



SOCIO-PHILOSOPHICAL ASPECTS OF THE ATTRACTIVENESS OF SOCIAL NETWORKS AND THEIR IMPACT ON YOUTH IN THE INFORMATION SPACE

Khabiba N. Oblomuradova

Associate Professor, PhD in Philosophical Sciences

Department of General Education and Culture

Tashkent State University of Law

E-mail address: h.oblomuradova@tsul.uz

Tashkent, Uzbekistan

ABOUT ARTICLE

Key words: Civil society, youth, information space, social relations, social network, information culture.

Received: 08.08.25

Accepted: 09.08.25

Published: 10.08.25

Abstract: The article analyzes the socio-philosophical aspects of the attractiveness of social networks in the information space and their impact on young people. The article also examines the factors influencing the worldview, culture and activity of youth through social networks in the context of the digital transformation of civil society, freedom of information and virtual relationships.

AXBOROT MAKONIDA IJTIMOYIY TARMOQLAR JOZIBADORLIGI VA YOSHLARNI O'ZIGA JALB ETISHNING IJTIMOYIY-FALSAFIY JIHATLARI

Xabiba N. Oblomuradova

dotsent, falsafa fanlari bo'yicha falsafa doktori PhD

Umumta'lim fanlar va madaniyat kafedrası

Toshkent davlat yuridik universiteti

h.oblomuradova@tsul.uz

Toshkent, O'zbekiston

MAQOLA HAQIDA

Kalit so'zlar: Fuqarolik jamiyati, yoshlar, axborot makoni, ijtimoiy munosabatlar, ijtimoiy tarmoq, axborot madaniyati.

Annotatsiya: Maqolada axborot makonida ijtimoiy tarmoqlar jozibadorligi va yoshlar ongiga ta'sirining ijtimoiy-falsafiy jihatlari tahlil etiladi. Shu bilan birga, fuqarolik jamiyatidagi raqamli transformatsiya, axborot erkinligi va virtual munosabatlar sharoitida yoshlarning dunyoqarashi, madaniyati va faolligiga ijtimoiy tarmoqlar orqali ta'sir etish omillari haqida ham fikr yuritilgan.

СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИЕ АСПЕКТЫ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ И ИХ ВЛИЯНИЯ НА МОЛОДЕЖЬ В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Хабиба Н. Обломуродова

доцент, доктор философии (PhD) по философским наукам

Кафедра Общеобразовательные дисциплины и культура

Ташкентский государственный юридический университет

h.oblomuradova@tsul.uz

Ташкент, Узбекистан

О СТАТЬЕ

Ключевые слова:	Гражданское общество, молодежь, информационное пространство, социальные отношения, социальная сеть, информационная культура.	Аннотация:	В статье
		анализируются социально-философские аспекты привлекательности социальных сетей в информационном пространстве и их влияние на молодежь. Также рассматриваются факторы, влияющие на мировоззрение, культуру и активность молодежи через социальные сети в контексте цифровой трансформации гражданского общества, свободы информации и виртуальных взаимоотношений.	

Kirish

Raqamli davr inson hayotining barcha jabhalariga chuqur ta'sir o'tkazmoqda. Xususan, ijtimoiy tarmoqlar – Facebook, Instagram, Telegram, TikTok kabi platformalar axborot makonida yangi ijtimoiy reallikni vujudga keltirdi. Bu holat, eng avvalo, yoshlarning ongi, faolligi, dunyoqarashi va madaniy identifikatsiyasida o'ziga xos ijtimoiy-falsafiy muammolarni yuzaga chiqardi. Ijtimoiy tarmoqlar muloqot vositasi va ma'naviy ta'sir kuchiga ega.

Globallashuv va raqamli texnologiyalar ta'sirida shakllanayotgan fuqarolik jamiyatida axborot makoni inson hayotining ajralmas qismiga aylandi. Axborot texnologiyalari asosida yaralgan ijtimoiy tarmoqlar – Facebook, Instagram, TikTok, Telegram, X (Twitter) va boshqalar faqatgina aloqa yoki muloqot almashish vositasi emas, balki shaxsiy ong, madaniy qadriyatlar, ma'naviy izlanishlar va ijtimoiy munosabatlarning yangi muhiti sifatida namoyon bo'lmoqda. Ayniqsa, ijtimoiy tarmoqlardan faol foydalanayotgan qatlam hisoblanmish yoshlar axborot makonidagi barcha jarayonlarning markazida turibdi.

Tadqiqotning usullari

Mazkur tadqiqotda ijtimoiy-falsafiy tahlil, qiyosiy tahlil, kontent-tahlil va germeneytik yondashuv asosiy metodologik asos sifatida qo'llanildi. Birinchidan, ijtimoiy-falsafiy tahlil orqali axborot makonidagi ijtimoiy tarmoqlarning jamiyat va shaxs ongiga ta'siri falsafiy kategoriyalar (erkinlik, identitet, qadriyat, reallik va boshqalar) nuqtai nazaridan o'rganildi. Ikkinchidan,

kontent-tahlil orqali TikTok, Instagram, Telegram kabi ommabop ijtimoiy tarmoqlarda yoshlar orasida mashhur bo'lgan media-kontentlar ko'rib chiqildi, ularning mazmuni, semantik strukturalari va axborot berish uslublari tahlil qilindi. Uchinchidan, qiyosiy tahlil orqali an'anaviy ijtimoiy munosabatlar va virtual muloqot o'rtasidagi farqlar ochib berildi. Shuningdek, germevntik yondashuv yordamida ijtimoiy tarmoqlarda namoyon bo'ladigan ma'no qatlamlari, yoshlar tomonidan ongli yoki ongsiz ravishda qabul qilinayotgan qadriyatlar va identifikatsiya shakllari sharhlab chiqildi.

Natijalar

Tadqiqot natijalariga ko'ra, quyidagi muhim ijtimoiy-falsafiy xulosalar aniqlandi:

1. Ijtimoiy tarmoqlar yoshlar ongini shakllantiruvchi kuchli vosita sifatida namoyon bo'lmoqda. Ular faqat axborot olish emas, balki o'zini ifoda qilish, tan olinish, virtual identitet yaratish ehtiyojlarini ham qondirmoqda.
2. Reallik va ma'no tushunchalarining nisbiylashuvi kuzatilmoqda: yoshlar real hayotni emas, balki algoritmik asosda taqdim etilayotgan virtual model va obrazlar orqali ongni shakllantirishmoqda. Bu esa ontologik va axloqiy xatarlarni keltirib chiqaradi.
3. Postmodernistik ijtimoiy sharoitda "katta narrativlar" zaiflashib, individualizm va ko'ngilochar, vaqtinchalik qadriyatlar ustuvorlik qilmoqda. Bu holat jamiyatda barqaror ma'naviy asoslar o'rnini egallay olmasligi mumkin.
4. Media va algoritmlar orqali boshqarilayotgan ongiy jarayonlar yoshlar orasida real hayotdagi fuqarolik faolligi va ongli tanlov qilish qobiliyatini susaytirishi mumkin.
5. Virtual muloqot shakllari real ijtimoiy munosabatlarni inkor qilmasdan, balki ularni transformatsiya qiladi. Bu esa fuqarolik jamiyatining shakllanish jarayoniga ham ijobiy, ham salbiy jihatlar bilan ta'sir ko'rsatadi.
6. Ijtimoiy tarmoqlarning jozibadorligi inson tabiati va antropologik ehtiyojlar bilan uyg'unlashgan bo'lib, bu holat zamonaviy ijtimoiy ong va axborot madaniyati rivojida muhim omil sifatida namoyon bo'lmoqda.

Muhokama

Ma'lumki, E. Toffler ta'kidlaganidek, "axborot sivilizatsiyasi inson faoliyatining barcha sohalarida yangi turdagi "to'lqin"ni yuzaga keltirdi, bu esa jamiyatdagi ma'naviy, siyosiy va madaniy jarayonlarning yangi qiyofasini shakllantirmoqda"[1]. Bunday o'zgarishlar ijtimoiy-falsafiy tahlilni talab etadi, chunki ijtimoiy tarmoqlarda yuz berayotgan jarayonlar inson tabiati, ozodlik, iroda va o'zlik kabi ongiy kategoriyalarga ham daxl qiladi. Postmodern falsafasi va konstruktivist qarashlar nuqtai nazaridan, "ijtimoiy tarmoqlar simulyakr va virtuallik asosida qayta qurilayotgan ijtimoiy reallikning ifodasidir"[2].

Bunday muhitda yoshlar nafaqat axborot iste'molchisi, balki uning yaratuvchisi, tarqatuvchisi va ijtimoiy normalarni qayta shakllantiruvchi sub'ektiga aylanadi. Bunday jarayonlar muloqot muhitining demokratik va tanqidiy ruhda shakllanishini taqozo etadi.

Axborot makonida ijtimoiy tarmoqlarning jozibadorligi texnik qulaylik yoki estetik omillar bilan bog'liq bo'lmay, balki ongiy, ijtimoiy va falsafiy omillar ta'sirida ifodalanmoqda.

"Ijtimoiy tarmoqlar axborot makonida yoshlar ongini shakllantirishda kuchli ijtimoiy-falsafiy vositaga aylangan"[3], chunki ular zamonaviy identitet izlash, o'zini ifoda etish va ijtimoiy tan olinish ehtiyojlarini qondiradi.

Ijtimoiy tarmoqlarning jozibadorligi, birinchi navbatda, insonning ijtimoiylikka intilishi, e'tirofga bo'lgan ehtiyoji va virtual "men"ni yaratish istagi bilan bog'liq. J.-J. Russo, E.Fromm, P.Burdyo kabi mutafakkirlar "ijtimoiy munosabatlarda insonning mavqei va tan olinish ehtiyojini tabiiy ongiy talab sifatida"[4], ta'riflaganlar. Shu jihatdan, yoshlar ijtimoiy tarmoqlar orqali o'zini namoyon qilish, fikr bildirish va virtual maqomga erishishga intiladi.

Ijtimoiy tarmoqlar yoshlar ongidagi o'zlikni anglash, tan olinish va shaxsiy tasavvurlarni shakllantirish jarayonlarining asosiy maydoniga aylanib, shaxsni virtual muhitda qayta "yaratish"ga majbur qilmoqda. Inson endi "mehmon" emas, balki o'zining onlayn obrazi orqali "ega" sifatida namoyon bo'ladi; gumanistik falsafa nuqtai nazaridan, inson tabiati o'zi va boshqalar bilan ma'naviy munosabatlarda yuzaga chiqadi, biroq ijtimoiy tarmoqlarda bu munosabatlar ko'pincha sun'iy, simulyatsiya qilingan va shartli emotsional aloqalarga aylanib qoladi; A. Maslouning ehtiyojlar nazariyasiga binoan, shaxsning tan olinish va o'zini namoyon qilishga bo'lgan ehtiyoji virtual muhitda "layk"lar, izohlar va "obunachilar" orqali qondiriladi, bu esa ongiy jarayonlarning tashqi ifodasiga aylanadi; falsafiy jihatdan olib qarganda, texnologiyalar orqali yuzaga kelayotgan bu jarayon inson ongidagi qadimiy ehtiyojlar – "tan olinish, mavjud bo'lish va o'zini tasdiqlash" bilan bog'liq antropologik holatlarni aks ettiradi.

Postmodernistik falsafa nuqtai nazaridan, "ijtimoiy tarmoqlar voqelikning parchalanishi, ma'nolarning nisbiylashuvi va yangidan yaratilishi jarayonida muhim rol o'ynaydi"[5]. J. Bodriyyar ta'kidlaganidek, "simulyakrlar hukmron bo'lgan makonda real va yolg'on chegarasi yo'qoladi"[6]. Yoshlar aynan shu virtual makonda o'z identifikatsiyasini qayta shakllantiradi, bu esa ularning ma'naviy mustaqilligiga ham ijobiy, ham salbiy ta'sir ko'rsatadi.

Ijtimoiy tarmoqlar yoshlar uchun erkinlik va o'zini namoyon qilish maydoni bo'lsa-da, ulardagi algoritmlar orqali ongni boshqarish, qadriyatlarni yo'naltirish jarayoni yuz beradi. Bu jarayonda media-kontentlar, trendlar va "influenserlar" asosiy rol o'ynaydi. Kommunikativ falsafa nazariyasiga ko'ra, "muloqot maydonida tanqidiy ong va axloqiy mulohaza ustuvor bo'lishi kerak"[7]. Ammo ijtimoiy tarmoqlarda ko'pincha manipulyativ ta'sir va shov-shuv madaniyati ustunlik qiladi. Bundan tashqari, ijtimoiy reallik ijtimoiy tarmoqlarda yangicha tarzda "quriladi".

“Yoshlar internetda qabul qilinadigan voqelik modellarini o‘z hayotida qo‘llaydi, bu esa fuqarolik ongi, huquqiy madaniyati va faolligining shakllanishiga bevosita ta’sir ko‘rsatadi”[9].

Fuqarolik jamiyatida haqiqiy ijtimoiy munosabatlar o‘rnini tobora ko‘proq virtual aloqalar egallayotgani falsafiy nuqtai nazardan jiddiy muammo sifatida ko‘riladi. Postmodernistik falsafa nazariyasiga ko‘ra, “insonlar endi real hayotni emas, balki axborot vositalari orqali takrorlangan, sun’iy shakllarga (simulyakrlarga) duch kelmoqda”[8]; ijtimoiy tarmoqlarda esa shaxslar haqiqiy muloqot o‘rniga, ko‘proq “obrazlar” – ya’ni tahrirlangan, namoyishkorona tasvirlar orqali aloqa qilmoqda, bu esa inson ongida voqelik va virtuallik orasidagi farqni yo‘qqa chiqarib, ontologik (ya’ni mavjudlikka oid) xatarni yuzaga keltiradi; natijada, ijtimoiy tarmoqlar jamiyatdagi an’anaviy ijtimoiylikni saqlamaydi, balki uni media orqali qayta tuzib, “virtual jamiyat”ni shakllantiradi va bu jarayon fuqarolik madaniyati, axloqiy pozitsiyalar va umumiy qadriyatlarga sezilarli ta’sir ko‘rsatadi.

Axborot tarmoqlaridagi erkinlik, tezkorlik va globallik zamonaviy insonga keng imkoniyatlar taqdim etsa-da, bu holat ma’no va qadriyatlar tizimida chalkashlikka olib kelmoqda. Postmodern falsafasi ko‘ra, katta narrativlar (umumiy ma’naviy g‘oyalar va an’analar) zaiflashib, ijtimoiy tarmoqlarda individualistik, ko‘ngilochar va ko‘p hollarda mazmunsiz kontent ustunlik qilmoqda; bu esa yoshlarning hayot tarzida an’anaviy madaniyat emas, balki trend va virusli kontent asosiy mezoniga aylanayotganini ko‘rsatadi va oqibatda aql, axloq hamda ma’naviyat bilan marketing va virtual jozibadorlik o‘rtasida ziddiyat yuzaga keladi; falsafiy nuqtai nazardan esa, bu jarayon jamiyatda ma’nolar parchalanishi va arzimagan narsalarning qadriyat sifatida qabul qilinishi bilan bog‘liq bo‘lib, ma’naviy hayotdagi chuqur muammolarni keltirib chiqaradi.

Xulosa

Xulosa qilib aytganda, axborot makonida ijtimoiy tarmoqlarning jozibadorligi inson tabiati, ijtimoiy munosabatlar va ma’no tizimi bilan bog‘liq chuqur falsafiy jarayonlar bilan asoslanadi. Bu jozibadorlik, avvalo, shaxsni anglash, tan olinish kabi ongiy ehtiyojlar, muloqot va virtual jamoalar kabi ijtimoiy tuzilmalar, shuningdek, reallik, ma’no va qadriyatlar kabi falsafiy tushunchalar bilan bog‘liqdir; ijtimoiy falsafa esa bu jarayonlarni tahlil qilar ekan, insonning mavjudlik shartlari, axborot erkinligi va axloqiy mas’uliyati, virtual hayot bilan real hayot o‘rtasidagi muvozanat masalalarini diqqat markaziga qo‘yadi va zamonaviy ongning qanday shakllanishiga tanqidiy nazar tashlaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Тоффлер, Э. (2002). Третья волна. Издательская группа АСТ. – С. 44.
2. Бодрийяр, Ж. (2020). Система вещей. – Рипол Классик. – С. 77.
3. Elbek Qaxarov. (2025). Yoshlar huquqiy madaniyatini rivojlantirishning o‘ziga xos jihatlari. «ACTA NUUZ», 1(1.1), 110-112.

4. Tadjibayeva, D.O. (2025). Initiative as A Personal Quality. Journal of Social Sciences and Humanities Research Fundamentals, 5(03), 12-15.
5. Qaxarov, E. (2024). Yoshlarda huquqiy madaniyatni yuksaltirish: ijtimoiy-falsafiy tahlil. News of the NUUz, 1(1.1), 101-105.
6. Tadjibayeva, D.O. (2023). Ma'rifat va madaniyatda ijtimoiy-gumanitar fanlarning o'rni. Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences, 3(7), 471-477.
7. Ozodovna, T.D. (2021). "Mass culture" as the most dangerous weapon of ideological pressure.
8. Tadjibaeva, D.O. (2023). Modern Problems of Ensuring National Security in the Information Sector. Central Asian Journal of Social Sciences and History, 4(8), 32-36.
9. Kakharov, E.F. (2024). Issues of Development of Legal Culture of Youth in the New Uzbekistan. Central Asian Journal of Literature, Philosophy and Culture, 5(1), 27-30.