



Shavkat IBRAGIMOV,

O'zbekiston Milliy universiteti dotsenti, filologiya fanlari nomzodi

E-mail: ibragimov_shavkat@inbox.ru

O'zDJTU professori, filologiya fanlari doktori A.Karimov yaqrizi asosida

TELEVIDENIEDA IQTISODIY INFORMATSION KO'RSATUVLARNING ROLI ("AXBOROT-24" INFORMATSION DASTURI MISOLIDA)

Аннотация

Jurnalistikaning jamiyat iqtisodiy hayotiga ta'siri, uning mohiyati, ko'lami va yo'nalishlari televideniening iqtisodiy axborot manbai va kanali sifatidagi o'rni bilan belgilanadi. Bunday ma'lumotlarsiz zamonaviy iqtisodiyot mavjud bo'lmaydi. Televidenie mamlakatning iqtisodiy segmentiga zarur bo'lgan ma'lumotlarni uzluksiz ravishda uzatib bormoqda. Ushbu maqolada televideniening iqtisodiy axborot uzatishdagi ba'zi bir xususiyatlari haqida fikr yuritganmiz.

Kalit so'zlar: Televidenie, jurnalist, reportaj, axborot, Axborot-24, iqtisod, iqtisodiy axborot.

РОЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОГРАММ НА ТЕЛЕВИДЕНИИ (НА ПРИМЕРЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПРОГРАММЫ «АХБОРОТ-24»)

Аннотация

Влияние журналистики на экономическую жизнь общества, ее суть, масштабы и направления определяются как источник и канал экономической информации телевидения. Без такой информации современная экономика не существует. Телевидение непрерывно транслирует информацию, необходимую экономическому сегменту страны. В этой статье мы обсудили некоторые особенности телевидения в передаче экономической информации.

Ключевые слова: Телевидение, журналист, репортаж, информация, Ахборот-24, экономика, экономическая информация.

THE ROLE OF ECONOMIC INFORMATION PROGRAMS ON TELEVISION (USING THE EXAMPLE OF THE AXBOROT-24 INFORMATION PROGRAM)

Annotation

The influence of journalism on the economic life of society, its essence, scale and directions are defined as a source and channel of economic information of television. Without such information, the modern economy does not exist. Television continuously broadcasts information necessary for the economic segment of the country. In this article, we discussed some features of television in the transmission of economic information.

Key words: Television, journalist, report, information, Akhborot-24, economy, economic information.

Kirish. Mamlakatimizning barcha hududlarida telekanallar va minglab nusxalarda tarqalgan ommaviy ijtimoiy-siyosiy gazeta va jurnallarga taalluqlidir. Biroq, xuddi shu narsa ishbilarmonlik jurnalistikaga - sanoat va tijorat korxonalari, firmalar, tadbirkorlar, birjalar va banklar xodimlari uchun maxsus telekanallar ko'rsatuviga tegishli. Bugungi kunda Internet barcha mass mediani qamrab olishiga qaramay televideniening roli o'z ahamiyatini yo'qotgani yo'q. Televideniening mamlakat iqtisodiyotga ta'sirining yana bir vazifasi - iqtisodiyotning dolzarb masalalari qamrab olingan tanqidiy muhokama qilinadigan dasturlarda mutaxassislarining chiqishini ta'minlash, xo'jalik tuzilmalarining ijobiy tajribasini targ'ib qilish, informatsion dasturlarda taqdim etish va iqtisodiyotni rivojlantirish muammolarini muhokama qilishdir. Tanqidiy maqolalar va yozishmalarda nafaqat mamlakat sanoati va qishloq xo'jaligining turli tarmoqlarida hamda uning alohida hududlarida yuzaga kelgan inqirozli vaziyatlar to'g'risidagi tezkor ma'lumotlar, balki ushbu holatlarga olib kelgan xatolar, noto'g'ri hisob-kitoblar va nosozliklar sabablarini tahlil qilish natijalari ham bayon qilinadi.

Tadqiqot metodologiyasi. Jamiyat hayotining barcha tarmoqlarini qamrab oladigan katta yo'nalishlardan biri informatsion janr hisoblanadi. Voqeylikni tez, tushunarli va ishonchli yetkazib berish mazkur janrning bosh maqsadi. Ayniqsa iqtisodiy mavzudagi informatsion materiallar teleaudiotroyaning ma'lum guruhi uchun bo'lsa ham jamiyat

uchun eng zarur va dolzarb axborot hisoblanadi. Televideniening monopulyatsiya (auditoriyaning boshqarish) qilish xususiyatini hisobga oladigan bo'lsak, bugun dunyoning turli hududlarida axborot kurashi borayotgan bir vaqtda har bir inson uchun ichonchli, xolis informatsiya zarur bo'ladi. Inson o'zi xohlaydimi-yo'qmi doimo axborotlar ichida yashaydi, shuning uchun ham u o'z qiziqishlari, ehtiyojlariga mos xabarlarini izlaydi, ko'radi va qanchadir vaqt mobaynida zarur kontentlarni tomosha qiladi. Bu jarayonda foydalanuvchi bir necha telekanallarga ham murojaat qilishi mumkin. Bir narsani yodda saqlash zarur, qaysi davlat telekanali bo'lmasin, albatta u ma'lumotlarni o'ziga foyda keltiradigan, o'z mamlakati manfaatini ko'zlab efigra uzatadi. Bu holatlarni ayniqsa Rossiya, Amerika va Yevropa kanallarida yaqqol ko'rishimiz mumkin.

Aftidan, ko'plab rivojlanayotgan davlatlar aholisining iqtisodiy muammolarini jamoatchilikning ma'lum bir qismi buning uchun aybning bir qismini OAV zimmasiga yuklashadi. Nielsen transmilliy tahliliy kompaniyasi tomonidan olib borilgan yangi global tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, dunyoning turli mamlakatlaridagi ko'pchilik odamlar ommaviy axborot vositalari iqtisodiyotdagi mavjud vaziyatga olib kelgan sabablar haqida jamoatchilikni xabardor qilish bo'yicha yomon ish olib bordi, degan fikrda. 2019 yilning bahorida o'tkazilgan tadqiqot davomida Yevropa, Rossiya, Osiyo-Tinch okeani mintaqasi, Shimoliy va Janubiy Amerika hamda Yaqin

Sharqdagi dunyoning 52 davlatida 25 mingdan ortiq respondent bilan suhbat o'tkazildi.

Rossiyada Nielsen tadqiqotida qatnashgan respondentlarning 65 foizi ommaviy axborot vositalari ularni inqirozga olib kelgan sabablar haqida yetarlicha xabardor qilmagan, deb hisoblaydi. Shu bilan birga, so'rovda qatnashgan rossiyaliklarning 30 foizi ommaviy axborot vositalari hozirda jahon iqtisodiyotiga qanday muammolar ta'sir qilishini yaxshiroq tushunishga yordam bermayapti, deb hisoblashadi. Biroq, "Rossiyada bir xil miqdordagi odamlar ushbu jihatning qamrov darajasidan qoniqishdi - 30% va tadqiqot ishtirokchilarining 40 foizi bu savolga javob berishga qiynalgan"[1].

Rossiyadagi respondentlar hukumatning joriy iqtisodiy muammolarni hal qilish bo'yicha harakatlari qanday yoritilayotganidan ham xavotirda. "Tadqiqot ishtirokchilarining javoblari quyidagicha taqsimlandi: 28% ommaviy axborot vositalari hozirgi vaqtda hukumat iqtisodiyotdagi muammolarni hal qilish uchun nima qilayotganini yaxshiroq tushunishga yordam beradi, deb hisoblaydi, 35% bu masala bo'yicha axborot darajasini qoniqarsiz deb tavsiflaydi, qolganlari javob berishga qiynaldi"[1].

Iqtisodiy axborotlar ba'zi bir davlat televideniesida manipulyatsiya vazifasini bajaradi. Telejurnalistlar mamlakat iqtisodiy holatini ma'lum bir yangi korxona ochilishi bilan balanparvozlari gaplarda ifoda etadi. Jurnalist bu korxonaning ochilishi bir qancha kishilarni ish bilan ta'minlaydi, degan gaplar muntazam ishlatilib kelishiga qaramay mamlakatda ishsizlik muammosi davom etayotgani haqida gapirmaydi. Mazkur mamlakat aholisining malum qismi iqtisodiy inqiroz haqidagi mavjud ma'lumotlar hajmi aniq yetarli emas deb hisoblaydi. Shu bilan birga, iqtisodiy axborotlarni ko'rmasligini va bunday yangiliklardan unga foydasi yo'qligini ifodalaganlar ham bor. O'zbekistonda esa ham har beshinchi respondent iqtisod haqida juda ko'p yangiliklar bor deb hisoblaydi.

"Axborot-24" dasturida iqtisodiy informatsion ko'rsatuv tayyorlash jarayonida turli mavzulardan iborat materiallar iqtisodiy axborotning salmog'ini oshirib auditoriya qiziqishini ortiradi. "Voqelik qanchalik rang-barang aks etsa, xabarining axboriy qiymati shunchalik yuqori bo'ladi. Chunki turli xalqlar, davlatlar, uyushmalarning birdek demokratik qadriyatlarga intilishlaridan qat'iy nazar, ular madaniy va siyosiy ong darajasining turli bosqichida turadilar"[3]. Albatta jurnalist iqtisodiy mavzudagi axborot tayyorlar ekan, bir qolip ichida qolib ketmasligi kerak, undagi mazmun-mohiyatni ochib berishda turli janrlarga murojaat qilinar ekan, ko'rsatuvning rang-barangligi yanada oshadi. "Jurnalist o'z chiqishlari bilan minglab, millionlab omma ongiga, tafakkuriga ta'sir o'tkazadi. Dunyoqarashlarini shakllantiradi, faoliyatlarini yo'naltiradi. Siyosiy munosabatlar hamda davlatlar orasidagi muhitni o'zgartirib yuborishga qodir axborot tarqatadi"[3].

Bunday sharoitda jurnalist axboroti zimmasiga ijobiy va salbiy mazmundagi fakt va xabarlarni mutanosib holda uzatish, voqelikni kimningdir nuqtai nazaridan kelib chiqib talqin etishdan qochish vazifasi ham yuklanadi. Shu munosabat bilan telejurnalistlar ijodida voqelik manzaralarini talqin etish, sharhlash muammosi ham kelib chiqmoqda. Chunki, jurnalist axborotida har doim muallifning, muharririyatning yoki ta'sischiining tajribasi va intilishlari o'z ifodasini topgan bo'ladi. Shu bois, ayni bir fakt, voqea turli siyosiy, ijtimoiy yo'nalishdagi nashrlar tomonidan turlicha baholanishi, tushuntirilishi, sharhlanishi ham mumkin. Demak, jurnalist talqini yoritilayotgan hayotning bir "bo'lagini", voqelidagi, aynan, shunga monand hodisalar mezonida baholash va ularni o'zaro qiyoslash orqali ijtimoiy qiymati va ahamiyatini tayin etish imkoni va usulidir.

Mamlakatimiz iqtisodiy hayotini talqin etuvchi O'zMTK "O'zbekiston-24" telekanali "Axborot-24" informatsion dasturining asosiy maqsadi ham dunyo hamjamiyatiga Respublikamiz haqida ishonchli, to'g'ri ma'lumotlarni tarqatishdir. Unda 4 ta yo'nalishda ko'rsatuvlar efigra uzatiladi, siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy va madaniy sohalarini qamrab oladi. Shulardan eng kata yo'nalishlardan biri siyosiy sohada axborotlarni uzatish. Chunki jamiyatning siyosiy, ijtimoiy hamda turli qatlamlarini aks ettiruvchi Respublikamizda uzoq yillardan beri faoliyat ko'rsatib kelayotgan informatsion dasturlardan biri ham aynan "Axborot-24" hisoblanadi. O'zbekiston hayotidagi katta iqtisodiy o'zgarishlarni yoritishda ham aynan mazkur dastur yo'lboshchilar qatorida. Birgina misol, 2025- yil iyun oyida o'tkazilgan Toshkent xalqaro investitsiya forumidagi jarayonlarini yoritishda tezkor ishlash jarayoni, voqeylikni xolis yetkazishga, intervyu olish uchun yetarli ma'lumot bera oladiga nufuzli shaxslarni topish, mazkur jarayon haqida reportajlar tayyorlash, uni efigra uzatish, matndagi fikrlarning izchilligi, aniqligi, faktlarning ishonchli bo'lishi kabi alohida jihatlariga katta ahamiyat berilgan[5].

"Axborot-24" ko'rsatuvini efigra tayyorlashda asosiy e'tibor yoritiladigan mavzuning muhimligi va dolzarbliligiga, tezkorlik, montaj ketma-ketligi, matn bilan videotasvining uyg'unligiga qaratiladi. Guruhning barcha ijodiy va texnik xodimlari birgalikda harakat qilishadi. Bu yerdagi ijodiy jarayonlarga asosan muharrir boshchilik qiladi.

Albatta, yangilik topilganidan so'ng muallif uni tezkor yetkazaman deb, ba'zan shoshilganda raqamlarda, faktlar keltirishda xatoga yo'l qo'yishi mumkin. Shuning uchun muallif birinchi navbatda faktlarni asosliyligiga e'tibor qaratib, keltirilayotgan raqamlarning to'g'riligini tekshirib ko'radi, voqealarning haqqoniyligiga e'tibor qaratadi.

"O'zbekiston-24" telekanalida maxsus informatsion dasturlarning bir sutkalik efigra soni 5 martani tashkil etadi. Ertalab 8:00, 11:00, hamda 14:00, 17:00, 19:30, 21:00 da Respublika bo'ylab axborot uzatadi. Dasturlar o'zbek, rus va ingliz tillarida olib boriladi, bu esa katta auditoriyani qamrab olishga imkoniyat yaratadi. Asosiy efigra o'zbek tilida olib boriladi, kun xabarlarini, voqeylikning yangilik ko'rinishida berib boriladi. Bundan tashqari, "Tekzor xabarlar", "Birja xabarlar", "Fakt-24", "Maxsus reportaj" kabi dasturlar hamda hafta yakunlari, yil oxirida esa yil sarhisobi haqidagi "Tahlilnoma" dasturi efigra yuzini ko'radi.

Telekanal muxbirlarga qat'iy talab mavjud bo'lib bu informatsiyaning dolzarbligi, auditoriya manfaatini ifodalashi, qisqalik, aniqlik, yana shu bilan birga informatsion janrlarga qo'yiladigan 5 ta (kim, nima, qachon, qayerda va nima uchun) savollarga bitta material davomida javob berish. Ba'zida shunday holatlar bo'ladi, bitta mavzu doirasidagi tadbirlar turli obyektlarda bo'lib o'tgan bo'lishi mumkin, shunda, materiallar obzor shaklida o'zaro davomiy bo'lib ketishi, uni bitta muxbirning o'zi ham o'qib yuborishi mumkin.

Axborot uzatuvchi mazkur dasturning asosiy auditoriyasi jamiyatimizning turli qatlamlariga katta yoshdan iborat fuqarolardan iborat bo'lib, asosan aholining ziyoli qatlami tashkil etadi. Shuni hisobga olgan holda, informatsiya juda aniq, lo'nda qilib beriladi. Biroq, qancha uni maqtamaylik mazkur informatsion dasturda ham ayrim yechimini kutayotgan muammolarga duch kelamiz. Misol uchun: Auditoriyani xolis axborot olish imkoniyatining cheklanishi.. Asosan xorij xabarlarida kuzatish mumkin. Deyarli bu xabarlarining 90 % ini tabiiy ofatlar, sport o'yinlari, ba'zan dunyo banklaridagi inqirozli holatlar berilsada bu ma'lumotlarni tomoshabin "Rossiya 24", "EVRO NEWS" yoki boshqa kanallari orqali ma'lumotga ega bo'lganligini ko'ramiz, Xorij xabarlarida dunyodagi hodsalarini qamrab olishi zarur. Chunki, qiziquvchi

auditoriya o'ziga kerakli ma'lumotni har qanday yo'l bilan kuzata oladi va uning ongida "boshqarilgan axborot" shakillantirgan ma'lumotlar qolib ketadi. Bundan kelib chiqadiki, auditoriyani har qanday informatsiyadan cheklamaslik zarur. Aksincha, o'sha voqeylikni berib, muxbir tomonidan sharhlanishi kerak. Shunda, tomoshabin milliy telekanalimizda berilgan dunyo xabarlari orqali axborot oqimini va haqqoniy voqeylikni tahlil qila oladi.

Shu o'rinda televideniya berilayotgan materiallarni tahlil qilishimiz jarayonida quyidagi kamchiliklarni kuzatdik:

Tanqidiy informatsiyalarning kamligi;

Iqtisodiy jurnalistikaga ixtisoslashuvning yo'qligi;

Televideniyaning oshkorlik tamoyilini unutilib qo'yilayotganligi. Muxbirlar tarmog'ining ish faoliyatini yuqoridan boshqarilish; Xorijiy davlatlarda o'z muxbirlarimizga ega bo'lmaganligimiz va tezkorlikni kuchaytirish; Voqeylikni jonli efi orqali ko'rsatishga erishish;

Zamonaviy kommunikatsiya vositalaridan foydalangan holda tezkor reportajlar tayyorlash yuqori darajada emasligi.

Biz "Axborot-24" dasturini ko'rar ekanimiz mamlakatimizda amalga oshirilayotgan ulkan iqtisodiy islohotlar natijasida yirik korxona va zavodlar ochilayotganligi ko'klarga ko'tarib baland parvoz pafosda reportajlar joylarda yangi ish o'rinlari paydo bo'lishi bizning ertangi kunimizni yanada farovon etishiga umid qiladi. Afsuski televideniya berilayotgan iqtisodiy ko'rsatuvlarda jurnalist kuzatuvchanligi, bilim va mahorati masalasida muammolar borligi sabali auditoriya mamalakatimiz iqtisodiy holati, ya'ni yirik korxonalarni real ishlab chiqatish holati aniq ifodalanmaydi. Yoki, mazkur muammolarni tahlil qilayotganda iqtisodchi mutaxassislar fikrida o'z materiallaridan foydalanmasligi seziladi. Masalan, neftgaz-kimyo sohasida biz ko'p maqtagan Markaziy Osiyodagi eng yirik zavod, deb ta'rif bergan va uni qurishga mutaxassislarning aytishicha 3,5 milliard emas 4,1 milliard AQSH dollari sarflanib Uzbekistan GTL ishga tushganiga 3,5 yil bo'ldi. Ammo ichki bozorni arzon dizel va aviakerosin bilan ta'minlashda sezilarli ijobiy o'zgarishlar ko'zga tashlanmaganligi haqida Kun.uz. saytida muammoli maqola ikki marta berildi. Xususan, sayt muxbiri mamlakatimizda o'tgan davrda dizel importi kamayish o'rniga, 7 barobaridan ko'proqqa oshganligini iddao qilib iqtisodchi fikri beradi.

Iqtisodchi Otabek Bakirov Kun.uz muxbiri bilan suhbatda Qashqadaryoda bitkazilib ishlab turgan GTL loyihasi haqidagi fikrlari bilan bo'lishdi. Gapning ochig'i, bu loyihadan kim yutdi, deb savol berganimizda. Bu zavodning qurilishidan O'zbekistonliklarga foyda bo'ldimi, foyda bo'lmadi. Bundan "O'zbekneftgaz" yutgani yo'q, faqat bu O'zbekiston xalqi puliga qurib bergan pudratchilar yutdi. Shunga o'xshagan GTL zavodini yonimizda Turkmaniston ham bizdan avval – 1,7 mlrd dollarga qurgan. Hozircha ularning zavodi yaxshi ishlab turibdi. Zavodning to'liq quvvat bilan ishlamasligining asosiy sabalaridan biri tabiiy gaz bilan to'liq ta'minlamaganligi bo'lib zavodga 100 foiz quvvatda mahsulot ishlab chiqarish imkonini bermasligini hisobga olishmaganligi. Bunday zavodlar

mahalliy xomashyo bilan to'liq ta'minlanishiga kafolati bor bo'lgan holatdagina barpo etilishi kerak edi.

Bu zavodni ishga tushirgandan keyin mamlakatda yoqilg'i import o'rni bosilmadi. Dizel arzonlashmadi. "Bu zavod ishga tushishidan avval e'lon qilishganki, biz zavodni ishga tushirganimizdan keyin 500 mln dollarlik import qoplanadi, yana 200 mln dollarlik eksport ham qilamiz, deyishgan" [5]. Bu zavod mahsulot ishlab chiqarishi evaziga ichki va tashqi aviaqatnovlar tariflari pasayishi, aviachiptalar narxi arzonlashishi kutilgan edi. Afsuski bu masala bo'yicha televidenie iformatsion dasturlarida hozircha biror gap eshitmadik

Ba'zi muhim yangiliklar "Axborot-24" dasturida boshqa ijtimoiy tarmoq yoki telekanal informatsion ko'rsatuvlarga qaraganda kechroq beriladi. Albatta, bu o'rinda ma'lumot eskirganidan keyin uning axboriylik qiymati pasayadi. Ko'rsatuv muharrirlarining mahorati oldingi o'ringa chiqadi. YA'ni, bunday vaziyatda muallifning turli nuqtai nazarlardan yondashib, yoritishi axborotni qiziqarli chiqishiga yordam beradi.

Axborot tayyorlashda jurnalistlarimiz voqeani yoritishda kompozitsion postanovkasiga a'lohida e'tibor qaratishadi. Bu yerda voqealar ketma-ketligini asosan tadrijiy rivojlantirib boriladi. YA'ni, muallif har bir voqeani eng muhim faktlarini oldingi o'ringa chiqarishga harakat qiladi, keyin shunga mos ravishda davom ettirib, rivojlantirib boradi.

Avvalo, materialni tayyorlashda qo'llaniladigan uslub ham muallifning qanday maqsadni oldiga qo'yganligiga bevosita bog'liq. Dastlab, voqealar tizginini muallif o'z ongida rivojlantiradi, keyin dolzarbligiga qarab ularni joy-joyiga qo'yib chiqadi. Jurnalist biron-bir mavzuni yoritir ekan vaqtini behudaga sarf etmasligi lozim. Iloji boricha ko'proq dalillarni yig'ishi kerak.

"Axborot-24" bosh muharririyati tomonidan tayyorlanayotgan har bir reportaj chuqur tahlildan o'tadi. Avval efiqrga uzatishda mas'ul bo'lgan muharrir, guruh boshlig'i, so'ng bosh muharrir o'rinbosari, keyin barcha rahbariyat ko'zdan kechirib oladi. Shubhali ma'lumotlar bo'lsa birdan ko'rik to'xtatilib, rejissor uni qayta eshittiradi. Ma'lumot yana bir bor tekshirib ko'rilganidan so'ng efiqrga uzatiladi. Bundan tashqari har bir axborot yuqori saviyada bo'lishiga, yoritilayotgan mavzuga xolisona yondoshilishiga, tezkorlik va birxillikdan qochishga alohida e'tibor qaratiladi.

Xulosa va takliflar. Iqtisodiy mavzuda informatsion ko'rsatuvlar tayyorlovchi telejurnalistlarning yutug'i bu albatta zamonaviy iqtisodiy strategiyani yaxshi tushunish va mamlakatda bo'layotgan iqtisodiy islohotlardan xabardor bo'lishlarida, o'z mahoratlarini doimiy ravishda oshirib borishlarida desak, xato qilmagan bo'lamiz. Chunki, respublika uchun axborot tayyorlash, ko'rsatuv olib borish muayan qobiliyat, mahoratni va mas'uliyatni talab etadi. Jurnalist nafaqat qalami o'tkir, sezgir va ziyrak bo'lishi, shu bilan birga zamon bilan hamnafas borishi, ijtimoiy-siyosiy jihatdan yetuk va iqtisodiy bilimlarni chuqur egallaganligi talab etiladi.

ADABIYOTLAR

- Особенности освещения в СМИ экономической проблематики.
- <https://studfile.net/preview/2025777/page:39/>
- Nesterenko F.P. va boshq. Lug'at-ma'lumotnoma: Jurnalistika, Reklama, Pablik Rileyshtn:1700 atama. –T.: Zar qalam. 2003. 27 b.
- Do'stmuhammad X. Jamiyat oldidagi mas'uliyat //O'zbekiston matbuoti. 2006.№1.8 b.
- Toshkent xalqaro investitsiya forumi. "Axborot-24" dasturi. 2025.11-12 iyun dasturi.
- Очилова М.ГТЛ заводида сарфланган 3,4 млрд доллар ўзини оқлайдими? Отабек Бакиров билан суҳбат. <https://kun.uz/kr/news/2024/08/20/gtl-zavodiga-sarflangan-34-mlrd-dollar-ozini-oqlaydimi-otabek-bakirov-bilan-suhbat>