



O'ZBEKISTON JURNALISTIKA VA  
OMMAVIY KOMMUNIKATSIYALAR  
UNIVERSITETI



## MEDIA MAKONIDA IJTIMOYIY TARMOQLAR FAOLIYATI

**Kallibekova Gulnara**  
*Qoraqalpoq davlat  
universiteti o'qituvchisi*

**Sadetova Ilmira**  
*Qoraqalpoq davlat  
universiteti talabasi*

**Annotatsiya:** Hozirgi kunda butun dunyo bo'yicha ko'pgina insonlar ijtimoiy tarmoqlardan keng foydalanib kelmoqda. Bu insoniyat uchun juda ko'p sohalarda keng imkoniyatlar ochib beradi. Axborot muloqoti shaxsni tarbiyalash, ta'lim berish va shakillantirishning asosini hosil qiladi.

**Kalit so'zlar:** Internet, ijtimoiy tarmoqlar, media, tarmoq, informatsiya, auditoriya.

**Аннотация:** В настоящее время многие люди во всем мире широко используют социальные сети. Это открывает широкие возможности для человечества во многих областях. Информационная коммуникация формирует основу воспитания, обучения и формирования личности.

**Ключевые слова:** интернет, социальные сети, медиа, сеть, информация, аудитория.

**Annotation:** Nowadays, many people around the world use social networks extensively. This opens up great opportunities for humanity in many areas. Information communication forms the basis of education, training and personality formation.

**Key words:** Internet, social networks, media, network, information, audience.

XXI asr axborotning nazariy va amaliy ijodi eng cho'qqisiga yetgan asr. Shuning uchun ham bugungi kunda XXI asrni axborot asri deb ta'kidlashmoqda. Jahon tajribasidan ma'lumki, davlat axborot infrastrukturasi rivojlanishi jamiyat va davlatning hamma jabhalarini, jumladan, odamlarning dunyoqarashini va ularning mehnat, ijtimoiy va siyosiy hayotida ishtirok etishi shartlarini o'zgartirib jamiyat rivojlanishini tezlashtiradi. Har xil axborot texnologiyalari, avtomatlashtirilgan sistemalar va ma'lumotlar bazasi davlat strukturalarini, iqtisodiyotini va mamlakat mudofaasini boshqarishning ajralmas qismi bo'lib qoladi. Bugungi kunda yanada rivojlanib, o'zining yangi yo'nalishlariga ega bo'lib borayotgan internet jurnalistikasi keng qamrovliligi va auditoriyasining chegara bilmasligi bilan ajralib turardi. Zamonaviy OAV turi hisoblangan internet jurnalistikasi OAV taraqqiyoti, uning vazifalarining kengayishi, ishlab chiqarish va texnika sohasidagi keskin o'zgarishlar, jurnalistika va jamiyat o'rtasidagi munosabatlarning murakkablashuvi jurnalistlar oldiga yangi vazifalarni qo'yimoqda. Bir vaqtning o'zida yangiliklar yoza oladigan,



O'ZBEKISTON JURNALISTIKA VA  
OMMAVIY KOMMUNIKATSIYALAR  
UNIVERSITETI



intervyu olish, rasm va videoga tushirish mahoratini egallay olgan, internet uchun materiallar tayyorlay oladigan universal jurnalistlarni yetishtirish hozirgi kunda muhim. Shu bilan birga ushbu an'naviy jurnalistika malakaga endilikda yana texnik xarakterdagi matematik va muhandislik kabi sohalar bo'yicha ham malaka hamda ko'nikmalarni hosil qilishga to'g'ri kelyapti. Bu, ayniqsa, internetdan foydalanuvchi jurnalistlar uchun juda zarurdir. Shunday qilib, turli sohalarining konvergensiya jurnalistlardan ham universallaashish, ham ixtisoslashuvi talab etadi. Universal jurnalist bu muayyan bir sohani to'liq egallagan mutaxassis ham demakdir.

Bugungi kunda ijtimoiy tarmoqlar hayotimizning ajralmas qismiga aylanib ulgurdi. Albatta, ularning o'ziga yarasha ijobiy va salbiy jihatlari bor. Axborot asrida zamonaviy texnologiyalar hayotimizga tobora ko'proq kirib boryapti. Kelajak hayotini internet va hali kashf etilmagan yuqori texnologiyalarsiz tasavvur etib bo'lmaydi. To'g'ri, ular ijobiy va salbiy xususiyatlarga ega. Biroq yuksak texnologiyalardan unumli foydalanmaslik yoki yoshlarga olabo'ji qilib ko'rsatish faqat va faqat zarar keltiradi, xolos. We Are Social xalqaro agentligi mutaxassislari ijtimoiy tarmoqlarning oylik auditoriyasi to'rt milliard foydalanuvchiga ko'payganligi hisoblab chiqishdi. Bu dunyo aholisining 53 foizida Internet -profil mavjudligini anglatadi, deyilmoqda Digital 2020 tomonidan e'lon qilingan oktyabr oyi hisobotida. Tadqiqot natijalariga ko'ra, o'tgan yilning o'zida foydalanuvchilar safiga yana 450 million kishi qo'shilgan. «Kelajakda har kuni yana ikki million yangi foydalanuvchilar Facebook, Twitter va boshqa shu kabi tarmoqlarga qo'shilishadi, bu sekundiga 14 kishini tashkil etadi», - deya taxmin qilishmoqda tadqiqot mualliflari. «Eng tez rivojlanayotgan ijtimoiy tarmoq hozirda Instagram bo'lib, so'ngi uch oy ichida uning auditoriyasi 76 million yangi foydalanuvchilar bilan to'lgan. Ammo foydalanuvchilarning umumiy miqdoriga ko'ra, u hamon Facebook, YouTube va boshqa ba'zi platformalardan ortda qolmoqda», - deya qayd etgan We Are Social. Internet va ijtimoiy tarmoqlardan foydalanishda ham oltin qoidaga – me'yorni unutmaslik shartiga amal qilish zarur.

Ijtimoiy tarmoqlarda video, audio, surat, biror – bir shaxs yoki maslakdoshlarni topish juda oson. Ijtimoiy tarmoqlar, ayniqsa messenjerlar axborot almashishda juda katta qulayliklar berdi. Turli shakldagi axborotlarni uzatishni keskin osonlashtirib yubordi. Yuborilgan ma'lumotlar messenjerlarning o'zida saqlanishi sababli interneti bor istalgan joyda ulardan foydalanish mumkin, hatto o'z qurilmangdan o'chirib yuborgan bo'lsangiz ham.





Ijtimoiy tarmoqlarning eng eng maqtoqli, ahamiyatli jihatlaridan biri – ilm olish, kasb -hunar o‘rganishdagi beqiyos yordamdir. Kundalik turmushda duch kelinadigan turli yumushlarni bajarishni ham internet, xususan ijtimoiy tarmoqlar yordamida oson o‘zlashtirish mumkin. Oddiy misol, ayollar bichish - tikish yoki pazandalik sirlarini YouTube tarmog‘idagi kanallardan bemalol o‘zlashtira oladi. Ijtimoiy tarmoqlarda og‘ir hayotiy vaziyatga tushib qolganlar, yetim – yesirlar, nogironlar, bir so‘z bilan aytganda moddiy – ma‘naviy himoyaga muhtoj qatlamga yordamlar uyushtirish mumkin. Bu ayniqsa so‘nggi yillarda tobora keng quloqch yoyyapti. Mana shunday ko‘maklar ko‘plab kishilarning dardiga malham bo‘layotgani haqida ommaviy axborot vositalari tez- tez xabar berib turibdi.

2021-2022 yilda eng faol foydalanuvchilar ijtimoiy tarmoqlar.

1. Facebook: 2,74 milliard
2. YouTube: 2,291 mln
3. WatsApp : 2000 mln
4. Facebook Messenger: 1,3 mlrd
5. Instagram: 1,221 mln
6. WeChat: 1,213 mln
7. LinkedIn: 750 mln
8. Tik Tok: 689 mln
9. Savol: 617 mln
10. QZone: 517 mln
11. Sina Veybo: 511mln
12. Telegram: 500 mln
13. Snapchat: 498 mln
14. Kuaishou: 481 mln
15. Pinterest: 442 mln
16. Reddit: 430 mln
17. Twitter: 353 mln
18. Tumbir: 327 mln
19. Quora: 300 mln
20. Twitch: 140 mln.

Umuman olganda, monetizatsiya qilish usullari tobora ko‘payib bormoqda. Bugungi kunda dunyo miqyosida allaqachon ommalashib ulgurgan ijtimoiy tarmoqlar





ommaviy axborot vositalari ya'ni gazetalar, jurnallar, Internet, radio, televideniya va boshqa turdagi muloqot usullari, tizimlarini tushunishimiz mumkin. Ommaviy axborot vositalari ozi nima shu haqida dastlab ma'lumot berib o'tsak keng ommaga axborot yetkazish, tarqatish, vositalardir.

2021-yil hisobiga ko'ra, O'zbekistonda faoliyat olib borayotgan ommaviy axborot vositalarining soni 1893 taga teng. Misol uchun:

- 642 ta gazetalar;
- 482 ta jurnallar;
- 17 ta axborotnoma -byulleten;
- 37 ta radio aloqalar;
- 72 ta televideniya vositalari;
- 5 ta axborot agentliklari;
- 638 ta internet nashr va veb-saytlardir.

Ma'lumot uchun shuni aytish kerakki, 2016 yilda O'zbekistonda faoliyat olib borayotgan OAVning soni 1514 ta bolib, bugunga kelib ular 379 taga ko'payganini ta'kidlab o'tishimiz zarur. O'zbekiston respublikasi so'z erkinligi bo'yicha 2022-yil statistikaga yuzlanadigan bo'lsak 133-o'rinni egallab turibdi. Barshamizga ma'lumki OAVdan erkin foydalanish bilan birga javobgarligi aniq belgilab qo'yilgan. Masalan: O'zbekiston Respublikasining Ommaviy axborot vositalari to'g'risidagi qonunning 2-moddasida keltirilishicha, O'zbekiston Respublikasida ommaviy axborot vositalari erkin bo'lib, ular O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasiga, ushbu Qonunga va boshqa qonun hujjatlariga muvofiq faoliyat ko'rsatadi. OAVdan axborotni izlash, o'lish va tarqatish huquqidan foydalanadilar hamda o'zlari e'lon qilayotgan axborotning to'g'riligi va haqqoniyligi uchun qonun hujjatlarida belgilangan tartibda javobgar bo'ladilar. 2- moddasida esa har kim ommaviy axborot vositalarida mustaqil chiqish, o'z fikri va e'tiqodini oshkora bayon etish, fikr -mulohaza, taklif, e'tirozni namoyish etish huquqiga ega ekanligi borasida so'z boradi.

Jamiyatimiz yoshlari orasida internet tarmog'idan keng foydalanish bilan birgalikda turli xil separatizm g'oyasi ostida tashkil etilgan guruhlar, oqimlarni provakatsiyalariga ergashmoqdalar. Hozir dunyo bo'ylab tarqalgan bir qator saytlarni misol qilishimiz mumkin:

Ijtimoiy tarmoq nomi va foydalanish o'rni bo'yicha

- Facebook;





- Tik Tok;
- WatsApp;
- Instagram;
- Telegram;

Keyingi o'rinlarda ushbu tarmoqlar turishi keltirilgan.

- Twitter;
- Odnoklassniki;

Qaysi davlatga tegishli: (U.S) Amerika 1- o'rin, (China) Xitoy 2- o'rin, (U.S.) Amerika 3- o'rin, (U.S.) Amerika 4- o'rin, (Russia) Rossiya 5- o'rin, (U.S.) Amerika, (Russia) Rossiya.

Axborot (Informatsiya) termini “information” lotincha soʻzdan olingan boʻlib, maʼlumot berish, tushuntirish maʼnosini anglatadi. Qadimdan bu tushuncha orqali odamlar oʻrtasida ogʻzaki, yozma va boshqa usullar vositasida maʼlumot almashinish tushunilgan. “Informatsiya” tushunchasiga keng, har tomonlama izohni kibernetika beradi. Uning asoschisi Nobert Viner shunday yozadi: “Informatsiya bu tashqi olamdan olingan maʼlumot mohiyatiga bizning moslashuvimiz va bizning xis – tuygʻularimiz moslashuvi jarayoni bilan izohlanadi”. Ikkinchi tomondan “informatsiya” tushunchasi “maʼlumot bilan taʼminlangan, yaʼni axborot uzatish va uni ommaviylashtirish” maʼnosini ham anglatadi. Axborot – inson va jamiyat hayotidagi oʻziga xos hodisadir. Bir tomondan, axborot bu inson va jamiyat oʻz ehtiyojlarini qondirish va manfaatlarini amalga oshirish maqsadlarida toʻgʻri keladigan harakat yoʻnalishini tanlashadi. Masalan, “koʻchada yomgʻir yogiya” degan axborot sayrga otlangan kishi uchun soyabon olish zarurligi haqida qaror qabul qilishga yordam beradi. Axborot insonga ijtimoiy va texnik meʼyorlarning mazmunini yetkazish, uni ushbu meʼyorlarga amal qilmaslikning bolgʻusi salbiy oqibatlari haqida ogohlantirishning yagona vositasi hisoblanadi.

### Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Muratova N, Qosimova N, Alimova G, Dadaxonov A, Ilyosxonova A, Xolmatova S, Hakimova N. Onlayn jurnalistika va mediada yangi trendlar”-T.: Oʻzbekiston, 2019. – B. 135.
2. Горовик А. А., &Турсунов, Х. Х. У. (2020). Применение средств визуальной разработки программ для обучения детей программированию на примере Scratch. Universum: технические науки, (8-1 (77)), 27-29.





3. Tursunov N.H., Hoshimov U.S. (2022). Ta'lim tizimida ko'zi ojiz o'quvchilarning informatika va axborot texnologiyalari fanida o'qitish texnologiyalar. *Новости образования: исследование в 21 веке*, 1(5), 990-993.
4. Nesterenko F.P., Imazarov K.T., Mamatova Y.M. *Lug'at – ma'lumotnoma: jurnalistika, reklama, pablik rileyshnz.* – T., Zar qalom, 2003. – B. 48.
5. *Принципы международной журналистики и международный обмен информацией.* – М., 1999. С.5.

