ИЖТИМОИЙ ТАРМОҚЛАРДА БЛОГЕРЛИК ФАОЛИЯТИНИНГ ВИРТУАЛ АЛОҚА ЎРНАТИШДАГИ ДИСКУРСИ

Комил Каланов
Социология фанлари номзоди, профессор

Ўзбекистоннинг глобал ахборот дунёсига тизимли равишда трансформациялашиб бориши биринчи навбатда мамлакат ёшлари ва уларнинг ижтимоийлашуви билан ҳам аҳамият касб этади. Ижтимоий тармоқ атамаси илк бор 1954 йили “Манчестер мактаби” социологи Джеймс Барнснинг томонидан “Инсоний муносабатлар” тўпламида чоп этилган “Оғир кечаётган даврдаги норвег синфлари ва йиғинлари” мақоласида ишлатилган. Аммо, узоқ йилларгача ушбу атамадан асосан математика фани олимлари ва социологлар илмий-назарий ёндашув сифатида фойдаланиб келишган. Ж.Барнс ўз таълимотида инсонлар томонидан ҳамма вақт ижтимоий тармоқларга эҳтиёж пайдо бўлганлигини ёзади. Жумладан, у шундай дейди: “Ҳар қандай киши маълум доирадаги дўстлар даврасига эга бўлади. Бу дўстларнинг ҳар бири ўз навбатида дўстларга эга бўлади. Дўстларнинг айримлари ўз яқин дўстларининг айрим танишларини аввалдан танийди, бошқаларини эса, йўқ. Аммо, айрим учрашувлар, йиғилишлар туфайли ушбу ижтимоий майдон қайсидир тизимли учрашувлар туфайли тармоқларга айланиб боради. Ушбу тизимнинг асосини инсонлар ташкил этгани боис, уларнинг айримлари кейинчалик қайсидир маълум нуқтада қизиқишлари тўқнаш келиб, бир бирлари билан ўзаро аълоқа ўрнатиб, тармоқга кириб борадилар”. Ушбу таълимот ривожланиб боргани сари “ижтимоий тармоқ” атамасига алоҳида илмий ёндашув сифатида қарала бошланди. Ушбу атамаг илк бор илмий таърифни америкалик тадқиқотчилар Жессика Липнак ва Жеффри Стемпс томонидан берилади: “Ижтимоий тармоқлар – бу, умумий қизиқиш ва мақсадга интилган кишиларни ягона тизимга бирлаштирган жамоа ёки гуруҳларнинг ўзига хос мустақил уюшмасини ташкил этади”.[1] 2001 йили асли мутахассислиги биолог бўлган тадқиқотчилар Э.Бонабеу ва С.Майерлар ижтимоий тармоқларга *“интеллект уяси”* атамасини қўшиб ишлатилишини таклиф этадилар.

Ижтимоий тармоқлар – бу аниқ бир маконга тўпланган одамлар, уларнинг гуруҳларидан ташкил топиб, жамият ва улар ўртасидаги ўзаро таъсирларнинг тадқиқот

[1] Jessica Lipnack, Jeffrey Stamps. Networking: People Connecting with People, Linking Ideas and Resources. N.Y., 1982.

объекти ҳисоблаган маълум бир тармоқларга ўз эътиборини йўналтирилган ижтимоий муаммоларга қаратади.[1] Айниқса, ижтимоий тармоқларда *“блогерлик”* фаолияти тизимли равишда қатнашиши билан бошқалардан ажралиб туради. Коммуникатив-ахборот технологияларининг ривожланиши билан ўзаро мулоқот ўрнатиш алоқа тизимининг вақт ўлчовлари космик тезликда амалга оширилаётганлигига гувоҳ бўлинмоқда. Blogга боғланиш ёки уланиш бугунги ахборот маконининг қайсидир бир бошқарувчи, яъни коммунтатор ёрдамидаги энг машҳур ахборот алмашиниш тармоқларидан бири ҳисобланади. Дастлаб, blog тушунчаси остида, blog юритувчиси, яъни блогер томонидан маълум мақсадларда танланган, сараланган сайтлар, аниқроғи маълумотлар, уларга қилинган ҳаволалар унг аъзо бўлган турли даражадаги фойдаланувчилар томонидан изоҳ берилиши билан ифодаланадиган янгиликлар мажмуаси сифатида тушунилар эди.

Америкалик социолог Дж. Бергер томонидан илк маротаба 1997 йилда илмий талаффузга киритилган “Weblog” сўзи, яъни “Биз блогмиз” атамаси “кундалик тутаман” маъносини англатган. Кейинчалик у 1999 йили Питер Мерхоулз томонидан янада аниқлик киритилиб, “интернет, ёки ижтимоий тармоқларда кундалик тутиш” феъли билан намоён бўлди”.[2] Шу тариқа бугунги кунда бутун инсониятни ижтимоий тармоқларга боғлаган электрон кундалик юритишнинг оммавий бўлган техник имкониятлари шаклланди. Ўтган асрнинг 90-йилларида маълум бир соҳага оид янгиликларни кундалик сифатида интернет-Веб саҳифасида чоп этишни бошлаган илк блогер сифатида америкалик Тим Бернерс-Ли ҳисобланади. Яна айрим манбаларда ижтимоий тармоқлардаги илк веб-кундалик юритган инсон сифатида университет талабаси Джастин Холл номи келтирилади. Мутахассислар блогерлик фаолиятини кузатар эканлар, унинг икки жиҳатига эътибор қаратиш кераклигини таъкидлайдилар. Блогерлик кенг маънода, муайян мавзуга бағишланган жамоавий аҳамиятга эга бўлиб, ўзида асосан фотосуратлар, видеотасвирлар, архив ҳужжатлари ёки манбалардан матнлар келтирилиши билан изоҳланиши мумкин. Тор маънода эса у фақат битта муаллифнинг ёзишмалари, кечинмалари, тажрибаси ва ҳаттоки эҳтиросларини ўзида жамлайди.

Ижтимоий тармоқларда блогер саҳифалари ахборот тарқатиш манбаси сифатида тўртта омилга эътибор қаратади:

- оммавий, қизиқарли мавзулар бўйича ахборотларга бўлган эҳтиёж. Бунда блогерлар ҳар кунлик айланувчи, публика диққатини доим эътибор қилишга тортадиган, илмий жиҳатдан кўра, узуқ-юлуқ ва шовқин-суронли маълумотларни тақдим этилиши;
- тармоқ аъзоларидан фикр олиш ва алмашиниш. Бунда медиа холислик амаллари субъектив баҳолаш орқали амалга оширилиб, маълумотлар алмашинилади;
- асл манбаларга ва ишончли маълумотларга бўлган эҳтиёж. Бунда блогерларнинг тутган мақоми ва нуфузи эҳтиёткорликни талаб этади, олинган ёки таклиф этилган ахборотлар объектив ва реал воқеликни акс эттириши лозим;
- блогернинг ўз-ўзини ифода этиш ёки намоён этиши зарурати. Бунда ахборот, ёки маълумот олиш учун юксак даражадаги асосли мавзуларга атрофдагиларнинг, кўпинча кичик гуруҳ аъзоларининг истаги ва талаби билан ахборот алмашиниш истагидаги мойиллик киради.

Табиий савол туғилиши мумкин, нима учун ижтимоий тармоқларда блогерлик хизматларига эҳтиёж мавжуд бўлмоқда. Бунда биз қуйидаги мулоҳазаларни илгари сурдик:

- интернет маконининг мукаммаллашуви натижасида замонавий техник ва технологик ахборот воситаларининг мавжудлиги:
- кишилик жамияти олдида ўз ечимини топиши керак бўлган ҳаётий муҳим муаммолар кўламининг кенгайиши;

[1] http//ru.wikipediaorg/wiki социальная журналистика.
[2] Чаган, Н.Г. Россия блогосфераси: маданий ва педогогик баҳолаш // Россия таълим академияси университети. – 2014. – № 3(71). – С. 87.

• одамларнинг ўзларини қайсидир бир социал гуруҳ, қатлам ва доирага мансублик мақомини оширишга бўлган интилиш;

• ижтимоий ҳаётда кутилиши мумкин бўлган қийинчиликлардан ўзларини муҳофаза қилиш (нимадир ёки қайсидир муаммо пайдо бўлса, ўзини сақлаш ёки ҳимоя қилиш инстинкти).

Ижтимоий тармоқларда блогерлик манбалари фаоллашгани сари, кишилар унга янада фаол интиладиган бўлдилар. Бунда биз кишилик руҳияти ва онгнинг манипуляция қилиб борилишида ҳамма вақт инсонларда мавжуд бўлган маълум ижтимоий-психологик эҳтиёжларга ечим қидириш, ўзини қайсидир маънода тинчлантириш ёки овутиш учун фаоллик қилишларини эслатиб ўтмоқчимиз. Кишилар тармоқларда фаоллашар эканлар, унинг таянч нуқталарини қидириб топишга интиладилар. Тармоқларда иноснлар ўзаро алоқа ва муносабатларга киришиш, ижтимоий макон (жамият) ва биомакон (шахс)га қайсидир даражада таъсир ўтказиш орқали ўзларини намоён этадилар, ёки тинчланадилар.

Ижтимоий тармоқларда блогерлик фаолияти орқали “кучлилар-кучсизлар”, ким манипуляцияга мойил, кимга тўғридан-тўғри (реал) ва бошқасига виртуал (турли хил сайтлар орқали) таъсир ўтказиш мумкинлигини кузатиб бориш мумкин. Шунингдек, бутун бир блогерлик фаолиятида “долзарб”, бугун амалга ошиши керак бўлган режалар ва истиқбол прогнозларни, атроф-муҳитга ёки жамиятга нисбатан симпатия ёки антипатияни, дўстона муносабат ёки душманларча ёвузликни, ҳиссиёт ва ақл билан мушоҳада юритиш каби кечинмаларнинг гувоҳи бўламиз.

Воқелик тобора ўзининг коммуникатив ва ахборот жиҳатларига кўра намоён бўлиб бормоқда. Ижтимоий тармоқлар ёки унинг ўрнига келувчи мулоқот тури умуман тармоқнинг тизимни ташкил этувчи қисми бўлиб бормоқда. Компьютер нафақат айнан бир вақт-маконнинг бошқа нуқтасига олиб ўтмоқда, балки ҳар сафар умуман бошқа ижтимоий маконни яратиш, қайта яратиш, янгидан-янги инсон характерини кашф этиш имконини бермоқда. Бундай мураккаб виртуал ахборотлар оламида илмий ҳамжамият ирода ва характер билан боғлиқ ёндашувларни яратиши талаб этилади. Тармоқлар у ёки бу инсоний фаолият фаоллашиб борувчи кичик маконлар (қатламлар, майдонлар, босқичлар ва бошқ.) мажмуасини акс эттирувчи ижтимоий муҳитни шакллантиришга масъулдир.

Виртуал реаллик билан ишлаш даври жуда қисқа бўлишига қармасдан, янгисига ўтиб борар экан, у воқеликнинг ижтимоий, маданий, аҳлоқий ва психологик таҳлилини талаб этувчи алоҳида восита эканлиги барчамизга маълум бўлиб улгурди. Виртуал реаллик (воқелик) янги алоқаларнинг туғилишини (юзага келишини) таъминловчи, турли хил воқеликнинг ўзгариши юз бериши мумкин бўлган коммуникатор сифатида тўлиқ қабул қилинди. Жамият энди ундан умуман воз кечолмайди ва унинг дунёсида ўзини ўзи янгилаб, ўзгартириб боришга мажбур бўлиб қолаверади.