

IJTIMOIY TARMOQLARDAN FOYDALANISH MADANIYATI

Botirova Gulsevar**Guliston davlat universiteti****Filologiya fakulteti talabasi**<https://doi.org/10.5281/zenodo.18478179>

Annotatsiya: Ushbu maqolada ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish madaniyati haqida soʻz yuritiladi. Muallif axborotga tanqidiy qarash, uni tekshirish, tahlil qilish natijalarini batafsil ochib beradi.

Kalit soʻzlar: islohotlar, media fayllar, yoshlar, server, rivojlanish, kasblar, ehtiyoj, tarbiya, davlatlar, qonun, erkinlik.

Ijtimoiy tarmoq – qiziqishlari oʻxshash yoki oflayn aloqaga ega boʻlgan odamlar oʻrtasida muloqot qilish, tanishish, ijtimoiy munosabatlar yaratish uchun, shuningdek, koʻngilochar va ish maqsadlarida ishlatiladigan onlayn platforma. Ijtimoiy tarmoqlarga qoʻshimcha ravishda quyidagilarni keltirishimiz mumkin:

1. Ijtimoiy kutubxonalar – sayt mehmonlariga oʻzlarining toʻplamlari, kitoblari, audio yozuvlari va boshqalarga havolalarini qoldirish imkonini beruvchi ilovalardir. Masalan, discogs.com
2. Ijtimoiy media omborlari – media fayllarni birgalikda foydalanish uchun saqlash xizmati. Ularni ushbu serverlarda joylashgan fayllar turiga qarab tasniflash mumkin.
3. Ixtisoslashgan ijtimoiy tarmoqlar odamlarni maʼlum mezonlarga koʻra birlashtiradi. Ular oʻzaro professional mavzularda muloqot qilish, boʻsh ish oʻrinlarini qidirish va taklif qilish, biznes aloqalarini rivojlantirish uchun yaratiladi.

1803-1869-yillarda yashagan XIX asr rus yozuvchisi, faylasufi va jamoat arbobi Vladimir Odoyuskiy oʻzining 1835-yilda yozilgan “4338-yil” tugallanmagan utopik romanida zamonaviy bloglar va umuman internetning paydo boʻlishini bashorat qilgan edi. Unda aytilishicha, “tanish uylar oʻrtasida magnit telegraflar joylashgan boʻlib, ular orqali uzoq masofada yashovchilar bir-biri bilan gaplashadi. Shuningdek, koʻp xonadonlarda, ayniqsa, yaxshi tanish boʻlganlar orasida juda keng tarqaladi”. Bu fikrlar bugungi kunda oʻz isbotini ortigʻi bilan topib turibdi. Ijtimoiy tarmoqlar kuchi marketing tadqiqotlari vositasidir, chunki foydalanuvchilar oʻzlari, qarashlari, qiziqishlari, didlari va xohishlari haqidagi maʼlumotlarni ixtiyoriy ravishda joylashtiradi. Shundan kelib chiqib, reklama beruvchilar ularning reklamasi qaysi foydalanuvchilarni qiziqtirishini juda aniq belgilashlari oʻz reklamalarini profillaridagi maʼlumotlarga qarab aniq foydalanuvchilarga yoʻnaltirishlari mumkin. Ijtimoiy tarmoqlar orqali mijozlarni jalb qilishning yana bir usuli kompaniyalar uchun ijtimoiy tarmoqlarda hamjamiyatlar yaratishdir. Bunday hamjamiyatlar kompaniyaning mahsulot yoki xizmatlariga qiziqishi yuqori boʻlgan foydalanuvchilarga yangi maʼlumotlarni yetkazish imkonini beradi. Ijtimoiy tarmoqlar nafaqat jamoatchilik bilan aloqa va toʻgʻridan-toʻgʻri marketing vositasi sifatida, balki, orasida obroʻli shaxslar boʻlgan juda aniq auditoriyaga qaratilgan aloqa kanali, shuningdek, mijozlarni jalb qilishning samarali vositasi sifatida ham qoʻllanilishi mumkin. Yaʼni, biz toʻgʻridan-toʻgʻri loyiha, ijodiy ishlarimizni internet orqali ommaga taqdim etishimiz, ularni oʻzimizga jalb etishimiz mumkin.

Bugungi kunda dunyo miqyosida har bir millionlab inson ijtimoiy tarmoqlarga murojaat qilmoqda. Jahonda, mamlakatimizda, qolaversa yon-atrofimizda sodir boʻlayotgan soʻngi

yangiliklardan boxabar bo'lish, o'zimizni qiziqtirgan har qanday qo'shimcha ma'lumotni soniyalar ichida qidirib topish, istalgan mahsulotni tez va oson xarid qilish – bularning barchasi endilikda internetsiz tasavvur qilib bo'lmaydigan kundalik hayotimizning mazmuniga aylandi. Bir qarashda ijtimoiy tarmoqlar inson uchun beqiyos qulayliklar eshigini ochdi. Masofadan turib dars olish, tibbiy xizmatlarga navbatsiz yozilish, hatto bozorga chiqmasdan kundalik ehtiyojlarni qondiradi. O'zbekistondagi internet foydalanuvchilarining eng katta qismi – yoshlar, ya'ni o'quvchilar va talabalardir. Ular juda ko'p vaqtini ijtimoiy tarmoqlarda o'tkazishadi. Boshqalarga qaraganda ma'lumotlarni ko'proq hajmda qabul qilishadi. Mutaxassislarning aytishicha, aynan shu qatlam fitnalar qurboniga aylanib qolishlari mumkin. Avvalo, ijobiy jihatlari haqida so'z yuritsak.

1. Izlash va muloqotdagi qulaylik. Ijtimoiy tarmoqlarda video, audio, surat, biror-bir shaxs yoki maslakdoshlarni topish juda oson. Bunday saytlarda foydalanuvchilar ro'yxatdan o'tish chog'i ko'pincha ismi sharifi, tug'ilgan vaqti, yashash manzili, o'qigan, ishlagan joylari va ayni damdagi faoliyati haqida ma'lumotlar kiritiladi. Bu ma'lumotlar aloqalari uzilgan sinifdoshlar, kursdoshlar va tanish-bilishlar bir-birlarini topishga yordam beradi.
2. Axborot topish va almashishdagi yengillik. Ijtimoiy tarmoqlarda biror mavzudagi axborotni yengillik bilan topish mumkin. Masalan, salomatlik sohasiga qiziqqan kishi ayni shu yo'nalishdagi kanal va guruhlariga a'zo bo'lishi mumkin. Turli sohalarda maslahatlar olish, kerakli bilim va tasavvurlar hosil qilish imkoniga ega.
3. Shaxsiy tajriba, o'zini o'zi rivojlantirish vositasi. Ijtimoiy tarmoqlarning eng maqtoqli ahamiyatli jihatlardan biri – ilm olish, kasb-hunar o'rganishdagi beqiyos yordamidir. Kundalik turmushda duch keladigan turli yumushlarni bajarishni ham internet, xususan ijtimoiy tarmoqlar yordamida oson o'zlashtirish mumkin. Zamonaviy matematika, dasturlash, iqtisodiy asoslari, psixologiya, chet tillari kabi bugunning eng dolzarb, talab yuqori bo'lgan fan yo'nalishlari bo'yicha ham istalgancha video darslar, qo'llanmalar topish mumkin.
4. Biznes yuritishda beminnat yordamchi. Elektron tijorat rivojlangan dunyoda keng tarqalgan. Bugun birgina telegram orqali ishbilarmonlik faoliyatini misli ko'rilmagan darajada yuksaltirib yuborayotganlar talaygina.
5. Turli ijtimoiy aksiyalar va yordamlar. Og'ir hayotiy vaziyatga tushib qolganlar, yetim-yesirlar, nogironlar, bir so'z bilan aytganda moddiy-ma'naviy himoyaga muhtoj qatlamlarga yordamlar uyushtirish mumkin. Hayr-ehson qilgan, birovga yordam qo'lini cho'zgan kishi ham ma'naviy-ruhiy poklanadi, hayotga muhabbati, g'ayrat-shijoati ortadi.
6. Ijodkorlik va boshqa soha vakillari uchun keng maydon. Har kim o'z imkoni va iqtidoriga harakati va hafsalasiga qarab obunachi yig'ishi mumkin. Bundan tashqari, ijtimoiy tarmoqlar tezkorligi bilan ham ustun. Hozirgi ijtimoiy tarmoqlar bir necha minglab obunachilarga ega huquqshunoslar, shifokorlar, ilm ahli, oshpazlar va boshqa kasb egalarining kanallari faoliyat yuritadi. Bu o'zini namoyon etish, tanishish va muvaffaqiyat qozonish uchun samarali yo'dir.

Ijtimoiy tarmoqlar orqali ishlarimiz yengillashadi, istalgan joyda ilm olish imkoniyatiga ega bo'ldik. Ammo internet orqali tarqalayotgan zararli axborotlar, jumladan, iqtisodiy va moliyaviy firibgarlik, diniy eksterimizim va siyosiy manipulyatsiyalar oddiy foydalanuvchilar uchun jiddiy xavf tug'dirmoqda. Mutaxassislar ta'kidlashicha, yoshlar va axborotga tanqidiy yondashish ko'nikmalari yetarli bo'lmagan shaxslar bu kabi tahdidlarga nisbatan ko'proq osonlikcha ta'sirlanadi. O'zini bank xodimi deb tanishtirib, odamlardan shaxsiy ma'lumotlarni so'rayotgan firibgarlar, soxta xabarlar orqali adashtiruvchi fake akkauntlar, vahimali

axborotlar bilan odamlarni ruhiy bosimga olayotgan kimsalar – bularning barchasi ijtimoiy tarmoqlar orqali tarqalmoqda. Eng xavfli esa – yoshlar orasida diniy va siyosiy eksterimistik g'oyalarning tarqalishi, ularni g'arazli guruhlar tamonidan “mafkuraviy qurol” sifatida ishlatishga urinishlaridir. Bu masalalar rivojlangan davlatlarda salbiy oqibatlarga olib kelmoqda va ular kurashish yo'llarini qidirmoqda. Masalan, Finlandiyada maktab o'quvchilar axborot manbalarini tahlil qilishni o'rganishmoqda. Ular axborot qanchalik ishonchli ekanini mustaqil baholay olishlari mumkin. 2019-yili qabul qilingan “Media Literacy in Finland” siyosatiga muvofiq, media ta'lim maktabgacha ta'limdan boshlab barcha darajalardagi ta'lim dasturlariga kiritilgan. Bu orqali talabalar axborot manbalarini tahlil qilish, fake yangiliklarni aniqlash va tanqidiy fikrlash ko'nikmalarni rivojlantirish imkoniga ega bo'lishmoqda. Yana bir misol, Germaniyada “Ijtimoiy tarmoqlarda nafratga qarshi kuarsh” qonuni qabul qilingan. Bu qonunni buzgan platformaga juda katta jarima solinadi. 2017-yili qabul qilingan “Network Enforcement Act” qonuni ijtimoiy tarmoqlarda nafrat nutqi va soxta yangiliklarga qarshi kurashishni o'z oldiga maqsad qilib qo'ygan. Ushbu qonunga muvofiq, ijtimoiy tarmoqlar 24 soat ichida “ochiqdan-ochiq noqonuniy” kontentni o'chirish shart, aks holda 50 million yevrogacha jarimaga tortilishi mumkin. Buchoralar ijtimoiy tarmoqlardagi zararli kontentlarni kamaytirishga qaratilgan bo'lib, bugungi kunda ijobiy natijalar bermoqda. Yaponiyada xatto kichik yoshdanoq internet xavfsizligi asoslari o'rgatiladi – bu o'quv dasturiga kiritilgan. Eng qizig'i, maktab darslariga o'quvchi telefon bilan qo'yilmaydi. Hamma bu qonunga amal qiladi.

Yurtimizda ham bu masalaga jiddiy e'tibor qaratilmoqda. Aholining media va axborot savodxonligini rivojlantirish bo'yicha qator loyihalar amalga oshirilmoqda. Misol uchun, aholi qatlamlarining media savodxonligini oshirish maqsadida 2024-yili ilk bor umummilliy axborot kompaniyasi tashkil etildi. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi shafeligida “Yangi media ta'lim markazi” nodavlat-notijorat tashkiloti tamonidan o'tkazilgan axborot kompaniyasi doirasida qator universitetlar professor-o'qituvchilari, talabalar, milliy va mahalliy OAV vakillari, yetakchi bloggerlar ishtirok etib, dezinformatsiya va fake yangiliklarning oldini olish haqidagi media tadbirlarda, davra suhbatlarida qatnashdilar. 2025-yil 17-18-aprel kunlari Qozog'istonning Kaskel shahridagi SDU universitetida “O'zgarayotgan dunyoda Markaziy Osiyo: agentlik, huquqiy muammolar va OAV manzarasi” nomli xalqaro ilmiy konferensiya bo'lib o'tdi. Unda dunyoning turli mintaqalaridan kelgan yetakchi olimlar va ekspertlarning ma'ruzalari tinglandi, har bir plinar va trek sessiyalarida keyin ko'tarilgan bitta mavzu atrofida ilmiy bahs-munozaralar, tortishuvlar bo'ldi.

Ijtimoiy tarmoqlar – bu qulaylik. Lekin uning ortida turgan xatarlardan xabardor bo'lmasak, har qanday foydalanuvchi, ayniqsa, yoshlar o'zini himoya qilish imkoniyatidan mahrumligicha qolaveradilar. Himoyaning eng kuchli vositasi esa bilimdir. Axborotga tanqidiy qarash, uni tekshirish, tahlil qilish – bizning yangi axborotlashgan dunyodagi asosiy qurolimiz bo'lmog'i shart.