

YOSHLAR OVOZI: ZAMONAVIY TARG‘IBOT VA IJTIMOIIY FAOLLIKNING YANGI QIYOFASI

G‘oziyeva Dilshodai Nosir

Termiz iqtisodiyot va servis universiteti

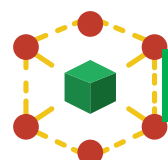
Filologiya va tillarni o‘qitish (ingliz tili) ta’lim yo‘nalishi talabasi

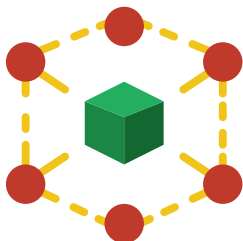
ANNOTATSIYA: Mazkur maqolada globallashuv, raqamli kommunikatsiya va ijtimoiy munosabatlarning yangilanishi sharoitida yoshlar ovoziining jamiyat taraqqiyotidagi o‘rni hamda zamonaviy targ‘ibotning mazmunii va kommunikativ transformatsiyasi tadqiq etiladi. Tadqiqotning asosii e’tibori yoshlarni ijtimoiy jarayonlarning oddii kuzatuvchisi yoki tayyor g‘oyalarning qabul qiluvchisi sifatida emas, balki ijtimoiy mazmun yaratuvchi, tashabbus ilgari suruvchi, jamoatchilik fikriga ta’sir ko‘rsatuvchi va real o‘zgarishlarni yuzaga keltiruvchi faol subyekt sifatida talqin qilishga qaratilgan. Muallif “yoshlar ovozi” tushunchasini shunchaki yoshlarning o‘z fikrini bildirish huquqi bilan chegaralash yetarli emasligini ta’kidlab, uni fikr, tashabbus, mas’uliyat va natijaning uzviy birligi sifatida talqin qiladi.

Maqolada zamonaviy targ‘ibotning an’anaviy kommunikatsiya modelidan tubdan farq qiluvchi jihatlari ochib beriladi. Axborot texnologiyalarining jadal rivojlanishi natijasida yoshlar nafaqat axborot iste’molchisi, balki uning yaratuvchisi, sharhlovchisi va tarqatuvchisiga aylandi. Shu sababli bugungi targ‘ibot jarayonida bir tomonlama “gapiruvchi — tinglovchi” munosabati o‘rniga o‘zaro muloqot, ishonch, hamkorlik, vizual kommunikatsiya, shaxsiy tajriba va amaliy natijaga asoslangan model shakllanmoqda. Maqolada ana shu o‘zgarishning yoshlar ijtimoiy faolligiga ta’siri ilmiy-nazariy jihatdan tahlil qilinadi.

Tadqiqotning dolzarbligi O‘zbekistonda yoshlar masalasining strategik darajaga ko‘tarilayotgani bilan ham belgilanadi. 2026-yilda taqdim etilgan “Yangi O‘zbekiston yoshlari — 2030” strategiyasi loyihasida yoshlarning ta’lim olishi, bandligi, tadbirkorligi, xorijii tillarni o‘rganishi, volontyorlik harakatini rivojlantirish, ijtimoiy faollikni kuchaytirish va ochiqlik hamda ishtirok mexanizmlarini kengaytirish kabi yo‘nalishlarga alohida e’tibor qaratilgan. Bu jarayon yoshlar bilan ishlashning mavjud shakllarini qayta ko‘rib chiqish va ularning tashabbuslarini zamonaviy kommunikatsiya vositalari orqali yanada samarali qo‘llab-quvvatlash zaruratini yuzaga keltirmoqda.

Maqolaning ilmiy yangiligi sifatida muallif tomonidan “Ovozdan natijagacha” modeli taklif etiladi. Ushbu model olti bosqichdan iborat: eshitish — anglash — fikrlash — tashabbus — harakat — ta’sir. Mazkur konsepsiyaga ko‘ra, yoshning fikrini eshitish jarayonning boshlanishi, xolos. Uning haqiqii ijtimoiy qiymati fikrning tashabbusga, tashabbusning amaliy harakatga va harakatning jamiyat uchun sezilarli natijaga aylanishi bilan belgilanadi. Shuningdek, maqolada “targ‘ibot obyekti emas, ijtimoiy mazmun yaratuvchi yosh” tamoyili ilgari suriladi.





Tadqiqotda raqamli makonning yoshlar faolligiga ta'siri ham ikki yo'nalishda tahlil qilinadi. Bir tomondan, ijtimoiy tarmoqlar yoshlarning o'z fikrini keng auditoriyaga yetkazishi, ta'limiy va ma'rifiy kontent yaratishi, ijtimoiy loyihalarni ommalashtirishi va tengdoshlarini foydali tashabbuslarga jalb etishi uchun katta imkoniyat yaratadi. Ikkinchi tomondan, axborotning haddan tashqari tez tarqalishi media savodxonlik, tanqidiy fikrlash, raqamli etika va axborot mas'uliyati masalalarini dolzarb qiladi.

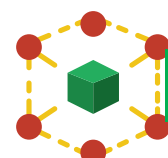
Muallifning fikricha, zamonaviy yoshlar faolligini faqat tadbirlar soni, sertifikatlar, obunachilar yoki ko'rishlar bilan baholash ilmiy va ijtimoiy jihatdan yetarli emas. Faollikning haqiqiy mezon — qanday muammo aniqlandi, qanday g'oya taklif qilindi, qanday harakat amalga oshirildi va qanday natija yaratildi, degan savollarga javobdir. Shu asosda maqolada oliy ta'lim muassasalarida “Yoshlar ovozi” media-laboratoriyalari, talaba tashabbuslari banki, “Bir talaba — bir tashabbus” tamoyili, yoshlar tomonidan yaratiladigan ijtimoiy kontent fondi va natijaga asoslangan faollik indikatorlarini joriy etish bo'yicha takliflar ilgari suriladi.

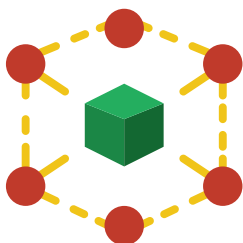
Maqolaning amaliy ahamiyati shundaki, unda ilgari surilgan g'oyalar yoshlar bilan ishlash tizimini faqat tadbirbozlikdan chiqarib, tashabbus, ijodkorlik, raqamli savodxonlik, ijtimoiy mas'uliyat va real natija tamoyillariga yo'naltirishga xizmat qilishi mumkin. Tadqiqot yakunida yoshlarning ovozini eshitishning o'zi yetarli emasligi, uni jamiyat taraqqiyotiga xizmat qiladigan amaliy kuchga aylantirish zarurligi asoslanadi.

KALIT SO'ZLAR: yoshlar ovozi, zamonaviy targ'ibot, ijtimoiy faollik, yoshlar siyosati, raqamli kommunikatsiya, media savodxonlik, tanqidiy fikrlash, yoshlar tashabbusi, ijtimoiy mas'uliyat, talaba, volontyorlik, raqamli kontent, fuqarolik faolligi.

ABSTRACT: This article examines the changing role of young people in contemporary society, focusing on the concept of youth voice, modern advocacy, social participation and digital communication. In the rapidly transforming information environment, young people are no longer merely passive recipients of information, social messages or educational content. They increasingly function as creators, interpreters, distributors and active participants in the production of socially meaningful ideas. Therefore, the concept of “youth voice” should not be limited to the right or ability of young people to express their opinions. It should be understood as a complex combination of voice, initiative, responsibility and measurable social impact.

The relevance of the study is determined by the growing strategic importance of youth development and participation in Uzbekistan. The proposed “New Uzbekistan Youth — 2030” strategy emphasizes education, employment, entrepreneurship, foreign-language learning, volunteering, social activity, cultural development and the expansion of mechanisms for openness and participation. These priorities demonstrate that contemporary youth policy increasingly requires mechanisms that do not merely communicate with young people but enable them to participate directly in social development and contribute to practical solutions.





The article explores the transformation of modern advocacy from a traditional one-way communication model toward an interactive and participatory model. In the traditional model, information is generally transferred from an institution, speaker or authority to an audience. In the digital era, however, young people can immediately respond, comment, reinterpret, reproduce and distribute information. They can also create their own videos, podcasts, articles, educational materials and social campaigns. As a result, the effectiveness of modern advocacy increasingly depends on dialogue, authenticity, trust, participation and practical relevance rather than on the volume of information delivered.

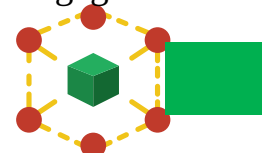
The article introduces an original conceptual framework entitled “From Voice to Impact”, developed by the author. The model consists of six interconnected stages: listening — understanding — thinking — initiative — action — impact. According to this model, listening to young people represents only the first stage of participation. A meaningful youth voice emerges when an expressed idea is understood, transformed into an initiative, implemented through concrete action and evaluated according to its social impact. This framework is proposed as a conceptual approach to improving youth engagement in higher education institutions and community life.

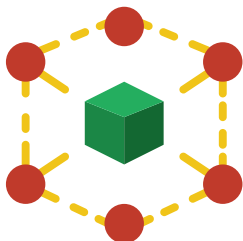
Special attention is given to the role of digital platforms in shaping contemporary youth participation. Social media provides young people with unprecedented opportunities to communicate, share knowledge, promote educational values, support social initiatives and connect with wider communities. However, digital participation also creates challenges related to misinformation, superficial popularity, irresponsible content production and the rapid circulation of unverified information. Therefore, modern youth engagement should be accompanied by media literacy, critical thinking and digital ethics.

As practical recommendations, the article proposes the establishment of “Youth Voice” media laboratories in higher education institutions, student initiative banks, the principle of “One Student — One Initiative,” youth-generated social content projects and outcome-based indicators for evaluating student social engagement. Such mechanisms could transform students from consumers of ready-made advocacy materials into active creators of socially meaningful content.

The study concludes that the future of modern advocacy lies not in speaking louder, but in creating stronger opportunities for young people to speak, think, initiate and act. A society that listens to young people creates space for ideas; a society that supports those ideas creates opportunities for innovation; and a society that transforms youth initiatives into practical results strengthens its own future. Thus, “Youth Voice” should be understood not merely as a slogan, but as a new social philosophy based on participation, responsibility, creativity and measurable impact.

KEYWORDS: youth voice, modern advocacy, social activity, youth policy, digital communication, media literacy, critical thinking, youth initiative, social responsibility, volunteering, digital content, civic engagement.





KIRISH

Har bir davr o'z avlodiga alohida savol beradi. Bugungi davrning yoshlar oldiga qo'ygan savoli esa meningcha, juda oddiy, ammo mas'uliyatli: "Sen jamiyatda nimani o'zgartira olasan?" Bu savolni "Yoshlar kelajak bunyodkoridir" degan an'anaviy qarashdan farqlash kerak. Chunki yoshlarni faqat kelajak bilan bog'lash — ularning bugungi imkoniyatlarini kichraytirishdir. Yosh inson bugun ham talaba, tadqiqotchi, volontyor, ijodkor, tadbirkor, o'qituvchi, bloger, loyiha muallifi yoki jamoatchilik tashabbuskori bo'lishi mumkin. Demak, yoshlar kelajakning passiv kutuvchisi emas, bugunning faol bunyodkoridir. O'zbekistonning amaldagi yoshlar siyosatida ochiqlik, yoshlarning ishtiroki, ularning tashabbuslarini qo'llab-quvvatlash va rag'batlantirish muhim tamoyillar sifatida belgilangan. 2026-yilda taqdim etilgan "Yangi O'zbekiston yoshlari — 2030" strategiyasi loyihasida ham ijtimoiy faollik, volontyorlik va yoshlarning ochiq ishtirokini kengaytirishga qaratilgan yangi mexanizmlar nazarda tutilmoqda. Shunday sharoitda "yoshlar ovozi" masalasini qayta o'ylash zarur. Meningcha, yoshlar ovozi — bu mikrofon oldida aytilgan gap emas. Yoshlar ovozi — g'oyaga aylangan fikr, harakatga aylangan tashabbus va natijaga aylangan mas'uliyatdir. Mazkur maqolada aynan shu nuqtayi nazardan yoshlarning ijtimoiy faolligi va zamonaviy targ'ibot o'rtasidagi bog'liqlik tahlil qilinadi.

1. YOSHLAR OVOZI: ESHITILISH EMAS, TA'SIR QILA OLISH

"Yoshlar ovozi" deganda ko'pincha yoshlarning o'z fikrini erkin bildirish imkoniyati tushuniladi. Bu albatta muhim. Ammo mening fikrimcha, bu tushuncha bundan ancha keng. Chunki insonning ovozi eshitilishi mumkin, lekin uning fikri hayotga ta'sir qilmasligi ham mumkin. Shu sababli maqolada "yoshlar ovozi" uch darajada ko'rib chiqiladi:

Birinchi daraja — fikr. Yosh o'z qarashini bildiradi.

Ikkinchi daraja — tashabbus. Yosh fikrini yechimga aylantirishga urinadi.

Uchinchi daraja — ta'sir. Uning tashabbusi boshqa insonlar hayotida yoki ijtimoiy muhitda ijobiy o'zgarish yaratadi.

Demak:

Fikr — ovozning boshlanishi.

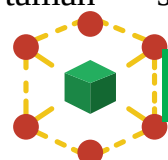
Tashabbus — ovozning harakati.

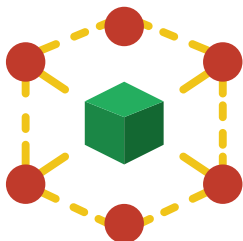
Ta'sir — ovozning natijasidir.

Shu uchlikni birlashtira olgan yosh haqiqiy ijtimoiy subyektga aylanadi.

ZAMONAVIY TARG'IBOTNING YANGI MANZARASI

Targ'ibot tushunchasi ham zamon bilan birga o'zgarib bormoqda. Ilgari targ'ibot ko'proq tayyor mazmunni auditoriyaga yetkazishga asoslangan bo'lsa, bugungi raqamli muhitda auditoriyaning o'zi ham mazmun yaratuvchiga aylandi. Bugun talaba biror mavzuda video tayyorlashi, uni ijtimoiy tarmoqqa joylashtirishi, boshqa talabalar bilan muhokama qilishi va shu mavzu atrofida kichik jamoa shakllantirishi mumkin. Bu jarayonda kommunikatsiya bir tomonlama emas. Men aytaman — sen





tinglaysan modeli o'rniga: Men aytaman — sen fikr bildirishing — biz muhokama qilamiz — biz harakat qilamiz modeli kelmoqda. Shuning uchun zamonaviy targ'ibotning asosiy quroli baland ovoz emas. Uning asosiy quroli — ishonch. Yoshlar sun'iy chaqiriqdan ko'ra real tajribaga ko'proq ishonadi. Masalan, “Kitob o'qing!” degan oddiy chaqiriqdan ko'ra, bir talabaning o'zi o'qigan kitobidan olgan xulosalarini hayotiy misollar bilan aytib berishi ko'proq ta'sir qilishi mumkin. “Til o'rganing!” degan umumiy tavsiyadan ko'ra, til o'rganish jarayonidagi real tajriba, xatolar va natijalar bilan bo'lishish ko'proq ishonch uyg'otadi. Demak, zamonaviy targ'ibot buyruqdan dialogga, tayyor xulosadan shaxsiy tajribaga, tomoshabindan ishtirokchiga o'tmoqda.

RAQAMLI MAKONDA YOSHLARNING O'ZGARAYOTGAN ROLI

Bugungi yosh axborotning faqat iste'molchisi emas. U axborot ishlab chiqaradi. U tanlaydi. U baholaydi. U tarqatadi. Unga munosabat bildiradi. Shuning uchun raqamli davr yoshlariga katta imkoniyat bilan birga katta mas'uliyat ham yuklaydi.

O'zbekistonda yoshlar uchun xorijiy tillar, kitobxonlik, zamonaviy kasblar, startaplar va boshqa yo'nalishlarda raqamli loyihalar shakllanayotgani ham yoshlarning yangi kommunikatsion muhitga kirib borayotganini ko'rsatadi. Masalan, rasmiy Yoshlar platformasida til o'rganish, kitobxonlik, zamonaviy kasblar va startaplarni qo'llab-quvvatlashga qaratilgan loyihalar alohida ko'rsatilgan. Lekin texnologiyaning mavjudligi avtomatik ravishda ijtimoiy faollikni anglatmaydi. Telefonning qo'lda bo'lishi — imkoniyat. Undan qanday maqsadda foydalanish esa — shaxsiy mas'uliyat. Shuning uchun men zamonaviy yoshlar faolligining uchta asosiy raqamli kompetensiyasini ajrataman:

1. Media savodxonlik.

Axborotni tekshirish va ishonchli manbani ajrata olish.

2. Tanqidiy fikrlash.

Ko'rilgan yoki eshitilgan har qanday ma'lumotni avtomatik ravishda qabul qilmaslik.

3. Raqamli mas'uliyat.

Yaratilgan va tarqatilgan kontentning jamiyatga ta'sirini anglash. Bu uchliksiz raqamli faollik ba'zan shunchaki shovqinga aylanishi mumkin.

“OVOZDAN NATIJAGACHA” — MUALLIFLIK KONSEPSIYASI

Mazkur maqolaning asosiy mualliflik g'oyasi sifatida men “Ovozdan natijagacha” modelini taklif qilaman. U olti bosqichdan iborat:

1. Eshitish

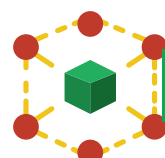
Yosh o'z muammosini, tengdoshining muammosini yoki jamiyatdagi muammoni anglaydi.

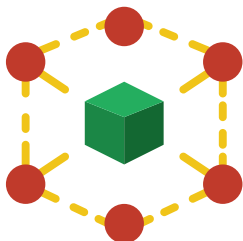
2. Anglash

Muammoning sabablarini o'rganadi.

3. Fikrlash

Oddiy norozilikdan konstruktiv yechim izlashga o'tadi.





4. Tashabbus

Aniq g'oya yoki loyiha taklif qiladi.

5. Harakat

Tashabbusni amalda bajaradi.

6. Ta'sir

Natija paydo bo'ladi va uning tajribasi boshqalarga yetkaziladi. Ushbu modelning eng muhim nuqtasi — "ta'sir". Chunki loyiha faqat amalga oshirilgani uchun muvaffaqiyatli hisoblanmasligi kerak. U nimanidir o'zgartirdimi? Biror insonning muammosini yengillashtirdimi? Kimningdir bilimini oshirdimi? Yoshlarni birlashtirdimi? Yangi tashabbusga sabab bo'ldimi? Agar javob "ha" bo'lsa, demak, ovoz natijaga aylangan.

YOSHLARNI TARG'IBOT OBYEKTI EMAS, UNING MUALLIFIGA AYLANTIRISH

Menimcha, zamonaviy yoshlar bilan ishlashdagi eng muhim burilish mana shu bo'lishi kerak. Yoshlar uchun kontent yaratishdan — yoshlarning o'ziga kontent yaratish imkoniyatini berishga o'tish. Talaba tayyor ma'rifiy videoni ko'rishi mumkin. Ammo undan ham yaxshisi — o'sha videoni o'zi yaratishi. Talaba ijtimoiy loyiha haqida eshitishi mumkin. Ammo undan ham yaxshisi — loyihani o'zi ishlab chiqishi. Talaba kitobxonlik tadbirida qatnashishi mumkin. Ammo undan ham yaxshisi — tengdoshlarini kitob o'qishga undaydigan o'z loyihasini yaratishi. Shunda yosh:

tinglovchi → ishtirokchi → yaratuvchi → tashabbuskor → lider bosqichlaridan o'tadi. Bu esa ijtimoiy faollikning yangi qiyofasidir.

TALABA FAOLLIGINI QANDAY BAHOLASH KERAK?

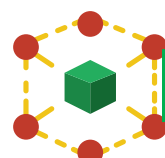
Bugungi kunda yoshlar faoliyatini ko'pincha sertifikatlar, tadbirlar soni yoki tanlovlarda ishtirok etish orqali tasavvur qilish mumkin. Bularning barchasi kerak. Ammo ular yetarli emas. Men quyidagi savollar asosida yangi baholash mezonini taklif qilaman:

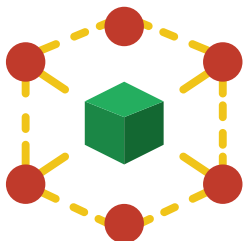
Muammo — G'oya — Harakat — Natija — Ta'sir. Masalan, talaba universitetda kitobxonlik muammosini ko'rdi. U:

1. muammoni aniqlaydi;
2. sababini o'rganadi;
3. loyiha taklif qiladi;
4. loyihani amalga oshiradi;
5. qancha yosh qatnashganini aniqlaydi;
6. natijani baholaydi;
7. tajribani boshqa guruhlariga tarqatadi.

Mana shunday faoliyatni "ijtimoiy faollik" deb atash mumkin. Shu sababli men "sertifikatlar soni emas, yaratilgan ta'sir" tamoyilini ilgari suraman.

YOSHLAR OVOZI" UCHUN AMALIY TAKLIFLAR





Tadqiqot natijalaridan kelib chiqib, quyidagi takliflarni ilgari suraman. “Bir talaba — bir tashabbus”. Har bir talaba oliy ta’lim davrida kamida bitta ijtimoiy, ilmiy, ekologik, ma’rifiy yoki innovatsion tashabbusni amalga oshirishga undalishi kerak.

“Yoshlar ovozi” media-laboratoriyasi. Universitetlarda talabalar maqola, podkast, intervyu, ijtimoiy rolik, ilmiy-ommabop material va boshqa raqamli kontent yaratadigan muhit tashkil etilishi lozim. “G‘oyalar banki” Talabalarning yaxshi takliflari yo‘qolib ketmasligi uchun ularni elektron shaklda yig‘ib, amaliyotga tatbiq etish mexanizmi yaratilishi kerak. “Tashabbusdan natijagacha” Tanlov va loyihalarda faqat g‘oyaning chiroyli yozilgani emas, uning amaliy natijasi ham baholanishi zarur. “Yoshlar ovozi — yoshlar tomonidan” Yoshlar haqida kontent tayyorlashda yoshlarning o‘zini ham muallif, boshlovchi, tadqiqotchi va kontent yaratuvchi sifatida keng jalb etish kerak.

YOSHLAR OVOZINING KELAJAGI

2026-yilda O‘zbekistonda yoshlar siyosatini yangi strategik bosqichga olib chiqish bo‘yicha takliflar ilgari surilayotgani yoshlarning mamlakat taraqqiyotidagi o‘rniga bo‘lgan e’tibor kuchayayotganini ko‘rsatadi. Rasmiy ma’lumotlarga ko‘ra, 14–30 yoshdagilar mamlakat aholisining qariyb chorak qismini tashkil etadi. Bu raqamning o‘zi katta imkoniyat bilan birga katta mas’uliyatni ham anglatadi. Chunki millionlab yoshlarning energiyasi ikki xil yo‘nalishga ketishi mumkin:

iste’molga yoki yaratuvchanlikka;

befarqlikka yoki tashabbusga;

shunchaki kuzatishga yoki faol ishtirokka. Qaysi yo‘l tanlanishi esa yoshlar bilan ishlash tizimining qanday tashkil etilishiga ham bog‘liq. Shuning uchun yoshlar siyosatining keyingi bosqichida menimcha, eng muhim savol: “Yoshlar uchun yana nima qilishimiz kerak?” emas.

Balki:

“Yoshlarning o‘zi nima qila olishi uchun qanday sharoit yaratishimiz kerak?” bo‘lishi kerak.

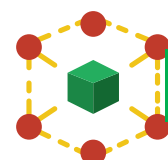
Bu ikki savol o‘rtasidagi farq juda katta.

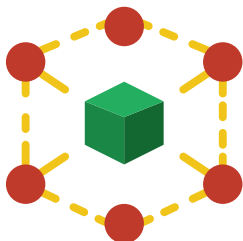
Birinchisida yosh yordam oluvchi.

Ikkinchisida esa yosh — hamkor.

XULOSA

Yoshlarning ovozi — jamiyatning ertangi kuni haqida beriladigan eng muhim signallardan biridir. Ammo ovozni eshitishning o‘zi yetarli emas. Uni tushunish kerak. Tushunilgan fikrni qo‘llab-quvvatlash kerak. Qo‘llab-quvvatlangan tashabbusni amalga oshirish kerak. Amalga oshirilgan tashabbusning natijasini ko‘rish kerak. Shundagina yoshlar ovozi real ijtimoiy kuchga aylanadi. Mazkur maqolada taklif etilgan “Ovozdan natijagacha” modeli aynan shu jarayonni ifodalaydi: «Eshitish → Anglash → Fikrlash → Tashabbus → Harakat → Ta’sir.» Menimcha, zamonaviy targ‘ibotning eng katta vazifasi ham shundan iborat: yoshga faqat tayyor xulosani berish emas, balki uni fikrlashga, savol berishga, izlanishga, yaratishga va harakat qilishga undash. Bugungi yoshga “sen kelajak egasidan” deyish bilan cheklanib qolmasligimiz kerak. Unga:





“Sen bugunning ham yaratuvchisidan. Sening fikring kerak. Sening tashabbusing kerak. Sening biliming kerak. Sening ovozing kerak.” deya murojaat qilishimiz zarur. Chunki jamiyatning kelajagi faqat yoshlarning soniga emas, ularning fikrlash sifati, mas’uliyati va yaratgan ta’siriga bog‘liq. Shu ma’noda, “Yoshlar ovozi” oddiy tushuncha emas.

U — yosh avlodning jamiyat bilan muloqot qilish shakli.

U — tashabbusning boshlanish nuqtasi.

U — ijtimoiy mas’uliyatning ifodasi.

Va eng muhimi:

Yoshlar ovozi baland eshitilishi bilan emas, yaxshi natija yaratishi bilan qadrlanishi kerak.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI:

1. O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi.
2. O‘zbekiston Respublikasining “Yoshlarga oid davlat siyosati to‘g‘risida”gi Qonuni.
3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti. “Yangi O‘zbekiston yoshlari — 2030” strategiyasi loyihasi bo‘yicha rasmiy materiallar, 2026.
4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti. Yoshlar kuni munosabati bilan yoshlar bilan uchrashuv materiallari, 30 iyun 2026.
5. O‘zbekiston Respublikasi Hukumat portal. “Yoshlarga oid davlat siyosati”.
6. O‘zbekiston Respublikasi Yoshlar ishlari agentligi. Yoshlar uchun raqamli loyihalar va tashabbuslar bo‘yicha rasmiy materiallar.

