ТАЛАБА ЁШЛАРНИ ИНТЕРНЕТ ВА ИЖТИМОИЙ ТАРМОҚЛАРДАН ФОЙДАЛАНИШ МАДАНИЯТИНИНГ СОЦИОЛОГИК ТАҲЛИЛИ



doi 10.34920/2181-8207/2023/1-046



Шахноза Раҳимова,
Муҳаммад ал-Хоразмий номидаги Тошкент ахборот технологиялари университети «Ахборот кутубхона тизимлари » кафедраси в.б.доценти с.ф.б.ф.д.(PhD)

Аннотация: Ушбу мақолада олий таълим муассасаларида таҳсил олаётган талаба ёшлар ўртасида интернет ва ижтимоий тармоқлардан фойдаланиш маданияти бўйича ўтказилган социологик тадқиқот таҳлили келтирилган. Бундан ташқари Интернет ва рақамли технологиялар хизматларини кўрсатиш бўйича хориж тажрибалари, олимлар томонидан берилган илмий талқинлари, интернет, аудио ва видео маълумотларни алмашиш орқали электрон конвергенциянинг ривожланиш масалалари, замонавий таълимнинг ривожланишида хорижий илмий-таълим онлайн ахборот ресурсларидан веб-сайтларидан унумли фойдаланиш жараёнлари ёритилган.

Калит сўзлар: ахборот, интернет, ижтимоий тармоқлар, ахборот коммуникация воситалари, жаҳон ахборот ресурслари, рақамли технология, ёшлар, респондент, ахборот-коммуникация технологиялар, жамият.

Annotation: This article presents a sociological research analysis on the culture of using the Internet and social networks among students studying in higher education institutions. In addition, foreign experiences in the provision of Internet and digital technologies services, scientific interpretations given by scientists, development issues of electronic convergence through the exchange of Internet, audio and video data, effective use of websites of foreign scientific and educational online information resources in the development of modern education are highlighted.

Key words: information, internet, social networks, information communication tools, global information resources, digital technology, youth, respondent, information and communication technologies, society.

Ўзбекистон жаҳон ахборот маконига шиддат билан интеграциялашмоқда. Мамлакат фуқаролари бугунги кунда жаҳон ҳамжамияти томонидан тўпланган маълумот ва ахборотларни чексиз равишда олиш имкониятига эга. Биз оладиган ва фойдаланадиган ахборотнинг сифати бизнинг ҳаётий танловимизга, ижтимоий сиёсий фаолиятимизга катта таъсир кўрсатмоқда.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 28 январдаги «2022 — 2026 йилларга мўлжалланган янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида»ги ПФ-60-сон Фармони ни 1-иловасида келтирилган 89-мақсади айнан фуқароларнинг ахборот олиш ва тарқатиш эркинлиги борасидаги ҳуқуқларини янада мустаҳкамлашга қаратилган бўлиб, фуқароларнинг ахборот коммуникация воситаларидан фойдаланиш маданиятини ошириш масаласига катта эътибор қаратилган.

XXI аср дунё цивилизациясида жамиятнинг глобал ва ахборот хусусиятларининг устун келиши билан тавсифланади. Миллий сиёсатлар ва иқтисодиётларнинг яқинлашуви ва бир-бири билан ўзаро боғланиб бориши борган сари глобал миқёсни олмоқда, шу билан бирга бу жараёнлар ахборот-коммуникация технологияларининг (АКТ) кескин ривожланиши ва АКТни интеграциялашаётган мамлакатларнинг ижтимоий-иқтисодий, сиёсий ва маданий ҳаётининг турли жабҳаларини қамраб олмоқда. Замонавий ахборот коммуникация технологияларининг имкониятлари чексиз, у шиддат билан ривожланмоқда, уни жорий қилиш масаласи мамлакат

стратегик вазифасининг устувор йўналишига айланмоқда.

Сўнгги йиллар давомидаги техника ва технологиялар тараққиёти ахборот манбалари ва ахборот етказиб берувчилари (кутубхоналар, архивлар, Интернет) фаолиятининг беқиёс кенгайишига олиб келиб, фуқароларга унинг улкан ҳажмидан фойдаланиш ва алмашиниш имконини яратди. Ахборот маълумот бериш хизматига бўлган талаб, шу билан бир қаторда, Интернет тармоғидаги улкан миқдордаги пулли ва бепул онлайн ресурсларининг пайдо бўлиши, ахборот маълумот хизматининг мазкур жиҳатини ҳар доимгидан ҳам юксак даражага кўтарди. Ахборот, дунё ҳақида маълумот ва билимлар тўплами сифатида, уни етказиш услубияти ва технологияси, шунингдек уни тарқатиш ва фойдаланувчиларга етказиш тартиби замонавий жамият фаолиятида муҳим воситага айланиб бормоқда.

Бугун ҳаётимизнинг барча жабҳаларига ахборот-коммуникация ва компьютер технологияларининг кириб келгани ҳамда жадал ривожланиш йўлига ўтгани жамият тараққиётига катта ўзгаришлар олиб кирди. Зеро, бу ўзгаришларнинг асосини ахборотлашув, телекоммуникация ва компьютер технологиялари ташкил этади. XXI аср – ахборотлашган жамият асридир.

Ахборотлашган жамият деб, унда фаолият юритаётган кишиларнинг кўп қисми ахборотни, айниқса, унинг энг олий шакли бўлган билимларни ишлаб чиқариш, сақлаш, қайта ишлаш ва сотиш билан банд бўлган жамиятга айтилади.

Ахборот-коммуникация технологиялари соҳасининг мутахассис олимларидан бири Арипов Абдулла Нигматович фикрларига кўра, ахборолашган жамиятнинг асосий белгилари қуйидагилардан иборат:

• жамият ҳаётида ахборот ва билимлар ролини ортиши ва уларнинг кишилар фаолияти турли соҳалари ривожланишига таъсирининг кучайиши;

• ахборот йиғиш, қайта ишлаш, сақлаш узатиш ва унга кириш ҳуқуқига эга бўлиш имкониятининг сезиларли даражада ортиши;

• жамиятда марказлашмаган жараёнларнинг чуқурлашуви;

• ахборот индустриясида банд бўлганлар сонининг ортиши ҳисобига бандликнинг замонавий шаклларига ўтиш ва янги меҳнат ресурсларини шакллантириш;

• кишиларнинг самарали ахборот алмашинуви, уларнинг жаҳон ахборот ресурсларига киришларини таъминловчи, ахборот маҳсулотлари ва хизматларига бўлган эҳтиёжларини қондирадиган глобал ахборотлашган майдонни яратишдир.

Ҳозирда янги технологик манбалар пайдо бўлиб бормоқда, улар ахборот асрининг ўзига хос хусусиятига айланиб, кишиларга ўзаро ҳамкорлик қилиш учун янги имкониятларни яратиб беради. Ҳозирда маълумотни қизиққан аудиторияга етказиш функцияси нафақат анъанавий оммавий ахборот воситалари, балки ижтимоий медиа, яъни ижтимоий тармоқлар, блоглар, форумлар, фото ва видео-хостинглар томонидан ҳам амалга оширилади. Ижтимоий медиа – бу ижтимоий алоқанинг шаклларидан бири бўлиб, Интернетнинг техник имкониятларидан фойдаланган ҳолда шахслараро алоқани, шунингдек виртуал ҳамжамиятлар ва қизиқиш гуруҳларига интеграциялашган шахслар ўртасида маълумот алмашиниш ва тарқатишни ўз ичига олади.

Хорижга назар ташласак Австралия, Швеция ва Финландияда рақамли тенгсизликни камайтириш учун асосан мобил қурилмалар орқали Интернет хизматларни кўрсатиш, узоқ ҳудудларда хизматни жорий этган компанияларга солиқ имтиёзларни тақдим қилиш ва соҳага давлат хусусий шерикчилиги кенг жалб қилиш орқали муаммо бартараф этилган.

Норвегия, Данияда АКТ воситаларини ишлаб чиқарувчиларига имтиёзли солиқ тизими қўлланиши ҳамда импорт учун божхона чекловларни олиб ташлаш орқали рақамли тенгсизликни бартараф этиш чоралари олиб борилган.

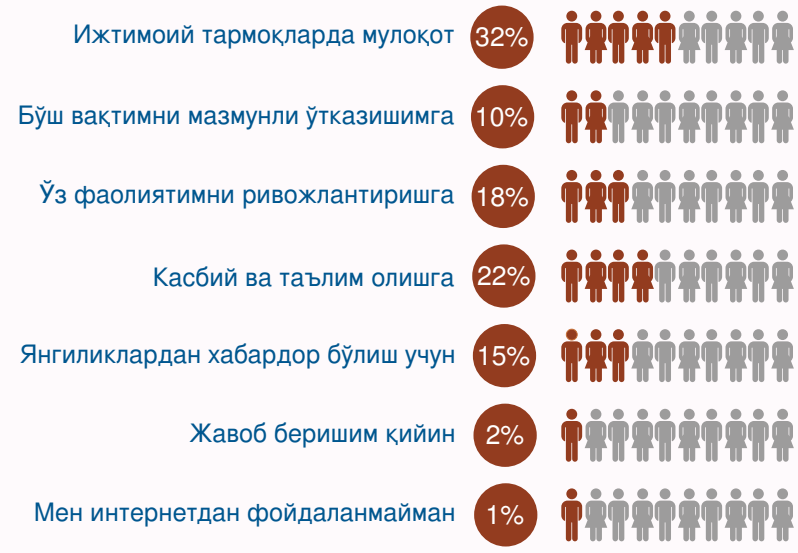
Интернет ва рақамли технологияларнинг жамият ҳаётига таъсири натижасида коммуникация соҳасида шахсий ва жамоавий чегара йўқолиб, ўзаро алоқалар ижтимоий реалликдан тармоқдаги виртуал шаклга ўтиб бормоқда. Бу борада Мануэль Кастельс рақамли технологияларга асосланган коммуникациялар тизими барча маданият кўринишларни жамиятга тезроқ намоён қилиши учун имкон яратади. Бу жараёнда баъзи бир маданият шаклларининг йўқ бўлиш эҳтимолини кучайтиради. Хусусан, рақамли технологиялар самарали жорий эта олмаган жамиятдаги маданият намуналарида «технологияларга бўйсуниш» синдроми юзага келишини таъкидлайди.

Маршалл Маклюэн рақамли технологиялар кишилар ўртасидаги муносабатларнинг виртуаллашуви инсон тафаккурида ўзгариш-

Ахборотлашган жамият деб, унда фаолият юритаётган кишиларнинг кўп қисми ахборотни, айниқса, унинг энг олий шакли бўлган билимларни ишлаб чиқариш, сақлаш, қайта ишлаш ва сотиш билан банд бўлган жамиятга айтилади

Ижтимоий медиа – бу ижтимоий алоқанинг шаклларидан бири бўлиб, Интернетнинг техник имкониятларидан фойдаланган ҳолда шахслараро алоқани, шунингдек виртуал ҳамжамиятлар ва қизиқиш гуруҳларига интеграциялашган шахслар ўртасида маълумот алмашиниш ва тарқатишни ўз ичига олади

Интернет ва рақамли технологияларнинг жамият ҳаётига таъсири натижасида коммуникация соҳасида шахсий ва жамоавий чегара йўқолиб, ўзаро алоқалар ижтимоий реалликдан тармоқдаги виртуал шаклга ўтиб бормоқда



1.расм Сиз, асосан, интернет тармоғидан қандай мақсадларда фойдаланасиз?

лар билан бир қаторда ижтимоий эҳтиёжларни қондиришда «рақамли боғлиқлик»ни юзага келтиришини билдириб ўтган.

Рус тадқиқотчиси С. А. Коршунова эса ушбу йўналишдаги маданият шаклларни «рақамли ёшлар» тоифасига хос эканлигини таъкидлаб, ўзига ҳос муносабат шакллари, Z – авлод вакилларни индивидуализмга йўналтирилган, тафаккур тарзи билан улғайиши, машҳурликка интилиши, виртуал таъсир асосидаги яшаш тарзи, коммуникатив нобарқарор тарздаги ижтимоий ҳаёт кечириши билан боғлиқ деб ҳисоблаган.

Ахборот макони рақамлаштирилиб борилар экан, ундаги маълумотлар ҳам чексизликка қараб интилиб боради. Бу жараёнда ахборот мазмунини таҳлил қилиш, кейин эса унинг истеъмоли ва алмашинувини амалга ошириш муҳим саналади

Мамлакатимиздаги ислоҳотларнинг негизида ёшларнинг социал муҳит шарт-шароитларига ижтимоийлашувдаги хусусиятлар трансформациялашган жамият ва унинг оқибатида вужудга келган субъектив вазиятларга боғлиқ бўлиб қолмоқда. Бу жараёнда ёшларни ахборот олиш маданияти ва ахборот алмашинув маданиятининг социологик нуқтаи назардан илмий таҳлил қилиниш зарурати юзага келди. Интернет тармоғи ва ахборот технологиялари имкониятларидан ҳамма вақт ҳам унумли фойдалана олмаслик, баъзи ҳолатларда мавжуд ахборот оқимига нисбатан мафкуравий иммунитетнинг етишмаслиги уларнинг технологик трансформациялашган жамиятга ижтимоийлашуви қийин кечаётганидан далолат беради.

Ҳозирги даврда жамоатчилик томонидан интернет, аудио ва видео маълумотларни алмашиш орқали электрон конвергенциянинг ривожланиши, турли янгилик ва маълумотлар олиш, ижтимоий тармоқлар орқали кишиларнинг ўзаро ахборот алмашинуви маданияти, мулоқот қилишда трансформация таъсирига доир ижобий ва салбий фикрлар билдирилмоқда. Айниқса, ёшларнинг ўзига хос ёшга доир хусусиятлари, ижтимоий муносабатлардаги кескин ўзгаришларни турлича талқин қилиш мумкин.

Маълумки, ҳозирги кунда ахборот алмашинуви жараёнида интернет тармоғи асосий ўринни эгаллаб келмоқда, шу билан бирга, бошқа воситалар ҳам ўз фаолиятини замонавий тенденциялар асосида қайта кўриб чиқиб, ахборот маконида рақобат олиб бормоқда. Айни шу рақобат муҳитида ахборот соҳасининг рақамли технологиялар асосида амалга оширилиши ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчилардан янги ахборот маданияти шаклларини ўзлаштиришни талаб этмоқда.

Ёшларнинг ахборот олиш маданияти ва ахборот алмашинув маданиятини ўрганиш мақсадида олий таълим муассасаларида таҳсил олаётган талаба ёшлар ўртасида сўровнома ўтказилди. Тадқиқотимиздан ўрин олган: «Сиз, асосан, интернет тармоғидан қандай мақсадларда фойдаланасиз?» деб мурожаат этганимизда, уларнинг 32%, «ижтимоий тармоқлардан мулоқот учун» деб жавоб беришган. Ушбу савол доирасида респондентларга бир нечта жавоб вариантини белгилаш имкони берилган бўлиб, респондентларнинг 15% янгиликлардан хабардор бўлиш учун интернетдан фойдаланишса, жавобларда касб ўрганиш, таълим олиш зарурати (22%) ҳамда ўз фаолиятини ривожлантириш учун (18%) каби ахборот алмашинувидаги янги тенденциялар ҳам кузатилди. **(1-расм)**

Ахборот макони рақамлаштирилиб борилар экан, ундаги маълумотлар ҳам чексизликка қараб интилиб боради. Бу жараёнда ахборот мазмунини таҳлил қилиш, кейин эса унинг истеъмоли ва алмашинувини амалга ошириш муҳим саналади. Сўровнома доирасида айни шу масалада респондентларга: «Илтимос, ўзингиз фойдаланадиган интернет сайтлари ва ижтимоий тармоқ маълумотларини баҳоланг» қабилидаги савол билан мурожаат этилди. Унга кўра, ўқувчиларни мустақил фикрлашга ва билим олиш имкониятини оширишга респондентларнинг 62,5%и ижобий таъсир этади, деган тўхтамга келган бўлса, 31 %и яхши таъсир этади деб жавоб беришган. Шундан келиб чиқиб айтадиган бўлсак, ҳозирги кунда интернет ва ижтимоий тармоқларда фойдаланувчилар билими ва таржрибасини оширишга қаратилган контентлар кўпайиб бормоқда. Бундан ташқари, шахсий мулоҳаза қобилиятини ривожлан-

тиришини деярли 66% респондент яхши ва ижобий баҳолашган бўлса, айни жавоб вариантида «салбий таъсир этади», деб ҳисобловчилар 25,2% ни ташкил қилган.

Шунингдек, респондентлар интернет тармоғини турли товар-хизматлар рекламаси учун имкониятига (45,8%) ҳамда фойдаланувчилар бўш вақтини мазмунли ўтказишга ёрдам беришига (56,2%) ижобий таъсир этишини баҳолашган бўлса-да, бу борада салбий қарашга эга респондентлар мос равишда 47,3% ва 37,8% ни ташкил этиши ушбу йўналишдаги ахборотларни ёшлар бирдек қабул қила олмаслигини билдирмоқда.

Интернет сайтлари ва ижтимоий тармоқларнинг жаҳон ахборот макони билан алоқа ўрнатиш имконияти талаба-ёшлар томонидан ижобий баҳоланиб, уларнинг улуши 93,4% ни ташкил қилган, фақатгина 2,3% респондент интернет сайтларнинг ушбу имкониятини салбий баҳолаган. Интернет сайтлари ва ижтимоий тармоқларнинг шахсий маълумотларни бошқалар билан баҳам кўриш воситаси сифатидаги функцияси 22,5% респондент томонидан салбий баҳоланган бўлса, энг эътиборлиси – 65,1% респодентнинг жавоби ижобий руҳда бўлган. Таъкидлаш лозимки, қўйилган барча мезонлар бўйича салбий жавоб вариантларининг ўртача улуши 22% дан ошмаган. Бу ёшларимиз томонидан ушбу ахборот воситаларининг ўзлари учун қулай ва фойдали бўлган контентларидан фойдаланишаётганини билдирса-да, тадқиқотимиз доираси бир ОТМ талабаларини қамраб олганлиги ҳам бундай кўрсаткичларга сабаб бўлган. Бундан ташқари, сир эмаски, интернет сайтлари ва ижтимоий тармоқларда кўплаб салбий таъсирга эга ахборотлар мавжуд, улар борасида уюшмаган ёшлар ёки мигрант сифатида чет элда юрган ёшларимиз бошқача фикрда бўлишлари мумкин.

Маълумки, рақамли ахборотлар истеъмолчига тез ва осон етказилиши билан ажралиб туради. Шу билан бирга, ахборот истеъмолчиси бир вақтнинг ўзида уни қайта ишловчиси ёки тарқатувчисига айланиши ахборот алмашинуви маданиятидаги ўзига хосликлардан бири ҳисобланади. Бу борадаги тенденцияларни аниқлаш мақсадида респондентларнинг интернет сайтлари ва ижтимоий тармоқлардан олган маълумотларини бошқаларга улашиши борасидаги фикрлари ўрганилди. Унга кўра, респондентларнинг деярли 60% и маълумотларни бошқалар билан баҳам кўришини таъкидлаган. Улар жавобларида бошқалар янгиликлардан бехабар қолиб кетмасликлари, ўзларига ёққан нарсаларни бошқалар билан баҳам кўриш ҳисси юқорилигини таъкидлашган, 19% респондент баъзан вазият ва маълумотга қараб, бу ишни амалга оширишини билдирган бўлса, 12% респондент ҳар қандай ахборотни ҳар ким ўзи излаб топгани маъқул, деб ҳисоблашади. Эътиборлиси, 9% респондентнинг фикрича, баъзи интернет сайтлари ва ижтимоий тармоқларда маълумотларни тарқатганлик учун рағбат берилишини ҳам белгилаб ўтишган. Бу ҳам ижтимоий тармоқ маркетинги ёки ахборот тарғиботида кенг қўлланилаётган технология бўлиб, кенг жамоатчиликни жалб қилган ҳолда маълумотнинг долзарблигини оширишга қаратилган. Лекин ушбу технологиядан турли ахборот-психологик таъсир этиш учун ҳам фойдаланиш мумкинлигини унутмаслигимиз керак. **(2-расм)**

Респондентларга, интернет ва ижтимоий тармоқ орқали қандай мазмундаги маълумотлар улашишини аниқлаштиришга ҳаракат қилдик, ушбу саволга респондентларнинг жами 85% и ўз муносабатини билдирган бўлса, шулардан 3%и «жавоб беришим қийин» вариантида тўхталишган. Шунингдек, саволнинг хусусиятидан келиб чиқиб, респондентларга бир нечта жавоб вариантини танлаш имконияти берилган. Сўров натижаларига кўра, респондентларнинг 59%и таълим ва бошқа ўқув манбаларига оид маълумотларни бир-бирлари билан алмашинишган. Бу ҳолат, асосан, тадқиқот иштирокчиларининг ОТМ талабаси эканлиги ҳамда таълим ва касбий маҳоратини ошириш бугунги кунда долзарб аҳамият касб этиши, шунингдек интернет

Интернет сайтлари ва ижтимоий тармоқларнинг жаҳон ахборот макони билан алоқа ўрнатиш имконияти талаба-ёшлар томонидан ижобий баҳоланиб, уларнинг улуши 93,4% ни ташкил қилган, фақатгина 2,3% респондент интернет сайтларнинг ушбу имкониятини салбий баҳолаган



2-расм. Сиз интернет сайтлари ва ижтимоий тармоқлардан олган маълумотларни бошқалар билан баҳам кўрасизми?

Баъзи бир таълим йўналишларида рақамли ахборот технологияларини жорий қилиш бўйича муаммолари мавжуд. Бу, ўз навбатида, ёшларнинг етук мутахассис бўлиб етишишига салбий таъсир қилибгина қолмай, касбий фаолияти доирасидаги ахборот алмашинувига ҳам таъсир этади

Мутахассисларнинг фикрича, улар интернет журналистикасининг янги авлоди бўлиб, блогерлар бир йўналишда ижод қилмайди, жамиятдаги трендларга ахборотни мослаштириб, тарқатиб маълум масала бўйича жамоатчилик фикрини шакллантиришга таъсир қилишга уринишади

тармоғида ўқув манбаларидан фойдаланиш ва ўзаро алмашиниш қулай эканлиги билан изоҳланади.

Респондентларнинг 1/3 қисми (36%) фойдали маслаҳатлар, касб-ҳунар сирлари ҳақидаги (32%) маълумотларни ҳамда ижтимоий-сиёсий янгиликларни (26%) бошқалар билан баҳам кўришини билдирган. Юқоридаги жавоблардан хулоса қилиш мумкинки, талаба-ёшлар ўртасидаги ахборотлар алмашинуви нисбатан ижобий кўринишда бўлиб, ўзларнинг жамият ҳаётига ижтимоий мослашуви ва ўз фаолиятини ривожлантириш истиқболларини белгилашда фаол эканликларидан далолат беради.

Шунингдек, ушбу сўров доирасида талаба-ёшлар орасида бўш вақтини ўтказишга мўлжалланган материаллар (19%), шахсий ҳаётига оид маълумотлар (9%), турли товар ва хизматлар рекламаси (8%) каби жавоб вариантларини белгилашган. Бу бугунги ёшлар орасида ушбу ахборот воситалари улар ижтимоий ҳаётининг бир қисмига айланганлигидан далолат беради. **(3-расм)**

Шунингдек, социологик тадқиқот натижалари таҳлилига кўра, ОТМда таҳсил олаётган талабалар жаҳон электрон илмий-таълимий ресурсларидан фойдаланиши бўйича: 26% – EBSCO, 41% – eLibrary, 10% – JSTOR, 11% – ProQues, 6% – Emerald, 6% респондент Springer, деб жавоб қайтарган. Тадқиқот таҳлилига кўра, eLibrary ва EBSCOга талаб кўплиги маълум бўлди. **(4-расм)**

Шунингдек, талабалар хорижий илмий-таълим онлайн ахборот ресурсларидан веб-сайтлар орқали ҳам фойдаланиши замонавий таълимнинг ривожланиши ахборот технологияларининг такомиллашиши билан эмас, балки илмий-таълим ахборотнинг янги манбалари мавжудлиги билан белгиланмоқда. Электрон таълим ресурсларидан фойдаланиш ўқув ва илмий фаолиятда муҳим ўрин тутади. Таълим соҳасида олиб борилаётган ислоҳотлар замирида, асосан, бир нечта хорижий тилларда эркин гаплашиб, инглиз тилини мукаммал биладиган ёшларимиз, илмий-таълим онлайн ахборот ресурсларидан муаммосиз фойдаланиш кўрсаткичи динамик ўсаётганлиги аниқланди.



3-расм. Сиз таҳсил олаётган йўналишингиз бўйича ахборот-коммуникация технологияларини қўллаш имкониятини қандай баҳолайсиз?

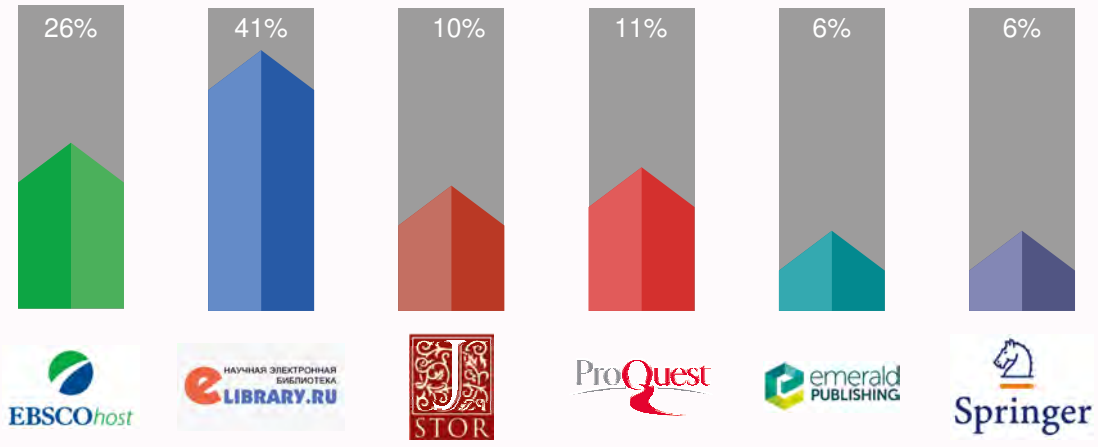
Баъзи бир таълим йўналишларида рақамли ахборот технологияларини жорий қилиш бўйича муаммолари мавжуд. Бу, ўз навбатида, ёшларнинг етук мутахассис бўлиб етишишига салбий таъсир қилибгина қолмай, касбий фаолияти доирасидаги ахборот алмашинувига ҳам таъсир этади. Шунингдек, бўш вақтдан самарали фойдаланиш ахборот-психологик хуружлар таъсирига тушиб қолмасликларида ҳам энг таъсирчан чора-тадбирлар сирасига киради.

Central Asian Bureau for Analytical Reporting (CABAR.asia) томонидан олиб борилган тадқиқотларига кўра, ўзбекистонликлар ижтимоий тармоқ ва мессенжерларни муқобил ахборот манбаи сифатида кўра бошлаган ва 16-45 ёш оралиғидаги кишиларнинг асосий ахборот алмашинуви манбаига айланган. Шунингдек, Telegram мессенжерида ахборотлар устидан назоратни амалга оширишнинг мураккаблиги шундаки, турли тақиқланган ахборотлар ҳамда фейк хабарларнинг тарқалиши учун қулай шароит яратган бўлиб, бу, ўз навбатида, ахборот аудиториясини кенгайтиришга таъсир кўрсатган.

Мессенжерда ижтимоий-сиёсий ҳодиса ва жараёнларга доир шахсий фикрларини ўз обуначиларига етказиш, уларнинг мурожаатларни ўрганиш, ўз аудиториясига маълум нуқтаи назарни сингдирувчи блогерлар фаолияти ҳам оммалашган. Мутахассисларнинг фикрича, улар интернет журналистикасининг янги авлоди бўлиб, блогерлар бир йўналишда ижод қилмайди, жамиятдаги трендларга ахборотни мослаштириб, тарқатиб маълум масала бўйича жамоатчилик фикрини шакллантиришга таъсир қилишга уринишади.

Э.Тоффлернинг фикрича, инсоният ахборотлаштириш орқали «эволюцион тараққиётнинг янги даврига қадам қўймоқда. Бу шунчаки ўзгартирилган жамият эмас, балки бутунлай янги жамиятни қуришдир». Бундай жамиятни қуриш осон бўлмай, кўплаб назарий ва амалий аспектдаги чуқур илмий тадқиқотлар олиб борилишини талаб этади.

Ҳозирги глобаллашув шароитида ёшларимизнинг камолоти ва унинг фаолияти тараққи-



4-расм. Талабаларнинг жаҳон электрон илмий-таълим ресурсларидан фойдаланиш кўрсаткичи (% ҳисобида)

ёти, пировардида, жамият тараққиёти ҳам ўзаро ахборот алмашинув жараёнларининг қай даражада самарали ташкил этилиши ва кечишига боғлиқ бўлиб, ушбу жараёнлардаги мулоқот ва коммуникацияни ахборот технологиялари ёрдамида амалга ошириш замонавий жамиятнинг қадриятлари сифатида намоён бўлиб бормоқда. Бундан ташқари, таълим ахборот олиш маданиятини шакллантиришда катта аҳамиятга эга бўлиб, таълим олиш тизимидаги ривожланиш ва ҳар бир кишини самарали тарзда ахборот воситаларидан фойдалана олиши жамиятнинг юксалишига сабаб бўлувчи омил сифатида баҳоланади.

Хулоса ўрнида шуни таъкидлаш лозимки, бугунги кунда ижтимоий тармоқлар ва мессенжерлар ахборот алмашинувининг асосий воситасига айланиб, жамоатчилик фикрини шакллантиришда кенг қўлланиши мумкин. Кишилардаги ахборотга бўлган эҳтиёжни қондириш учун анъанавий ОАВнинг имкониятлари тобора қисқариб бормоқда. Шу билан бирга, ахборотни чеклаш, ёпиб қўйиш ёки ахборот олишни тақиқлаш билан муаммо ҳал бўлмаган ҳолда ахборот тизимини бошқариш, тартибга солиш, ундан фойдаланиш меъёрларини ишлаб чиқиш бугунги куннинг энг долзарб масалаларидан бири бўлиб қолмоқда.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 28 январдаги «2022 — 2026 йилларга мўжалланган янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида»ги ПФ-60-сон Фармони.

2. Тешабаев Т.З.,Отақўзиева З.М. Ахборотлашган иқтисодиёт: Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги томонидан дарслик сифатида тавсия этилган: Ўзбекистон Республикаси ахборот технологиялари ва коммуникацияларини ривожлантириш вазирлиги; Муҳаммад ал-Хоразмий номидаги Тошкент ахборот технологиялари университети –Тошкент: Алоқачи 2017. –Б.17.

3. Тешабаев Т.З.,Отақўзиева З.М. Ахборотлашган иқтисодиёт:Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги томонидан дарслик сифатида тавсия этилган: Ўзбекистон Республикаси ахборот технологиялари ва коммуникацияларини ривожлантириш вазирлиги; Муҳаммад ал-Хоразмий номидаги Тошкент ахборот технологиялари университети –Тошкент: Алоқачи 2017. –Б.26

4. Jonathan Obar, Steven Wildman. Social Media Definition and the Governance Challenge - An Introduction to the Special Issue. — Rochester, NY: Social Science Research Network, 2015-07-22. — № ID 2663153.

5. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура.- Москва: ГУ ВШЭ, 2000.- 608 с.

6. Коршунова С. А. Трансформация современной молодёжной субкультуры в условиях развития цифрового общества // Alma mater. Вестник высшей школы. 2019. № 6.- С. 77–81.

7. Маклюэн М. Галактика Гутенберга: Становление человека печатающего / пер. И. О. Тюриной. Изд. 2-е. М.: Акад. Проект: Гаудеамус, 2013.- 496 с.

8. https://cabar.asia/ru/auditoriya-tsentralnoj-azii-poluchaet-novosti-iz-sotsialnyh-setej-i-messendzherov-issledovanie-iwpr/ Мурожаат санаси: 20.02.2021 й.

9. Тоффлер Э. Шок будущего. –М.:АСТ, 2001.–С.669. ■