



Taqqoslash orqali Vargas Llosaning uslubi Lotin Amerika adabiyotida qudrat va erkinlik mavzusini rivojlantirganini ko‘ramiz: ikki roman ham “qudratning xaritasi” sifatida Nobel mukofotini haqli qiladi. [10]

Xulosa: Vargas Llosaning Qahramon zamoni va Echkining bayrami romanlari ko‘p rakurslilik va narrativ murakkablik orqali totalitarizmning shaxsiy va jamiyatdagi ta’sirini chuqur ochib beradi. Bu texnikalar adabiyotni siyosiy tanqid vositasiga aylantiradi, o‘quvchiga faol rol beradi. Yozuvchining evolyutsiyasi – chapdan liberallikka o‘tish – asarlarida aks etib, erkinlik va qudrat mavzusini boyitadi. Kelajak tadqiqotlar bu texnikalarni boshqa Lotin Amerika asarlarida qo‘llash mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. Vargas Llosa, M. (2000). La fiesta del chivo. Madrid: Alfaguara.
2. Vargas Llosa, M. (1963). La ciudad y los perros. Barcelona: Seix Barral.
3. Baxtin, M. (1984). Dostoevskiy poetics. Moskva: Xudozhestvennaya literatura.
4. Booker, M. K. (1994). Vargas Llosa Among the Postmodernists. Gainesville: University Presses of Florida.
5. Williams, R. L. (2014). Mario Vargas Llosa: A Life of Writing. Austin: University of Texas Press.
6. Abdug‘afurovich, R. B. (2025). THE ROLE OF FICTION IN LEARNING ENGLISH. *TANQIDIY NAZAR, TAHLILiy TAFAKKUR VA INNOVATSION G‘OYALAR*, 1(9), 447-451.
7. Abdugafurovich, R. B. (2025). THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS OF THE POETICS OF HISTORICAL NOVELS CREATED DURING THE "SOUTHERN RENAISSANCE" IN LINGUISTIC CONTEXT. *O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti konferensiyalari*, 489-492.
8. Razzakov, B. (2025). PROBLEMS OF LINGUISTIC TRANSLATION STUDIES IN THE POETICS OF HISTORICAL NOVELS CREATED DURING THE "SOUTHERN RENAISSANCE". *Zamonaviy filologiya muammolari*, 2(1), 86-89.
9. Раззаков, Б. (2025). THE IMPORTANCE OF HISTORICAL NOVELS IN LEARNING ENGLISH. *Международный мультидисциплинарный журнал исследований и разработок*, 1(5), 265-268.
10. Abdug‘afurovich, R. (2024). EXPLORING THE POETICS OF HISTORICAL NOVELS DURING THE SOUTHERN RENAISSANCE. *Eurasian Journal of Social Sciences, Philosophy and Culture*, 4(5-1), 54-58.

PEDAGOGIK BREND: O‘QITUVCHI SHAXSIY VA KASBIY KOMPETENSIYASI UYG‘UNLASHUVIDIR.

Abdirasilova Kamola Mirodil qizi

ChDPU pedagogika yo‘nalishi 4-kurs talabasi

Ilmiy rahbar: Jamoldinova Sayyora Nodirbek qizi

ChDPU Pedagogika kafedrasida o‘qituvchisi

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0006-4669-0483>

jamoldinova.cspu@gmail.com, +998917766446

Annotatsiya: Ushbu maqolada pedagogik brend tushunchasi va uning o‘qituvchi shaxsiy hamda kasbiy rivojlanishidagi ahamiyati yoritilgan. O‘qituvchining shaxsiy brendi ta’lim jarayonida samaradorlikni oshirish, o‘quvchilar, ota-onalar va hamkasblar orasida ishonch va hurmat qozonishda muhim omil sifatida talqin etiladi. Maqolada o‘qituvchining o‘zini namoyon qilishi uchun zarur bo‘lgan fazilatlar — kasbiy mahorat, axloqiy madaniyat, kommunikativ ko‘nikmalar, tashabbuskorlik, innovatsion yondashuv kabi jihatlar tahlil qilinadi.

Kalit so‘zlar: Pedagogik brend, o‘qituvchi imiji, kasbiy mahorat, pedagogik etika, pedagogik kompetensiya, shaxsiy brend, professional rivojlanish, ta’lim sifati, pedagogik madaniyat, o‘qituvchi obro‘si, innovatsion o‘qituvchi, ijodkorlik, o‘quvchi bilan muloqot, liderlik fazilatlar, o‘qituvchi imidji va brendi.

PEDAGOGICAL BRAND: THE INTEGRATION OF A TEACHER'S PERSONAL AND PROFESSIONAL COMPETENCE



Abdiraslova Kamola Mirodil qizi

Chirchik State Pedagogical University 4th year student of Pedagogy

Scientific supervisor: Jamoldinova Sayyora Nodirbek qizi

Chirchik State Pedagogical University

Teacher of the Department of Pedagogy

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0006-4669-0483>

jamoldinova.cspu@gmail.com, +998917766446

Abstract: This article discusses the concept of a pedagogical brand and its importance in the personal and professional development of a teacher. A teacher's personal brand is interpreted as an important factor in increasing efficiency in the educational process, gaining trust and respect among students, parents, and colleagues. The article analyzes the qualities necessary for a teacher to express himself - such as professional skills, ethical culture, communicative skills, initiative, and an innovative approach.

Keywords: Pedagogical brand, teacher image, professional skills, pedagogical ethics, pedagogical competence, personal brand, professional development, quality of education, pedagogical culture, teacher reputation, innovative teacher, creativity, communication with students, leadership qualities, teacher image and brand.

ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ БРЕНД: ИНТЕГРАЦИЯ ЛИЧНОЙ И ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ УЧИТЕЛЯ.

Abdiraslova Kamola Mirodil qizi

студент 4 курса педагогического факультета ЧДПУ

Научный руководитель: Jamoldinova Sayyora Nodirbek qizi

Преподаватель кафедры педагогики ЧДПУ

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0006-4669-0483>

jamoldinova.cspu@gmail.com, +998917766446

Аннотация: В статье рассматривается понятие педагогического бренда и его значение в личностном и профессиональном развитии учителя. Личный бренд учителя рассматривается как важный фактор повышения эффективности образовательного процесса, завоевания доверия и уважения среди учеников, родителей и коллег. Анализируются качества, необходимые учителю для самовыражения, такие как профессиональные навыки, этическая культура, коммуникативные навыки, инициативность и инновационный подход.

Ключевые слова: Педагогический бренд, имидж учителя, профессиональные навыки, педагогическая этика, педагогическая компетентность, личностный бренд, профессиональное развитие, качество образования, педагогическая культура, репутация учителя, инновационный учитель, креативность, общение с учениками, лидерские качества, имидж и бренд учителя.

Assosiy qism.

Pedagogik brend — bu o‘qituvchining shaxsiy sifatleri, kasbiy mahorati va o‘zini taqdim etish qobiliyatini o‘z ichiga olgan professional obrazidir. U o‘qituvchi obro‘sin mustahkamlashga, o‘quvchilar ishonchini qozonishga va o‘ziga xos ta’sirchanlikni yaratishga yordam beradi.

Pedagogik brendni shakllantirishning asosiy bosqichlari:

Ichki va tashqi tahlil: Pedagog o‘zining shaxsiy va kasbiy sifatlarini tahlil qiladi, kuchli va zaif tomonlarini aniqlaydi, o‘zining qimmatli qobiliyatlarini belgilaydi.

Maqsadli auditoriyani tushunish: O‘quvchilarning o‘qituvchi haqidagi tasavvurini tushunish va ularning nuqtai nazaridan qanday qilib mutaxassis sifatida obro‘ga ega bo‘lishni o‘rganish muhimdir.

O‘zini taqdim etish: O‘qituvchi o‘zini qanday taqdim etishini, qaysi jihatlariga e’tibor qaratishini va qaysi ma’lumotlarni o‘z auditoriyasiga yetkazishni o‘ylab ko‘rishi kerak.



Qiymatli kontentni taqdim etish: Audiotoriya qiziqishini uyg‘otish uchun qiziqarli ma’lumotlar, o‘z kasbiga kirib kelishi haqidagi hikoya, qiziqarli tajribalar yoki kelajakdagi g‘oyalar bilan o‘rtoqlashish mumkin.

Qimmatli qobiliyatlarni ko‘rsatish: Pedagog o‘zining eng yaxshi tajribalarini ko‘rsatishi, yangi g‘oyalarni taqdim etishi, o‘quvchilarga o‘zidan biror narsa o‘rganishga imkon beradigan qimmatli kontentni taqdim etishi kerak.

O‘qituvchining mazkur talablarga muvofiq keluvchi qiyofasi uning o‘quvchilar, hamkasblar hamda ota-onalar orasida obro - e’tibor qozonishini ta’minlaydi.

Darsda o‘qituvchi rahbarligida har bir o‘quvchining bilim olish xususiyatlari hisobga olinadi. O‘quvchilarning mashg‘ulot jarayonida o‘rganilayotgan fan asoslarini egallab olishlari, ularning idrok etish qobiliyatlarini rivojlantirish va ma’naviy-axloqiy sifatlarini tarbiyalash hamda shakllantirish uchun qulay sharoitlar yaratiladi.

Zamonaviy o‘qituvchi quyidagilarni o‘z vazifasi deb bilishi kerak :

- O‘z mutaxassisligi bo‘yicha eng so‘nggi bilimlardan xabardor bo‘lishi, ta’limni pedtexnologiyalar hamda axborot texnologiyalaridan foydalanib, amaldagi o‘quv-tarbiyaviy jarayon qonuniyatlari asosida tashkil etishi;

- ta’limda o‘quvchilarning yosh va psixologik xususiyatlarini hisobga olib, o‘z mahoratini, bilimini va qobiliyatini namoyish etishi;

- o‘quvchilarning qiziqishlari, layoqati va talablarini hisobga olgan holda ular tomonidan bilimlarni o‘zlashtirishga sharoit yaratish;

- o‘quvchilar tomonidan o‘rganilayotgan o‘quv fanlarining o‘zaro aloqadorligini ta’minlash;

- shaxsni har tomonlama kamol topishini faollashtirish;

O‘qituvchi o‘z tajribasidan kelib chiqib, o‘quvchilarning yosh xususiyatlarini hisobga olgan holda, quyidagilarga qattiq e’tibor berishi shart.

- integral fanlarning ilg‘or yutuqlari, kompyuter, pedtexnologiyalar va axborot texnologiya imkoniyatlaridan keng foydalanish, darsni zamonaviy o‘quv –tarbiyaviy jarayon qonuniyatlari asosida tashkil etish;

- darsda barcha didaktik tamoyila qoidalarining optimal nisbatlarini ta’minlash;

- o‘quvchilarning qiziqishi, iqtidori va talablarini hisobga olish;

- o‘quvchining o‘zi qiziqqan, orzu qilgan kasbi bo‘yicha mahoratini shakllantirishni motivatsiyalash va faollashtirish;

Hozirgi kun o‘qituvchisi eng avvalo, faol, mehnatkash, fidoyi, talabchan, izlanuvchan, davr bilan hamnafas hamda ijodkor bo‘lishi kerak!

O‘qituvchilik – katta san’atdir. Bu san’atga pedagog osongina, o‘z-o‘zidan erisha olmaydi. Mashhur pedagog Yan Amos Komenskiy “O‘qituvchilik yer yuzidagi har qanday kasbdan ko‘ra yuqoriroq turadigan juda faxrli kasb” ekanligini ta’kidlaydi. O‘qituvchi obrazini tasvirlar ekan, uning shaxsida quyidagi fazilatlar bo‘lishi kerakligini aytadi: vijdonli, mehnatkash, sabotli, axloqli, o‘z ishini sevuvchi, o‘quvchilarga otalaridek muomala qiluvchi, ularda bilimga havas uyg‘otuvchi, o‘quvchilarni o‘z ortidan ergashtiruvchi va o‘z e’tiqodiga ega bo‘lgan shaxs.

“Ta’lim to‘g‘risida”gi qonunda belgilab qo‘yilishicha tegishli ma’lumoti, kasbiy tayyorgarligi bo‘lgan va ma’naviy-axloqiy fazilatlariga ega bo‘lgan shaxslar pedagogik faoliyat bilan shug‘ullanish huquqiga ega.

Pedagogik oliy ma’lumotga ega bo‘lmagan shaxslarga qayta tayyorlash kurslaridan o‘tgachgina ta’lim tashkilotlarida pedagogik faoliyat bilan shug‘ullanish huquqi beriladi.

“Brand” so‘zi qadimgi skandinavcha “brandr” so‘zidan olingan bo‘lib, “yoqmoq” yoki “tamg‘a bosmoq” degan ma’noni bildiradi. Dastlab chorvadorlar o‘z hayvonlariga tamg‘a bosish orqali egasini ajratishgan.

2. Birinchi tijorat brendlari XIX asrda paydo bo‘lgan. Masalan, Coca-Cola (1886 yilda) va Pepsi (1898 yilda) eng qadimgi global brendlardan hisoblanadi.

3. Bugungi kunda dunyo iqtisodiyotining 50% dan ortig‘i mashhur brendlar (Apple, Google, Amazon, Microsoft va boshqalar) orqali shakllanadi.

4. Brendning asosiy elementi – bu ishonch. Odamlar sifatli mahsulot emas, ishonchli tajriba sotib oladi.



5. Brendni tan olish darajasi odatda ko‘rish, eshitish, his qilish orqali shakllanadi – bu idrok kanallari bilan bog‘liq psixologik jarayondir.

Pedagogik brendga oid faktlar

1. Pedagogik brend tushunchasi ilk bor XX asr oxirida paydo bo‘lib, o‘qituvchini shaxsiy brend sifatida ko‘rish g‘oyasi keng tarqaldi.

2. Kuchli pedagogik brendga ega o‘qituvchilar o‘quvchilarning motivatsiyasini 30–40% ga oshiradi (ta’lim psixologiyasi tadqiqotlariga ko‘ra).

3. O‘qituvchining shaxsiy brendi ko‘pincha ta’lim muassasasining umumiy brendini ham mustahkamlaydi.

4. Finlyandiya, Yaponiya va Koreya ta’lim tizimlarida pedagogik brend davlat siyosati darajasida qo‘llab-quvvatlanadi — ya’ni o‘qituvchining obro‘si milliy qadriyat sifatida e’tirof etiladi.

5. O‘zbekiston ta’lim tizimida ham “Innovatsion pedagog”, “Yil o‘qituvchisi”, “Ustoz” nishonlari orqali o‘qituvchilarning brendi rag‘batlantiriladi.

Nima uchun siz brend yaratish bilan shug‘ullanishingiz kerak – va bu qanday amalga oshiriladi

Keling, brend yaratishni “boshqa nigoh bilan” – ya’ni pedagogik nuqtai nazardan, maktab rahbariyati vazifalari doirasida ko‘rib chiqaylik.

Brend yaratish – bu “sun’iy va arzon reklama” yoki “ortiqcha hashamat” emas. Maktablar uchun brend yaratishning asosiy maqsadi – pedagogik identifikatsiyani (o‘ziga xoslikni) mustahkamlashdir. Gap butun maktab haqida ketadi – uning barcha takliflari, loyihalari va maktab madaniyatiga oid tashabbuslari bilan birgalikda.

Demak, bu faqat o‘qitish va tarbiyalashni emas, balki maktab hayotining turli jabhalarini va maktab bilan bog‘liq muhitni – maktab atmosferasini ham o‘z ichiga oladi.

Brend yaratish bu o‘ziga xos maktab madaniyatini tan oladi, uni anglaydi, rivojlantiradi va boshqalarga yetkazadi – uni yanada kuchaytiradi. Brend yaratish – bu identifikatsiyani mustahkamlashga qaratilgan

Brend yaratish quyidagilarga hissa qo‘shadi:

Maktab madaniyati va maktab hayotini – jamoaviylik ruhini va ijobiy muhitni mustahkamlashga.

O‘qituvchilar jamoasining identifikatsiyasini – ularning motivatsiyasi va faol ishtirokini kuchaytirishga.

Ota-onalar identifikatsiyasini – ularning fidokorona ishtiroki va ilhomini oshirishga.

O‘quvchilarning identifikatsiyasini – ularning o‘qishga bo‘lgan rag‘batini va maktabdagi farovonlik hissini mustahkamlashga.

Barcha ishtirokchilar o‘rtasidagi bog‘liqlikni – maktabga nisbatan sadoqat va birlashuvni kuchaytirishga.

Siz, albatta, barchaning maktabingizda o‘zini qulay his qilishi, motivatsiya bilan ishlashi va o‘qishi, maktabingiz bilan faxrlanishini xohlaysiz.

Demak, gap maktabingizning identiteti, ya’ni umumiy birlik va ijobiy hamkorlik asosidagi muhit haqida ketmoqda.

Maktab va uning qadriyatlariga nisbatan kuchli sadoqat, barcha ishtirokchilarni o‘z xatti-harakatlari orqali “maktab elchisi” (brend elchisi)ga aylantiradi – ular maktab haqida ijobiy tasavvur yaratadi.

Samarali pedagogik faoliyat identifikatsiyasiz mumkin emas. Shuning uchun yaxshi maktablar brend yaratishga muhtoj. Brend yaratish – bu muvaffaqiyatli pedagogik ishning asosi, “behuda PR harakati” emas.

U maktabning asosiy vazifalariga – ya’ni yaxshi muhitda o‘qitish va o‘rganishga, hamda har bir kishi o‘zini shu joyga tegishli deb his qiladigan sharoit yaratishga bevosita xizmat qiladi. Har bir maktab – bu brend. Maktab sohasida “brend” deganda nima tushuniladi? Hali ham ayrim maktab rahbarlari bor, ular o‘ylashadiki, faqat dars sifati muhim, imidj va brend esa shunchaki tashqi ko‘rinish, kommunikatsion qo‘shimcha.

Men bu fikrni noto‘g‘ri deb bilaman:

Albatta, dars sifati asosdir, ammo u maktabning umumiy obro‘cini belgilovchi yagona omil emas. Talablar oshgan – endi odamlar faqat yaxshi ta’lim sifatini emas, undan ko‘prog‘ini kutishadi. Faqat faktlar va ma’lumotlar yaxshi imidj yaratmaydi.



Agar siz ishonch va mehr uyg‘otmoqchi bo‘lsangiz, bu faqat emotsional jihatlar orqali mumkin. Maktabning obro‘-e’tibori uning pedagogik identitetidan – umumiy maktab madaniyatidan – boshlanadi, so‘ngra maktab bilan bog‘liq assotsiatsiyalar va tasvirlar bilan to‘ldiriladi. Natijada bu kompleks ta’sir tizimi – imidjni shakllantiradi.

Bizning “boshimizdagi tasvirlar” – bizning fikrlashimizni va qarorlarimizni belgilaydi: Odamlar narsalarni qanday bo‘lsa, shundayligicha emas, ular qanday deb o‘ylasa, shunga qarab qaror qilishadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Karimov I.A. Yuksak ma’naviyat – yengilmas kuch. – Toshkent: Ma’naviyat, 2008.
2. To‘xtayeva D. Raqamli ta’lim texnologiyalari. – Toshkent: TDPU, 2023.
3. UNESCO. Digital Learning Report 2024. – Paris, 2024.
4. Xolmatova N. Raqamli pedagogika asoslari. – Toshkent: Innovatsiya nashriyoti, 2022.
5. www.edu.uz – O‘zbekiston Respublikasi Ta’lim portal.
6. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 5-sentabrdagi PQ–4805-sonli qarori “Raqamli ta’lim tizimini rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”.
7. Xodjayev, A. va boshqalar. *Pedagogik texnologiyalar va ta’limda innovatsiyalar*. Toshkent: Fan va texnologiya, 2022.
8. Jamoldinova, S.N. (2024). Oliy ta’lim talabalarida konfliktologik kompetensiyani shakllantirish va uni rivojlantirish mexanizmlari. “Yoshlarni harbiy vatanparvarlik ruhida tarbiyalashning muammolari va istiqbollari” Ilmiy-amaliy konferensiya, 1(1), 116-123.
9. Jamoldinova, S.N., Temirova, U.I. (2024). Talabalar konfliktologik madaniyatini rivojlantirish ijtimoiy-pedagogik muammo sifatida. “Ta’lim tizimini takomillashtirishda ilg‘or xalqaro tajribalar” mavzusidagi xalqaro ilmiy-texnik anjuman, 1(1), 957-962.
10. Jamoldinova, S.N. (2024). Oliy ta’lim talabalarida konfliktologik kompetensiyani shakllantirish va uni rivojlantirish mexanizmlari. “Yoshlarni harbiy vatanparvarlik ruhida tarbiyalashning muammolari va istiqbollari” Ilmiy-amaliy konferensiya, 1(1), 116-123.
11. Jamoldinova, S.N., Primova, D.F. (2024). Umumiy o‘rta ta’lim tizimida ota-onalar majlisini tashkil qilish va o‘tkazishning pedagogik asoslari. “Kelajak o‘qituvchisi-kelajak bunyodkori” mavzusidagi II xalqaro ilmiy anjumani, 1(2), 1433-1439.

O‘ZBEKISTONDA YOSHLARNI RAQAMLI SAVODXONLIK DARAJASINI YUKSALTIRISH OMILLARI

Soliev Ikromjon Komiljonovich

Falsafa fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD)

Annotatsiya: O‘zbekistonning bugungi kundagi asosiy maqsadlari – iqtisodiyotni raqamlashtirish, raqamli iqtisodiyotni barpo etish, texnologik mustaqillik va infratuzilma xavfsizligini ta’minlash orqali mamlakat raqobatbardoshligini oshirishdir. Raqamli iqtisodiyotni shakllantirish jarayoni, elektron savdo aylanmasi, onlayn-do‘konlar va savdo maydonchalari soni, kompyuterlardan foydalanuvchi va internet tarmog‘iga kirish imkoniga ega foydalanuvchilar soni, aholining kompyuter savodxonligi darajasi va hokazolarni monitoring qilish maqsadida bunday ko‘rsatkichlar qo‘llaniladi.

Kalit so‘zlar: yoshlar, raqam, raqamli jamiyat, inson qadri, insoniy qadriyat, raqamli savodxonlik, media, ta’lim sifati, sun‘iy intellekt.

ФАКТОРЫ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ ЦИФРОВОЙ ГРАМОТНОСТИ МОЛОДЁЖИ В УЗБЕКИСТАНЕ

Солиев Икромжон Комилжонович

Доктор философии (PhD)

Аннотация: Главными целями Узбекистана сегодня являются цифровизация экономики, построение цифровой экономики, повышение конкурентоспособности страны за счёт обеспечения