



Tadqiqot.uz

ЎЗБЕКИСТОНДА
ИЛМИЙ-АМАЛИЙ
ТАДҚИҚОТЛАР
МАВЗУСИДАГИ
КОНФЕРЕНЦИЯ
МАТЕРИАЛЛАРИ

2020

- » Ҳуқуқий тадқиқотлар
- » Фалсафа ва ҳаёт соҳасидаги қарашлар
- » Тарих саҳифаларидағи изланишлар
- » Социология ва политологиянинг жамиятимизда тутган ўрни
- » Иқтисодиётда инновацияларнинг тутган ўрни
- » Филология фанларини ривожлантириш йўлидаги тадқиқотлар
- » Педагогика ва психология соҳаларидағи инновациялар
- » Маданият ва санъат соҳаларини ривожланиши
- » Архитектура ва дизайн йўналиши ривожланиши
- » Техника ва технология соҳасидаги инновациялар
- » Физика-математика фанлари ютуқлари
- » Биомедицина ва амалиёт соҳасидаги илмий изланишлар
- » Кимё фанлари ютуқлари
- » Биология ва экология соҳасидаги инновациялар
- » Агропроцессинг ривожланиш йўналишлари
- » Геология-минерология соҳасидаги инновациялар



conferences.uz

No 20
30 сентябрь

**"ЎЗБЕКИСТОНДА ИЛМИЙ-АМАЛИЙ ТАДҚИҚОТЛАР"
МАВЗУСИДАГИ РЕСПУБЛИКА 20-КҮП ТАРМОҚЛИ
ИЛМИЙ МАСОФАВИЙ ОНЛАЙН КОНФЕРЕНЦИЯ
МАТЕРИАЛЛАРИ
4-ҚИСМ**

**МАТЕРИАЛЫ РЕСПУБЛИКАНСКОЙ
20-МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОЙ ДИСТАНЦИОННОЙ
ОНЛАЙН КОНФЕРЕНЦИИ НА ТЕМУ "НАУЧНО-
ПРАКТИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В УЗБЕКИСТАНЕ"
ЧАСТЬ-4**

**MATERIALS OF THE REPUBLICAN
20-MULTIDISCIPLINARY ONLINE DISTANCE
CONFERENCE ON "SCIENTIFIC AND PRACTICAL
RESEARCH IN UZBEKISTAN"
PART-4**

ТОШКЕНТ-2020



УУК 001 (062)
КБК 72я43

"Ўзбекистонда илмий-амалий тадқиқотлар" [Тошкент; 2020]

"Ўзбекистонда илмий-амалий тадқиқотлар" мавзусидаги республика 20-кўп тармоқли илмий масофавий онлайн конференция материаллари тўплами, 30 сентябрь 2020 йил. - Тошкент: Tadqiqot, 2020. - 17 б.

Ушбу Республика-илмий онлайн конференция 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналишлари бўйича Ҳаракатлар стратегиясида кўзда тутилган вазифа - илмий изланиш ютуқларини амалиётга жорий этиши йўли билан фан соҳаларини ривожлантиришга баршиланган.

Ушбу Республика илмий конференцияси таълим соҳасида меҳнат қилиб келаётган профессор - ўқитувчи ва талаба-ўқувчилар томонидан тайёрланган илмий тезислар киритилган бўлиб, унда таълим тизимида илфор замонавий ютуқлар, натижалар, муаммолар, очимини кутаётган вазифалар ва илм-фан тараққиётининг истиқболдаги режалари таҳлил қилинган конференцияси.

Масъул муҳаррир: Файзиев Шохруд Фармонович, ю.ф.д., доцент.

1.Хуқуқий тадқиқотлар йўналиши

Профессор в.б.,ю.ф.н. Юсувалиева Раҳима (Жаҳон иқтисодиёти ва дипломатия университети)

2.Фалсафа ва ҳаёт соҳасидаги қарашлар

Доцент Норматова Дилдора Эсоналиевна(Фарғона давлат университети)

3.Тарих саҳифаларидағи изланишлар

Исмаилов Ҳусанбой Маҳаммадқосим ўғли (Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси хузуридаги Таълим сифатини назорат қилиш давлат инспекцияси)

4.Социология ва политологиянинг жамиятимизда тутган ўрни

Доцент Уринбоев Хошимжон Бунатович (Наманганд мухандислик-қурилиш институти)

5.Давлат бошқаруви

PhD Шакирова Шоҳида Юсуповна (Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси хузуридаги "Оила" илмий-амалий тадқиқот маркази)

6.Журналистика

Тошбоева Барнохон Одилжоновна(Андижон давлат университети)

7.Филология фанларини ривожлантириш йўлидаги тадқиқотлар

Самигова Умида Хамидуллаевна (Тошкент вилоят халқ таълими ходимларини қайта тайёрлаш ва уларнинг малакасини ошириш худудий маркази)



8.Адабиёт

PhD Абдумажида Дилдора Раҳматуллаевна (Тошкент Молия институти)

9.Иқтисодиётда инновацияларнинг тутган ўрни

Phd Воҳидова Меҳри Ҳасанова (Тошкент давлат шарқшунослик институти)

10.Педагогика ва психология соҳаларидағи инновациялар

Турсунназарова Эльвира Тахировна (Навоий вилоят халқ таълими ходимларини қайта тайёрлаш ва уларнинг малакасини ошириш ҳудудий маркази)

11.Жисмоний тарбия ва спорт

Усмонова Дилфузахон Иброҳимовна (Жисмоний тарбия ва спорт университети)

12.Маданият ва санъат соҳаларини ривожлантириш

Тоштемиров Отабек Абидович (Фарғона политехника институти)

13.Архитектура ва дизайн йўналиши ривожланиши

Бобоҳонов Олтибой Раҳмонович (Сурхандарё вилояти техника филиали)

14.Тасвирий санъат ва дизайн

Доцент Чарисев Турсун Хуваевич (Ўзбекистон давлат консерваторияси)

15.Мусиқа ва ҳаёт

Доцент Чарисев Турсун Хуваевич (Ўзбекистон давлат консерваторияси)

16.Техника ва технология соҳасидаги инновациялар

Доцент Нормирзаев Абдуқаюм Раҳимбердиевич (Наманган мухандислик-курилиш институти)

17.Физика-математика фанлари ютуқлари

Доцент Соҳадалиев Абдурашид Мамадалиевич (Наманган мухандислик-технология институти)

18.Биомедицина ва амалиёт соҳасидаги илмий изланишлар

Т.Ф.д., доцент Маматова Нодира Мухтаровна (Тошкент давлат стоматология институти)

19.Фармацевтика

Жалилов Фазлиддин Содиқовиҷ, фарм.ф.н., доцент, Тошкент фармацевтика институти, Дори воситаларини стандартлантириш ва сифат менежменти кафедраси мудири

20.Ветеринария

Жалилов Фазлиддин Содиқовиҷ, фарм.ф.н., доцент, Тошкент фармацевтика институти, Дори воситаларини стандартлантириш ва сифат менежменти кафедраси мудири

21.Кимё фанлари ютуқлари

Рахмонова Доно Қаххоровна (Навоий вилояти табиий фанлар методисти)



22.Биология ва экология соҳасидаги инновациялар

Йўлдошев Лазиз Толивович (Бухоро давлат университети)

23.Агропроцессинг ривожланиш йўналишлари

Доцент Сувонов Боймурод Ўралович (Тошкент ирригация ва қишлоқ хўжалигини механизациялаш мухандислари институти)

24.Геология-минерология соҳасидаги инновациялар

Phd доцент Қаҳҳоров Ўқтам Абдурахимович (Тошкент ирригация ва қишлоқ хўжалигини механизациялаш мухандислари институти)

25.География

Йўлдошев Лазиз Толивович (Бухоро давлат университети)

Тўпламга киритилган тезислардаги маълумотларнинг хаққонийлиги ва иқтибосларнинг тўғрилигига муаллифлар масъулдир.

© Муаллифлар жамоаси

© Tadqiqot.uz

PageMaker\Верстка\Сахифаловчи: Шахрам Файзиев

Контакт редакций научных журналов. tadqiqot.uz

ООО Tadqiqot, город Ташкент,
улица Амира Темура пр.1, дом-2.

Web: <http://www.tadqiqot.uz/>; Email: info@tadqiqot.uz

Тел: (+998-94) 404-0000

Editorial staff of the journals of tadqiqot.uz

Tadqiqot LLC The city of Tashkent,
Amir Temur Street pr.1, House 2.

Web: <http://www.tadqiqot.uz/>; Email: info@tadqiqot.uz

Phone: (+998-94) 404-0000

**СОЦИОЛОГИЯ ВА ПОЛИТОЛОГИЯНИНГ
ЖАМИЯТИМИЗДА ТУТГАН ЎРНИ**

1. Yusupova Shahnoza Erkinjon qizi YANGI OMMAVIY AXBOROT VOSITALARINING SIYOSATDAGI O'RNI.....	7
2. Шермухамедова Азада Убайдуллаевна ВИРТУАЛ ИЖТИМОЙЛАШУВНИНГ НАЗАРИЙ МЕТОДОЛОГИК АСОСИ ВА МОҲИЯТИ.	11



СОЦИОЛОГИЯ ВА ПОЛИТОЛОГИЯНИНГ ЖАМИЯТИМИЗДА ТУТГАН ЎРНИ

YANGI OMMAVIY AXBOROT VOSITALARINING SIYOSATDAGI O'RNI

Yusupova Shahnoza Erkinjon qizi
O'zMTDP Markaziy Kengashi mutaxassisi
Telefon: +998977644843
akmalshahnozaakbarjon@gmail.com

Anotatsiya: Yangi media muhit demokratik boshqaruv va siyosat uchun jiddiy oqibatlarga olib keladigan dinamik, ba'zan kutilmagan tarzda rivojlanib bormoqda. Yangi OAV hukumat institutlarining ish uslubini, siyosiy rahbarlarning aloqa usullarini, saylovlarning bahslashish metodlarini va fuqarolarning faolligini tubdan o'zgartirdi. Ushbu bobda yangi ommaviy axborot vositalarining rivojlanishi, ularning siyosiy hayotdagi o'rni va oqibatlari haqida batafsilroq ma'lumot berishdan oldin qisqacha to'xtalib o'tamiz. Ushbu maqolada yangi ommaviy axborot vositalarining rivojlanishi, ularning siyosiy hayotdagi o'rni va oqibatlari haqida batafsilroq ma'lumot beriladi.

Kalit so'zlar: Yangi OAV, siyosiy media, eski OAV, siyosiy kontent, demokratiya, media tizim, siyosiy platforma, media davr, jamoatchilik, siyosiy faoliyat.

Yangi siyosiy OAV - bu o'zaro aloqalar va hamkorlikni ta'minlaydigan platformalarda hamda tarmoqlarda siyosiy kontentni ishlab chiqarish, tarqatish va almashishni osonlashtiradigan aloqa shakllari hisoblanadi. Ular so'nggi o'ttiz yil ichida jadal rivojlanib bormoqda. Bugungi kunda yangi OAVning demokratik boshqaruv va siyosiy amaliyotga keng ta'sir ko'rsatayotganligini guvohi bo'lyapmiz. Yangi media hukumat institutlari faoliyati va siyosiy rahbarlarning aloqa usullarini tubdan o'zgartirib yubordi.¹ Ular siyosiy media tizimini o'zgartirib, jurnalistlarning rolini yangitdan belgilab berdi. Saylovlarning bahslashish uslubini va fuqarolarning siyosat bilan qanday shug'ullanishini qayta aniqladilar.

Yangi OAVning paydo bo'lishi siyosiy media tizimini murakkablashtirdi.² Gazetalar, radioeshittirishlar va televizion yangiliklar dasturlari kabi Internetdan oldin paydo bo'lgan eski ommaviy axborot vositalari texnologik innovatsiyalarning rivojlanishi yordamida yaratilgan yangi OAV bilan birga yashamoqda. Eski OAV nisbatan barqaror formatlarni saqlab tursada, web-saytlar, bloglar, video almashish platformalari, raqamli dasturlar va ijtimoiy tarmoqlarni o'z ichiga olgan yangi OAV doimiy ravishda innovatsion usullar bilan kengayib bormoqda.³ Yangi OAV tahririyat yoki institutsional nazoratchilarning aralashuviz shaxslarga ma'lumot yetkazishi mumkin. Shunday qilib, yangi OAV siyosiy aloqa jarayonida beqarorlik va oldindan aytib bo'lmaydigan darajani oshirdi.

Eski media va yangi OAV o'rtasidagi munosabatlar uyg'un holatdadir. Eski media o'zlarining hisobot strategiyasiga yangi OAVni kiritdi. Ular eski va yangi aloqa platformalarida axborotlar tarqatmoqda. Siyosiy kontentga tobora ortib borayotgan talabni qondirish uchun yangi media manbalariga tayanadi. Yangi OAVning raqobatiga qaramay, an'anaviy OAV uchun auditoriya o'tmishdagi kabi kuchli bo'limasa ham, mustahkam bo'lib qolmoqda. Xususan, The New York

¹ Diamond, Edwin, Martha McKay, and Robert Silverman. 1993. "Pop Goes Politics: New Media, Interactive Formats, and the 1992 Presidential Campaign," American Behavioral Scientist, vol. 37, no. 2: 257-261.

² Gil de Zuniga, Homero, Nakwon Jung, and Sebastian Valenzuela. 2010. "Social Media Use for News and Individuals' Social Capital, Civic Engagement, and Political Participation," Journal of Computer-Mediated Communication, vol. 17: 319-336.

³ Stroud, Natalie Jomini. 2011. Niche News: The Politics of News Choice. New York: Oxford University Press.



Times nashrining o‘quvchilari va tungi yangiliklar dasturlarining tomoshabinlari eng ommabop siyosiy yangiliklar veb-saytlariga kiradiganlarga qaraganda ko‘pchilikni tashkil etadi.¹ Kabel va tarmoq televideniyasi yangiliklari o‘ttiz yoshdan oshgan odamlar uchun siyosiy ma’lumotlarning asosiy manbalari bo‘lib qolmoqda.² Binobarin, yangi OAV ham qonuniylikni qo‘lga kiritish va ularning mazmunini ommalashtirish uchun o‘zlarining qadimiy hamkasblariga tayanishadi. Ideal holda, OAV demokratik jamiyatda muhim rol o‘ynaydi. Ularning asosiy maqsadi jamoatchilikni siyosiy axborotlardan xabardor qilish, fuqarolarga yetakchilik va siyosat to‘g‘risida mulohazali qarorlar qabul qilish uchun zarur bo‘lgan ma’lumotlarni taqdim etishdir.

OAV hukumat harakatlarini tekshiruvchi nazoratchi vazifasini ham bajaradi. Muammolarni jamoatchilik muhokamasi uchun taqdim etadilar hamda siyosiy ifoda uchun forum yaratdilar. Shuningdek, odamlarga umumiylab sabablarni topishda, fuqarolik guruhlarini aniqlashda va ijtimoiy muammolarni hal qilishda yordam berish orqali jamiyat qurulishini osonlashtiradi. Yangi OAV tomonidan tarqatiladigan turli xil siyosiy kontentlar ko‘proq ovozlarni eshitish imkoniyatlarni yaratdi.

Yangi OAV misli ko‘rilmagan ma’lumotlarga ega bo‘lishni ta’minlaydilar va Facebook kabi shaxsiy, tengdosh kanallari orqali hatto qiziqmagan auditoriya a’zolarini ham qamrab olishlari mumkin. Oddiy fuqarolar nufuzli matbuot bilan kuchlarni birlashtirib, hukumat amaldorlarining faoliyatini tekshirib boradi. Ular asosiy jurnalistlarning e’tiboridan tashqarida bo‘lishi mumkin bo‘lgan muammolar va voqealarni e’tiborga olishlari mumkin. Yangi OAV o‘zlarining keng tarmoq qobiliyatlarini orqali jismoniy chegaralardan chiqib ketadigan jamoatchilik qurulishini kuchaytirishi mumkin. OAVda siyosiy voqealarni yoritish keng jamoatchilikning siyosiy faolligi bilan bog‘lanadi. Bunda jurnalistlarning ishtiropi mas’uliyati deb hisoblanmaydi.³ Bundan tashqari, yangi OAV to‘g‘ridan-to‘g‘ri jamoatchilikni ovoz berish, davlat amaldorlari bilan bog‘lanish, o‘z jamoalarida ixtiyoriy ravishda qatnashish va norozilik harakatlarida ishtirop etish kabi siyosiy ishlarga jalb qilishga intilmoqda.

Shu bilan birga, yangi media davr demokratik matbuotning ideal maqsadlarini amalga oshiruvchi tendentsiyalarni kuchaytirdi. OAV juda katta miqdordagi siyosiy ma’lumotlarni tarqatadi, ammo materiallarning aksariyati ahamiyatsiz, ishonchsiz va qutblanuvchidir. Yangi jurnalistlar paydo bo‘lishidan oldin nazoratchilik roli asosan maxsus o‘qitilgan jurnalislarga yuklatilgan bo‘lib, ularning vazifasi jiddiy siyosiy qonunbuzarliklar bilan bog‘liq faktlarni oshkor qilishga qaratilgan. Yangi media davridagi axborotlarning aksariyati ular haqiqiy, bo‘rttirilgan yoki to‘liq uydurma bo‘lsin tugallanmagan shov-shuvli janjallarning ko‘pchiligi hukumat va boshqaruv bilan bog‘liq bo‘lgan.⁴ Siyosatchilar asosiy OAVning yangiliklar kun tartibidagi nazoratini chetlab o‘tish uchun yangi ommaviy axborot vositalariga murojaat qilishdi. Dastlabki bosqichda yangi OAVning o‘yin-kulgi ahamiyati siyosiy rahbarlar va nomzodlarga o‘zlarini jamoatchilikka namoyish qilish uchun qulay platforma yaratdi.⁵

Yangi OAV demokratik jamiyatda matbuotning an‘anaviy rollarini kamaytirdi. Buning ijobiy tomoni shundaki, ular siyosiy ma’lumotlarning fuqarolarga yetkazish imkoniyatlarini sezilarli darajada oshirdi. Ular fikrlarni ochiq baham ko‘rish mumkin bo‘lgan raqamlı jamoat maydonlarini yaratishga imkon berdi. Jamoatchilikning hukumat bilan bog‘lanishiga va siyosiy axborot oqimiga o‘z hissalarini qo‘shishlariga imkon beradigan yangi yo‘llarni yaratishdi.

Odamlarning ijtimoiy media tarmoqlariga kirishi ularning siyosiy samaradorlik tuyg‘usiga va siyosatda ishtirop etish tendentsiyasiga ijobiy ta’sir ko‘rsata boshladи.⁶ Ijtimoiy tarmoqlar

¹ Wired Staff. 2017. “Old-School Media Is Pulling Way More Viewers Than You Think,” Wired, February 2. <https://www.wired.com/2017/02/daily-audience-numbers-for-big-media-outlets/>

² Mitchell, Amy, and Jesse Holcomb. 2016. State of the News Media. Research Report. Washington, D.C.: Pew Research Center.

<https://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/13/2016/06/30143308/state-of-the-news-media-report-2016-final.pdf>

³ Hayes, Danny, and Jennifer L. Lawless. 2015. “As Local News Goes, So Goes Citizen Engagement: Media, Knowledge, and Participation in U.S. House Elections,” The Journal of Politics, vol. 77, no. 2: 447-462.

⁴ Jebril, Nael, Erik Albaek, and Claes H. deVreese. 2013. “Infotainment, Cynicism and Democracy: The Effects of Privatization vs. Personalization in the News,” European Journal of Communication, vol. 28, no. 2: 105-121.

⁵ Moy, Patricia, Michael A. Xenos, and Verena K. Hess. 2009. “Communication and Citizenship: Mapping the Political Effects of Infotainment,” Mass Communication and Society, vol. 8, no. 2: 111-131.

⁶ Gil de Zuniga, Homero, Nakwon Jung, and Sebastian Valenzuela. 2010. “Social Media Use for News and Individuals’ Social Capital, Civic Engagement, and Political Participation,” Journal of Computer-Mediated Communication, vol. 17: 319-336.



odamlarga o‘zlarining kollektiv ta’sirini samarali tashkil etish va ulardan foydalanish imkoniyatini berdi. Shunday qilib, siyosiy rahbarlar fuqarolar tomonidan ijtimoiy tarmoqlarda ko‘proq javobgarlikka tortila boshladilar, chunki ularning harakatlari doimiy ravishda yangi OAVda nazorat qilinib borildi.¹

Hozirgi vaqtda, yolg‘on ma’lumotlarning ko‘payib ketishi – samarali nazoratning susayganligi yoki umuman yo‘qligi bilan izohlanadi. Yangi OAV jurnalistlarining noaniq pozitsiyasi noholis ma’lumotlar va noto‘g‘ri faktlarning ko‘payishiga yordam beradi.² Biroq, bugungi davr erkin matbuoti demokratiya uchun yangi talablarni belgilab berdi.

1. Aisch, Gregor, Jon Huang, and Cecilia Kang. 2016. “Dissecting the #PizzaGate Conspiracy Theories,” The New York Times, December 10.
2. Allcott, Hunt, and Matthew Gentzkow. 2017. “Social Media and Fake News in the 2016 Election,” Journal of Economic Perspectives, vol. 31, no. 2: 211-236.
3. Barthel, Michael, Amy Mitchell, and Jesse Holcomb. 2016. “Many Americans Believe Fake News Is Sowing Confusion.” Research Report. Washington, D.C.: Pew Research Center.
4. Camosy, Charles. 2016. “Trump Won Because College-Educated Americans Are Out of Touch,” The Washington Post, November 9
5. Carson, James. 2017. “What is Fake News? Its Origins and How It Grew in 2016,” The Telegraph, March 10.
6. Chinni, Dante, and Sally Bronston. 2017. “Despite Attacks on the Press, Public Supports Watchdog Role,” NBC News, July 9.
7. Craig, Tim, and Michael D. Shear. 2006. “Allen Quip Provokes Outrage, Apology,” The Washington Post, August 15.
8. Davis, Richard, and Diana Owen. 1998. New Media and American Politics. New York: Oxford University Press.
9. Diamond, Edwin, Martha McKay, and Robert Silverman. 1993. “Pop Goes Politics: New Media, Interactive Formats, and the 1992 Presidential Campaign,” American Behavioral Scientist, vol. 37, no. 2: 257-261.
10. Duggan, Maeve, and Aaron Smith. 2016. The Political Environment on Social Media. Research Report. Washington, D.C.: Pew Research Center.
11. Emerging Technology from the arXiv. 2017. “First Evidence That Social Bots Play a Major Role in Spreading Fake News,” MIT Technology Review, August 7.
12. Fisher, Mark, John Woodrow Cox, and Peter Hermann. 2016. “Pizzagate: From Rumor, To Hashtag, To Gunfire in D.C.,” Washington Post, December 6.
13. Gil de Zuniga, Homero, Nakwon Jung, and Sebastian Valenzuela. 2010. “Social Media Use for News and Individuals’ Social Capital, Civic Engagement, and Political Participation,” Journal of Computer-Mediated Communication, vol. 17: 319-336.
14. Glasser, Susan B. 2016. “Covering Politics in a ‘Post-Truth’ America,” Brookings Essay, December 2.
15. Gottfried, Jeffrey, and Elisa Shearer. 2016. News Use Across Social Media Platforms 2016. Research Report. Washington, D.C.: Pew Research Center.
16. Graham, David A. 2017. “‘Alternative Facts’: The Needless Lies of the Trump Administration,” The Atlantic, January 22
17. Hayes, Danny, and Jennifer L. Lawless. 2015. “As Local News Goes, So Goes Citizen Engagement: Media, Knowledge, and Participation in U.S. House Elections,” The Journal of Politics, vol. 77, no. 2: 447-462.
18. Hindman, Matthew. 2008. The Myth of Digital Democracy. Princeton: Princeton University Press.
19. Horton, Alex. 2017. “The Crazy Summer of Trump Controversies That You’ve Already Forgotten,” The Washington Post, August 19
20. Jamieson, Kathleen Hall, and Joseph N. Cappella. 2010. Echo Chamber. New York: Oxford University Press.

¹ Linder, Matt. 2016. “Block. Mute. Unfriend. Tensions Rise on Facebook After Election Results,” Chicago Tribune, November 9.

² Carson, James. 2017. “What is Fake News? Its Origins and How It Grew in 2016,” The Telegraph, March 10.



21. Keyes, Ralph. 2004. *The Post-Truth Era*. New York: St. Martin's Press.
22. Kiley, Jocelyn. 2017. "In Polarized Era, Fewer Americans Hold a Mix of Conservative and Liberal Views." Research Report. Washington, D.C.: Pew Research Center.
23. Linder, Matt. 2016. "Block. Mute. Unfriend. Tensions Rise on Facebook After Election Results," Chicago Tribune, November 9.
24. Jebril, Nael, Erik Albaek, and Claes H. deVreese. 2013. "Infotainment, Cynicism and Democracy: The Effects of Privatization vs. Personalization in the News," *European Journal of Communication*, vol. 28, no. 2: 105-121.
25. Klein, Paula. 2017. "The 2017 Digital Divide," MIT Initiative on the Digital Economy, September 1.
26. McChesney, Robert. 2015. *Rich Media, Poor Democracy*, 2nd Edition. New York: The New Press.
27. Messing, Solomon, and Rachel Weisel. 2017. *Partisan Conflict and Congressional Outreach*. Research Report. Washington, D.C.:
28. Mitchell, Amy, and Jesse Holcomb. 2016. *State of the News Media*. Research Report. Washington, D.C.: Pew Research Center.
29. Moy, Patricia, Michael A. Xenos, and Verena K. Hess. 2009. "Communication and Citizenship: Mapping the Political Effects of Infotainment," *Mass Communication and Society*, vol. 8, no. 2: 111-131.
30. Ordway, Denise-Marie. 2017. "Fake News and the Spread of Misinformation," Journalist Resource. Boston, MA: The Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy, Harvard University.
31. Oremus, Will. 2016. "Stop Calling Everything "Fake News"," Slate, December 6
32. Owen, Diana. 2017. *The State of Technology in Global Newsrooms*. Research Report. Washington, D.C.: International Center for Journalists.
33. Pariser, Eli. 2011. *Filter Bubble*. New York: The Penguin Press.
34. Rogers, Katie, and Jonah Engel Bromwich. 2016. "The Hoaxes, Fake News and Misinformation We Saw on Election Day," *The New York Times*, November 8.
35. Shafer, Jack. 2015. "Let the Big Lies Begin," *Politico Magazine*, November
36. Shane, Scott. 2017. "The Fake Americans Russia Created to Influence the Election," *The New York Times*, September 7.
37. Shao, Chengcheng, Giovanni Luca Ciampaglia, Onur Varol, Alessandro Flammini, and Filippo Menczer. 2017. "The Spread of Fake News by Social Bots." Technical Report 1707.07592, arXiv.
38. Shepard, Alicia. 2012. "The Journalism Watergate Inspired Is Endangered Now," *The New York Times*, June 13.
39. Silver, Nate. 2017. "There Really Was a Liberal Media Bubble," FiveThirtyEight, March 10.
40. Stroud, Natalie Jomini. 2011. *Niche News: The Politics of News Choice*. New York: Oxford University Press.
41. Sullivan, Eileen. 2017. "Trump Attacks Corker Ahead of Policy Lunch With Senators," *The New York Times*, October 24.
42. Tatum, Sophie. 2017. "Trump on His Tweets: 'You Have to Keep People Interested,'" CNN, October 21.
43. Vernon, Pete. 2017. "The Media Today: Social Media and the Storm," *Columbia Journalism Review*, August
44. Wallsten, Kevin. 2010. "'Yes We Can': How Online Viewership, Blog Discussion, Campaign Statements, and Mainstream Media Coverage Produced a Viral Video Phenomenon." *Journal of Information Technology&Politics*, vol. 7, no. 2-3: 163-181.
45. Williams, Bruce A., and Michael X. Delli Carpini. 2011. *After Broadcast News*. New York: Cambridge University Press.
46. Williamson, Vanessa, Theda Skocpol, and John Coggin. 2011. "The Tea Party and the Remaking of Republican Conservatism," *Perspectives on Politics*, vol. 9, no. 1: 25-43.
47. Willis, Jim. 1987. "Editors, Readers and News Judgement," *Editor and Publisher*, v. 120, no. 6: 14-15.
48. Wired Staff. 2017. "Old-School Media Is Pulling Way More Viewers Than You Think," *Wired*, February 2.



ВИРТУАЛ ИЖТИМОИЙЛАШУВНИНГ НАЗАРИЙ МЕТОДОЛОГИК АСОСИ ВА МОҲИЯТИ.

*Шермуҳамедова Азада Убайдуллаевна
Тошкент ирригация ва қишилоқ хўјасалигини
механизациялаши мухандислари институти
“Гуманитар фанлар” кафедраси ўқитувчиси
Телефон: +998(97)463 28 28
ozoda29.05@mail.ru*

Аннотация. Ушбу мақола ахборот технологияларининг ривожлантиришга қаратилган. Сўнгги йилларда ижтимоий ва гуманитар фанлар тадқиқотчилари виртуал ижтимоийлашувнинг жамиятдаги ўрни қандай ўзгарганлигини ўрганишди. Виртуал ижтимоийлашув – бу ҳар бир инсонни ижтимоий тармоқлар тизими орқали жамиятга қўшилиши, унинг меъёрлари, талаблари, тахминлари ва таъсирини қабул қилиши, уларни ҳар бир хатти-ҳаракатида намоён қилиши ва ўз навбатида, ушбу ижтимоий тажриба ёрдамида бошқаларга таъсир қилиши жараёнидир.

Калит сўзи: ахборот технологиялари, виртуал ижтимоийлашув, инсон, ижтимоий тармоқлар, жамият.

Аннотация. В этой статье основное внимание уделяется развитии информационным технологиям. В последние годы исследователи социальных и гуманитарных наук изучали как изменилась роль виртуальной социализации в обществе. Виртуальная социализация - это интеграция каждого человека в общество через систему социальных сетей, принятие ее норм, требований, ожиданий и влияний, отображение их в каждом действии и поведении и, в свою очередь, влияние на других с помощью этого социального опыта, это процесс приобретения.

Ключевые слова: информационные технологии, виртуальная социализация, человек, социальные сети, общество.

Annotation. This article focuses on the development of information technology. In recent years, researchers in social sciences and humanities have studied how the role of virtual socialization in society has changed. Virtual socialization is the integration of each person into society through the system of social networks, the acceptance of its norms, requirements, expectations and influences, their display in every action and behavior and, in turn the influence on others with the help of this social experience, it is an acquisition process.

Key words: information technology, virtual socialization, person, social networks, society.

Глобал, минтақавий ва инсонларааро ижтимоий маконда Ахборот технологиялари ўз тараққиётида янги босқичга қўтарилиб, реал социумда одамлар ўртасидаги мулоқот ва алоқа маданиятининг шакли ва моҳияти тубдан ўзгармоқда. Ижтимоий гуманитар фан соҳаси тадқиқотчилари сўнгги йилларда ўз диққат-эътиборларини энг сўнгги нусҳада яратилган ахборот техника коммуникацияларига, виртуал ижтимоийлашувнинг жамият ҳаётида тутаётган ўрни қанчалик ўзгарганлиги ва самарадорлигини таҳлил қилишга қаратилмоқда.

“Виртуал” (лотинча *virtualis* – имконият) луғовий маъносига кўра, реал кўринишга эга эмас, лекин маълум шартлар қўйиш асосида намоён бўлиш мумкин деганидир. Виртуал сўзи IV асрда қадимги Рим ва Византия фалсафа илмида қўлланилган. Ҳозирги кунга келиб, виртуал сўзи кундалик ҳаёти атамасига айланди. Компьютер худди магнит металлни тортгани каби, виртуал дунё ҳам кишиларни ундан-да кучлироқ қувват билан ўзига тортмоқда [1].

Интернет тизими иштирокчиларидан иборат ва улар орасида мулоқотни ўрнатувчи, кўп фойдаланувчи интерактив веб сайтлар асосида яратилган тармоқ **ижтимоий тармоқ** деб тушунилади. Маълумки, социология фанида эса “ижтимоий тармоқ” тушунчаси бир-бiriiga таниш бўлган шахслар ва улар орасидаги ижтимоий алоқаларни назарда тутади. Шундай қилиб, айтиш мумкинки, янги ахборот технологияларининг виртуал ижтимоийлашув жараёнларидағи ўрни масаласи шу пайтгача тизимли равишда ўрганилмаган.

С.В.Бондаренко [2] кибермаконда ижтимоийлашувнинг бироз ўзгача схемасини таклиф



этади. Биринчидан, биз таклиф этган схемадан фарқли ўлароқ, у аввал бошданоқ ижтимоийлашув субъектига нисбатан тор маънода – истеъмолчи сифатида қарайди. Бизнинг олдимизда эса бироз ўзгача вазифа туради: шахснинг шаклланишига у киришадиган виртуал макондаги жараёнларнинг унинг ўзига ўтказадиган таъсирини тадқиқ этишдан иборатдир. Иккинчидан, у истеъмолчининг бирламчи ижтимоийлашувида икки босқични ажратади. Биринчи босқич «Бирламчи ижтимоийлашувнинг архетипик босқичи жараёнида индивид кибермаконнинг субъектив реаллиги маданий артефактлар: масс-медиа нашрлари, реклама эълонлари, кинофильмлар, китоблар, бошқа акторларнинг ҳикоялари ва х.к. билан танишиш асосида шаклланади».

Шундай қилиб, фойдаланувчими телекоммуникация тармоқларига улагандан сўнг, архетипик босқичи тугайди ва социализациянинг инструментал-когнитив иккинчи босқичи бошланади. Шуни ёдда тутиш керакки, актор бир вақтнинг ўзида икки ўлчовда социализациялашиши керак. Улардан биринчиси - бу кибер-майдоннинг ижтимоий ҳамжамияти. Иккинчиси, тармоқли социум, актор ўзаро алоқаларни амалга оширадиган жойдир. Ижтимоийлашувнинг янги босқич жараёнида инсон муқобил фикрлаш ва хатти-ҳаракатларнинг ҳақиқий наъмуналарига дуч келади. Бундай ҳолда актор: ўзига хос ролларни ўзлаштиради; кибер-майдонда ҳаракат қилишни ва бошқа акторлар билан ҳам ўзаро алоқада бўлишни ўрганади; ўзаро ижтимоий муносабатларнинг меъёрий моделларини ўрганади; ижтимоий назорат механизмларининг таъсирини ҳис қиласи ва бошқалар.

«Индивид» тушунчаси ижтимоий тармоқларда ёш нуқтан-назаридан берилса-да, Интернет маконидаги барча фойдаланувчиларни тўғридан-тўғри юзма-юз мулоқотга киришмасдан, муносабатларни виртуал ҳолатда олиб борганлиги сабабли киберфойдаланувчиларга шу атама билан мурожаат қилинади.

Бунда нима учун кибермакон реаллиги субъективлик қаторига кириши учалик тушунарсиз бўлиб қолади. Бизнинг фикримизга, кибермаданият ва виртуал уюшмаларнинг қадриятлари ва тартиб-қоидалари интериоризацияси уларга кириб бориш жараёнида амалга ошади, кибермаконнинг ишлаши ҳақидаги социал мифларни идрок этиш асосида эса фақат бирламчи танишув содир бўлади, виртуал реалликка қизиқиши қондирилади ёки, аксинча, қўзғатилади, уйғотилади.

Ижтимоийлашув агентлари сифатида тенгдошлар, ота-оналар, тегишли ўқув фанлари ўқитувчилари, ОАВ майдонга чиқади. Бироқ кўп ўтмай кибермаконда янги ижтимоийлашашётган одам истиқболдаги виртуал ўзлигини шакллантириш заруратини ҳис эта бошлайди, чунки кибермаконда ҳаракат қилаётган турли субъектлар билан алоқага киришади. Улар ўртасидаги ўзаро муносабатлар ўзаро алоқадор роль ва тилаклар тизимини, айрим ҳолларда эса тегишли ижтимоий санкциялар тизимини ҳам ташкил этади. Бунда яратиладиган плюралистик реаллик аниқ ифодаланган фрагментар ҳарактерга эга бўлади ва шахс, ўзида мавжуд когнитив тажриба ҳисобига, тармоқ уюшмасида кенг тарқалган модел кибермакондаги орситация моделларини интернализациялади.

Максимал индивидлар сонини бирлаштириш асосида мураккаб тармоқлар (масалан, телефон тармоғи, тармоқли савдо, интерактив ТВ в.х.) вужудга келади. Ўтган даврларда одамлар орасида амал қилган ўзаро муносабатлар ижтимоий муносабатлар дейилган. Бу ўзаро алоқалар бир бирига кўпроқ шахсларни эмас, балки позицияларни, яъни ғоялар, қоидалар, ҳаракатлар ва манфаатларни боғлайдилар. Зоро, ижтимоий маконни вертикал ва горизонтал алоқалар билан тўлдириш, ҳамда бундай ижтимоий алоқаларнинг ишонч, ўзаро ёрдам, ёқтириш, афзал кўриш, умумий ишларда биргаликда иштирок этишга асосланиши муҳим ижтимоий капиталнинг манбаси ҳисобланади. Бинобарин, объектнинг динамик хусусиятларини ўрганишда, социал жараёnlар тадқиқ этилган назарий-методологик концепциялар муҳим ўрин тутади.

Илмий муомалага “ижтимоий тармоқ” ибораси биринчи бор Жон Бернс [3] (Jn A. Barnes) томонидан 1954 йилда киритилган. Унинг фикрича, бир индивиднинг атрофидаги ижтимоий тармоқнинг катталиги тахминан 150 кишидан иборат бўлиши мумкин. Кейинчалик у гуманитар фанларнинг турли соҳаларида ишлатилган. 30-чи йилларда Америкада одамлар орасидаги алоқа ва муносабатлар социограммалар, яъни визуал диаграммалар ёрдамида тадқиқ килинган. Мазкур диаграммаларда одамлар нуқталар билан, улар орасидаги алоқалар эса тўғри чизиқлар билан ифодаланган. Хусусан, бу эксперимент билан Я.Л.Морено шуғулланди [4]. Шунинг учун у “Ижтимоий тармоқлар таҳлили” (“Анализ

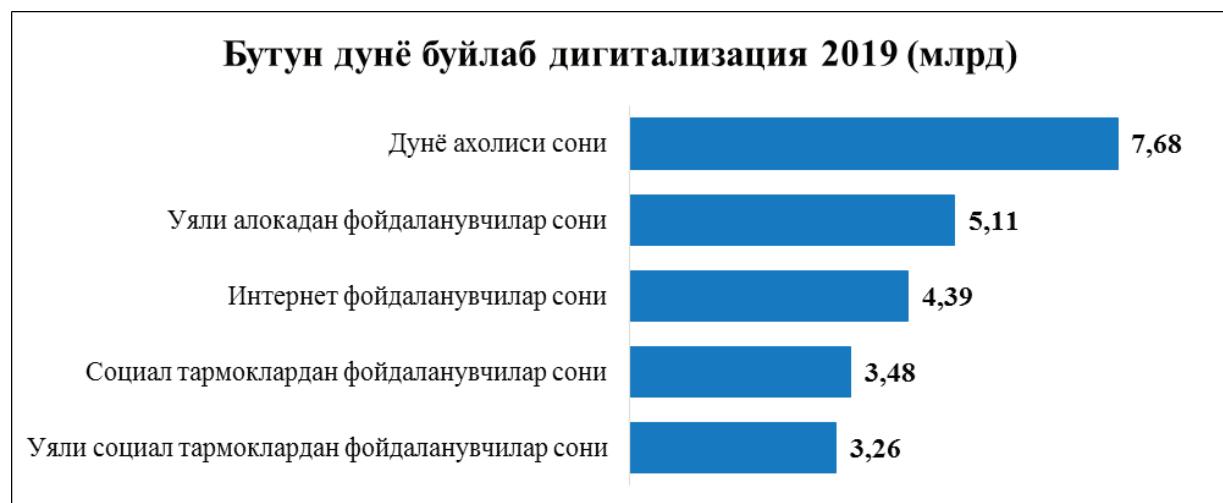


социальных сетей") фан тармоғининг асосчиси ҳисобланади.

Ижтимоий тармоқлар назариясининг етакчилари сифатида ғарб олимлари Р.Соломоноффа А. Рапопорт [5]. ҳам тан олинган. Улар алгоритмик ахборот назариясини яратиб, сунъий интеллект яратиш устида бир қатор тадқиқотлар ўтказаганлар. 1959-1968 йилларда венгер математиклари П.Эрдёш [6]. ва А.Ренъи ижтимоий тармоқлар шаклланишининг принципини таърифловчи 8та мақола нашр эттилар. Ижтимоий тармоқлар назариясини ривожлантириб, кластерлаштириш коэффициентини илмий муомалага киритдилар. Ижтимоий тармоқларни тадқиқ қилишга графлар назарияси маълум даражада ўз улушкини қўшди [7]. Унинг доирасида ўтказилган тадқиқотлар натижасида ижтимоий тармоқларни ҳам, бошқа тармоқлар сингари, моделлаштириш мумкинлиги аниқланди. XX асрнинг 70-чи йилларида социал тармоқларга оид тадқиқотларнинг социологик ва математик усуслари мажмуаси шаклланди ва улар ижтимоий тармоқларнинг ҳозирги замон таҳлилига илмий асос бўлди. Кейинги чорак аср давомида шу соҳада иш олиб борган олимлар таснифига кўра, бугунги кунда ижтимоий тармоқларнинг таҳлилига асосий 4та ёндашув мавжуд [7]. 1. Тузилмали ёндашув (асосан тармоқнинг геометрик шаклига эътибор берилади). 2. Ресурсли ёндашув (акторлар имкониятлари уларнинг ресурларига қараб таснифланади, бунда индивидуал ресурслар сифатида билимлар, бойлик, нуфуз в.х. кўриб чиқилади). 3. Норматив ёндашув (акторлар орасидаги ишонч даражаси ҳамда ижтимоий тармоқларда акторларнинг ҳулқатвори ва ўзаро ҳамкорлигига таъсир қиласидан норма, қоида ва санкциялар ўрганилади). 4. Динамик ёндашув (вакт ўтиши давомида тармоқлардаги ўзгаришларга алоҳида эътибор қаратилади).

XX-асрнинг бошларида глобал ахборот тизимининг белги ва хусусиятларини таҳлил килиш жамиятда шахсларнинг мулоқот гурухлари доирасидаги муносабатларга, одамлар орасидаги алоқалар структурасининг тармоқларга хослиги бу технологик платформаларни "ижтимоий тармоқ" ибораси билан белгилашга олиб келди. Интернетга нисбатан "ижтимоий тармоқ" терминини биринчи бор WEB 2.0 концепциясининг асосчиси Тим О'Реили 2005 йилда ўзининг "Tim O'Reilly – What is WEB 2.0" мақоласида қўллаган. Биринчи онлайн-тармоқ Classmates.com бўлиб, у 1995 йилда АҚШда пайдо бўлган. 2000 йилларнинг бошида My space, Linkedin ва Facebook каби ижтимоий тармоқлар ишга туширилган. 2006 йилдан бошлаб Runet тармоғида odnoklassniki.ru ва vkontakte.com сайтлари интернет маконида фаолият қўрсатади ва у фойдаланувчилар орасида машхур бўлди. XXI асрнинг биринчи ўн йиллигига (2010 й.) глобал тармоқлар Халқаро космик станциясига ҳам етиб борди. Шундан бўён коммуникациянинг мазкур воситаси жамиятлар, одамлар, социал гурухларнинг энг зарур эҳтиёжларидан бирига айланган.

1.1-расм. Дунёда одамларнинг глобал Интернет тармоқларидан фойдаланишининг бугунги ҳолатини эса кейинги расмда кўришимиз мумкин: [8].



Ижтимоий тармоқларнинг ҳозирги замон таҳлилига социологик ва математик методлар мажмуаси асос сифатида 1970-йилларда шаклланди. Таҳлил учун марказлашув, кластерлашув, боғликлек каби сон ва сифатни белгиловчи бир қатор илмий тушунчалар қўлланган. Бундай таҳлилнинг энг тарқалган тушунчаларидан бири интернет ҳали кенг тарқалмасдан



анча олдин америкалик олимлар – социолог М.Грановеттер [9]. ва математик Л.Фриман томонидан ишлаб чиқилган. Хусусан, М.Грановеттер ижтимоий тармоқлардаги алоқаларни “кучли” ва “кучсиз” алоқаларга ажратади. “Кучли” ва “кучсиз” алоқалар, унинг фикрича, шахслараро муносабатларда алоқаларнинг давомийлиги ва тақориийлиги тамойилларига кўра синфларга бўлинади. Бунда кўпгина ижтимоий масалаларнинг ечимини топишда “кучсиз синф” самаралироқ хисобланади. Бунинг сабабини олим “кучсиз синфлар”да ахборот тезроқ ва кенгроқ тарқалишида деб билади. “Кучли синф”га қариндошлар, дўстбиродарлар кирса, “кучсиз синф”га қўшнилар, танишлар, корхона, яъни ишдаги формал алоқалар киради. Кучсиз алоқаларнинг кучи фойдасига кучлироқ назарий аргументни социолог Д.Берт келтирилган. Олим ўзининг “тузилма туйнуклари” (“Structure holes”) назариясида ижтимоий тармоқларда воситачилик, эксклюзив ахборот алмашувлари тушунчаларининг муҳимлигига ҳамда ижтимоий капиталнинг З шакли – молиявий, инсоний ва социал шаклларига асосланади. Бунда Д.Берт ижтимоий капиталнинг мукаммал бўлмаган бозор ва чегаралган инвестициялар шароитида муҳим ролини алоҳида таъкидлайди. Ижтимоий тармоқларнинг илмий таҳлилида уларнинг формал, нофармал, вертикал, горизонтал каби турларга бўлинишини кўрамиз. Бундан ташқари, тадқиқотларда уларнинг қуидаги хусусиятлари кўрсатилган [10].

- ўз аккаунти (шахсий варақаси)ни бошқаради;
- реал ҳаётда одам сиймоси акс эттирилади;
- истемолчилик орасидаги мулоқотга таянилади;
- мулоқот иштирокчилари орасидаги алоқалар назорати амалга оширилади;
- шахс ҳакида тўлиқ маълумот жойлаштириш ва топиш мумкин;
- одамларни жуда осон қидириб топиш мумкин;
- ахборот алмашуви максимал даражада амалга оширилади;
- “дўстлар” доирасини чексиз кенгайтириш мумкин в.х.

Шундай қилиб, ижтимоий тармоқлар назариясида ижтимоий тармоқнинг социал тузилма сифатида ва унинг интернет-муҳитда ўзига хос, специфик амалга оширилишининг икки хусусияти белгиланган: реал ҳаётда ҳар қандай ижтимоий тармоқ инсонларни бирлаштиради. Интернет-маконда эса бу алоқалар персонал ресурсларда амалга оширилади.

Замонавий социологик билимларни социология классикларининг назарий фикрларисиз тасаввур этиб бўлмайди. Бунда ҳаракат ва Тузилма, интеракция ва интенция, тарихийлик ва ғайритарихийлик, амалдаги ва бўлиши мумкини, тартиб ва хаос, статика ва динамика ҳамда оппозицияларда ифодаланган “объективизм - субъективизм”, «натурализм- психологиязм», “социалистик реализм – социалистик номинализм”, «эволюционизм-функционализм», «позитивизм- ғайрипозитивизм», «инқироз - барқарорлаштирувчи социологик тафаккур» ва бошқалар диалектикаси социологияда тўлдириш принципини амалга оширишнинг энг муҳим шаклларидан бирини ташкил этади.

Назарий социология тарихи қарашимизда антиномик қоида ва кўрсатмаларнинг тўқнашуви сифатида намоён бўладики, улар ўзининг кейинги ривожи давомида нафақат қарама-қарши, балки ўзаро бир-бирини тўлдирувчи хусусият касб этади. Балки, бугунги кунда физикада ягона майдон назариясини шакллантириш мумкин бўлмаганидек, индивидларнинг ошиб бораётган автономлиги ва уларнинг ижтимоий бирдамликка бўлган қарамалигининг ошиб боришидан иборат қарама-қарши тенденцияларни етарли даражада ишонарли тушунтириб бера оладиган социологик назарияни яратиш мумкин эмасdir.

Агар жамият anomia ҳолатида бўлса ёки бир тоифа қадриятлар расман эълон қилинса-ю, реал ижтимоий интилишларга бошқалари мувофиқ келса, унда ижтимоийлашув жараёнлари нафақат энг яхши маданий сифатларни ўзлаштириш, балки ўз умрини яшаб бўлган намуналарни ҳам интериоризациялаш йўналишида ҳам кечади. Бундай ҳолда биз “тўнтарилган ижтимоийлашув” деб, ўйлашимизча, тўғри ном олган жараёнга дуч кела-миз: “Тўнтарилган ижтимоийлашув” – бу на тарихий ўтмишга, на жамият мақсад - муддаоларига ва на тўпланган маданий салоҳиятга тўғри келмайдиган қадрият ва қоидаларга қўшилишдир; бу - орқага ҳаракат, бу – “ортга ағдарилиш”, аммо тараққиётнинг бевосита олдинги босқичига эмас, бирданига бир неча босқич орқага қайтишдир. Бундай ҳодиса маданиятнинг архаиклаштирилиши, яъни ижтимоий муносабатларни жўнлаштириш, жамиятда ҳукмрон бўлган маданий одат, қоида, ҳаракат нормаларининг бузилиши билан боғлиқ. Маданий бўшлиқ архаик асослар билан тўлдирилади» [11]. Ижтимоий табақаланишни



кучайтирган ижтимоий-иқтисодий инқироз қадриятлар инқирозини юзага келтиради. Бу - давлатга нисбатан анъанавий патерналистик йўл-йўриқлардан шахсий эркинлик, индивидуализм йўналишидаги қадриятларга ўтишда намоён бўлди. Алоҳида ҳавотирни шунчаки аввалги қадрият тизимининг девальвацияси эмас, бундай тизимнинг йўқлиги уйғотади. Бу шунда намоён бўлдики, "тартиб-интизом", "итоат", "бурчни адо этиш", "бўйсуниш", "камтарлик", "ўзини тута билиш", "бенгаразлик", "фидойилик", "қобиллик" каби қадриятларга хурмат анча бўшашибган ва аксинча, "эркинлик" (нуғузга эга бўлгандардан), "тан олиниш" (шахснинг), "автономия" (алоҳида одамнинг), "хиссий эҳтиёжларни қондириш", "ўзини ўзи рўёбга чиқариш", "бамайлихотирлик", "мустақиллик" ва "шахсий дахлсизлик" кабиларга эътибор кучайган [12]. Ўзбекистонда ҳам демократик ислоҳотлар даврида қадриятлар тизимининг ўзгарғанлиги, балки янги типдаги ахборот – коммуникатив макон – Интернетнинг пайдо бўлғанлиги хисобига содир бўлди. Интернет истеъмолчиларининг ёши бўйича гурухларининг фоиз хисобига мувофиқлашуви социологларни янги фактор – Интернет таъсирида ижтимоийлашув натижаларининг турғунлиги ва ўзгарувчанлиги диалектикаси масаласига эътибор қаратишга мажбур этмоқда.

Бинобарин, ёш авлодни тарбиялаш асосан, энг аввало оилада, мактабда ва маҳаллада олиб борилади. Дарҳақиқат, маҳалла институти энг катта тарбия даргоҳидир. Тарбиявий тадбирлар ўтказиб бориш, уларда катнашиш ва бу борада ўз масъулиягини хис этиш маҳаллада яшайдиган ҳар бир инсоннинг бурчири. Йил давомида "Ватан остононадан бошланади", "Қариялар ўғити", "Ота - оила устуни", "Она - оила чароғбони", "Уч авлод учрашуви", "Инсон ва гўзаллик", "Ўз хуқукингизни биласизми", "Намунали оила", "Маҳалланинг ибратли қизи", "Балли қизлар", "Зулфияхоним қизлари*", "Ўзбекистон Конституцияси - Бош қомусимиз", "Одам савдосига қарши кураш", "ОИТСга қарши кураш", Гиёхвандликка қарши кураш", "Маҳаллам ободлиги – ҳалқим фаравонлиги", "Она - улуғ зот", "Мен мустақилликни кандай тушунаман?" каби тадбирлар ўтказиб турилиши ва маҳалладаги барча аҳолини бу тадбирларга жалб этиш имкониятини ва иштирок этгандарни рағбатлантириш йўлларини топиш лозим.

Шунингдек, Мустақиллик куни, Наврӯз, Халқаро болаларни химоя қилиш куни, Хотира ва қадрлаш куни каби байрамларни нишонлаш, кишиларда жамоавийлик рухини шакллантиришда мухим аҳамиятга эга. Одамлар орасида меҳр - оқибат уйғотадиган, ёмон иллатларни узоқлаштирадиган ана шундай амалларни тизимли ташкил этиб бориш зарур. Ёшлар билан олиб борилаётган маънавий-маърифий ишларини самарадорлигини ошириш чораларини кўриш, бунда ижтимоий тармоқлардаги маънавий мухит алоҳида эътиборга олинади. Натижада ёшларнинг миллий ахборот бозорини турли хил ёт мафкуралар ва «оммавий маданият»нинг салбий таъсиридан химоя қилувчи, мақсадли дастурлар орқали оммавий тадбирлар ўтказиши методикасини яхшилашга хизмат қилган. Интернет технология сифатида ривожланишда давом этмоқда, у аллақачон рақамли иқтисодиётдвигателига айланиб ултурган. Нафакат Ўзбекистонда, балки бутун дунёда иқтисодиётнинг ривожланиши у очиқ тизим шаклида бўлишини талаб қиласиди. Интернетдан унумли фойдаланилиши таълим-тарбияни талаб қиласиди, ҳамма даражада малакали кадрлар бўлишини тақозо этади. Ёшларни замонавий шарт-шароитларга тайёрлаш таълимнинг вазифаси бўлиши лозим. Интернетни мана шундай химоя қилиш мумкин, тақиқлар, куч ишлатиш ва аҳмокона «хавфсизлик чоралари» ёрдамида эмас [13].

Бурч ва мавжуд тартиботни қўллаб-қувватлашда намоён бўладиган қадриятларнинг қадрсизланиши давлатга ишончнинг йўқолиши, сиёсий-маъмурий соҳанинг деярли барча институтларидан норозилик, умуман ҳаётдан совиши, безиши билан бирга намоён бўлади. XX аср ўрталаридан Фарб социологияси оиланинг ижтимоийлашув жараёнидаги ролининг кундан кунга камайиб бораётгани ва, аксинча, замонавий жамиятнинг бошқа институтлари (болаларни тарбиялаш муассасалари, мактаб, олий ўкув юртлари, нихоят, оммавий ахборот функциялари ошиб бораётганига эътибор қаратади. Уларнинг таъсири болалар тарбиясининг энг эрта босқичларидаёт ота-оналар таъсирини сиқиб чиқара бошлади. Бунинг асосий сабабларидан бири – оиланинг ичдан деформациялашгани, индустрештириш таъсирида унинг "аффектив" ва "иқтисодий" функцияларининг парчаланиши. Ота-оналар билан жонли мuloқot тақчиллигини болалар радио эшилтириш ва телекўрсатув қаҳрамонлари, тенгдошлари, ўқитувчилари, шунингдек, ўз яшаш маконида учратадиган бошқа катталар билан алоқалар орқали қоплашади. Бироқ социологлар муайян вақтгача ижтимоийла-



шув жараёнини ижтимоийлашув агентлари схемаси бўйича ўрганишни афзал кўришган (Фрейднинг классик схемасидан фойдаланган ҳолда – ота ўзининг “юксак - Мен”и, “институциялашган ота”, кейинроқ, ноформал авторитетлар қаторидаги “аҳамиятли ўртоқ”). Натижада “юксак-Мен” ички зиддиятли, қурама, парчаланган бир ҳолатда намоён бўлади. Шу тариқа турли-туман ёшлар субмаданиятларининг шаклланиш механизми ишга тушади.

Ижтимоий соҳа ривожининг истиқболли тенденциялари, хусусан Ахборот тармоқ тизими, Интернет-коммуникация технологияларини ривожланиши ҳозирги кундаги ёшлини мизда ўз маънавий етуклигини ошириш йўлида кенг имкониятлар ва шарт-шароитлар бермоқда. Ҳар биримизнинг жамиятдаги ўрнимиз, унинг қачон ва қандай шароитларда пайдо бўлгани, жамиятга қўшилиб яшашимизнинг социо-психологик механизмлари фаннинг муҳим вазифаларидан биридир. Бу жараён *ижтимоийлашув ёки социализация* деб юритилади.

Демак, социализация ёки *ижтимоийлашув* - инсон томонидан ижтимоий тажрибани эгаллаш ва ҳаёт - фаолият жараёнида уни фаол тарзда ўзлаштириш жараёнидир. Содда тил билан айтганда, виртуал ижтимоийлашув - ҳар бир шахснинг жамиятга ижтимоий тармоқ тизими орқали қўшилиши, унинг нормалари, талаблари, кутишлари ва таъсирини қабул қилган ҳолда, ҳар бир ҳаракати ва муомаласида уни кўрсатиши ва керак бўлса, шу ижтимоий тажрибаси билан ўз навбатида ўзгаларга таъсирини ўтказа олиши жараёнидир.

Юқорида кўрсатиб ўтганимиздек, “ижтимоийлашув” тушунчасининг ишланганлик даражаси анча юқори, бироқ бугунги кунда янги типдаги жамоалар – виртуал жамоалар шаклидаги ижтимоийлашувнинг янгидан–янги агентлари ва институтлари пайдо бўлмоқдаки, бу ҳолат «ижтимоийлашув» тушунчасига янада аниқлик киритиш, уни телекоммуникацион виртуал тармоқлар истеъмолчиларининг жамоалари фаолияти муаммоси билан боғлиқ ҳолда таҳдил этиш ҳамда виртуал жамоа аъзоларининг офф–лайн маконида иккиласи ижтимоийлашувни мавзусини ривожлантириш заруратини туғдирмоқда.

Фойдаланилган адабиётлар.

1. Яхё, Мухаммад Амин. Интернетдаги таҳдидлардан ҳимоя. – Тошкент: Movarounnahr, 2016. – 244 б.
2. Бондаренко С.В. Социальная система киберпространства как новая социальная общность // Научная мысль Кавказа. Приложение. 2002, № 12 (38). С. 32-39; Бондаренко С.В. Социальная система киберпространства. / Технологии информационного общества - Интернет и современное общество: труды V Всероссийской объединенной конференции. Санкт-Петербург, 25 - 29 ноября 2002 г. -СПб.: Издательство СПбГУ. 2002. С. 14-15; Бондаренко С. Политкоммюнити, или Семь уроков на будущее (выборы в США и создание виртуальных сообществ) // Мир Internet. 2001, № 3. С. 70-73.
3. Barnes J. Class and Committees in a Norwegian Island Parish. Human Relations, 7. 1954.
4. Moreno J.L. Who shall survive. Foundations of sociometry, group psychotherapy and sociodrama. London: Beacon House, 1953.
5. Solomonoff R., Rapoport A. Connectivity of random nets // Bulletin of Mathematical Bio-physics. 1951. Vol. 13. P. 107–117.
6. Erdős P. Child Prodigies. Mathematics Competitions. 1995. 8 (1): 7–15
7. Rényi: Dialogues on Mathematics, Holden-Day, 1967.
8. <http://www.press-service.uz>
9. Granovetter, M. (1983). «The Strength of Weak Ties: A Network Theory Revisited». Sociological Theory. 1: 201–233.
10. Erikson, Erik H. (1963). Childhood and Society (2nd ed.). New York: W. W. Norton & Company. Cited in Engler 2014, p. 142.
11. Иванова Н.Л., Румянцева Т.В. Социальная идентичность: теория и практика. М., 2009.
12. Гидденс Энтони. Социология. – Тошкент : “Шарқ”, 2002. – 423 б.
13. “Халқ сўзи”, 2010 йил 11 декабрь

**"ЎЗБЕКИСТОНДА ИЛМИЙ-АМАЛИЙ ТАДҚИҚОТЛАР"
МАВЗУСИДАГИ РЕСПУБЛИКА 20-КҮП ТАРМОҚЛИ
ИЛМИЙ МАСОФАВИЙ ОНЛАЙН КОНФЕРЕНЦИЯ
МАТЕРИАЛЛАРИ**

(4-қисм)

Масъул мухаррир: Файзиев Шохруд Фармонович

Мусаҳҳих: Файзиев Фаррух Фармонович

Саҳифаловчи: Шахрам Файзиев

Эълон қилиш муддати: 30.09.2020

Контакт редакций научных журналов. tadqiqot.uz
ООО Tadqiqot, город Ташкент,
улица Амира Темура пр.1, дом-2.
Web: <http://www.tadqiqot.uz/>; Email: info@tadqiqot.uz
Тел: (+998-94) 404-0000

Editorial staff of the journals of tadqiqot.uz
Tadqiqot LLC The city of Tashkent,
Amir Temur Street pr.1, House 2.
Web: <http://www.tadqiqot.uz/>; Email: info@tadqiqot.uz
Phone: (+998-94) 404-0000