan axborot va kommunikatsiya vositalarining umumlashgan muhiti tushuniladi. Boshqacha qilib aytganda, bu – televideniye, radio, internet saytlar, ijtimoiy tarmoqlar, bloglar va boshqa barcha media platformalar orqali axborot tarqatiladigan muhit tushuniladi. Masalan: biz internetda sayohat haqida maqolalar o'qiymiz, video ko'ramiz, Instagram'da blogerlarning sayohat hikoyalarini tomosha qilamiz – bularning barchasi media makoniga kiradi).

Shu jumladan zamonaviy media tushunchasini ham ko'rib chiqamiz. Ular bir-biridan qanday farqlanishini ham izohlaymiz. **Zamonaviy media** — bu axborotni yaratish, qayta ishlash va ommaga yetkazish jarayonining raqamli texnologiyalar asosida tashkil etilgan yangi bosqichidir. U an'anaviy ommaviy axborot vositalari (matbuot, radio, televideniye) bilan bir qatorda internet nashrlari, ijtimoiy tarmoqlar, mobil platformalar, bloglar, podkastlar, video-xosting xizmatlari va interaktiv kommunikatsiya vositalarini o'z ichiga oladi. Zamonaviy media makoni o'zining tezkorligi, global qamrovi, interaktivligi, multimediamiyligi va foydalanuvchi ishtirokining yuqoriligi bilan ajralib turadi.

Zamonaviy medianing hozirgi kundagi ahamiyati bir necha bosqichda namoyon bo'ladi. **Birinchi**dan, u ijtimoiy ongni shakllantiradi. Media orqali jamiyatda muayyan urf-odatlar, nazariyalar va stereotiplar mustahkamlanadi yoki o'zgaradi. **Ikkinchi**dan, media iqtisodiy jarayonlarga albatta ta'sir ko'rsatadi. Raqamli marketing, reklama, brending va onlayn savdo jarayonlarini zamonaviy media makonisiz tasavvur qilish mumkin emas. **Uchinchi**dan, media siyosiy va madaniy munosabatlarning asosiy negiziga aylandi. Global axborot almashinuvi davlatlar o'rtasidagi muloqotni oshirdi. Shuningdek, zamonaviy media ta'lim, turizm, sog'liqni saqlash, biznes va madaniyat sohalarining rivojlanishida muhim o'rin egallaydi. Ayniqsa, vizual va multimedia texnologiyalarning keng qo'llanilishi axborotni qabul qilish jarayonini osonlashtirdi. Video, infografika, animatsiya va interaktiv xaritalar tushunilishi qiyin bo'lgan ma'lumotlarni sodda va tushunarli shaklda taqdim etish imkonini beradi.

Turizm kontenti — bu sayyohlik faoliyati, turistik obyektlar, madaniy yodgorliklar, tabiiy resurslar, mehmondo'stlik infratuzilmasi hamda sayohat tajribalariga oid axborot materiallarining turli media formatlarda ifodalanishidir. U matnli maqola, reportaj, blog posti, fotoalbom, video rolik, vlog, podkast, virtual tur yoki interaktiv xarita ko'rinishida bo'lishi mumkin..

Zamonaviy media turizm kontentining asosiy tarqatish maydoniga aylandi. Turizm kontentini ijtimoiy tarmoqlar, blog platformalar va video-xosting saytlar tezkor va keng auditoriyaga yetkazish imkonini beradi. Ayniqsa, vizual kontent — foto va videolar — sayohat reklamasining eng samarali shakliga aylandi. Auditoriya real tajriba va emotsional tasvirlarni ko'rish orqali qaror qabul qiladi.

So'nggi yillarda turizm kontenti bir necha yo'nalishda rivojlanmoqda.

Birinchi tendensiya — vizualizatsiyaning ustunligi. Auditoriya qisqa, dinamik va estetik jihatdan jozibador videolarni afzal ko'rmoqda. Shu sababli qisqa formatli video platformalar keng ommalashdi.

Ikkinchi tendensiya — individual tajribaga asoslangan storytelling. Odamlar rasmiy reklama emas, balki real insonning shaxsiy tajribasini ko'rishni istaydi. Vloglar, sayohat kundaliklari va "behind the scenes" formatlari ommalashmoqda.

Uchinchi tendensiya — raqamli texnologiyalar integratsiyasi. Virtual reallik (VR), kengaytirilgan reallik (AR), sun'iy intellekt asosidagi tavsiya tizimlari turizm kontentining yangi bosqichini boshlab berdi. Masalan, virtual muzey sayohatlari yoki 360 darajali video turlar sayohatchiga masofadan turib tajriba olish imkonini beradi.

To'rtinchi tendensiya — maqsadli (niche) turizm kontenti. Ekoturizm gastronomik turizm, ziyorat turizmi, ekstremal turizm kabi yo'nalishlar alohida auditoriyaga mo'ljallangan kontent orqali targ'ib qilinmoqda.

Zamonaviy axborot jamiyatida turizm sohasi va media makoni o'zaro integratsiyalashgan tizim sifatida rivojlanmoqda. Raqamli texnologiyalarning keng joriy etilishi natijasida turizm faqat iqtisodiy faoliyat turi bo'lib qolmay, balki global kommunikatsiya va madaniy almashinuvning muhim komponentiga aylandi. Ayniqsa, internet va mobil platformalarning ommalashuvi sayohat qilish jarayonini rejalashtirish, bron qilish va tajriba almashish bosqichlarini to'liq raqamlashtirdi.

Xulosa qiladigan bo'lsak, global miqyosda turizm kontenti orqali hududlarning investitsion jozibadorligi, madaniy merosi va tabiiy resurslari keng targ'ib qilinmoqda. Bu jarayon davlatlarning xalqaro imijini shakllantirishda muhim strategik vosita sifatida qaraladi. Shu sababli ko'plab mamlakatlar turizm kontentini rivojlantirishga alohida e'tibor qaratmoqda. Zamonaviy media makonida turizm kontenti ko'p funksiyali tizim sifatida shakllanib, u axborot uzatish, marketing, madaniy diplomatiya va iqtisodiy rivojlanish jarayonlarining muhim tarkibiy qismiga aylanmoqda [4; 18–20-b.].

Adabiyotlar/Литература/References:

1. Buhalis, D. eTourism: Information Technology for Strategic Tourism Management. Pearson, 2003.
2. <https://cyberleninka.ru/article/n/zamonaviy-media-makonda-internet-va-unda-axborot-almashinuvining-o-ziga-xosligi/viewer> Statista. Digital Media & Tourism Statistics. 2023
3. Statista. Digital Media and Tourism Statistics. 2023.
4. UNESCO. Cultural Tourism and Digital Media. 2021.
5. UNWTO. Tourism and Digital Transformation Report. Madrid, 2022

O‘ZBEKISTON — 2030: INNOVATSIYA, FAN VA TA’LIM ISTIQBOLLARI

I RESPUBLIKA ILMIY-AMALIY KONFERENSIYASI MATERIALLARI

2026-yil, 10-may

Mas’ul muharrir: *F.T.Isanova*
Texnik muharrir: *N.Bahodirova*
Diszayner: *I.Abdihakimov*

O‘ZBEKISTON — 2030: INNOVATSIYA, FAN VA TA’LIM
ISTIQBOLLARI. I Respublika ilmiy-amaliy konferensiyasi materiallari.
– Toshkent: Scienceproblems team, 2026. – 70 bet.

Elektron nashr: <https://konferensiyalar.com>

Konferensiya tashkilotchisi: Scienceproblems Team

Konferensiya o‘tkazilgan sana: 2026-yil, 8-may

ISBN 978-9910-8337-6-2

Barcha huqular himoyalangan.
© Scienceproblems team, 2026-yil.
© Mualliflar jamoasi, 2026-yil.