



THE INFLUENCE OF BLOGGERS AND INFLUENCERS ON YOUTH OPINION

Bakhromjon Baxriddinov

Lecturer

Kokand State University

Kokand, Uzbekistan

E-mail: BaxriddinovBaxromjon79@gmail.com

ABOUT ARTICLE

Key words: blogger, influencer, blogosphere, youth, digital culture, social consciousness, values, innovative activity

Received: 25.05.25

Accepted: 27.05.25

Published: 29.05.25

Abstract: This article analyzes the influence of bloggers and influencers on youth consciousness through information and communication technologies. It examines the formation of public opinion in the digital communication environment, the media consumption patterns of Generation Y, and the impact of influencers on socio-political processes. The study substantiates the need for effective use of digital platforms in working with youth.

BLOGGERLAR VA INFLYUENSERLARNING YOSHLAR FIKRIGA TA'SIRI

Baxromjon Baxriddinov

o'qituvchi

Qo'qon Davlat universiteti

Qo'qon, O'zbekiston

E-mail: BaxriddinovBaxromjon79@gmail.com

MAQOLA HAQIDA

Kalit so'zlar: blogger, inflyuenser, blogosfera, yoshlar, raqamli madaniyat, ijtimoiy ong, qadriyatlar, innovation faoliyat

Annotatsiya: Ushbu maqolada bloggerlar va inflyuenserlarning yoshlar ongiga axborot-kommunikatsiya texnologiyalari vositasida ko'rsatayotgan ta'siri tahlil qilinadi. Raqamli kommunikatsiya muhitida jamoatchilik fikrining shakllanishi, Y avlodining media iste'mol xususiyatlari hamda inflyuenserlar faoliyatining ijtimoiy-siyosiy jarayonlarga ta'siri ilmiy asosda ko'rib chiqiladi. Tadqiqot yoshlar bilan ishlashda raqamli platformalardan samarali foydalanish zaruratini asoslaydi.

ВЛИЯНИЕ БЛОГЕРОВ И ИНФЛЮЕНСЕРОВ НА МНЕНИЕ МОЛОДЕЖИ**Бахромджон Бахриддинов***Преподаватель**Кокандский государственный университет**Коканд, Узбекистан**E-mail: BaxriddinovBaxromjon79@gmail.com***О СТАТЬЕ**

Ключевые слова:	Аннотация:
инфлюенсер, блогосфера, молодежь, цифровая культура, общественное сознание, ценности, инновационная деятельность	Цифровая среда радикально изменила восприятие информации молодёжью. Блогеры и инфлюенсеры, активно действующие в соцсетях, формируют ценности, взгляды и поведение поколения Y. Их постоянная коммуникация с аудиторией укрепляет доверие и усиливает влияние. Необходимо комплексное изучение как позитивных, так и негативных аспектов этого влияния на социальную активность и самооценку молодёжи.

Kirish (Introduction).

So‘nggi yillarda raqamli muhit yoshlarning axborot bilan munosabatini, ayniqsa bloglar va ijtimoiy tarmoqlar orqali, tubdan o‘zgartirdi. Blogosfera raqamli madaniyatning tamal toshi sifatida paydo bo‘ldi. U ham shaxsiy ifoda maydoni, ham yoshlar orasida qadriyatlar va fikrlarni shakllantirishning jamoaviy vositasi vazifasini bajarmoqda. Bir qator olimlar ta’kidlaganidek, blogerlar yangi g‘oyalarni ilgari surishda va o‘z auditoriyasining, ayniqsa kelajakdagi intilishlari haqidagi tasavvurlariga ta’sir ko‘rsatishda hal qiluvchi rol o‘ynaydi[1]. Bu jarayon ijtimoiy tarmoq ta’sirchilari tufayli yanada kuchayadi. Ular zamonaviy fikr etakchilari sifatida harakat qilib, an’anaviy ommaviy axborot vositalarida ko‘pincha etishmaydigan yaqinlik va hamfikirlik tuyg‘usini uyg‘otadi.

Bugungi kunda blogerlik faoliyati nafaqat shaxsiy fikr bildirish vositasi, balki ommaviy axborot bilan ishlash, jamoatchilik fikrini shakllantirish va ijtimoiy jarayonlarga ta’sir ko‘rsatishning yangi shakliga aylanib bormoqda. Ayniqsa, Z va Y avlod vakillari axborotni an’anaviy ommaviy axborot vositalaridan emas, balki ijtimoiy tarmoqlar orqali qabul qilishga intilmoqda. Bu esa yoshlarning axborot manbalariga bo‘lgan munosabati, ularning ongli tanlovi va kritik tafakkur darajasiga bevosita ta’sir ko‘rsatadi.

Adabiyotlar tahlili va metodologiya

So‘nggi yillarda blogerlik va inflyuenserlik fenomeni global axborot tizimining ajralmas qismiga aylangan bo‘lib, bu jarayon yoshlar auditoriyasiga bevosita ta’sir ko‘rsatmoqda. R. Katz va P. Lazarsfeldning “ikki bosqichli kommunikatsiya” nazariyasi (1955) blogerlarning auditoriya

fikrini shakllantirishdagi vositachilik rolini tushunishda asosiy nazariy manba bo'lib xizmat qiladi. Zamonaviy izlanishlarda bloggerlik faoliyati ijtimoiy kapital, raqamli madaniyat va "shaxsiy brend" tushunchalari bilan chambarchas bog'langan holda tahlil qilinmoqda (Marwick, 2013; Abidin, 2016).

O'zbekiston misolida olib borilgan ayrim izlanishlarda ijtimoiy tarmoqlar orqali yoshlar ongiga axborot ta'sirining o'sib borayotgani qayd etilgan (Qodirov, 2020; Rasulov, 2022). Biroq, blogger va inflyuenserlarning konkret psixologik, madaniy va ijtimoiy ta'siri bo'yicha kompleks tadqiqotlar hanzur yetarli darajada shakllanmagan.

Ushbu tadqiqotda quyidagi metodologik yondashuvlar asos qilib olindi:

Sistemali tahlil yondashuvi – bloggerlar faoliyatini ijtimoiy, madaniy va psixologik omillar tizimida o'rganishga imkon beradi.

Solishtirma tahlil – xalqaro va mahalliy tajribalarning o'zaro taqqoslanishi orqali O'zbekistondagi holat o'ziga xos jihatlari bilan ajratib ko'rsatildi.

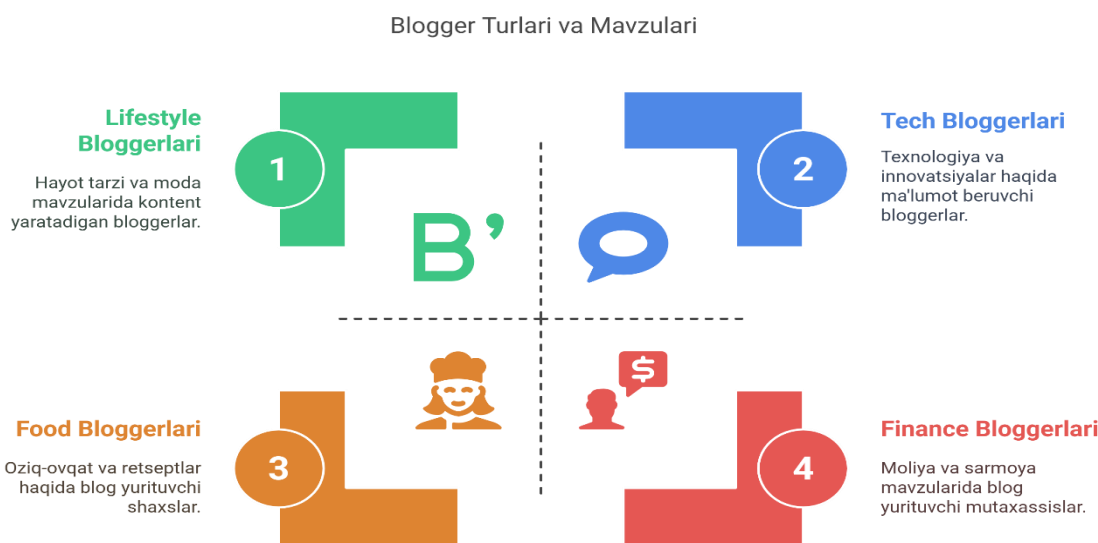
Empirik usullar – Google Forms platformasi orqali o'tkazilgan so'rovnoma natijalari yoshlarning internetdagi xatti-harakati, bloggerlarga munosabati va ular orqali shakllanayotgan ijtimoiy qarashlari haqida ma'lumot berdi.

Falsafiy va psixologik tahlil – yoshlarning qadriyatlar tizimidagi o'zgarishlar, ularning ong va axloqiy mezonlarida yuz berayotgan siljishlar chuqur tahlil qilindi.

Shuningdek, tadqiqotda ijtimoiy kommunikatsiya nazariyalari, raqamli ijtimoiylashuv, mediamadaniyat va axborot iste'molchiligi kabi nazariy tushunchalardan foydalanildi.

NATIJA VA MUHOKAMA

Raqamli aloqa tez sur'atda rivojlanayotgan bugungi kunda bloggerlar va inflyuenserlar,



Made with Napkin

ayniqsa yoshlar orasida, jamoatchilik fikrini shakllantirishda muhim o‘rin egallamoqda. Bloggerlar ko‘pincha shaxsiy platformalarda faoliyat yuritib, ma’lum mavzular bo‘yicha o‘z fikrlari, tushunchalari va tajribalarini ulashsa, inflyuenserlar asosan ijtimoiy tarmoqlarda keng auditoriyaga mos keladigan kontent yaratish bilan tanilgan. Blogger (ingl. блоггер) — internetda blog yurituvchi, ya’ni shaxsiy yoki professional hayoti, qiziqishlari, g‘oyalari, tajriba va bilimlarini onlayn tarzda muntazam yoritib boruvchi shaxs. Bu atama ingliz tilidagi “блог” (web log — internet kundaligi) so‘zidan yasalgan bo‘lib, “blog yurituvchi” degan ma’noni anglatadi. Hozirda bloggerlar turli sohalarda faoliyat yuritishadi:

O‘zbekistonda bloggerlik ham juda ommalashib, yoshlar orasida ijtimoiy ta’sirga ega bo‘lgan kasblardan biriga aylangan

Ta’sirchanlikning xususiyatlari tsikli

Muloqotni kuchaytirish

Ular auditoriya bilan faol muloqot qiladilar.

Soha ekspertligi

Ta’sirchanlar ma’lum sohalarda mahorat ko‘rsatadilar.



Kuzatuvchilarni yig‘ish

Ta’sirchanlar ko‘p kuzatuvchilarni jalb qiladilar.

Ishonchni oshirish

Ular auditoriya ishonchini oshiradilar.

Made with Napkin

Inflyuenser — bu ingliz tilidagi “инфлюенсер” so‘zidan olingan bo‘lib, o‘zbekcha ma’noda ta’sir ko‘rsatuvchi shaxs deganidir. Inflyuenser — ijtimoiy tarmoqlarda (Инстаграм, ТикТок, ЁуТубе, Телеграм va boshqalar) faol bo‘lgan, ko‘plab obunachilarga ega va ularning fikriga, qarorlariga ta’sir o‘tkaza oladigan shaxsdir.

Inflyuenserlarning asosiy xususiyatlari:

keng auditoriyaga ega bo‘lishi;

obunachilarning ishonchiga sazovor bo‘lishi;

ma’lum bir sohada tajriba yoki qiziqishga ega bo‘lishi;

auditoriya bilan doimiy aloqa va munosabatda bo‘lishi;

Inflyuenserlar faol bo'ladigan platformalar:

Инстаграм;

ЎйТубе;

ТикТок;

Телеграм;

Фасебоок;

x (sobiq Твиттер);

Inflyuenser turlari:

Layfstayl inflyuenser — hayot tarzi haqida

Byuti inflyuenser — go'zallik va kosmetika sohasida

Trevel inflyuenser — sayohat mavzusida

Feshn inflyuenser — moda bo'yicha

Tex inflyuenser — texnologiyalar haqida

Fud inflyuenser — taomlar va oshpazlik haqida

Edukeyshn inflyuenser — ta'lim va o'quv resurslari bo'yicha

Fitness inflyuenser — sport va sog'lom turmush tarzi bo'yicha

Inflyuenserlar, ayniqsa, marketing sohasida katta ahamiyatga ega bo'lib, ular orqali mahsulot yoki xizmatlarni targ'ib qilish samarali hisoblanadi.

Bloggerlar va inflyuenserlarning yuksalishi ijtimoiy media platformalari tufayli kontent yaratishning demokratlashuviga bog'liq bo'lib, bu jarayonda an'anaviy to'siqlar sezilarli darajada kamaygan. Bu evolyusiya o'z auditoriyasi bilan yaqindan muloqot qiladigan, yoshlarga mos keladigan haqiqiylik va yaqinlik tuyg'usini shakllantiruvchi mikro mashhurlarning yangi davrini yaratdi. Inflyuenserlarning roli juda muhim bo'lib qoldi, chunki ular ko'pincha oddiy iste'molchining ideallashtirilgan ko'rinishini ifodalab, brendlarga bozor tendensiyalarining murakkabliklarini yanada chaqqonlik bilan boshqarish imkonini beradi. Ma'lumki, ijtimoiy-siyosiy jarayonlar mohiyati har doim ham oddiy odamlar uchun tushunarli bo'lmaydi, mana shunday sharoitda bitta bloggerlar va inflyuenserning fikri butun jamoatchilik fikrini o'zgartirib yuborishi mumkin. «Albatta, bunday ochiqlik va oshkoralik sharoitida ishlash, o'z faoliyatiga nisbatan bildirilayotgan tanqidiy fikrlarni to'g'ri qabul qilish eskicha qoliplar bilan yashayotgan ayrim amaldorlarga yoqmasligi ham mumkin. Lekin bundan qat'i nazar, biz bu yo'lni davlat siyosatining eng muhim yo'nalishlaridan biri deb bilamiz va uni izchil davom ettiramiz.

Shu maqsadda amaldagi qonunchilikda davlat organlari va tashkilotlarining mansabdor shaxslari tomonidan ommaviy axborot vositalari faoliyatiga to'sqinlik qilish, senzura o'rnatish, tahririyat xodimlariga bosim va tazyiq o'tkazish, materiallar va texnik vositalarni ulardan

g'ayriqonuniy ravishda olib qo'yish harakatlari sodir etilgani uchun javobgarlikni kuchaytirish ko'zda tutilmoqda.

Bir so'z bilan aytganda, qonuniy faoliyat yuritayotgan barcha jurnalist va bloggerlar bundan buyon ham qonun va Prezident himoyasida bo'ladi», — deydi Shavkat Mirziyoev.” [2] Qayd etib o'tilganidek, jamoatchilik nazoratini o'rnatishda ommaviy axborot vositalari, blogger va inflyuenserlarni o'rni katta. Internetning keng qamrov yoyishi natijasida hammaning ham o'z fikarini jamoatchilikka etkazishi, ijtimoiy-siyosiy jarayonlarga munosabat bilidiri imkoniyati paydo bo'ldi. Bu kabi yangi paydo bo'layotgan institutlarni rivojlantirish va konstruktiv ravishda haarakatini ta'minlash muhim ahamiyatga egadir.

Ijtimoiy tarmoqlarning paydo bo'lishi yoshlarning qarashlarini va fikrlarini shakllantirish muhitini tubdan o'zgartirdi. Инстаграм, ТикТок va Твиттер kabi platformalar o'zaro muloqot uchun muhim maydonga aylanib, yoshlarga turli xil nuqtai nazarlar bilan tanishish imkonini bermoqda. Ayniqsa, ta'sirchan shaxslar va bloggerlar ushbu raqamli tizimning asosiy figuralariga aylanib, ko'pincha ham axborot manbai, ham namuna sifatida xizmat qilmoqda. Ayrim olimlar Y avlod yuqori darajadagi raqamli savodxonlikka ega, bu esa zamonaviy marketing aloqa strategiyalarini shakllantirishda ijtimoiy tarmoqlarning ahamiyati yuqori ekanini ta'kidlaydilar[3]

Y avlod — bu atama 1985 yildan 2002 yilgacha tug'ilgan insonlarni anglatadi va ularni ko'pincha milleniallar deb ham atashadi.[4] Ushbu avlod texnologiyalar jadal rivojlanayotgan bir davrda o'sib-ulg'aygan: internet, kompyuterlar, mobil telefonlar va raqamli vositalar ularning bolaligi va o'smirlik davrining ajralmas qismi bo'lgan. Shu sababli Y avlod raqamli texnologiyalarga tez moslasha oladigan, axborotni tez qabul qiluvchi va jamoaviy tarmoqlarda faol bo'lgan insonlardir. Y avlod shaxsiy erkinlik, o'zini ifoda etish va turli imkoniyatlardan foydalanishga katta ahamiyat beradi. Ular ta'limga, kasbiy o'sishga qiziqish bildirishadi, shu bilan birga ish va shaxsiy hayot muvozanatini saqlashga intilishadi. Bundan tashqari, ushbu avlod ijtimoiy va ekologik mas'uliyat masalalariga nisbatan sezgir bo'lib, global muammolarga befarq emas.

Internet va ijtimoiy tarmoqlar (Фейсбук, Инстаграм, Твиттер va boshqalar) Y avlodning kommunikasiyasi, dunyoqarashi va turmush tarziga katta ta'sir ko'rsatgan. Ularning ko'pchiligi onlayn ta'lim, frilans ishlash, startap va innovasion faoliyatlarda faol ishtirok etishadi. Qisqasi, Y avlod — bu yangi asr og'ushida ulg'aygan, texnologiya bilan uyg'un hayot kechiruvchi, o'z haq-huquqi va imkoniyatlarini yaxshi biluvchi, erkin va ijodkor avlod hisoblanadi.

XULOSA

So'nggi yillarda bloggerlar va ijtimoiy tarmoq ta'sirchilarining ko'payishi yoshlarning jismoniy madaniyati va o'zini qadrlash haqidagi tasavvurlariga chuqur ta'sir ko'rsatdi. Bu ta'sirchilar ko'pincha ideallashtirgan hayot tarzi va jismoniy ko'rinishni namoyish etadilar, bu esa yosh izdoshlar orasida norealistik taqqoslashlarga sabab bo'lishi mumkin. Natijada, odamlar o'zlarini bu sayqallangan me'yorlarga mos kelmasligini his qilganda, o'zlarini past baholashlari mumkin. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, fitnes ta'sirchilarining xatti-harakatlari va munosabatlari foydalanuvchilarning fitnes va jismoniy go'zalligi borasidagi intilishlarini sezilarli darajada shakllantirishi mumkin.[5] Shunday qilib, ta'sirchilarning tana qiyofasiga ta'siri yuzaki hayratlanishdan tashqari, yoshlar orasida shaxsiyat va o'z qadr-qimmatining chuqurroq jihatlariga ham ta'sir ko'rsatadi. Inson jismoniy holatini modellar kabi ideal bo'lishini targ'ib qilish insonlarda qator psixologik va sotsiallashtirish bilan bog'liq muammolarni keltirib chiqarishi qayd etib o'tilgan. Bu esa O'zbekistonda yoshlarning ijtimoiy faolligiga salbiy ta'sir ko'rsatadigan hamda hayotiy maqsadlaridan chalg'itishga olib kelishi mumkin.

Ijtimoiy tarmoqlar yoshlar muloqotida hukmronligini davom ettirgan bir paytda, inflyuenserlar ijtimoiy masalalarni targ'ib qilishda muhim shaxslarga aylanib, yosh avlod orasida jamoatchilik fikrini shakllantirishda hal qiluvchi rol o'ynamoqda. Ularning keng auditoriyaga etib borish qobiliyati targ'ibot uchun kuchli platforma yaratib, dolzarb ijtimoiy muammolar haqida xabardorlikni oshirish imkonini bermoqda. Inflyuenserlarning samimiyati, ko'pincha ishonchli axborot manbai sifatida qabul qilinishi, turli harakatlar uchun samarali qo'llab-quvvatlashni jalb qilishga yordam beradi. Bloggerlar va inflyuenserlarning yoshlar fikriga ko'rsatayotgan chuqur ta'sirini tahlil qilganda, bu raqamli shaxslarning iste'molchi xulq-atvori va ijtimoiy me'yorlarni shakllantirishdagi roli an'anaviy ommaviy axborot vositalarinikidan ustun ekanligi yaqqol ko'rinadi. Ularning auditoriya bilan samimiy muloqoti turli mavzularda, ayniqsa moda va turmush tarzi tanlovlari bo'yicha fikrlarga ta'sir etishda muhim bo'lgan ishonch va yaqinlik hissini uyg'otadi. Raqamli aloqa sohasining rivojlanishi yoshlar faolligini sezilarli darajada o'zgartirdi. Inflyuenserlarning faoliyati yoshlar auditoriyasiga bir vaqtning o'zida ijobiy va salbiy ta'sir ko'rsatishi bilan xarakterlanadi. Bir tomondan, ular yoshlarni ruhlantirish, ma'rifatli qilish va kuchli qilish, ijobiy g'oyalarni targ'ib etish va jamiyat muammolarida faol ishtirok etishga undash qobiliyatiga ega. Boshqa tomondan esa, ular yaratgan kontent axloqiy muammolarni keltirib chiqarishi mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Gorchakova, O. Yu., Liventsova, E. Yu., & Fakhretdinova, A. P. (2023). The capacity of blogosphere in the framework of constructing the image of the future among youth. *Perspektivy nauki i obrazovania – Perspectives of Science and Education*, 62 (2), 624-640

2. <https://daryo.uz/k/2021/11/06/jurnalist-va-bloggerlar-bundan-buyon-ham-qonun-va-prezident-himoyasida-boladi-shavkat-mirziyoyev> - Журналист ва блогерлар бундан буён ҳам қонун ва Президент ҳимоясида бўлади — Шавкат Мирзиёев. Мурожаат этилган сана: 08.04.2024 й.

3. Vukmirovic, Valentina & Kostic-Stankovic, Milica & Domazet, Ivana. Influencers as a segment of digital marketing communication: Generation Y attitudes. 2020. *Marketing*. 51.- P. 98.

4. <https://yuz.uz/news/y-va-z-avlod-ulardan-qanday-qilib-samarali-foydalanish-mumkin> - "Y" va "Z" avlod, ulardan qanday qilib samarali foydalaniш mumkin? Мурожаат этилган сана: 13.05.2024 й.

5. Freitas, Cristina Martins de. The impact of Instagram fitness influencers on followers' fitness goals. Dissertation presented as the partial requirement for obtaining a Master's degree in Information Management, specialization in Marketing Intelligence. <http://hdl.handle.net/10362/164042>