



THE INFLUENCE OF THE ACTIVITIES OF INFLUENCERS ON THE SPIRITUAL AND MORAL BEHAVIOR OF YOUNG PEOPLE

Dilnavoz O. Tadjibayeva

Associate Professor, Department of General Education and Culture

Tashkent State University of Law

E-mail: d.tojiboyeva@tsul.uz

Tashkent, Uzbekistan

ABOUT ARTICLE

Key words: influence, influencer, youth, spirituality, moral, social media, content, information space.

Received: 08.08.25

Accepted: 09.08.25

Published: 10.08.25

Abstract: In today's world, social media influencers have a significant impact on the youth. This article scientifically analyzes the positive and negative effects of influencers' activities on the spiritual development of young people. Based on various studies and examples, factors affecting the moral upbringing of youth are examined.

INFLYUENSERLAR FAOLIYATINING YOSHLAR MA'NAVYI-AXLOQIY XATTI-HARAKATLARIGA TA'SIRI

Dilnavoz O. Tadjibayeva

dotsent, Umumta'lim fanlar va madaniyat kafedrası

Toshkent davlat yuridik universiteti

d.tojiboyeva@tsul.uz

Toshkent, O'zbekiston

MAQOLA HAQIDA

Kalit so'zlar: ta'sir, inflyuenser, yoshlar, ma'naviyat, axloq, ijtimoiy tarmoqlar, axborot makoni, kontent.

Annotatsiya: Bugungi kunda ijtimoiy tarmoqlardagi inflyuenserlar yoshlar orasida katta ta'sir kuchiga ega. Maqolada inflyuenser faoliyatining yoshlar ma'naviyati va axloqiga ijobiy va salbiy ta'sirlari ilmiy jihatdan tahlil qilindi. Tadqiqot metodlari, turli adabiyotlar tahlili va misollar asosida yoshlarning ma'naviy tarbiyasiga ta'sir etuvchi omillar o'rganildi.

ВЛИЯНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИНФЛЮЕНСЕРОВ НА ДУХОВНО-ПРАВСТВЕННОЕ ПОВЕДЕНИЕ МОЛОДЕЖИ

Дильнавоз О. Таджибаева

доцент,

Кафедра Общеобразовательные дисциплины и культура,

Ташкентский государственный юридический университет,

e-mail: d.tojiboyeva@tsul.uz

Ташкент, Узбекистан

О СТАТЬЕ

Ключевые слова:	Аннотация:
инфлюенсер, молодежь, духовность, нравственность, социальные сети, информатсионное пространство, контент.	В современном мире инфлюенсеры в социальных сетях оказывают значительное влияние на молодежь. В данной статье проводится научный анализ положительного и отрицательного влияния деятельности инфлюенсеров на духовность и нравственность молодежи. На основе анализа различных исследований и примеров выявляются факторы, влияющие на нравственное воспитание молодежи.

Kirish

Hozirgi kunda ijtimoiy tarmoqlar yoshlar hayotida muhim o‘rin egallamoqda. Ular orqali tarqaladigan ma’lumot va xabarlar yoshlarning ma’naviy-axloqiy dunyosiga ham ta’sir ko‘rsatadi. Xususan, inflyuenserlar – turli mavzularda ommaviy auditoriyaga ta’sir o‘tkazuvchi shaxslar sifatida, yoshlar ma’naviyati va xulq-atvorlarining shakllanishida muhim rol o‘ynamoqda. Shu sababli ushbu mavzudagi tadqiqotlar zamonaviy jamiyat uchun muhim ahamiyatga ega.

O‘zbekistonda yoshlar ijtimoiy tarmoqlardan faol foydalanishadi. Statistika agentligi bergan ma’lumotga ko‘ra, O‘zbekistonda 2024 yilning 1 yanvar holatiga, internet tarmog‘iga ulangan abonentlar soni 30,1 milliontani tashkil etgan. Bu ko‘rsatkich o‘tgan yilning mos davri bilan solishtirilganda 12,5 foizga oshgan. Ularning katta qismi yoshlardir. O‘zbekiston Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini rivojlantirish vazirligi tomonidan olib borilgan so‘rovnoma ko‘ra, mamlakatda 18-30 yoshdagi yoshlar orasida 85%dan ortig‘i muntazam ravishda ijtimoiy tarmoqlardan foydalanadi. Bu yoshlar asosan Telegram, Instagram, TikTok va YouTube platformalarida faoldir.

Tadqiqotning usullari

Mazkur tadqiqotda ijtimoiy tahlil, kontent-tahlil, va so‘rovnoma asosiy metodologik asos sifatida qo‘llanildi. Birinchidan, ijtimoiy tahlil orqali axborot makonidagi inflyuenserlar va yoshlar o‘rtasidagi o‘zaro ta’sir, shu ta’sir orqali vujudga keladigan ma’naviy va axloqiy o‘zgarishlar o‘rganildi. Ikkinchidan, kontent-tahlil orqali Instagram ijtimoiy tarmog‘ida yoshlar orasida mashhur bo‘lgan media-kontentlar ko‘rib chiqildi va ularning mazmuni tahlil qilindi. Uchinchidan, so‘rovnoma orqali inflyuenserlarning yoshlarga ta’sir darajasi aniqlandi.

Natijalar

Tadqiqot natijalariga ko'ra, quyidagi muhim xulosalar aniqlandi:

Ijtimoiy tarmoqlarda faoliyat yurituvchi inflyuenserlar yoshlarning shaxsiy hayoti, qarashlari va qadriyatlariga ta'sir ko'rsatuvchi kuchli omil sifatida namoyon bo'lmoqda.

Yoshlarning 72% i ijtimoiy tarmoqlarda inflyuenserlarni kuzatadi.

65% respondentlar ijtimoiy tarmoqlardagi inflyuenserlarning fikrlari va hayotiga qiziqish bildirgan. Shuningdek, ularning maslahatlari yoki qarashlari shaxsiy qarashlariga ta'sir qilishi mumkinligini ta'kidlagan.

34% yoshlar inflyuenserlarning faoliyati ularning hayotiy tanlovlariga ta'sir qilganini qayd etdi.

40% yoshlar inflyuenserlarning ijobiy axloqiy xulq-atvori ularga o'rnak bo'lishi mumkinligini ta'kidladi.

25% respondentlar ularga salbiy ta'sir ko'rsatgan (masalan, radikal yoki bema'nolikka asoslangan kontent) haqida ma'lumot berishdi.

Inflyuenserlar tomonidan targ'ib qilinayotgan ijobiy kontent yoshlarda axloqiy va ma'naviy qadriyatlarni shakllantirishda muhim rol o'ynaydi.

Ayrim inflyuenserlar salbiy, nosog'lom kontent tarqatib, yoshlarning ruhiy salomatligi va axloqiy qarashlariga zarar etkazmoqda. Ular tomonidan yoshlarni ruhiy va axloqiy nuqsonlarga olib keladigan trendlar tarqatilmoqda. Bunday holatlar yoshlar ongida bo'shliqlar va noto'g'ri qarashlarning paydo bo'lishiga sabab bo'lmoqda. Shuning uchun, bugungi kunda jamiyat va davlat tomonidan inflyuenserlar faoliyatini tartibga solish, ijobiy kontent mualliflarini qo'llab-quvvatlash va ularning mas'uliyatini oshirish dolzarb ahamiyatga ega.

Muhokama

"Influencer" so'zi ingliz tilidan kelib chiqqan bo'lib, "influence" – ta'sir qilish, ta'sir ko'rsatish ma'nosini bildiradi. Ilk bor bu atama marketing va reklama sohasida ishlatila boshlagan va 2000-yillardan keyin ijtimoiy media rivoji bilan kengaydi[1]. Bugungi kunda inflyuenserlarning roli nafaqat reklama va marketingda, balki siyosiy, madaniy va ijtimoiy masalalarda ham sezilarlidir.

Britannica ensiklopediyasida keltirilishicha: "Inflyuenser – bu ijtimoiy tarmoqlarda katta kuzatuvchilarga ega bo'lgan va ularning fikrlari, xulq-atvori va xarid qarorlariga ta'sir ko'rsata oladigan shaxsdir"[2]. Merriam-Webster lug'atida esa inflyuenserga "... bu boshqalarning harakatlariga ta'sir o'tkazuvchi shaxsdir" deb ta'rif berilgan[3]. Ijtimoiy tarmoqlarni boshqarish Hootsuite platformasida berilgan ta'rifga ko'ra "Inflyuenser – bu ijtimoiy tarmoqlarda katta va faol kuzatuvchilarga ega bo'lgan va ularning fikrlari, xulq-atvori va xarid qarorlariga ta'sir ko'rsata oladigan shaxsdir"[4]. Alina Starovolskiy-Shitrit TikTok inflyuenserlari kontenti orqali

inson qadriyatlari va xulq-atvoriga ta'sirini aniqlagan[5]. Demak, inflyuenser – ommaviy axborot vositalari va ijtimoiy tarmoqlar orqali katta auditoriyaga ta'sir ko'rsatuvchi shaxs. Ular turli xil mahsulotlar, xizmatlar va g'oyalarni targ'ib qilish uchun ijtimoiy tarmoqlardan faol foydalanadilar. Inflyuenserlar ma'lum bir sohadagi mutaxassislar, mashhurlar yoki Internetdagi mashhur shaxslar bo'lishi mumkin. Ularning ta'siri tinglovchilar orasida orttirgan ishonch va obro'ga asoslanadi. Yoshlar inflyuenserlarni ko'pincha o'rnak olish, qiziqish va maslahat olish manbai sifatida qabul qiladilar. Inflyuenserlar o'z auditoriyasining fikrlari, xulq-atvori va xarid qarorlariga ta'sir qila oladi[6].

Inflyuenserlarning quyidagi darajalari mavjud:

1. Mega-inflyuenserlar: millionlab izdoshlari bo'lgan mashhurlar. Bu insonlar ko'pincha shou-biznes, sport yoki boshqa sohalarining yulduzlari. Ularning ta'siri katta auditoriyani qamrab oladi va ular reklama hamda sheriklik shartnomalaridan katta miqdorda pul ishlashlari mumkin.

2. Makro-inflyuenserlar: 100 000 dan milliongacha obunachiga ega insonlar. Mega-inflyuenserlar ko'pincha o'z sohasining mutaxassislari yoki ijtimoiy tarmoqlardagi mashhur shaxslardir. Ularning auditoriyasi sezilarli ta'sir ko'rsatadigan darajada katta bo'ladi.

3. Mikro-inflyuenserlar: 1000 dan 100000 gacha obunachi auditoriyasiga ega foydalanuvchilar. Mikro-ta'sir ko'rsatuvchilar ko'pincha tor ixtisoslikka ega shaxslar. Ularning obunachilari kamroq bo'lishi mumkin, ammo maqsadli va ta'sirchan bo'ladi.

4. Nano-inflyuenserlar: 1000 dan kam obunachiga ega, ammo auditoriyani yuqori darajada jalb qiladigan insonlar. Nano-ta'sir ko'rsatuvchilar ko'pincha o'z tajribalari va fikrlari bilan o'rtoqlashadigan ijtimoiy tarmoqlarning doimiy foydalanuvchilari. Ularning ta'siri mahalliy bo'lishi mumkin, ammo bu ma'lum doiralar uchun katta ahamiyatga ega bo'lgan shaxslardir.

Abdullax M. Al-Ansining "How do social media influencers change adolescents' behavior? An evidence from Middle East Countries"[7] maqolasida O'rta Sharq mamlakatlaridagi 12–22 yoshdagi 1612 nafar yoshlar orasida o'tkazilgan onlayn so'rovnoma natijalari taqdim etilgan. Tadqiqot natijalariga ko'ra, inflyuenserlar yoshlarning aqliy rivojlanishida ijobiy ta'sir ko'rsatgan bo'lsa-da, ularning ijtimoiy soha, axloqi va sog'lig'iga salbiy ta'sirlari ham mavjud[8, 9, 10, 11]. Bu natijalar yoshlar ma'naviy-axloqiy xatti-harakatlariga inflyuenserlar faoliyatining turli jihatlarini ko'rsatadi. Bir tomondan, inflyuenserlar tomonidan targ'ib qilinayotgan ijobiy kontent yoshlarda axloqiy va ma'naviy qadriyatlarni shakllantirishda muhim rol o'ynaydi[12, 13, 14, 15]. Masalan, YouTube platformasida AQShlik Maykl Stivens (Vsauce kanali) yoshlar uchun ilm-fan, ma'rifat mavzularini tushunarli tarzda etkazadi. Bu yoshlarning bilimdonligi va ma'naviy dunyosiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. O'zbek inflyuenseri Axad Xudayarovning sport, to'g'ri ovqatlanish haqidagi kontentlari yoshlarni sog'lom turmush tarziga amal qilishga, jamiyatda mas'uliyatli bo'lishga undaydi. Shunday qilib, yoshlar orasida sog'lom turmush tarzi g'oyasi keng

tarqalmoqda. Shuningdek, ijtimoiy tarmoqlarda milliy qadriyatlar, milliy tarix va madaniyat haqidagi kontentlar yoshlarni ma'naviy jihatdan uyg'otishga xizmat qilishi mumkin. Shu bilan birga, ayrim inflyuenserlar salbiy, nosog'lom kontent tarqatib, yoshlar ma'naviyatiga jiddiy zarar etkazmoqda.

M.Soloveva inflyuenserlarning ijtimoiy kapital va raqamli muhitdagi avtoriteti, ularning ishonch, tan olish va guruh fikrini shakllantirish mexanizmlarini o'rgangan. Uning fikricha, inflyuenserlar ijtimoiy kapitalga ega shaxslar bo'lib, ularning postlari, videolari va bloglari orqali jamoatchilik fikri va yoshlar xulq-atvorini shakllantirishda ta'sir qiladi. Bu ta'sir ijobiy va salbiy jihatlarni o'z ichiga oladi[8].

V.Samoylenkoning fikriga ko'ra, inflyuenserlar psixologik ta'sir ko'rsatish qobiliyatiga ega: ularning ishonchliligi va muxlislar bilan bog'liqlik darajasi yoshlar iste'mol odatlariga va xulq-atvoriga sezilarli ta'sir qiladi. Uning tadqiqoti, inflyuenserlarning ishonchliligi, hissiy aloqasi va impulsiv xaridlarni rag'batlantirish yoshlar iste'mol odatlariga ta'sir ko'rsatishini ko'rsatadi[9].

Xulosa

Xulosa qilib aytganda, inflyuenser – bu auditoriyaga sezilarli ta'sir ko'rsatish qudratiga ega shaxs, asosan ijtimoiy media orqali o'z auditoriyasi xulq-atvorini, fikr va qadriyat yo'nalishlarini shakllantirishi mumkin. Uning kelib chiqishi marketing va reklama sohasidan boshlanib, hozirda ijtimoiy, madaniy va siyosiy sohalarida ham kengaygan. Bugungi kunda ijtimoiy tarmoqlar va internet platformalari orqali inflyuenserlar jamiyatning turli qatlamlari, ayniqsa yoshlar orasida katta nufuzga ega bo'lib bormoqda. O'zbekiston yoshlari orasida ham inflyuenserlik faoliyati tez sur'atlarda rivojlanmoqda va ularning ma'naviy-axloqiy xatti-harakatlarga ta'siri sezilarli darajada oshgan. Bir tomondan, inflyuenserlar yoshlarga o'z fikrlari, hayot tajribalari va ijtimoiy masalalar bo'yicha yangicha qarashlar taqdim etadilar. Bu o'z navbatida yoshlarning bilim doirasini kengaytirishga, ijtimoiy faollikka, innovatsiya va yangi g'oyalarga ochiqlikka yordam beradi. Ayniqsa, sport, san'at, ta'lim va biznes sohalaridagi muvaffaqiyatli inflyuenserlar yoshlarga ilhom manbai bo'lib xizmat qiladi. Ikkinchi tomondan, inflyuenserlik faoliyati ma'naviy qadriyatlarga beparvolik, iste'molchilik madaniyati, shov-shuvga intilish va salbiy odatlarga moyil qilish xavfini ham oshiradi. Shu sababli, yoshlarning axloqiy tarbiyasi va ma'naviyatini yuksaltirishda inflyuensarlardan unumli foydalanish, salbiy ta'sirlardan himoya qilish uchun davlat va jamiyatning hamkorlikdagi chora-tadbirlari muhimdir.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Vladyslava, S. (2025). Psychology of influence: how influencers are changing the consumer behavior of young people. The American Journal of Management and Economics Innovations, 7(05), 119-125.
2. Britannica. (2023). Influencer. <https://www.britannica.com/topic/influencer>.

3. Menghwar, P.R.E.M. (2023). Redefining the purpose of the firm and purpose's role in managing a crisis.
4. Hootsuite. (2023). What is an Influencer? <https://blog.hootsuite.com/social-media-definitions/influencer>.
5. Starovolsky-Shitrit, A., Neduva, A., Doron, N. A., Daniel, E., & Tsur, O. (2025). The Value of Nothing: Multimodal Extraction of Human Values Expressed by TikTok Influencers. arXiv preprint arXiv:2501.11770.
6. Solovyova M. (2022). Blogosphere as a new channel of mass communication: Role of influencers and their influence on public opinion. *Journal of Media and Communication Studies*, 14(3), 45–60.
7. Al-Ansi, A. M., Hazaimah, M., Hendi, A., Al-Hrinat, J., & Adwan, G. (2023). How do social media influencers change adolescents' behavior? An evidence from Middle East Countries. *Heliyon*, 9(5).
8. Xabiba, N. (2024). Internet va ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish madaniyatini yuksaltirish hayotiy ehtiyoj. *Namangan davlat universiteti Ilmiy axborotnomasi*, 7, 235-237.
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.
10. Oblomuradova, K. N. (2025). Issues of developing a culture of effective and rational use of social networks. *Web of Humanities: Journal of Social Science and Humanitarian Research*, 3(2), 200-204.
11. Oblomuradova, K. N. (2024). Ways to Improve the Culture of Using the Internet and Social Networks among Young People in Uzbekistan. *Central Asian Journal of Literature, Philosophy and Culture*, 5(1), 31-34.
12. Elbek Qaxarov. (2025). Yoshlar huquqiy madaniyatini rivojlantirishning o'ziga xos jihatlari. «ACTA NUUZ», 1(1.1), 110-112.
13. Oblomuradova, K.N. (2025). Information Threats in Social Networks. *Journal of Social Sciences and Humanities Research Fundamentals*, 5(03), 16-18.
14. Qaxarov, E. (2024). Yoshlarda huquqiy madaniyatni yuksaltirish: ijtimoiy-falsafiy tahlil. *News of the NUUZ*, 1(1.1), 101-105.
15. Xabiba Oblomuradova. (2025). Ijtimoiy tarmoqlar imkoniyatlaridan samarali foydalanishning o'ziga xos jihatlari. «ACTA NUUZ», 1(1.1), 161–163.