

## Ijtimoiy tarmoqlarning hayotimizdagi o‘rni

*Qiyomidinova Nilufar Qaxramon qizi*  
[nqiyomidinova@gmail.com](mailto:nqiyomidinova@gmail.com)

*Mustaqil tadqiqotchi*  
*O‘zbekiston davlat jahon tillari universiteti*

**Annotatsiya.** Ushbu maqola ijtimoiy tarmoqlar va internetning zamonaviy hayotimizga ta’sirining tez rivojlanishi va keng tarqalganligini o‘rganadi. Facebook, Twitter, YouTube va TikTok kabi ijtimoiy platformalar dunyo bo‘ylab aloqa va axborot tarqatishda qanday inqilob qilganligini ta’kidlaydi. Maqola internetning 1960-yillarda harbiy maqsadlar uchun yaratilganidan boshlab, 1980-yillarda jamoat va tijoratda keng tarqalgan foydalanishga o‘tgan evolyutsiyasini ko‘rsatadi. Unda internetning turli sohalarda, jumladan ta’lim, biznes va ko‘ngilochar sohalarda qanday muhim vositaga aylanganligi haqida so‘z boradi. Shuningdek, maqolada odamlar internet va raqamli platformalarga kundalik faoliyatlari, masalan, xaridlar, onlayn ta’lim va ijtimoiy aloqalar uchun qanchalik bog‘langanligi muhokama qilinadi. Maqola ijtimoiy tarmoqlarning o‘rishini, uning global bog‘lanishdagi roli va yangi kasblar, masalan, blogerlik va kontent yaratishning paydo bo‘lishini tushuntiradi va internet va ijtimoiy tarmoqlarning insonlar o‘rtasidagi bog‘lanish va jamiyat rivojiga olib kelgan chuqur o‘zgarishlarini ta’kidlaydi.

**Kalit so‘zlar:** Internet, sotsial tarmoqlar, ijtimoiy media platformalari, Facebook, Twitter, YouTube, TikTok, blogerlik, onlayn ta’lim, raqamli platformalar, ommaviy axborot vositalari, onlayn shopping, onlayn to‘lov tizimlari, online kutubxonalar, global muloqot, axborot texnologiyalari, internet jurnallari

## Роль социальных сетей в нашей жизни

*Киёмидинова Нулуфар Кахрамон кизи*  
[nqiyomidinova@gmail.com](mailto:nqiyomidinova@gmail.com)

*Самостоятельный соискатель*  
*Узбекский государственный университет мировых языков*

**Аннотация.** Эта статья исследует быстрое развитие и широкое влияние социальных сетей и интернета на нашу современную жизнь. В ней подчеркивается, как социальные платформы, такие как Facebook, Twitter, YouTube и TikTok, произвели революцию в общении и распространении информации по всему миру. Статья прослеживает эволюцию интернета с момента его создания в 1960-х годах для военных целей до широкого использования в публичном и коммерческом секторах в 1980-х годах. В ней обсуждается, как интернет стал важным инструментом в различных областях, включая образование, бизнес и развлекательную индустрию. Кроме того, статья рассматривает, как люди все больше зависят от интернета и цифровых платформ в своей повседневной жизни, например, для покупок, онлайн-образования и социальных взаимодействий. Также объясняется рост социальных сетей, их роль в глобальной связи и появление новых профессий, таких как блогерство и создание контента. Статья подчеркивает глубокие изменения, которые интернет и социальные сети привнесли в человеческие связи и развитие общества.

**Ключевые слова:** Интернет, Социальные сети, платформы социальных медиа, Facebook, Twitter, YouTube, TikTok, ведение блогов, онлайн-образование, цифровые платформы, средства массовой информации, онлайн-шоппинг, онлайн-платежные системы, онлайн-библиотеки, глобальное общение, информационные технологии, интернет-журналистика

## The role of social media in our lives

Qiyomidinova Nilufar Qaxramon qizi  
[nqiyomidinova@gmail.com](mailto:nqiyomidinova@gmail.com)

Independent Researcher  
Uzbekistan State World Languages University

**Annotation.** This article explores the rapid development and widespread impact of social networks and the internet on modern life. It highlights how social platforms like Facebook, Twitter, YouTube, and TikTok have revolutionized communication and information dissemination worldwide. The article traces the evolution of the internet from its creation in the 1960s for military purposes to its widespread use in public and commercial sectors in the 1980s. It discusses how the internet has become a crucial tool in various fields, including education, business, and entertainment. Additionally, the article examines how people are increasingly dependent on the internet and digital platforms for their daily activities, such as shopping, online education, and social interactions. It also explains the growth of social networks, their role in global connectivity, and the emergence of new professions, such as blogging and content creation. The article emphasizes the profound changes that the internet and social networks have brought to human connections and societal development.

**Key words:** Internet, social networks, social media platforms, Facebook, Twitter, YouTube, TikTok, blogging, online education, digital platforms, mass media, online shopping, online payment systems, online libraries, global communication, information technologies, internet journalism.

Bugungi zamonaviy axborot texnologiyalar asrida insoniyat har bir xatti-harakatini, kundalik hayotini, oila a'zolarini, yaqin do'stlarini umuman olganda shaxsiy va ijtimoiy hayotida sodir bo'layotgan voqealarni sotsial tarmoqlarga postlar, rasmlar, videolar va bloglar joylab, ularni butun dunyo bilan bo'lishyapti. Sotsial tarmoqlar yetti yoshdan yetmish yoshgacha emas hattoki telefon va internetdan foydalana oladigan yosh go'dakdan tortib, yoshi ulug' keksalarimizni ham qiziqarli kontentlar bilan o'ziga jalb qila olyapti. Ommaviy axborot vositalarining yangi turi sifatida e'tirof etilayotgan sotsial tarmoqlarda turli soha vakillari tomonidan yaratilayotgan xabarlar keng tarqalmoqda. Xo'sh, sotsial tarmoqlar bizga nima uchun kerak? Qanday qilib ular butun dunyoga mashhurlikka erishdi va undan keng ko'lamda foydalanishmoqda? Sotsial tarmoqlardagi bloglar ommaviy auditoriyaning ma'naviyatiga, xulq-atvoriga qanday ta'sir kursatyapti? Bu savollarning barchasiga javob – insoniyat hayotidagi katta o'zgarishlarga, revolutsiyalarga sabab bo'lgan INTERNET tarmog'ining vujudga kelishi bilan uzviy bog'liq. Internet tizimi XX asrning 60-yillarida paydo bo'ldi va dastlabki davrda uncha mashhurlikka erishmadi. Asosan, harbiylar va yirik olimlarning shaxsiy elektron liniyalari faoliyati bilan cheklanib qolgan tizim 80-yillar o'rtalarida jamoat va tijorat tarmoqlariga ulanganligi sababli ham internet informatsiyasi iste'molchilari ko'paydiga informatsiya manbai va ommaviy axborot vositasi sifatida Internet ommalashdi (Nurmuxamad Duisenov, Bekjan Akhmedov, 2021).

Kundalik hayotimizda internetning roli oshib bordi va turli imkoniyatlar eshigini ochib bormoqda. Internetning qulayliklari va funksiyalaridan har kuni, har daqiqada millionlab insonlar foydalanishyapti. Masalan, *online chat* orqali istalgan vaqtda istalgan odam bilan aloqa qila olish, xabarlar qoldiris; nafaqat mamlakat ichida, balki dunyoning istalgan joyidan, brend do'konlardan *online shopping* qila olish, turli soha vakillari, talabalar va yoshlar uchun mo'ljallangan yangi ta'lim shakli *online ta'lim* platformalari, dasturlari insonlarga bir vaqtning o'zida ham ishlab ham o'qiy olish yoki yangi bir sohani o'rgana olish, hattoki, dunyoning nufuzli universitetlariga tashrif buyurmasdan talaba bo'lish imkoniyatini yaratib berdi va o'qishga bo'lgan qiziqishlarni oshirdi; *online kutubxonalardan* foydalanish orqali insoniyat istalgan kitob, qo'lyozma materiallar yoki jurnallarning online formatini o'qiy olish imkoniyatiga ega bo'ldilar; sayohat qilishni sevuvchilar,

turistlar va ish bo'yicha turli davlatlarga tashrif buyuruvchilar ham o'zlari endi *online chiptalar* sotib olib dunyo keza olyaptilar; atrofimizdagi turli servis-xizmatlardan foydalanganda, do'konlardan xarid qilganimizda *online to'lov* tizimi yordamida pulini muammosiz to'lay olyapmiz. *Online taksi* xizmatlari ham bugun juda ommalashib, insonlarga katta qulayliklar yaratib beryapti. Bu kabi misollarni juda ko'p keltirishimiz mumkin chunki hayotimizning har jabhasida biz Internetdan juda faol foydalanib, mukammal yashashga intilyapmiz. Har kuni dunoyoning turli nuqtalarida sodir bo'layotgan yangiliklar, xabarlarini operativ tarzda bizning elektron gadjetlarimizga yetkazib berayotgan Internetning O'zbekistonga kirib kelganiga 20 yildan oshdi. Kundan-kunga texnologiyalar rivojlanib, internetga bo'lgan talab oshib bormoqda va internetdan foydalanish yoshi ham yosharmoqda. Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini rivojlantirish vaziri Sherzod Shermatov 2022-yil 14-dekabr kuni Oliy Majlis Qonunchilik palatasida so'zlagan nutqida O'zbekistonda internet foydalanuvchilar soni 31 milliondan oshganini ma'lum qilgandi.

2005-yil insoniyat tarixida Internetning "ijtimoiylashuvi" sifatida tilga olinishi AQSHda "Friendster" va "Myspace" kabi ijtimoiy tarmoqlarning vujudga kelishi bilan bog'liq. 2004-yil 1-fevralda dunyoning eng nufuzli Garvard Universiteti talabalari Mark Sukerberg va yotoqxonadagi do'stlari, bugungi kunda Meta nomi bilan faoliyat yuritayotgan "Facebook" saytini ishga tushirdilar. Dastlab faqatgina Garvard universisteti talabalari uchun ko'ngil ochar platformada foydalanuvchilar fotosuratlar va o'zlarini qiziqtirgan ilmiy va ijodiy ishlari haqida postlar, ijtimoiy-siyosiy hayotda sodir bo'layotgan voqealar haqida fikrlar va hattoki sevgi-muhabbat mavzusiga doir postlar ham joylashtira olishni taklif etdi va bu ijtimoiy portal millionlab ro'yxatdan o'tgan foydalanuvchilarning sevimli ijtimoiy manzili bo'la oldi. Oradan 2 yil o'tib AQSHda "Twitter" ijtimoiy tarmog'i vujudga keldi va 5 yil ichida "Facebook" bilan raqobatlasha oladigan darajada foydalanuvchilar orasida mashxurlikka erishdi. Bu tarmoqning ahamiyatli jihati unda biror fikrni yozish uchun faqatgina 140 ta belgidan foydalana olish mumkin edi va bu juda ko'chilikka yoqdi. Chunki globalashuv davrida axborotlar juda kup va insoniyat hamma narsani tez va oson bilishni xohlaydi. Qisqa xabarlar orqali "Twitter" foydalanuvchilari ko'proq informatsiyaga ega bo'la oldilar. Twitter haqida Anna Vrajina: "U yangiliklarni yetkazish jarayonini har yerda hoziru nozir qildi. U axborotni yetkazish tezligini oshirdi: Odamlar hozir bo'lib o'tgan hodisa haqida matbuot bu haqda xabar berishidan oldin xabardor bo'lib ulgurishmoqda. Avvallari o'zingiz bilmagan, ammo sizni qiziqtirgan narsalarni bilish osonlashdi. U jurnalistlarga o'zi bilan yakka bo'la olish imkonini beradigan makon, nisbatan insoniy ovozn berdi. U dunyoni toraytirib yangiliklarning tarqalishini har qachongidan ham tezlashtirdi. Umuman olganda bu alo darajadagi hodisa" deya ta'rif bergan (Qodirqulovich, 2012). Ijtimoiy media platforma-YouTube foydalanuvchilar soni va mashhurligi bo'yicha dunyoda 3-o'rinda turadi (htt2). Unga 2015-yil 15-fevralda Stiv Chen, Chad Hurley va Javed Karim tomonidan asos solingan bo'lib, foydalanuvchialr ushbu veb saytda videolarni ko'rishlari, yuklashlari va bir-birlari bilan baham ko'rib baholashlari va fikrlar yozib qoldirishlari mumkin. Bugungi kunda Youtubeda nafaqat yuklangan videolarni ko'rish va unga baho berish balki online translatsiya orqali jonli videolar yaratish imkoniyati ham mavjud. Bu orqali foydalanuvchilar online darslar, kinolar, o'yinlar, teleko'rsatuvlar, konsertlar va konferensiyalarga tashrif buyurmasdan ko'rishlari mumkin. Youtubeda turli servislar mavjud:

- YouTube Premium (reklamasiz va offline rejimda videolarni ko'rish, original dasturlarga kirish mumkin)
- YouTube Kids (ota-onalar nazorati funkisiyasi mavjud bo'lgan va ota-onalar va hukumat tomonidan filtrlangan bolalar uchun mo'ljallangan kontentlarni ko'rish mumkin)
- YouTube Music (musiqiy platforma)
- YouTube Movies&TV (filmlar,, seriallar va television shoularni sotib olish yoki ijaraga olib ko'rishga mo'ljallangan xizmat)
- YouTube Primetime Channels (kanal do'koni platformasi)

- YouTube Go (platformadagi videolarni yuklab olish va uni boshqa foydalanuvchilarga ulashish imkoniyatini beradi)
- YouTube Shorts (TikTokka o‘xshash 15 soniyalik yoki 1 daqiqalik qisqa videolar uchun mo‘ljallangan)
- YouTube Stories (Instagram storiesga o‘xshash, faqatgina 10,000 obunchasiga ega foydalanuvchilar foydalana oladi) (wik).

YouTubeda eng birinchi video 2005 yil 23-aprelda Javed Karim tomonidan 18 soniyalik “Me at the zoo” (Biz hayvonot bog‘ida) nomli video joylashtirilgan va unga COBALTGRRUV nomli foydalanuvchi “Interesting...” (Qiziqarli...) deya ilk fikrni yozib qoldirgan. O‘zbekistonda YouTube 2018- yili bloklangan va 2019- yil yanvarda blokdan chiqarilgan. Bugungi kunda Youtubedan dunyo bo‘ylab 2 milliard 850 ming faol odam foydalanmoqda.

Yoshlar o‘rtasida yana bir diqqatga sazovor bo‘lgan ijtimoiy tarmoq-TikTok 2016-yil Duoyin nomi bilan paydo bo‘lgan. Bu platformaning asoschisi xitoylik ishbiarmon Chjyan Yiming o‘z yangiligini YouTubeda reklama qilish orqali katta auditoriyaga ega bo‘ldi. Yangi ijtimoiy tarmoqning asosiy xususiyatlari sifatida turli mavzularda qiziqarli videolar ko‘rish, musiqa tinglash, ularni baholash va yoqtirgan materiallarni do‘stlar bilan baham ko‘rish, hattoki foydalanuvchilar o‘zlari video-materiallar tayyorlashlari va reklama qilishlari mumkinligini keltirish mumkin. Shuningdek TikTokning Veb Yulduzlari turli formatdagi reklamalar orqali tadbirkorlarning mahsulotini yoki xizmat ko‘rsatish servislarini yoshlarga tanishtirishyapti. TikTokning asosiy auditoriyasini maktab yoshidagi o‘quvchi yoshlar tashkil etadi. Dasturning kundan kunga foydalanuvchilar reytingi va soni oshib borayotganining asosiy sabablaridan biri uning qulayligidir ya’ni dasturni telefon yoki kompyuterga o‘rnatish zahoti foydalanuvchilar undagi qisqa qiziqarli va kulgili videolarni ko‘rishlari mumkin.

Bunday ijtimoiy tarmoqlar orqali odamlar makon va zamon urtasidagi to‘siqlarni butunlay unutishdi. Endi ijtimoiy platformalar orqali dunyoning istalgan joyidan jonli online muloqot qilish, o‘z hissiyotlarini va shaxsiy hayotida ro‘y berayotgan voqealarni ommaviy auditoriya ma’lum qilish bilan birgalikda boshqa foydalanuvchilarning postlariga ham o‘z fikrlarini bildira oladigan bo‘lishdi. Internetning ijtimoiylashuvi shu qadar tez rivojlanib ketdiki, bugungi kunda ko‘plab yangi platformalar ishlab chiqildi. Italiyalik olimlarning tadqiqot natijalariga ko‘ra, Amerika, Yevropa, Yaqin Sharq, Janubiy va Sharqiy Osiyo, Avstraliya va Okeaniyadagi davlatlar aholisining asosiy qismi “Facebook” va “Twitter” dan foydalanishsa, Ukraina, Belarusiya va Markaziy Osiyo davlatlari esa “VKontakte” va “Odnoklassniki” kabi tarmoqlardan keng foydalanishadi (Toshboyev, 2012). Telegram, Instagram, Threads, LinkedIn va Youtube kabilar ham butun dunyoda katta auditoriyani o‘ziga jalb qila olyapti. Masalan Instagram ijtimoiy tarmog‘i dastlab faqatgina rasm va videolarni tarmoqqa joylash va do‘stlar bilan ulashish, ularga like bosish uchun mo‘ljallangan tarmoq sifatida faoliyat yuritgan bulsa, hozirgi kunda tarmoq foydalanuvchilari undan o‘zaro aloqa qilish, rasm va videolarga turli xil filtrlanmagan izohlar qoldirish, biznes qilish yoki uni rivojlantirish uchun reklamalar qilish, butun dunyoda yuz berayotgan yangiliklardan xabardor bo‘lish va turli maqsadlarda foydalana olishyapti.

O‘zbekistonda ochilgan ilk ijtimoiy tarmoqlar sifatida “Muloqot.uz” va “Sinf-dosh.uz” saytlarini keltirishimiz mumkin. Bugungi kunda 23 mingdan oshiq foydalanuvchisiga ega Muloqot.uz sayti 2011-yil 1-sentabrda mamlakatimizda ishga tushirilgan. Tarmoqning a‘zolari nafaqat muloqot qilish imkoniyatiga egalar, shu bilan birgalikda turli soha vakillari o‘zlarining ijod namunalari, tajriba, bilim va ko‘nikmalarini, erishga yutuqlarini ham saytdagi boshqa foydalanuvchilar bilan bo‘lishishlari mumkin (O‘zbekistonda internetdan foydalanuvchilar soni 31 milliondan oshdi).

Internetning ijtimoiylashuvi zamonaviy internet jurnalistikasi kasbi-bloggerlikni vujudga keltirdi. Yaqin o‘tmishda “bloggerlik” tushunchasi bizga noma’lum edi, bugungi kunda juda katta auditoriyani o‘z ortidan ergashtira oladigan kasb egalari professional va noprofessional kontentlar yaratib, odamlarni ijtimoiy tarmoqlarga qaram qilib quyyapti. Ularning faoliyati dunyo

mamalakatlarining qonunchiligi va amalioyiga ko‘ra turli xil talqin qilinyapti. Xususan, AQShda ijtimoiy tarmoqlarda faol qatnashib o‘z ijod mahsulotlarini joylashtira olgan har qanday odam bloger deb tan olinsa, Xitoy davlatida bu soha qonunchilik belgilab qo‘ygan qator talablarga javob berish va tegishli davlat muassasalarida ro‘yxatdan o‘tgan shaxs bo‘lishi kerak. O‘zbekistonda ham blogerlik faoliyati qonunan kafolatlanadi. 2014-yil 4-sentabrda qabul qilingan «O‘zbekiston Respublikasining ayrim qonun hujjatlariga o‘zgartish va qo‘shimchalar kiritish to‘g‘risida»gi qonunda «bloger - internet jahon axborot tarmog‘idagi o‘z veb saytiga va (yoki) veb-sayt sahifasiga hamma erkin foydalanishi mumkin bo‘lgan, ijtimoiy-siyosiy, ijtimoiy-iqtisodiy va boshqa xususiyatga ega axborotni joylashtiruvchi, shu jumladan, axborotdan foydalanuvchilar tomonidan ushbu axborotni muhokama qilish uchun joylashtiruvchi jismoniy shaxs» (<https://lex.uz/docs/-83472>) deb ta‘rif berilgan. O‘zbekistonda ham ijtimoiy tarmoqlardagi influencerlar va blogerlar odamlarning o‘zaro aloqalari, fikrlash tarzlari va axborot qabul qilish usullarini sezilarli darajada o‘zgartirdi. Bu haqida so‘z yuritganda O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev quyidagi fikrlarni aytadi: “Internet hayotimizga tobora chuqur kirib borayotganini alohida qayd etish lozim. Hozirgi vaqtda global tarmoqda Uz domenli veb-saytlar, axborot portallari soni 400dan oshib ketgani, ularning aksariyati xorijiy tillarda faoliyat ko‘rsatayotgani, ushbu yo‘n alishda yangi ijodiy avlod – internet jurnalistlari shakllanib borayotgani e‘tiborga sazovordir”.

O‘zbekistonda dastlabki ijtimoiy jurnalistika tushunchasi “Xalq so‘zi”, “Narodnoe slovo”, “Pravda Vostoka”, “Zerkalo XXI” kabi gazetalarning elektorn shakli paydo bo‘lishi bilan bog‘liq hisoblanadi. Statistik ma‘lumotlarga ko‘ra, 2016-2024-yillar oralig‘ida O‘zbekistondagi OAVlar soni 1 514 tadan 2 349 taga ko‘paygan. Bunda jurnallar soni 309 tadan 866 taga, telekanallar – 65 tadan 89 taga, internet nashrlari esa – 395 tadan 738 taga ortgan. Yana shular ma‘lum bo‘ldiki, 8 yil davomida 6 ta axborot agentligi o‘z faoliyatini boshlagan. Faol blogerlar soni 50 nafardan 1 200 nafarga yetgan. Biroq bu davr ichida gazetalari soni 691 tadan 600 taga (15 foiz), radiolar esa 35 tadan 29 taga (25 foiz) kamaygan (Gazetaning kelajagi yo‘qmi?: O‘zbekistonda radio va gazetalari soni so‘nggi 8 yillikda qisqarib bormoqda, 2024). O‘zbekistondagi ijtimoiy jurnalistika sohasidagi yorqin namunasi sifatida Kun.uz electron nashrini keltirishimiz mumkin. Kun.uz sayti O‘zbekiston va xorijdagi yangiliklarni tezda taqdim etish bilan shug‘ullanadi. Sayt rahbariyatining ma‘lumotlariga ko‘ra, har kuni saytga o‘rtacha 350-400 kishi tashrif buyuradi. Bu shuni anglatadiki, har kuni shuncha foydalanuvchi saytga kiradi. Sayt sahifalarining umumiy ko‘rilish soni o‘rtacha 1300 ga yaqin bo‘ladi, ya‘ni har bir foydalanuvchi taxminan 4 ta sahifani ko‘rib chiqadi. Tashrif buyuruvchilarning 55 foizi saytga to‘g‘ridan-to‘g‘ri kun.uz yoki www.kun.uz manzili orqali kirgan, bu esa juda yaxshi natija. Qolgan foydalanuvchilar esa saytga ijtimoiy tarmoqlar orqali kirishgan.

Blogerlar o‘z faoliyatlarini bloglar yaratish orqali olib boradilar. I.B.Aleksandrova o‘z maqolasida, “...blog (Internet-jurnal) ham ommaviy axborot vositalarining qiziqarli turi bo‘lib bormoqda. Blogning janr xususiyatlari noaniq, aniqlanmagan. Bir tomondan, u an‘anaviy kundalik xususiyatlarini - "ijro etuvchi janrni" o‘zida saqlab qoladi, boshqa tomondan esa, uni yetarlicha katta auditoriya o‘qishi uchun mo‘ljallangan yozuvga aylantiradi” (Борисовна, 2008), deya ta‘rif beradi. O‘zbekistonda blogerlar turli sohalarda faoliyat yuritadi, jumladan talabalar, mutaxassislar, tadbirkorlar va hatto mashhurlar. Ko‘plab blogerlar ijtimoiy tarmoqlardagi o‘z obro‘sidan foydalangan holda turli g‘oyalarni, turmush tarzlarini, mahsulotlar va xizmatlarni targ‘ib qilishmoqda. Yoshlar orasida keng qo‘llaniladigan platformalar orqali keng auditoriyaga erishish imkoniyati ijtimoiy tarmoqlarda ta‘sir ko‘rsatishning asosiy vositasiga aylanishiga olib keldi (Qodirqulovich, 2012).

Shu o‘rinda ijtimoiy tarmoqlardagi blogerlik faoliyatining jamiyatimizning asosiy qatlami hisoblanadigan yoshlar ongiga, ma‘naviyatiga va xulq-atvoriga ijobiy va salbiy ta‘sirlari ham yo‘q emas. Blogerlik faoliyati quyidagi sohalarga o‘zining ijobiy ta‘sirini kursatib jamiyat uchun zamonaviy jurnalistika kasbining naqadar muhimligini yaqqol namuna sifatida keltirishimiz mumkin:

### 1. Ta‘lim sohasi

O‘zbekistondagi blogerlar ta’lim berishda rol o‘ynab, an’anaviy ommaviy axborot vositalarida kam yoritiladigan mavzularni muhokama qilishadi. Bunga sog‘liq, texnologiya, ta’lim, madaniyat va tadbirkorlik kabi mavzular kiradi. Blogerlar murakkab mavzularni sodda va tushunarli til bilan taqdim etish orqali axborotlarni keng jamoatchilikka yetkazishda muvaffaqiyat qozonishdi.

## **2. Madaniyat**

O‘zbekiston qadimiy madaniyatga ega bo‘lgan mamlakat sifatida, ijtimoiy tarmoq blogerlari ko‘pincha mahalliy an‘ana va odatlarni yoritib boradilar. Bu nafaqat o‘zbek madaniyatini saqlashga yordam berdi, balki uni butun dunyoga tanitishga ham xizmat qilmoqda. Bundan tashqari, ijtimoiy tarmoqlar g‘oyalar va madaniy qarashlar almashinuvi uchun imkoniyat yaratib, o‘zbek yoshlarida yanada turli va global fikrlashni rivojlantirmoqda.

## **3. Qo‘llab-quvvatlash**

O‘zbekistonda blogerlar ko‘plab ijtimoiy o‘zgarishlarni qo‘llab-quvvatlashda kuchli vositaga aylangan. Ularning platformalari orqali gender tengligi, inson huquqlari, atrof-muhitni himoya qilish va siyosiy islohotlar kabi muhim masalalar haqida xabardorlik yaratildi. Ijtimoiy tarmoqlar bu ovozlarning eshutilishini ta’minladi, bu esa an’anaviy ommaviy axborot vositalarida gapirishga imkoniyat bo‘lmagan shaxslar uchun quvvatlanish hissini yaratdi.

## **4. Tadbirkorlik**

Blogerlik O‘zbekistonda tadbirkorlar uchun yangi imkoniyatlar ochdi. Ko‘plab influencerlar o‘z platformalaridan foydalanib, bizneslar yaratish, mahalliy mahsulotlarni targ‘ib qilish va brendlar bilan hamkorlik qilishmoqda. Natijada, ijtimoiy tarmoqlar muhim marketing vositasiga aylandi va blogerlik ko‘plab kishilar uchun foydali kasbga aylandi. Bu esa mamlakatda raqamli marketing va online tijoratning rivojlanishiga hissa qo‘shmoqda.

Bugungi kunda ijtimoiy tarmoqlardagi bloglar orqali jamiyat har qanday axborotdan juda tez xabar topyapti ya’ni biror bir hodisa yoki tabiiy ofatlar, favqulotda vaziyatlar, yangiliklar biror bir ommaviy axborot vositalarining rasmiy sahifalarida e’lon qilinguncha, bu xabarlar blogerlar va ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilari tomonidan suratga olinadi yoki jonli xabarlar tayyorlanib ijtimoiy tarmoqlarga joylanyapti. Shuning uchun ham ijtimoiy tarmoqlar axborot tezligi buyicha eng yuqori natijaga erishyapti. Bu jihatdan ijtimoiy tarmoqlar insoniyat uchun xizmat qilayotganini qayd etmasdan bo‘lmaydi. Turli xil tabiiy ofatlar, ko‘ngilsizliklar va ijtimoiy yordamlar uchun blogerlarning faolligi va ijtimoiy tarmoqlarning roli katta.

Blogerlik ijtimoiy tarmoqlarda ko‘plab foydali tomonlarga ega bo‘lsa-da, uning o‘zgarishlarga va salbiy oqibatlariga olib kelishi mumkin bo‘lgan jihatlari ham mavjud. Bularga misol qilib quyidagilarni keltirishimiz mumkin:

### **1. Yolg‘on axborot va turli fikrlar**

Axborotning demokratiklashtirilishi bilan har kim internet orqali o‘z fikrini bildira oladi, bu esa uning to‘g‘riligiga ta’sir qilmaydi. Bu esa yolg‘on axborot va fake news tarqalishiga olib keladi, bu esa jamoatchilik ishonchiga va qaror qabul qilish jarayoniga zarar yetkazishi mumkin. Ba’zi blogerlar O‘zbekistonda noaniq yoki zararli ma’lumotlarni tarqatish bilan tanilgan, masalan, sezgir hikoyalar yoki tasdiqlanmagan da’volar.

### **2. Salomatlik muammolari**

Ijtimoiy tarmoqda influencerlarning ko‘payishi, odamlar, ayniqsa yoshlarni, boshqalarning tanishtirilgan “mukammal” hayotlari bilan solishtirish madaniyatini yaratdi. Bu esa kamchiliklar, o‘ziga past baho berish va hatto ruhiy salomatlik muammolariga olib kelishi mumkin. Blogerlar “mukammal” turmush tarzini taqdim etgan holda, o‘z izdoshlari orasida realizatsiya qilinishi qiyin bo‘lgan umidlar yaratishi mumkin.

### **3. Sensura va huquqiy muammolar**

Hozirgi kunda O‘zbekiston hukumati raqamli makonni tartibga solish bo‘yicha chora-tadbirlarni ko‘rayotgan bo‘lsa-da, ijtimoiy tarmoqlarda erkin fikr bildirish va sensura masalalari bo‘yicha hali ham xavotirlar mavjud. O‘zbekistonda blogerlar siyosat, din yoki hukumat siyosati kabi

nozlik mavzularni muhokama qilishdan qochish yoki o'z fikrlarini o'zgartirishga majbur bo'lishi mumkin. Ba'zi hollarda, blogerlar qarshi fikr bildirishlari uchun huquqiy choralar bilan yuzma-yuz kelishmoqda, bu esa raqamli makonda erkin so'zlashuv uchun qiyinchiliklar tug'dirmoqda.

Dunyoning turli nuqtalarida turli inqiloblar, mojarolar va xalq to'ntarishlari ham aynan ijtimoiy tarmoqlardagi faol harakatlar orqali yuzaga kelyapti. Bu kabi favqulotda vaziyatlarda mamlakat rahbariyati har qanday rasmiy davlat ro'yxatidan o'tgan ommaviy axborot vositalarini nazoratga olishi mumkin lekin Youtube, Instagram, Facebook yoki shunga o'xshagan ijtimoiy tarmoqlarni nazorat qilish imkonsiz. Tarmoq foydalanuvchilari orasidagi g'araz niyatli tashkilotlar va uning a'zolari inqilobiy vaziyatni kuchaytirish uchun bevosita jaroyonlarni jonli ko'rsatishadi. Bu orqai jamiyat ongiga davlatga ishonchni yoqotib, to'ntarishlar qilishga va hukumatni egallashga bo'lgan xohishlarini amalga oshirishga harakat qilishadi.

O'zbekistonda ijtimoiy tarmoqlarda blogerlik kommunikatsiya va ta'sir vositasi sifatida muhim rol o'ynayapti. Bu odamlarning o'z fikrlarini ifodalash, ijtimoiy o'zgarishlarni qo'llab-quvvatlash va madaniy qadriyatlarni targ'ib qilishda katta ahamiyat kasb etdi. Ammo bu kuchli vosita bo'lib, yolg'on axborot tarqatish va ruhiy salomatlik muammolari kabi salbiy oqibatlariga olib kelishi mumkin. Ijtimoiy tarmoqlar rivojlanishda davom etar ekan, O'zbekistonning blogerlari va auditoriyasi kontent bilan qanday aloqada bo'lishlarini mas'uliyatli tarzda yondashishi kerak. Tanqidiy fikrlash, axborotlarni tahlil qilish va ijtimoiy tarmoqlarning kuchini tushunish zarur. To'g'ri muvozanatni topish orqali blogerlik O'zbekistonda axborot bilan ta'minlangan, quvvatlangan va bog'langan jamiyatning rivojlanishiga hissa qo'shishi mumkin. **Xulosa qilib aytadigan bulsak,** internet va sotsial tarmoqlar bugungi kunda nafaqat axborot tarqatish vositasi, balki global muloqot va biznes uchun muhim platformalarga aylangan. Internetning rivojlanishi va sotsial tarmoqlarning keng tarqalishi, butun dunyo bo'ylab insonlarning o'zaro bog'lanishiga, yangi bilimlar olishga va turli sohalarida faoliyat yuritishga imkon yaratdi. Shu bilan birgalikda, ijtimoiy tarmoqlarda faoliyat olib boradigan tashkilotlar, professional blogerlar insonlarga nima kerakligini ularning o'zidan ham yaxshi bilishadi va bu esa insoniyat qanchalik erkinlikka erishganiga qaramasdan baribir fikran kimgadir yoki nimagadir haliyam qaram ekanligini bildiradi. Informatsion xujumlar va turli targ'botlar bugungi kunda bizga qanday yashash, kimga ergashish kerakligini o'rgatmoqda. Bunday vaziyatda ommaviy axborot vositalari jamiyatga tug'ri yul ko'rsatishi kerak va davlat ijtimoiy tarmoqlarga ommaviy axborot vositalarining bir turi sifatida qarab, ular bilan hamkorlik olib borishi kerak.

#### Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Lex.uz. (n.d.). Retrieved from <https://lex.uz/docs/-83472>.
2. Wikipedia contributors. (n.d.). YouTube sayti tarixi. Retrieved from [https://uz.wikipedia.org/wiki/YouTube#Sayt\\_tarixi](https://uz.wikipedia.org/wiki/YouTube#Sayt_tarixi).
3. Global Media Insight. (n.d.). YouTube users statistics. Retrieved from <https://www.globalmediainsight.com/blog/youtube-users-statistics/>.
4. Gazetaning kelajagi yo'qmi?: O'zbekistonda radio va gazetalar soni so'nggi 8 yillikda qisqarib bormoqda. (2024, October 24). Retrieved from <https://uz24.uz/>.
5. Duisenov, N., & Akhmedov, B. (2021, February). Internet tarixi va hozirgi kundagi o'rni. Retrieved from <https://www.researchgate.net>.
6. O'zbekistonda internetdan foydalanuvchilar soni 31 milliondan oshdi. (n.d.). Retrieved from <https://www.gazeta.uz>.
7. Qodirqulovich, G. S. (2012). *Ijtimoiy tarmoqlarda onlayn jurnalistika xususiyatlari*. Tashkent.
8. Toshboyev, S. (2012). Internetdagi ijtimoiy tarmoqlar. *Hurriyat gazetasi*, 4.
9. Борисовна, А. И. (2008). Моблоги и блоги: альтернативные СМИ? *Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*, 68–79.