

# ИЖТИМОЙ ТАДҚИҚОТЛАР ЖУРНАЛИ

2-МАХСУС СОН

ЖУРНАЛ СОЦИАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ  
СПЕЦИАЛЬНЫЙ НОМЕР-2

JOURNAL OF SOCIAL STUDIES  
SPECIAL ISSUE-2



# ИЖТИМОЙ ТАДҚИҚОТЛАР ЖУРНАЛИ

ЖУРНАЛ СОЦИАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ | JOURNAL OF SOCIAL STUDIES  
№SI-2 (2024) DOI <http://dx.doi.org/10.26739/2181-9556-2024-SI-2>

**Бош муҳаррир:**  
**Главный редактор:**  
**Chief Editor:**  
**Сеитов Азамат Пулатович**  
доктор социологических наук  
(Doctor of sociology, DSc)

**Бош муҳаррир ўринбосари:**  
**Заместитель главного редактора:**  
**Deputy Chief Editor:**  
**Сабилова Умида Фархадовна**  
доктор социологических наук  
(Doctor of sociology, DSc)

## ТАҲРИРИЙ МАСЛАҲАТ КЕНГАШИ | РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ | EDITORIAL BOARD:

22.00.01–Социология назарияси, методологияси ва тарихи. Социологик тадқиқотлар усуллари.  
Теория, методология и история социологии. Методы социологических исследований.  
Theory, methodology and history of sociology. Methods of sociological research.

**Бекмурадов Мансур Бобомурадович**  
доктор социологических наук, профессор (Узбекистан)  
**Каланов Комил Куллахматович**  
кандидат социологических наук, профессор (Узбекистан)  
**Убайдуллаева Раиса Турсуновна**  
доктор социологических наук, доцент (Узбекистан)  
**Негматова Шахзода Шухратовна**  
доктор философских наук, профессор (Узбекистан)  
**Шайылдаева Асель Кокоевна**  
кандидат социологических наук (Кыргызстан)

**Исмаилов Алишер Агзамович**  
доктор экономических наук, (Узбекистан)  
**Щепилова Галина Германовна**  
доктор философских наук, профессор (Россия)  
**Рожанский Михаил Яковлевич**  
кандидат философских наук (Россия)  
**Маматов Нормурат**  
доктор философских наук, профессор (Узбекистан)  
**Бурнашев Рустам Ренатович**  
кандидат философских наук, профессор (Казахстан)

22.00.02–Ижтимоий тузилиш, ижтимоий институтлар ва турмуш тарзи  
Социальные структуры, социальные институты и образ жизни  
Social structures, social institutions and way of life

**Умаров Абсалом Адилевич**  
доктор социологических наук, профессор (Узбекистан)  
**Холбеков Абдугани Жуманазарович**  
доктор социологических наук, профессор (Узбекистан)  
**Шайхисламов Рафаэль Бадретдинович**  
доктор социологических наук, профессор (Россия)  
**Акулич Мария Михайловна**  
доктор социологических наук, профессор (Россия)

**Антонио Алонсо Марсос**  
доктор политических наук, профессор (Испания)  
**Фадеева Любовь Александровна**  
доктор социологических наук, профессор (Россия)  
**Виктор Агаджаньян**  
доктор философии по социологическим наукам,  
профессор (США)  
**Абдулазизов Абдулвохид Хабибуллович**  
кандидат социологических наук, доцент (Узбекистан)

22.00.03–Ижтимоий онг ва ижтимоий жараёнлар социологияси.  
Социология социального сознания и социального процесса.  
Sociology of social consciousness and social process

**Аликариев Нуритдин Сапаркариевич**  
доктор экономических наук, профессор (Узбекистан)  
**Матибаев Тасполат Балтабаевич**  
доктор социологических наук, профессор (Узбекистан)  
**Николов Стефан**  
доктор философии по социологическим наукам, (Болгария)

**Мирзахмедов Абдирашид Мамасидикович**  
доктор философских наук, профессор (Узбекистан)  
**Ли Ци**  
доктор исторических наук, профессор (Китай)  
**Сухомлинова Марина Валерьяновна**  
доктор социологических наук, профессор (Россия)

[www.tadqiqot.uz](http://www.tadqiqot.uz) решают задачи, предусмотренные Стратегией Узбекистана 2030, направленные на развитие науки за счет внедрения достижений научных исследований ученых и служащих их признанию в международном научном сообществе. Так, каждой статье, опубликованной в журнале, присваивается номер DOI (Crossref). Журналы включены в международные индексные базы данных. Входит в список журналов ВАК Узбекистана.

22.00.01-Социология назарияси, методологияси ва тарихи. Социологик тадқиқотлар усуллари.  
Теория, методология и история социологии. Методы социологических исследований.  
Theory, methodology and history of sociology. Methods of sociological research.

**Пармонов Фарход Ярашевич**  
доктор социологических наук, доцент (Узбекистан)  
**Толипов Файзулла Саидович**  
кандидат исторических наук, доцент (Узбекистан)  
**Алимухамедова Нодира Ядгаровна**  
доктор философии по философским наукам (Узбекистан)

**Камалова Хатира Сабыровна**  
кандидат социологических наук, доцент (Узбекистан)  
**Тагиева Гулсум Гафуровна**  
доктор философии по социологическим наукам (Узбекистан)  
**Ахмедова Феруза Медетовна**  
доктор философии по социологическим наукам (PhD)  
(Узбекистан)

22.00.02-Ижтимоий тузилиш, ижтимоий институтлар ва турмуш тарзи  
Социальные структуры, социальные институты и образ жизни  
Social structures, social institutions and way of life

**Аликариева Аълохон Нуриддиновна**  
кандидат социологических наук, доцент (Узбекистан)  
**Зайтов Элёр Холмаматович**  
доктор философии по социологическим наукам,  
доцент (Узбекистан)

**Мирзахмедов Хуршид Абдирашидович**  
доктор философии по социологическим наукам,  
доцент (Узбекистан)  
**Қаюмов Қахрамон Нозимжонович**  
доктор философии по социологическим наукам (Узбекистан)

22.00.03-Ижтимоий онг ва ижтимоий жараёнлар социологияси.  
Социология социального сознания и социального процесса.  
Sociology of social consciousness and social process

**Махкамов Қодиржон Одилжонович**  
доктор философии по социологическим наукам,  
доцент (Узбекистан)  
**Доспанова Дилара Уракбаевна**  
кандидат филологических наук, доцент (Узбекистан)

**Каримов Бобир Шаропович**  
доктор социологических наук, доцент (Узбекистан)  
**Якубов Ильдар Харрасович**  
кандидат политических наук, доцент (Узбекистан)

Page Maker | Верстка | Саҳифаловчи: Хуршид Мирзахмедов

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

Editorial staff of the journals of [www.tadqiqot.uz](http://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](mailto:info@tadqiqot.uz)  
Phone: (+998-94) 404-0000

<b>1. Xolbekov Abdug‘ani, Rasulov Hakim</b> HUQUQIY MADANIYAT VA SIYOSIY MADANIYAT O‘ZARO ALOQADORLIGINING SOTSIOLOGIK TALQINI.....	9
<b>2. Сеитов Азамат Пулатович</b> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ДАННЫХ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ СФЕРЕ УЗБЕКИСТАНА.....	18
<b>3. Якубов Ильдар Харрасович, Парманов Фарход Ярашевич</b> КОНЦЕПЦИИ ВЛИЯНИЯ ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВА НА ОБЩЕСТВЕННО- ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ.....	27
<b>4. Убайдуллаева Раиса</b> ПРАВО, КАК ПРОФИЛАКТИКА ДЕВИАНТНОГО ПОВЕДЕНИЯ.....	35
<b>5. Abduraxmonova Manzura</b> IJTIMOIY NIHOYANI RIVOJLANISHIDA IJTIMOIY ISH KASBIY FAOLIYATINING NAZARIY KONSEPTUAL JIHATLARI.....	42
<b>6. Madaminov Baxodir</b> JISMONIY MADANIYAT SHAXS IJTIMOIYLASHUVINING ASOSIY OMILI SIFATIDA...51	
<b>7. Yusupov Rahimjon</b> SOTSILOGIYANI O‘QITISHDA AHOLINI RO‘YXATGA Olish TADBIRLARIDAN FOYDALANISH.....	59
<b>8. Узакова Зарина</b> ФЕНОМЕНОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КОНЦЕПТА «СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ» И РОЛЬ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ В ФОРМИРОВАНИИ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА ЛИЦ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ.....	68
<b>9. Burxanov Xusniddin</b> RAQAMLI JAMIYATDA AXBOROT XAVFSIZLIGINI TA‘MINLASH VA MILLIY SAYTLARNI RIVOJLANTIRISH MUAMMOLARI.....	75
<b>10. Hojiyev Zavqiddin</b> TASHKILOTLARDA XODIMLAR FAOLIYATINI SAMARALI TASHKIL ETISH BO‘YICHA ILMIY-METODOLOGIK YONDASHUVLARNING SOTSIOLOGIK TAHLILI.....	83
<b>11. Mahammadjanov G‘olibjon</b> FUQAROLIK JAMIYATI INSTITUTLAR VA IJTIMOIY ONG TRANSFORMATSII SI: ŐZARO BOGLIQLIK, ZARURAT OMILLARI (SINERGETIK ŐNDAŐUV).....	93
<b>12. Gaibnazarov Baxodir</b> DAVLAT VA JAMIYAT MUNOSABATLARIDA SOTSIAL BOSHQARUVNING ZARURIYATI OMILLARI (SOTSIOLOGIK YONDASHUV).....	100
<b>13. Mamatqulova Fotimaxon</b> O‘ZBEKISTONDA PENSIYA VA NAFAQALARNI RIVOJLANISH BOSQICHLAR.....	107

<b>14. Komilova Xurshida</b> XOTIN-QIZLARNI ILM-FAN TARAQQIYOTIDAGI FAOLIYATINING IJTIMOYIY ASPEKTLARI - XALQARO TAJRIBA.....	114
<b>15. Mannanov Erkin</b> SIYOSIY MADANIYAT: ZARURIYATI VA FUNKSIYALARI.....	123
<b>16. Ubaydullayev Xurshidjon</b> MIGRATSIYA VA TA'LIM MIGRATSIYASINI SOTSIOLOGIK JIHATDAN TAHLIL QILISH.....	130
<b>17. Akramov Davronbek</b> XAVF GURUHIDAGI OILALAR VA ULARNING BOLALARIGA IJTIMOYIY XIZMATLAR KO'RSATISHDA KEYS MENEJMENT USULINING SAMARADORLIGI.....	139
<b>18. Imomova Nozimaxon</b> MEHNAT MIGRATSIYASINING XUQUQIY ME'YORIY ASOSLARINI TAKOMILLASHTIRISH.....	148
<b>19. Ахмедова Раъно</b> АНАЛИЗ НЕКОТОРЫХ ИНДИКАТОРОВ БЛАГОСОСТОЯНИЯ.....	157
<b>20. Латипова Нодира, Абдугафурова Чарос</b> СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ КОМПОНЕНТЫ СОЗДАНИЯ ДОСТУПНОЙ СРЕДЫ ДЛЯ ЛЮДЕЙ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ В ВУЗЕ.....	167

## ПРЕДИСЛОВИЕ К НОМЕРУ

Узбекистан, как страна, поставившая целью построение демократического государства, на системной основе проводит выборы различного уровня, которые базируются на нормативно-правовой базе, регулярно совершенствуемой в соответствии с международными избирательными стандартами. Все это направлено на обеспечение участия граждан в управлении государством и обществом, реализацию принципа волеизъявления народа как неотъемлемого атрибута демократического правового государства. Социология как теоретическая наука, анализирующая эмпирические показатели развития общества, также вносит свой достойный вклад в дело осмысления и совершенствования практики проведения выборов с учетом национального опыта демократических выборов.

Так, одним из проявлений политической жизни общества является участие в выборных процессах. Фактически этот акт является важнейшей формой проявления воли народа, от которой зависит характер и особенности общественного и государственного строительства. Социология как инструмент позволяет изучать комплекс проблем, связанных с особенностями подготовки и проведения выборов, а также с поведением населения в выборных компаниях, в том числе электоральных ориентаций социальных общностей и отдельных граждан. Наша наука позволяет на основе эмпирики лучше понять факторы, влияющие на участие в выборах и голосовании, мотивы участия или неучастия в них, изучение участия электората, особенности восприятия ими предвыборных мероприятий, партий и лиц кандидатов, оценка эффективности деятельности СМИ и уровней их влияния на позиции выборов, прогнозирования результатов выборов и т. д.

Это тем более важно, что 27 октября 2024 года в Узбекистане пройдет очередные парламентские выборы. Теперь они пройдут на основе внесенных изменений и дополнений в Избирательный кодекс страны, которые включают порядок проведения выборов в Законодательную палату на основе мажоритарно-пропорциональной (смешанной) системы. В этой системе избирательные округа теперь делятся на одномандатные и единый избирательный округ. 75 депутатов Законодательной палаты будут избраны от одномандатных округов по мажоритарной системе (голосование за кандидата), остальные 75 - по пропорциональной, то есть на основе голосов, отданных политическим партиям (по партийным спискам).

Все это и послужило важным мотивом выпуска данного специального выпуска нашего научного журнала. Открывает данный номер моя статья «Использование социологических данных в политической сфере Узбекистана», посвященной проведению социологических исследований и использования их данных в реализации предвыборных технологиях. Так, утверждается, что в условиях низкой политической активности в Узбекистане представляется важным использовать наработки политической социологии в сфере разработки и реализации стратегий в сфере политического управления в части работы с информационными и коммуникационными потоками. Через комплексное использование ПР-средств поддерживается репутация кандидата, формируется паблисити, создается общий план воздействия на сознание человека.

Интерес представляет и статья профессора Национального университета Узбекистана (далее НУУз), д.соц.н. А.Холбекова и заведующего кафедрой Термезского государственного педагогического института, к.п.н., профессора Х.Расулова на тему «Социологическая интерпретация взаимосвязи правовой и политической культуры». В статье рассматривается интерес граждан к процессам, связанным с политической жизнью общества, восприятием и обеспечением своих прав и свобод, оценка населением не только уровня правовой и политической культуры общества, но также анализируется система управления, политическая культура действующих в ней ответственных руководителей, тенденции их лидерских качеств.

В журнале опубликована статья доцента Университета мировой экономики и дипломатии (УМЭД), к.п.н. И.Якубова и доцента Академии государственного управления

(АГУ), д.соц.н. Ф.Парманова на тему «Концепции влияния интернет-пространства на общественно-политические процессы». В статье проанализированы некоторые теоретические аспекты и различные подходы исследователей к осмыслению данного феномена, выявлены некоторые их особенности. В статье приводятся данные прикладных исследований, указывающие на растущую роль интернет-коммуникаций в формировании общественного мнения, взглядов общества на те или иные общественные проблемы.

Статья профессора НУУз, д.соц.н. Р.Убайдуллаевой «Право, как профилактика девиантного поведения» посвящена современным тенденциям в развитии права как основного регулятора общественной жизни. По мнению автора, в развитии права можно проследить тенденции гуманизации, дифференциации и прагматизации, позволяющие вести учет многообразия форм, уровней, способов практической деятельности и тех трудностей, которые могут привести к правонарушениям.

Ряд авторов представляют собой ученых, непосредственно задействованных в процессах общественного и государственного управления в нашей стране. Например, руководитель отдела социально-правового медиацентра Олий Мажлис Республики Узбекистан, к.п.н. (PhD) Г.Махаммаджанова «Институты гражданского общества и трансформация социального сознания: взаимозависимость, факторы необходимости (синергетический подход)». В статье рассмотрена деятельность, изменения, обновление, преобразование социальных институтов в обществе. Также Б.Гаибназаров, исследователь АГУ в статье «Факторы необходимости социального управления в отношениях государства и общества (социологический подход)», проанализировал новые тенденции, характерные для управления в современном обществе и государстве, в частности, социального управления с социологической точки зрения.

Влияние социальных сетей на выборы рассмотрел к.с.н., соискатель НУУз Х.Бурханов в статье «Проблемы обеспечения информационной безопасности в цифровом обществе и развития национальных сайтов». В данной статье изучен вопрос расширения возможностей информационной системы, развития национальных сайтов Узбекистана в Интернете, современная ситуация и имеющиеся проблемы.

Говоря о выборах можно с большой вероятностью можно говорить о том, что основной тематикой дебатов между политическими партиями страны будет вопрос эффективной реализации идеи «Узбекистан - социальное государство». В этой связи интерес представляет ряд статей, затрагивающих социальный блок развития общества. В частности, заместитель директора Филиала НИЯУ МИФИ в г.Ташкенте, к.с.н. З.Узакова в статье «Феноменологический анализ концепта «социальный капитал» и роль психологических факторов в формировании социального капитала лиц с инвалидностью» дала теоретический анализ преимущественно с позиции междисциплинарного подхода. Результаты исследований автора свидетельствуют о том, что несмотря на разработанные рекомендации по повышению социального капитала людей с инвалидностью, такие как создание доступной среды, инклюзивная и трудовая интеграция, тщательный подбор социального работника, эта проблема все еще остается актуальной и требует более тщательного изучения.

В статье профессора Ферганского государственного университета (ФГУ), д.с.н. (DSc) М.Абдурахмоновой даны теоретико-концептуальные аспекты профессиональной деятельности социальной работы по развитию социальной защиты. В статье разъяснено значение профессионального этического кодекса профессии социального работника при оказании социальных услуг, сделаны выводы о значении социальной работы в развитии профессиональной деятельности в новой системе социальной защиты Узбекистана.

В номере еще одна статья из Ферганы, а именно, доцента ФГУ, к.с.н. (PhD) Н.Имомовой «Совершенствование правовой и нормальной базы в сфере трудовой миграции», затрагивающей такую актуальную для общественного мнения в период выборов тему как государственную политику по регулированию процессов трудовой миграции. В статье представлены выводы, полученные в результате сравнительного анализа социологических исследований и официальных данных, проведенного автором.

В завершение отметим, что статьи из данного специального номера нашего журнала найдет своего читателя и будет способствовать лучшему пониманию развития современной социологической мысли в нашей стране. Напомним, что наш журнал открыт для любого автора, который стремится донести свои мысли об общественных процессах, которые представляют актуальный характер.


**С уважением,  
Главный редактор Сеитов Азамат**

# ИЖТИМОЙ ТАДҚИҚОТЛАР ЖУРНАЛИ

## ЖУРНАЛ СОЦИАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ | JOURNAL OF SOCIAL STUDIES

**Сеитов Азамат Пулатович,**  
Главный редактор,  
доктор социологических наук, доцент

### ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ДАННЫХ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ СФЕРЕ УЗБЕКИСТАНА

 <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.13338502>

#### АННОТАЦИЯ

С приближением даты парламентских выборов интерес к ним в обществе возрастает. Демократизация выборных процессов означает существенное усиление роли проведения социологических исследований и использования их данных в реализации предвыборных технологиях. Поэтому важно, чтобы политические партии Узбекистана активнее использовали в разработке своих стратегий и работе избирательных штабов возможности и потенциал социологических служб нашей страны. В условиях низкой политической активности в Узбекистане представляется важным использовать наработки политической социологии в сфере разработки и реализации стратегий в сфере политического управления в части работы с информационными и коммуникационными потоками. Через комплексное использование ПР-средств поддерживается репутация кандидата, формируется паблисити, создается общий план воздействия на сознание человека. При этом, основная цель - это победа на выборах.

**Ключевые слова:** социология, политология, выборы, политические партии, Узбекистан, коммуникация, паблик рилейшнз, проблемы, активность, население.

**Seitov Azamat Pulatovich,**  
Chief Editor,  
Doctor of Science, Associate Professor

### USE OF SOCIOLOGICAL DATA IN THE POLITICAL SPHERE OF UZBEKISTAN

#### ABSTRACT

As the date of parliamentary elections approaches, public interest in them increases. Democratization of election processes means a significant strengthening of the role of conducting sociological research and using their data in the implementation of election technologies. Therefore, it is important that political parties in Uzbekistan more actively use the capabilities and potential of our country's sociological services in developing their strategies and the work of election headquarters. In conditions of low political activity in Uzbekistan, it seems important to use the developments of political sociology in the development and implementation of strategies in the field of political management in terms of working with information and communication flows. Through the integrated use of PR tools, the candidate's reputation is maintained, publicity is generated, and a

general plan for influencing human consciousness is created. At the same time, the main goal is to win the elections.

**Key words:** sociology, political science, elections, political parties, Uzbekistan, communication, public relations, problems, activity, population.

**Seitov Azamat Pulatovich,**  
Bosh muharrir,  
Sotsiologiya fanlari doktori, dotsent

## O'ZBEKISTON SIYOSIY SOHASIDA SOTSIOLOGIK MA'LUMOTLARDAN FOYDALANISH

### ANNOTATSIYA

Parlament saylovi sanasi yaqinlashgani sari aholining unga bo'lgan qiziqishi ortib bormoqda. Saylov jarayonlarini demokratlashtirish saylov texnologiyalarini joriy etishda sotsiologik tadqiqotlar olib borish va ularning ma'lumotlaridan foydalanish rolini sezilarli darajada kuchaytirishni anglatadi. Shu bois O'zbekistondagi siyosiy partiyalar o'z strategiyasini ishlab chiqishda, saylov shtablari ishida mamlakatimiz sotsiologik xizmatlarining imkoniyatlari va salohiyatidan faolroq foydalanishi muhim ahamiyatga ega. O'zbekistonda siyosiy faollikning pastligi sharoitida axborot-kommunikatsiya oqimlari bilan ishlash nuqtai nazaridan siyosiy menejment sohasidagi strategiyalarni ishlab chiqish va amalga oshirishda siyosiy sotsiologiyaning ishlanmalaridan foydalanish muhim ko'rinadi. PR vositalaridan kompleks foydalanish orqali nomzodning obro'-e'tibori saqlanib qoladi, oshkoralik shakllanadi va inson ongiga ta'sir qilishning umumiy rejasi tuziladi. Ayni paytda saylovda g'alaba qozonish ham asosiy maqsad.

**Kalit so'zlar:** sotsiologiya, siyosatshunoslik, saylovlar, siyosiy partiyalar, O'zbekiston, aloqa, jamoatchilik bilan aloqalar, muammolar, faoliyat, aholi.

### ВВЕДЕНИЕ

За последние годы в Узбекистане развернулись широкомасштабные реформы в сфере политики, экономики, государственного строительства, правовой системы и духовного преобразования общества. Разработана и принята соответствующая законодательная база, осуществляемых реформ.

При этом, поступательное движение общества и успех реформ во многом зависят от уровня политической и правовой культуры народа. Политическая активность личности, ее истинно гражданская позиция, восприимчивость к демократическим преобразованиям являются важнейшими факторами достижения намеченных целей. Очевидно, что социология, в первую очередь, такая ее дисциплина как политическая социология не может стоять в стороне от этих процессов.

Напомним, что в октябре 2024 года в Узбекистане состоятся очередные парламентские выборы, которые будут выбираться по новой системе, а именно, как по мажоритарной, так и по пропорционально-смешанной. В марте 2023 года президент Узбекистана Шавкат Мирзиёев предложил перейти на мажоритарно-пропорциональную систему парламентских выборов [1]. Переход объяснялся целью повысить роль политических партий и изменением Конституции.

Ранее 150 депутатов нижней палаты парламента выбирались путём прямого голосования. Избранными считались кандидаты, набравшие большинство голосов в своём регионе, при этом все они должны были представлять действующие в стране политические партии. Теперь же голосовать напрямую можно будет только за 75 депутатов. Оставшаяся половина мест будет распределена по результатам голосований за партии. Какие депутаты займут кресло в парламенте, будет определяться партийными списками. Таким образом, на выборах будет два бюллетеня: один - для выбора конкретного депутата, второй - для выбора партии. Партия пройдёт в парламент, если наберёт 7% от общего числа депутатских кресел.

На сегодня политическое большинство в Олий Мажлисе у Либерально-демократической партии Узбекистана или 53 места из 150. Затем идёт Демократическая партия «Миллий тикланиш» с 36 местами, Социал-демократическая партия «Адолат» и 24 места, Народно-демократическая партия Узбекистана с 22 и Экологическая партия Узбекистана с 15 местами [2].

Очевидно, что с приближением даты выборов интерес к ним в обществе возрастает. Это тем более актуально в условиях того, что Узбекистан в политическом плане во главу угла поставил в качестве высшей ценности - человека, его права и свободы, честь и достоинство. Тем самым, подтверждена верность идеалам демократии и равенства, социальной справедливости и солидарности. Демократизация же выборных процессов означает существенное усиление роли проведения социологических исследований и использования их данных в реализации предвыборных технологиях [9]. Поэтому очень важно, чтобы политические партии Узбекистана активнее использовали в разработке своих стратегий и работе избирательных штабов возможности и потенциал социологических служб нашей страны.

### **ПРОБЛЕМНАЯ ЧАСТЬ**

Одной из больших проблем нашей страны остается низкая политическая активность населения. С методологической точки зрения также важно осознать, что Узбекистан только строит демократию, на сегодня являясь государством с сильной президентской вертикалью власти. Это оборачивается неосознанным стремлением на всех нижних ветвях власти определенной ориентированности на административные стили управления, особенно, у пожилых чиновников.

В этих условиях, невозможно ожидать от населения, что народ будет всесторонне реагировать на тезисные призывы к политической активности. Интересно, что население пока прислушивается к мнению Правительства, демонстрируя высокую явку на выборах. Однако, вызывает сомнение, что это достоверный критерий политической активности для Узбекистана. Поэтому, повышение эффективности проводимых в Узбекистане реформ связано и с развитием политической социологии в нашей стране.

В условиях низкой политической активности в Узбекистане представляется важным использовать наработки политической социологии в сфере разработки и реализации стратегий в сфере политического управления в части работы с информационными и коммуникационными потоками. Фактически речь идет о конструировании механизмов политической публичности основных акторов в условиях демократизации государственного управления в Узбекистане. Именно поэтому видится важным в этом материале рассмотреть взаимодействие политических институтов Узбекистана, в том числе, политических партий, с населением, а также внедрении грамотных стратегических моделей по установлению связей с общественностью в условиях парламентских выборов.

### **МЕТОДОЛОГИЯ**

Генезис формирования в мире политической социологии имеет свою теоретико-методологическую основу, которую составляют труды Н.Макиавелли, Т.Гоббса, Дж.Локка, Г.Гегеля, К.Маркса, М.Вебера и других виднейших основателей научных теорий и концепций, объясняющих «политическую анатомию» общества того времени [3, – С.10].

Современная политическая социология стала превращаться в относительно самостоятельную отрасль социологического знания в начале XX века [4, – С.23]. Как представляется, это было обусловлено прежде всего потребностями политического управления, вызванными переходом к республиканским формам государственного устройства.

Это касается и развития политической социологии, вызванные становлением всеобщего избирательного права, деятельности политических партий, развития местного самоуправления и других форм политических отношений. Все это потребовало не только теоретического осмысления политических реалий современности, но и проверки

обоснованности теорий и гипотез на эмпирическом уровне (а, следовательно, использования социологической методики).

Современную политическую социологию обоснованно связывают с исследованиями систем политического господства и бюрократии, осуществленными социологом М. Вебером (1864-1920). В социологическом анализе политических процессов сохранила свою актуальность теория политических элит, представленная в трудах социологов В. Парето (1848-1923) и Г. Моска (1858-1941). Одна из центральных идей состоит в том, что неорганизованным большинством населения той или иной страны правит политическая элита, составляющая своего рода политический или правящий класс [8].

Наряду с теоретико-методологическими концепциями социологического объяснения политических процессов, широко представлены материалы эмпирических исследований. Так, например, используя большую базу эмпирических данных, С.М. Липсет проанализировал зависимость электорального сознания и поведения избирателей от их социального статуса, уровня доходов, образования, местожительства и других показателей.

### **ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ**

Основной идеей стратегий в политическом пространстве является конструирование общественных представлений о деятельности того или иного политического института [10]. Например, это касается формирования в общественном мнении страны представления о том, что, отдавая свой голос на парламентских выборах за Либерально-демократическую партию Узбекистана, избиратель выступает за поддержку частного предпринимательства.

Первым фундаментальным отличием является адресная специфика данной стратегической модели, которая должна быть направлена не на бессистемное покрытие отдельных групп населения, а на весь массив общественности в целом [5, – С. 32].

Общепринято, что к основным функциям политических стратегий выборов (здесь и далее ПСВ) относят: изучение общественных предпочтений и мнений; консалтинговое обеспечение управления на базе эмпирических специализированных исследований; внедрение и поддержка эффективности механизмов стимулирования социального интереса к процессам политического управления и, как следствие - повышение эффективности последних за счет налаживания обратной связи с населением.

Важно не забывать отличие ПСВ от Public relations (ПР). ПР - это управление взаимоотношениями между компанией/персоной и общественностью. В избирательной кампании ПР – это системная организация коммуникации политической фигуры или группы с различными целевыми группами в обществе, которая направлена на достижение понимания, согласования взаимоприемлемых интересов, а также привлечения на свою сторону. Через комплексное использование ПР-средств поддерживается репутация кандидата, формируется паблисити (известность, достигаемая за счет СМИ), создается общий план воздействия на сознание человека. При этом, основная цель это победа на выборах [6].

Стратегии ПР базируются на работе с несколькими секторами: работа со СМИ и населением, рекламная деятельность, консалтинговая работа с политическими топ-менеджерами.

Обращаясь к более детальному анализу политических технологий в сфере государственного управления, стоит изначально сконцентрировать пристальное внимание на общей концепции взаимодействия с населением. К сожалению, до сих пор определенным стереотипом специалистов политического менеджмента является достаточность использования ряда социологических исследований для тестирования общественного мнения и дальнейшего усовершенствования имеющихся в политической литературе шаблонов публичного реагирования.

Действительно, эффективная стратегия в сфере политического управления, направленная на работу с общественностью, обязательно использует социологические исследования как основа своей будущей деятельности. Однако, такой базисный подход не является единственным. Речь идет не о мимикрировании, а необходимости работы с

общественным мнением путем гармонизации общих и частных интересов, а также налаживания коммуникационных шаблонов взаимодействия.

Речь идет о том, что политический технолог в рамках ПСВ должен интересоваться не только сбором эмпирических данных и их глубоким анализом с предоставлением политическому руководству рекомендаций, а, что куда более важно, реализация данной стратегии в политической практике Узбекистана, дополняемая концентрированной работой по обеспечению тесных контактов с общественной сферой, в том числе:

- взаимодействие с лидирующими дифференцированными группами в социальном пространстве, СМИ и Интернете,
- организация информационных поводов и мероприятий, рассчитанных на информационное воздействие с целью изменения динамики общественного мнения по вопросам политического управления,
- конфликторазряжающая деятельность и т.д.

Таким образом, основным условием развертывания политических технологий является детализированное осознание руководителями избирательных штабов предназначения ПСВ структур в пространстве политического управления, основанное на их социетальной (общей) направленности.

Следующим стратегически важным моментом работы стратегий является использование адекватного набора средств по обеспечению коммуникативного взаимодействия со СМИ. Безусловно, данный список может варьироваться до бесконечности в зависимости от территориальной, ментальной, национальной и иной специфики государства. Однако видится реальным выдвинуть достаточно рациональную схему, сочетающую в себе три блока методик обеспечения информационного обмена между государством и СМИ, через которой с социальными группами, специфика которых будет различаться исключительно с точки зрения каналов реализации, бюджетной составляющей и контентного наполнения.

Во-первых, речь идет о пресс-релизах. Роль пресс-релиза, которую ряд исследователей склонны существенно урезать, все же видится достаточно значительной в Узбекистане. Существенное преимущество пресс-релиза заключается в том, что он дает возможность детального освещения спектра принимаемых в политической организации решений (обычно оперативного толка), информативных сообщений о предвыборной деятельности, освещения положительных качеств кандидатов от партии, центральных кадровых перестановках и т.д. в режиме реального времени при минимальных затратах.

Однако, в рамках рассмотрения создания грамотных пресс-релизов, стоит учесть одно существенное обстоятельство. Как показывает практика, в пресс-службах политических партий пренебрегают контекстным наполнением пресс-релиза и отдают данную деятельность в руки самих средств массовой информации, что в корне разрушительно для всей предвыборной кампании. Особенно, это касается таких СМИ, как центральное телевидение (НТРК), Национальное информационное агентство Узбекистана (УЗА), популярных Интернет-изданий (кун.уз, газета.уз, подробно.уз и т.д.)

Пресс-релиз избирательного мероприятия должен быть конкретным и законченным информационным сообщением, направленным в социальное пространство, сущность которого не подлежит трансформациям из-за возможности нанесения деформации смысловому свойству сконструированного в системе политического института послания, направленного на выполнение тех или иных функций: ознакомления, привлечения партнеров и т.д. Именно социологические данные, такие как понимание социальных характеристик модели идеального электората, должны выступать как ориентиры достижения при подготовке пресс-релизов.

Следующим типом создания коммуникационных схем взаимодействия с социумом являются пресс-конференции. Пресс-конференция подразумевает наличие оперативной обратной связи, что отличает ее от пресс-релиза и дает возможность политическим технологам дать более глобальное представление о выбранном курсе власти, о специфике принимаемых решений, о стратегических направлениях и т.д. Несмотря на то, что пресс-конференции, как правило, проводятся под грифом сенсационности, следует помнить, что они должны

непрерывно готовиться заранее и явиться продуктом работы как ПР отдела избирательного штаба.

Определенный процент специализированной информации, основанной на положениях Предвыборной программе, должна быть доведена до аудитории посредством передатчика (сотрудника политической партии). Здесь интерес представляют данные социологов – какие каналы коммуникации с местным населением являются наиболее эффективными для достижения победы на парламентских выборах.

И, наконец, следующим видом механизмов взаимодействия с общественностью является интервью. Его неоспоримое достоинство заключается в том, что заготовленный месседж обладает наивысшей степенью объективности и достоверности, так как в большинстве случаев передается членами элиты политической партии. Интервью дает возможность конструирования ситуации искреннего диалога с политическим топ-менеджером, позволяет услышать о наиболее проблемных областях управления и о методиках решения проблем, что особенно актуально в условиях предвыборных дебатов. Здесь социологические данные бесценны для выстраивания интервью, рейтинга актуальности социальных проблем и наиболее популярных среди населения их решений. Тем самым, социология дает возможность политическому технологу возможность соблюдения баланса «золотой середины» между формализмом и популизмом.

Следующей важной составляющей ПСВ в сфере избирательных кампаний является рекламная деятельность. Управление в контексте публичной политики - это тоже продукт, который должен вызывать социальное удовлетворение. Как показывает опыт автора в условиях Узбекистана, рекламировать управление как деятельность, функций политической партии, работу парламентской фракции и т.д. представляется не эффективным. В отличие от детализированной рекламной репрезентации проектов политических партий, олицетворяющих адаптированное расчленение всей политической действительности на подлежащие анализу информационные блоки.

Определив набор стратегических проектов, их обзор можно внедрять в СМИ в форме новостных блоков, оформляется в виде контекстной или социальной рекламы, транслируемой посредством видеороликов, печатной продукции или звуковой репрезентации, что существенно облегчает формирование механизмов лояльности будущих кандидатов от партии и самих партий в условиях смешанной системы выборов.

В рамках анализа ПСВ в сфере политического управления важно остановиться на важном условии. Сущность процесса коммуникационного взаимодействия между политическими партиями не сводится к обеспечению односторонней манипулятивной связи между ними и социумом. Анализ общественно мнения в рамках социологических исследований, взаимодействие посредством СМИ в итоге должны детерминировать усовершенствование самого политического поля и населения, живущего в нем.

На наш взгляд, необходимо присмотреться к зарубежному опыту. В данном контексте можно присмотреться к возможности создания специального органа для политических партий, концентрирующегося полностью на обслуживании процесса управления посредством анализа общественных связей и настроений, а также обеспечивающего презентацию стратегического курса государства как совокупности политических институтов, представленных в нем. Данное учреждение, аналоги которого существуют, например, в США и Великобритании, олицетворяет огромное консалтинговое агентство в рамках политического пространства, предоставляющее всем политическим организациям право обращаться за необходимой информацией как внутрисистемного плана (о работе различных министерств, ведомств, НПО и т.д.), так и о состоянии вне политического поля. Более того, подобные организации полностью ответственны за формирование имиджа государства как системы политических организаций, освещение прерогатив его стратегического развития и т.д., выполняемые целиком и полностью с помощью внедрения фундаментальных рекламных техник.

В этой связи, стратегически важным представляется системное взаимодействие этого исследовательского института с населением, внедряя грамотные модели установления связей

с общественностью. То есть, необходимо организовать регулярную работу с информационными и коммуникационными потоками, обеспечивая функционирование механизмов публичности управленческого процесса. Именно тогда, Узбекистан как государство, на наш взгляд, сможет мониторить и самое главное конструировать общественные представления о том или ином политическом институте, интересующем руководство страны. Как думается эту функцию мог бы взять на себя, так и не созданный, Институт социологии, хотя о его создании было анонсировано в февральском 2019 году Указе Главы государства.

Основная ошибка, на наш взгляд, нынешнего информационного подхода в Узбекистане заключается в том, что она идет по покрытию инфо потребностей отдельных групп населения, вместо того, чтобы делить упор на массив общественности в целом. К сожалению, адресность информационной работы понимается как отдельный сегмент информационной работы. Адресность важно понимать, как специфичность восприятия, все остальное должно быть системно и диалектически единым. Например, у всех телеканалов, получающих государственное финансирование, должны разрабатываться единые стандарты освещения хода будущей предвыборной кампании.

Следующая ошибка, до сих пор абсолютизируются итоги изучения общественных предпочтений и мнений. По сути, они должны выступать эмпирическим материалом для консалтингового обеспечения информационного управления. Анализ специалистов этой информации должна раскрывать вопрос как эффективнее налаживать механизмы пробуждения социального интереса к тем или иным процессам политического управления.

То есть, эмпирические результаты данных должны интерпретироваться с различных точек зрения: управляющей, корректирующей, информационной и т.д. Социология тем и хороша, что она может анализироваться исходя из потребностей различных сфер.

Третья ошибка в Узбекистане – это понимание информационной работы как разработка материалов и их размещение в том или ином СМИ, имеющем максимальный охват аудитории. Например, разметив материал на «Ю-тьюб» ошибочно считается, что его просмотрит многомиллионная аудитория этого канала. Важно иметь отдельную группу специалистов, которые будут продвигать этот контент, постоянно продвигая идеи, которые он несет.

Четвертая ошибка – упор на работу со электронными СМИ. На наш взгляд, важно базироваться на работе и с такими секторами, как индивидуальная работа в социальных сетях с населением и деятельность по продвижению информационных идей. В данном контексте можно отметить, что в нашей стране, по данным автора, до сих пор нет отдельной аналитической независимой отечественной структуры, имеющей соответствующую компьютерную технику и программное обеспечение, способное работать в рамках использования т.н. «Big Data». На этом исследовательском поле сбора эмпирической информации в социальных сетях в Узбекистане занимается несколько иностранных консалтинговых кампаний, чьи мощные сервера также находятся за рубежом.

Пятая ошибка – противопоставлять интересы государства и народа. Например, считать, что, якобы, государство навязывает свою точку зрения населению. Или, что, якобы, народ «ничего не понимающее болото». И т.д., и т.д.

Любая стратегия в сфере информационного управления, направленная на работу с общественной сферой, обязана использовать весь набор методов социологических исследований как фундамент своей деятельности. И эти данные могут давать, при соответствующем анализе, достаточно «горячие» данные, позволяющие выставлять привлекающие внимание названия материалов (т.н. «хайп»). Однако, цель социологических исследований не заключается исключительно в мониторинге общественного мнения, а также ставит усовершенствование принципов общественного и государственного управления согласно полученным итогам изучения. Конечно, популистские статьи в состоянии привлечь внимание будущего избирателя, однако, выборы пройдут, а за свои популистские обещания надо будет держать перед избирателями.

Речь также идет о необходимости работы с общественным мнением путем гармонизации социальных и государственных интересов, а также налаживания коммуникационных паттернов взаимодействия последних [11]. То есть задачей информационной работы социологов от партий Узбекистана является не только механический сбор данных и их анализ с предоставлением политическому руководству партии, а ее имплементация, дополняемая концентрированной работой по обеспечению тесных контактов с общественной сферой.

Это должно заключаться в следующих направлениях:

- взаимодействие с лидирующими неформальными группами в социальном пространстве и СМИ,
- организация информационных поводов и мероприятий, рассчитанных на информационное воздействие с целью изменения динамики общественного мнения по интересующимся вопросам,
- конфликтообразующая деятельность, позволяющей «выпустить пар» социального недовольства,
- монетизация деятельности поддерживающих организаций, то есть, информационная поддержка государства должна быть выгодной.

Следующим стратегически важным моментом должно быть использование адекватного набора средств по обеспечению коммуникативного взаимодействия со СМИ в Узбекистане:

- повышение эффективности подготовки пресс-релизов. Существенное преимущество пресс-релиза заключается в том, что он дает возможность детального освещения спектра принимаемых решений, обычно оперативного толка. Пресс-релиз незаменим при освещении внутриорганизационной деятельности в режиме реального времени при минимальных затратах.

Однако, в Узбекистане пока пренебрегают контекстным наполнением пресс-релиза, отдавая данную деятельность в руки самих средств массовой информации. Это в корне может поменять суть сообщения. Поэтому пресс-релиз должен стать конкретным и законченным информационным сообщением, направленным в социальное пространство, сущность которого не подлежит трансформациям из-за возможности нанесения деформации смысловому свойству сконструированного в системе политического института послания.

Важно понимать, что пресс-релиз направлен на выполнение различных функций, таких как, ознакомление, привлечение партнеров и т.д.

- формальным в Узбекистане является подход и к такой коммуникационной схеме взаимодействия с социумом как пресс-конференции. По факту у нас они являются брифингами, одностороннее доведение информации.

Пресс-конференция же подразумевает наличие оперативной обратной связи, что дает возможность дать более глобальное представление о выбранном курсе власти, о специфике принимаемых решений, о стратегических направлениях и т.д. Несмотря на то, что пресс-конференции, как правило, проводятся под грифом сенсационности, следует помнить, что они должны непременно готовиться заранее и явиться продуктом работы как пресс-службы, так и, что не менее важно, всех иных ее подразделений, вкладывающих определенный процент специализированной информации, которая будет донесена до аудитории посредством инфо-сотрудника.

- и очень важно использовать метод интервью, которое обладает наивысшей степенью объективности и достоверности, так как в большинстве случаев передается руководством. Интервью дает возможность конструирования ситуации искреннего диалога с политическим руководством, позволяет услышать о наиболее проблемных областях управления и о методиках нивелирования политических трудностей, что особенно актуально в условиях общемирового кризиса. Особенно важно, чтобы руководство избирательных кампаний шло на интервью с критически настроенными СМИ страны, такими как Кун.уз, Газета.уз и т.д.

- к сожалению, в Узбекистане государство пока не в полной мере подходит к своим идеологическим установкам – месседжам – как к информационному продукту. Любой продукт в условиях рыночной экономики важно поддерживать рекламной деятельностью. Важно, чтобы продукт публичной политики вызывал социальное удовлетворение.

### ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На сегодня использование потенциала социологических служб в контексте будущих парламентских выборов со стороны политических партий не реализуется в полном объеме. Например, дефицит детализированной рекламной презентации реализуемых на практике политических проектов, объединенных программными положениями. Это, в свою очередь, не позволяет осуществлять их обзор, то есть, внедряя их в СМИ в форме новостных блоков. Нет оформления в виде контекстной или социальной рекламы, транслируемой посредством видеороликов, печатной продукции или звуковой презентации. Рекламная же презентация политических проектов существенно облегчает формирование механизмов лояльности населения к политическим партиям Узбекистана.

Сущность процесса коммуникационного взаимодействия между политическим институтом и населением не сводится к обеспечению односторонней манипулятивной связи между социумом и прогосударственными структурами. Взаимодействие посредством СМИ в итоге должны оборачиваться усовершенствованием непосредственно самой системы управления в общегосударственном масштабе в интересах народа.

В этой связи, важно существенно сделать прозрачным деятельность соответствующих исследовательских структур Узбекистана, полностью сконцентрировав его на обслуживании процесса управления посредством анализа общественных связей и настроений, а также обеспечивающего формальную презентацию стратегического курса государства как совокупности политических институтов, представленных в нем.

### Adabiyotlar/ Литература/ References:

1. Мирзиёев Ш.М. Для повышения роли партий будет введена мажоритарная система выборов // <https://kun.uz/ru/news/2023/05/30/mirziyoyev-dlya-povysheniya-rol-i-partiy-budet-vvedena-majoritarnaya-sistema-vyborov>
2. Депутаты. // <https://parliament.gov.uz/ru/deputies>
3. Основы политической социологии: Учебник / Под ред. Ж.Т.Тощенко. – М., Новгород, 1998. – С.10.
4. Ашин Г.К., Кравченко С.А., Лозанский Э.Д. Социология политики. – М., 2001. – С.23.
5. Ахметшина Е.Н. Интернет-PR органов государственного управления. Казань, 2004. – С. 32.
6. Сеитов А.П., Якубов Б.С. Политические партии в процессах повышения общественной активности женщин Узбекистана. // JSSUZ, ISSN 2181-9556, Doi Journal 10.26739/2181-9556. Том 1 №1 (2022). С.86-98. <https://tadqiqot.uz/index.php/soci/article>
7. Сеитов А.П. Развитие социологии в условиях Новой Конституции. // JSSUZ, ISSN 2181-9556, DOI Journal 10.26739/2181-9556, №1. 2023. С.5-9. <https://tadqiqot.uz/index.php/soci/article/view/4906/4649>
8. Мангейм Дж.Б., Рич Р.К. Политология. Методы исследования. - М., 1997.
9. Политическая социология // Отв. Ред. Иванов В.Н., Семигин Г.Ю. - М.: ИСПИ РАН. 2000.
10. Политическая социология // Отв. Ред. Сопов Г.П. - Ростов н\Д: Феникс, 2001.
11. Овсянникова В.С. Политические (избирательные) PR-кампании: понятие, характеристика, используемые технологии // Молодой ученый. - 2020. - № 52 (342). - С. 126.

# ИЖТИМОЙ ТАДҚИҚОТЛАР ЖУРНАЛИ

2-МАХСУС СОН

ЖУРНАЛ СОЦИАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ  
СПЕЦИАЛЬНЫЙ НОМЕР-2

JOURNAL OF SOCIAL STUDIES  
SPECIAL ISSUE-2

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

Editorial staff of the journals of [www.tadqiqot.uz](http://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](mailto:info@tadqiqot.uz)  
Phone: (+998-94) 404-0000