

## IJTIMOIY TARMOQLAR HAQIDA MALUMOT

Pozilova Nasiba Saydaliyevna

## Annotatsiya

Ijtimoiy tarmoqlar - bu foydalanuvchilarga virtual muhitda muloqot qilish, ma'lumot almashish va turli kontent yaratish imkoniyatini beruvchi internet platformalaridir. Ular zamonaviy kommunikatsiyaning asosiy vositasi bo'lib, odamlarning o'zaro aloqasi, yangiliklar tarqatishi, biznes olib borishi va ijodiy faoliyat yuritishida muhim rol o'ynaydi. Ijtimoiy tarmoqlar jamiyatning turli sohalariga, jumladan ta'lim, siyosat, marketing va madaniyatga sezilarli ta'sir ko'rsatmoqda. Ushbu maqola ijtimoiy tarmoqlarning asosiy xususiyatlari, turlari, afzalliklari va kamchiliklari haqida umumiy ma'lumot beradi.

**Kalit so'zlar:** ijtimoiy tarmoqlar, virtual muloqot, kontent almashinuvi, Facebook, Instagram, Twitter (X), LinkedIn, TikTok, YouTube, foydalanuvchi profiligi, trendlar, virtual hamjamiyatlar, digital marketing, social media algoritmlari, onlayn xavfsiz.

Hozirgi davrda ijtimoiy tarmoqlar nafaqat shaxsiy aloqalar uchun, balki biznes, ta'lim, siyosat va madaniyat sohalarida ham faol qo'llanilmoqda. Ularning yordamida kompaniyalar o'z mahsulotlarini targ'ib qiladi, o'qituvchilar darslar o'tadilar, siyosatchilar o'z xabarlarini tarqatadilar va oddiy fuqarolar o'z fikrlarini erkin ifodalaydilar.

Ijtimoiy tarmoqlarning asosiy vazifasi – bu odamlar o'rtasida masofadan qat'iy nazar tezkor va samarali aloqani ta'minlashdir. Bugungi kunda Facebook, Instagram, Telegram, YouTube va TikTok kabi platformalar millionlab odamlarni bir-biri bilan bog'lab, global hamjamiyatlar shakllantirmoqda.

Ijtimoiy tarmoqlar nafaqat ijobiy, balki salbiy tomonlarga ham ega. Ulardan foydalanish ma'lumotlar xavfsizligi, shaxsiy hayot sirining buzilishi va vaqtni behuda sarflash kabi muammolarni ham keltirib chiqarishi mumkin. Shu bois, ularni muvozanatli va xavfsiz tarzda qo'llash zarur.

Ijtimoiy tarmoqlar nafaqat muloqot vositasi, balki ijtimoiy-siyosiy jarayonlarning ham faol ishtirokchisiga aylangan. Masalan, ko‘plab tadqiqotlarda ijtimoiy tarmoqlar orqali tashkil etilgan onlayn kampaniyalar va “ijtimoiy harakatlar” jamiyatdagi muhim o‘zgarishlarga sabab bo‘lgani qayd etiladi (Shirky, 2011). Bu esa ularning demokratik jarayonlarda ham muhim vosita ekanini ko‘rsatadi.

Ijtimoiy tarmoqlar madaniyatlararo muloqotni kuchaytirib, global madaniy integratsiyani ta’minlamoqda. Foydalanuvchilar o‘z milliy qadriyatlari, an’analari va turmush tarzini keng auditoriyaga namoyish etish orqali madaniyatlararo dialogni shakllantiradilar. Shu bilan birga, raqamli madaniyatning shakllanishida ijtimoiy tarmoqlarning o‘rni beqiyosdir (Jenkins, 2006).

Ijtimoiy tarmoqlardan foydalanishda me’yoriy yondashuv muhim ahamiyatga ega. Tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, tarmoqlardan kuniga 1–2 soat ongli va maqsadli foydalanish foydalanuvchilarning intellektual va ijtimoiy salohiyatini oshiradi, ammo 3–4 soatdan ortiq foydalanish esa ruhiy charchoq va salbiy psixologik holatlarga olib kelishi mumkin (Twenge & Campbell, 2018). Shu sababli, mutaxassislar tomonidan yoshlar va talabalar uchun ijtimoiy tarmoqlardan foydalanishning pedagogik va psixologik me’yorlarini ishlab chiqish masalasi dolzarb bo‘lib qolmoqda.

Ijtimoiy tarmoqlarning ta’lim sohasidagi o‘rni ham alohida e’tiborga loyiqdir. Zamonaviy pedagogik tadqiqotlarda ta’kidlanishicha, ijtimoiy tarmoqlar ta’lim jarayonini interaktiv va samarali qilish imkonini beradi (Manca & Ranieri, 2016). Masalan, talabalar onlayn guruhlarda muloqot qilib, ilmiy maqolalarni muhokama qilishlari, tajriba almashishlari hamda qo‘shimcha bilim olishlari mumkin. Bu esa “formal ta’lim”dan tashqari “informal ta’lim”ni ham qo‘llab-quvvatlaydi.

Iqtisodiy nuqtayi nazardan qaralganda, ijtimoiy tarmoqlar global marketing va elektron tijoratning eng kuchli vositasiga aylangan. Statistika ma’lumotlariga ko‘ra, 2024-yilda dunyo bo‘yicha ijtimoiy tarmoqlar orqali amalga oshirilgan elektron savdo hajmi trillionlab dollarga yetgan (Statista, 2024). Shu bois, kompaniyalar reklama va marketing strategiyalarini ko‘proq ijtimoiy platformalarga qaratmoqda.

Sog'liqni saqlash sohasida ham ijtimoiy tarmoqlar keng qo'llanilmoqda. Masalan, sog'lom turmush tarzini targ'ib qilish, kasalliklarning oldini olish, psixologik qo'llab-quvvatlash guruhlarini tashkil etishda ular muhim ahamiyat kasb etadi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, ijtimoiy tarmoqlar orqali olib boriladigan sog'liqni saqlash kampaniyalari keng jamoatchilikka tezda yetib boradi va samarali natija beradi (Ventola, 2014).

Ijtimoiy tarmoqlar insonning shaxsiy rivojlanishi, ijodiy salohiyati va ijtimoiy faoliyatini oshirishda ham muhim rol o'ynaydi. Foydalanuvchilar o'z qiziqishlari bo'yicha turli hamjamiyatlarga qo'shilib, tajriba almashishlari, yangi bilimlar olishlari hamda ijtimoiy loyihalarda ishtirok etishlari mumkin.

Ijtimoiy tarmoqlarning keng tarqalishi bilan bir qatorda, ularning jamiyat hayotiga salbiy ta'siri ham tobora ortib bormoqda. Psixologik jihatdan qaralganda, ularning haddan tashqari iste'moli insonlarda "ijtimoiy qaramlik" sindromini yuzaga keltiradi. Tadqiqotlarga ko'ra, ijtimoiy tarmoqlardan ortiqcha foydalanish insonlarda diqqatning pasayishi, uyqu buzilishi, stress va ijtimoiy izolyatsiya kabi muammolarni keltirib chiqaradi.

Ijtimoiy tarmoqlarda turli xil yolg'on xabarlar ("feyk news"), radikal g'oyalar va noto'g'ri axborotlarning tez tarqalishi ijtimoiy barqarorlik va xavfsizlikka tahdid solmoqda. Masalan, siyosiy kampaniyalarda noto'g'ri ma'lumotlardan foydalanish jamiyatda qarama-qarshiliklarni kuchaytirishi mumkin. Shu sababli ko'plab mamlakatlarda tarmoqlarni huquqiy tartibga solish, axborot xavfsizligini ta'minlash bo'yicha chora-tadbirlar ishlab chiqilmoqda.

Kiberjinoyatchilik ham ijtimoiy tarmoqlarning muhim salbiy oqibatlaridan biridir. Shaxsiy ma'lumotlarning noqonuniy tarqatilishi, firibgarlik va kiberbulling holatlari yoshlar, ayniqsa o'smirlar orasida keng tarqalmoqda. Ijtimoiy Jahon sog'liqni saqlash tashkiloti (WHO) ma'lumotlariga ko'ra, kiberbulling yoshlar ruhiy salomatligiga jiddiy zarar yetkazishi mumkin.

Shu bois, mutaxassislar tomonidan quyidagi yo'nalishlarda chora-tadbirlar ishlab chiqilmoqda:

Huquqiy tartibga solish – davlatlar tomonidan axborot xavfsizligi va shaxsiy ma'lumotlarni himoya qilish bo'yicha qonunlar qabul qilinmoqda.

Mediamadaniyatni rivojlantirish – foydalanuvchilarning axborotni tahlil qilish va tekshirish ko'nikmalarini oshirish.

Psixologik profilaktika – ijtimoiy tarmoqlardan me'yorida foydalanishni targ'ib qilish, qaramlikning oldini olish bo'yicha dasturlar yaratish.

Shu tarzda ijtimoiy tarmoqlar ikkiyoqlama xususiyatga ega: bir tomondan, ular global kommunikatsiya va taraqqiyotning muhim vositasi bo'lsa, ikkinchi tomondan, noto'g'ri foydalanilganda salbiy oqibatlarga olib kelishi mumkin.

### **Xulosa**

Xulosa qilib aytganda, ijtimoiy tarmoqlar zamonaviy jamiyat hayotining ajralmas qismiga aylangan bo'lib, ular axborot almashish, muloqot qilish, ta'lim olish va iqtisodiy faoliyatni rivojlantirishda muhim vosita sifatida xizmat qilmoqda. Ularning ijobiy jihatlari – insonlar o'rtasidagi masofani qisqartirish, tezkor axborot yetkazish, bilim va tajriba almashish, biznes va marketing imkoniyatlarini kengaytirishdan iboratdir.

Ijtimoiy tarmoqlarning salbiy ta'sirlari ham mavjud: ortiqcha foydalanish psixologik muammolarga olib kelishi, yolg'on xabarlar tarqalishi va kiberjinoyatlar xavfini kuchaytirishi mumkin. Shu sababli ularni foydali, maqsadli va me'yorida ishlatish, mediamadaniyatni rivojlantirish hamda axborot xavfsizligini ta'minlash muhim ahamiyat kasb etadi.

Ijtimoiy tarmoqlar jamiyat uchun ikkiyoqlama xususiyatga ega bo'lib, ularning imkoniyatlaridan samarali foydalanish – taraqqiyotning muhim omili, noto'g'ri foydalanish esa jiddiy ijtimoiy muammolarga sabab bo'lishi mumkin.

### **Foydalanilgan adabiyotlar**

1. Профессиональные социальные сети обеспечивают работой каждого третьего пользователя“. Открытые системы (2013-yil 12-mart). Qaraldi: 2017-yil 26-fevral.

2. „Корпоративная социальная сеть“. Журнал IT-Manager: № 03/2014. 2014-yil 21-mayda asl nusxadan arxivlangan. Qaraldi: 2017-yil 26-fevral.
3. Internet i blogi predskazal Vladimir Odоеvskiy v 1837 godu – Лента.ру, 3.10.2005
4. Catherine D. Marcum. History of Social Networking // Social Networking as a Criminal Enterprise. CRC Press, 2014.(ingl.) S. 4.
5. Management Review of EPA Bulletin Board Systems. EPA, 1990.(ingl.) S. 8.
6. Ефимов 2015.
7. „Реклама в соцсетях переживает «золотой век»“. Qaraldi: 2017-yil 26-fevral.
8. Constantinides E.; Lorenzo C.; Gómez M.A.. Social Media: A New Frontier for Retailers?. European Retail Research, 2008 — 22-bet. ISBN 978-3-8349-8099-1.