



UDK: 1:316.77:004.738.5

Farida IBODOVA,
Toshkent davlat transport universiteti tayanch doktoranti
E-mail: faridaibodova97@gmail.com

TDTTrU professori, f.f.d J. Matkarimova taqrizi asosida

O'z -o'zingni anglagin va bilgin!
(SUQROT)

IJTIMOY TARMOQLARDA SHAXS IDENTIFIKATSIYASI VA O'ZINI TAQDIM ETISH MUAMMOSI

Annotatsiya

Ushbu maqolada zamonaviy raqamli jamiyatda ijtimoiy tarmoqlarning o'smirlar shaxsiy identifikatsiyasiga ta'siri falsafiy va psixologik nuqtai nazardan tahlil qilinadi. Xususan, self-presentation (o'zini namoyon etish), ijtimoiy taqqoslash, rol modellari va onlayn auditoriyaning o'smirlar ongiga ta'siri yoritib beriladi. Maqolada ijtimoiy tarmoqlarning nafaqat kommunikativ vosita, balki shaxsni shakllantiruvchi muhim epistemik makon ekanligi asoslab beriladi. Shuningdek, virtual muhitda yaratilayotgan sun'iy identitet va real o'zlik o'rtasidagi ziddiyatlar, ayniqsa o'smir qizlar misolida, chuqur tahlil qilinadi. Muallif texnologik taraqqiyot sharoitida autentiklikni saqlab qolish, o'zlikni anglash va ongli tanlov qilish zarurligini ta'kidlaydi.

Kalit so'zlar: Ijtimoiy tarmoqlar, shaxsiy identifikatsiya, self-presentation (o'zini namoyon etish), ijtimoiy taqqoslash, o'smirlar psixologiyasi, virtual identitet, onlayn auditoriya, rol modellari (social hero), raqamli jamiyat, autentiklik.

THE PROBLEM OF PERSONAL IDENTITY AND SELF-PRESENTATION IN SOCIAL NETWORKS

Annotation

This article analyzes the impact of social media on adolescent identity formation from philosophical and psychological perspectives in the context of a modern digital society. It explores key concepts such as self-presentation, social comparison, role models, and the influence of online audiences on adolescents' self-perception. The study highlights that social media platforms function not only as communication tools but also as significant epistemic spaces for identity construction. Furthermore, the paper examines the tension between virtual identities and authentic selfhood, particularly among teenage girls. The author emphasizes the importance of maintaining authenticity, developing self-awareness, and making conscious choices in the face of growing technological influence.

Key words: Social media, identity formation, self-presentation, social comparison, adolescent psychology, virtual identity, online audience, role models (social heroes), digital society, authenticity.

ПРОБЛЕМА ИДЕНТИЧНОСТИ ЛИЧНОСТИ И САМОПРЕЗЕНТАЦИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Аннотация

В данной статье с философских и психологических позиций анализируется влияние социальных сетей на формирование идентичности подростков в условиях современного цифрового общества. Рассматриваются ключевые понятия, такие как самопрезентация, социальное сравнение, ролевые модели и влияние онлайн-аудитории на самовосприятие подростков. Подчеркивается, что социальные сети функционируют не только как средства коммуникации, но и как важные эпистемические пространства формирования идентичности. Кроме того, в статье анализируется напряжение между виртуальной идентичностью и аутентичным «я», особенно среди девушек-подростков. Автор акцентирует внимание на необходимости сохранения аутентичности, развития самосознания и осуществления осознанного выбора в условиях усиливающегося технологического воздействия.

Ключевые слова: Социальные сети, формирование идентичности, самопрезентация, социальное сравнение, психология подростков, виртуальная идентичность, онлайн-аудитория, ролевые модели (социальные герои), цифровое общество, аутентичность.

Kirish. «O'z-o'zingni anglagin va bilgin» (Sokrat) g'oyasi qadimgi falsafadan beri insonning o'zligini anglash jarayonining markaziy tamoyillaridan biri hisoblanadi. Zamonaviy raqamli jamiyatda esa ushbu masala yangi shaklda – ijtimoiy tarmoqlar, raqamli kommunikatsiya va virtual identitet fenomenlari orqali namoyon bo'lmoqda. Bugungi kunda texnologik optimizm g'oyasi keng tarqalgan bo'lib, raqamli texnologiyalar inson hayotini qulaylashtirishi va kommunikatsiya imkoniyatlarini kengaytirishi ta'kidlanadi. Yangi O'zbekiston sharoitida ham yoshlarning ma'naviy va ijtimoiy rivojlanishida internet va ijtimoiy tarmoqlarning roli tobora ortib bormoqda. Shu bilan birga, ushbu jarayon yoshlarning shaxsiy identitetini shakllantirishga ham kuchli ta'sir ko'rsatmoqda. Shavkat Mirziyoyev yoshlar tarbiyasi va ma'naviy muhit masalasiga to'xtalar ekan, zamonaviy axborot makonida yoshlarning ongini himoya qilish va ularni mustaqil fikrlashga o'rgatish muhim vazifa ekanini ta'kidlaydi[1]. Prezidentning fikricha, globallashuv davrida yoshlar turli axborot

oqimlari ta'sirida shakllanayotgan yangi ijtimoiy muhitda yashamoqda va bu jarayon ularning dunyoqarashi hamda identitetiga bevosita ta'sir ko'rsatadi[2]. Shu sababli ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish madaniyatini shakllantirish, yoshlarni tanqidiy fikrlashga o'rgatish va ularni milliy hamda umuminsoniy qadriyatlar asosida tarbiyalash zamonaviy jamiyatning muhim vazifalaridan biri hisoblanadi. Mazkur jarayon falsafiy nuqtai nazardan shaxsning autentikligi va o'zligini anglash muammosi bilan chambarchas bog'liqdir. Ayrim tadqiqotchilar ham texnologiyalar insoniy munosabatlarning tabiatini ham o'zgartirayotganini qayd etadilar. Masalan, SHerry Turkle texnologik muhitda insonlar o'zaro aloqalar soni ortgani bilan birga, real ijtimoiy yaqinlik kamayib borayotganini ta'kidlaydi[3]. Biz tarixan tanaga va onga ega mavjudotimiz va Xar birimizdan ijtimoiylik va ma'naviylikni paralell holatda olib borish kutiladi, lekin virtuallashib borayotgan hayot tarzi buni ancha qiyinlashtiradi. 2010 - yil boshida smartfonlar keng ommalashishi

bilan bu jarayon yangi bosqichga ótdi. Endi insonlar xar doim va xar yerda internetga ulanadigan bólib qolishdi, bu bizning hayotimizni yanada raqamlashtirib yubordi. Ijtimoiy medianing ajib istehzosi ham shuki uning qa'riga qanchalik chuqur sho'ng'isang o'zingni shunchalik yolg'iz va tushkun xis qilasan[4]. Bu nafaqat individual balki jamiyat miqyosida ham shunday. Insonlar real hayotda birga vaqt o'tqazishni va birga mashg'ul bo'lishni kamaytirganda ularning madaniyati va tafakkuri o'zgardi, hamjihatlik va birdamlik kabi tushunchalar yo'qola boshladi. Bu kabi ijtimoiy media tarqatayotgan muammolar dengizdan bir tomchi xolos. Shu sababli, ijtimoiy tarmoqlar ko'laminii falsafiy tahlil qilish va nazariy jihatdan o'rganish ustuvor vazifa qilib qo'yilmoqda.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Ushbu maqolada ijtimoiy mediada shaxsni shakllantirish bilan bog'liq empirik dalillar ko'rib chiqiladi va shu bilan bog'liq asosiy mavzu ya'ni o'z o'zini taqdim etish (self-presentation) o'zini tushunish, anglash shaxs identifikatsiyasi mohokama qilinadi:

O'zini shaxs sifatida taqdim etish va virtual makonda identifikatsiya qilish murakkab ijtimoiy-psixologik jarayon bo'lib, u ijtimoiy taqqoslash, rol modellari ("social hero") hamda onlayn auditoriya ta'siri bilan uzviy bog'liqdir. Ijtimoiy tarmoqlar o'smirlarga o'zlarini namoyon etish imkonini berib, ularning qarashlari, qadriyatlarini va o'zini anglash jarayoniga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Shu bilan birga, virtual muhitda shakllanayotgan obrazlar ularni doimiy ravishda boshqalar bilan taqqoslashga undaydi va bu ayniqsa o'smirlar ongida kuchli aks etadi.

Onlayn auditoriya bahosi shaxsning o'zini anglashiga bevosita ta'sir ko'rsatib, uni tashqi tasdiqqa bog'lab qo'yadi. Natijada, yoshlar ko'pincha autentik o'zlikni anglash o'rniga ijtimoiy modellarni taqdim qilishga moyillik bildiradi. Bu jarayonni Sokratning "o'zingni anglagin" g'oyasi bilan solishtirish mumkin bo'lib, zamonaviy virtual muhitda uning dolzarbligi yanada ortmoqda.

Shuningdek, Fridrix Nitsshening "o'zingni yarat" konsepsiyasi nuqtai nazaridan qaralganda, shaxs tayyor identitetni qabul qilmasdan, uni doimiy ravishda shakllantirib borishi lozim. Shu bois, ijtimoiy tarmoqlar bir tomondan shaxsiy rivojlanish imkoniyatini bersa, ikkinchi tomondan yuzaki "self-branding" orqali sun'iy identitet shakllanishi xavfini ham yuzaga keltiradi. Mazkur jarayonda ongli yondashuv shaxsning haqiqiy o'zligini anglash va rivojlantirishning muhim sharti hisoblanadi [5].

XX asrning oxirlaridan boshlab axborot texnologiyalarining rivojlanishi, xususan, 1970–1980 yillarda shaxsiy kompyuterlarning paydo bo'lishi, 1990-yillarda internetdan foydalanish imkoniyatining kengayishi va 2000-yillarda Wi-Fi texnologiyasining joriy etilishi ijtimoiy hayotda tub o'zgarishlarga olib keldi. 2010-yillardan boshlab smartfonlarning ommalashuvi esa bu jarayonni yanada jadallashtirib, ayniqsa o'smirlarning virtual muhitda faol ishtirokini keskin oshirdi. Tadqiqotlarga ko'ra, o'smirlar ijtimoiy tarmoqlarda kuniga o'rtacha ikki soat vaqt sarflaydi.

Mazkur jarayonda self-presentation, ya'ni ijtimoiy tarmoqlarda o'zini namoyon qilish va identifikatsiya qilish muhim ahamiyat kasb etadi. Bu shaxsning o'z haqidagi tasavvurlarini boshqalarga yetkazishga qaratilgan faoliyat bo'lib, u ijtimoiy baholash va onlayn auditoriya reaksiyasi orqali shakllanadi. Ijtimoiy tarmoqlar esa o'smirlarga o'z qiyofasini erkin ifodalash imkonini berib, ularning o'zini anglash jarayoniga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Natijada, shaxsning o'ziga bo'lgan munosabati va bahosi ko'p jihatdan boshqalar bilan bo'lgan ijtimoiy tajriba va muloqotlar asosida shakllanadi [6].

Tadqiqot metodologiyasi. Mazkur tadqiqotda ijtimoiy tarmoqlarda shaxs identifikatsiyasi va o'zini taqdim etish muammosini yoritish uchun kompleks va ko'p bosqichli metodologik yondashuv qo'llanildi. Tadqiqotning nazariy asosini falsafiy-antropologik, ijtimoiy-psixologik va kommunikativ paradigmalarni tashkil etadi.

Avvalo, tarixiy va tizimli yondashuv asosida raqamli jamiyat shakllanishi jarayonida shaxs identifikatsiyasining

evolyutsiyasi tahlil qilindi. Bu orqali an'anaviy identitetdan virtual identitetga o'tish bosqichlari aniqlashtirildi.

Ijtimoiy mediada o'zini taqdim etish va shaxs rivoji o'rtasidagi bog'liqlik dinamik xarakterga ega bo'lib, o'smirlar uchun bu jarayon muhim ijtimoiy-psixologik faoliyatga aylanadi. Ijtimoiy tarmoqlar orqali ular rasmlar, videolar va matnlar yordamida o'zlarini namoyon etadi hamda boshqalarning e'tirofi va ijtimoiy qabuliga erishishga intiladi. Bu jarayon ko'pincha Martin Heidegger ta'kidlagan "Das Man", ya'ni "boshqalar kabi bo'lish" tamoyiliga mos holda shakllanadi.

Virtual muhit shaxslarga o'z obrazini erkin tanlash imkonini berib, real va virtual identitet o'rtasida tafovutni kuchaytiradi. Hatto jinsiy identifikatsiya, hissiyot va kayfiyat ham raqamli vositalar orqali konstruksiya qilinadi. Natijada, o'smirlar o'zlarini ijtimoiy auditoriyaga mos ravishda namoyon etishga moyil bo'lib, o'z-o'zini baholash jarayoni tashqi ta'sirlarga bog'liq bo'lib qoladi.

Zamonaviy ijtimoiy mediada o'zini taqdim etishning asosiy shakllari – boshqalarning e'tirofiga erishish va o'zini reklama qilishdan iborat. Bunda o'smirlar ko'pincha "social hero" sifatida tanlangan shaxslar bilan o'zlarini taqqoslaydi, bu esa ijtimoiy taqqoslash tendensiyasini kuchaytiradi. Shu bilan birga, bunday modellar har doim ham ijobiy bo'lmasligi, balki salbiy psixologik ta'sirlar (masalan, kiberbulling, perfekcionizm yoki FOMO sindromi) manbai bo'lishi mumkin.

Shunday qilib, ijtimoiy media shaxs rivoji uchun keng imkoniyatlar yaratishi bilan birga, identifikatsiya jarayonida murakkab va ziddiyatli omillarni ham yuzaga keltiradi [7]. Albatta bola - ota-onasiga taqlid qilishi kerak-ku dersiz! Ammo bu amalda unchalik ma'qul strategiya emas. Yaqin kelajakda bola o'z ota-onasi jamoadagi kattalar orasida eng yaxshisi deb o'ylashi uchun asos topilmadi, nega kengroq izlanmasin? Bundan tashqari bolalar qanday qilib o'zlari yashayotgan jamiyatda obro'li, bilimli, qobiliyatli, yoki aksincha g'ayritabiyy, o'z dunyosiga ega, boshqalardan ajralib turish orqali ularning etiborini tortadigan modellarga ergashmaydi. Ijtimoiy tarmoqlarda ikkita strategiya alohida o'rin egallaydi, ergashish mayli va obro'ga mayli.

Ijtimoiy mediada ergashish (imitatsiya) mexanizmi muhim ijtimoiy omil sifatida namoyon bo'lib, u "boshqalar kabi bo'lish" tamoyiliga asoslanadi. Shu bois, ijtimoiy tarmoqlar insoniyat tarixidagi eng samarali ergashish vositalaridan biriga aylangan. Natijada, ayniqsa o'smirlar self-presentation jarayoniga faol jalb qilinib, o'z identitetini auditoriya talablariga mos ravishda shakllantirishga va ijtimoiy e'tirof (followerlar, baholar) orttirishga intiladi.

Mazkur jarayon tranzaksion xarakterga ega bo'lib, virtual auditoriya bilan o'zaro ta'sir orqali shaxs ijobiy va salbiy fikr-mulohazalarni qabul qiladi. Biroq bu baholarning ko'p qismi sun'iy (soxta) bo'lishi mumkinligi shaxs identifikatsiyasining noto'g'ri shakllanishiga olib keladi. Ayniqsa, Instagram kabi platformalarda o'smirlar o'z obrazlarini namoyon etib, boshqalar bahosini kutadi, bu esa ijtimoiy taqqoslashni kuchaytiradi.

Mazkur holat o'smir qizlar ruhiyatiga yanada kuchli ta'sir ko'rsatadi, chunki ular emotsional jihatdan sezgir bo'lib, ijtimoiy e'tirofga yuqori ehtiyoj sezadi. Go'zallik standartlari va filtrlar orqali yaratilgan sun'iy mukammallik obrazlari esa ularda perfekcionizm va o'z-o'zidan qoniqmaslik holatini kuchaytiradi. Natijada, yetib bo'lmaydigan estetik meyorlar va doimiy ijtimoiy taqqoslash shaxsiy identitetning izchil va sog'lom rivojlanishiga salbiy ta'sir ko'rsatadi [8].

Martin Heidegger falsafasi nuqtai nazaridan qaraganda, ijtimoiy tarmoqlarda shaxs ko'pincha noautentik holatga tushib qoladi, ya'ni "boshqalar nima deydi?" degan tamoyil asosida yashab, o'zining haqiqiy mohiyatidan uzoqlashadi. Virtual muhitda yaratilgan obraz bilan ichki "men" o'rtasida nomuvofiqlik yuzaga keladi. O'smirlar, ayniqsa qizlar, o'zlariga berilayotgan "like", izoh va baholar orqali o'z qadr-qimmatini belgilashga urinadi. Agar ijtimoiy e'tirof mavjud bo'lsa, o'ziga ishonch ortadi, aks holda esa o'zini past baholash kuchayadi.

Bu jarayon natijasida shaxs o'z identitetini auditoriya talablariga mos ravishda shakllantira boshlaydi, bu esa uni virtual

muhitga qaramlik holatiga olib kelishi mumkin. Masalan, blogger Jessica Torres o'z tajribasida ijtimoiy tarmoqlardagi baholash mezonlari shaxsiy qadriyatlarini sun'iy ravishda shakllantirishini ta'kidlaydi. Zamonaviy ijtimoiy mediada go'zallik standartlari va mukammallik obrazlari yoshlar ongida o'ziga nisbatan qoniqmaslikni kuchaytiradi.

Empirik tadqiqotlar ham shuni ko'rsatadiki, ijtimoiy taqqoslash jarayoni ko'pincha ongdan tashqarida sodir bo'lib, shaxsning o'zini baholashiga salbiy ta'sir qiladi. Virtual obrazlarning sun'iyliги anglab yetilgan taqdirda ham, ularning psixologik ta'siri saqlanib qoladi. Natijada, shaxs o'z identitetini mustaqil ravishda emas, balki algoritmlar, trendlar va ommaviy auditoriya bosimi ostida shakllantiradi.

Shu nuqtai nazardan, zamonaviy raqamli jamiyatda asosiy muammo – shaxsning haqiqiy o'zligini anglash masalasidir. Profil virtual niqobga aylangan bo'lsa, haqiqiy “men” uning ortida

yashirin qoladi. Heidegger ta'limotiga ko'ra, autentiklikka erishish jamiyat tomonidan shakllantirilgan sun'iy identitetlardan voz kechib, haqiqiy mavjudlikni tan olish bilan bog'liqdir. Shu bois, ijtimoiy tarmoqlar sharoitida autentik bo'lib qolish murakkab, biroq zarur falsafiy va ijtimoiy vazifa hisoblanadi [9].

Xulosa. Umumiy xulosalarga keladigan bo'lsam, inson o'zini tayyor narsa deb qabul qilmasligi kerak. Shaxs o'z shaxsiy identitetini shakllantirayotganda aynan unga ta'sir qilayotgan kuchlarni anglab yetishi kerak, ular ezgulikka, ezgu fikrlarga yoki ezgu amallarga yetaklaydimi? Yoki soxtalikka? O'smirlarga ijtimoiylashish jarayonida, o'z shaxsiy identitetini rivojlantirish jarayonida ezgu amallarimiz orqali o'rnak bo'laylik, tizimlar tomonidan tanlangan “fake face” orqali emas.

Algoritmlar kimdir bo'lishga majburlamaydi, shunchaki taklif qiladi!

ADABIYOTLAR

1. Shavkat Mirziyoyev. Yangi O'zbekiston strategiyasi. Toshkent: O'zbekiston nashriyoti, 2021.
2. Shavkat Mirziyoyev. Milliy taraqqiyot yo'limizni qat'iyat bilan davom ettirib, yangi bosqichga ko'taramiz. Toshkent: O'zbekiston, 2018.
3. Sherry Turkle. Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other. New York: Basic Books, 2011.
4. Jonathan Haidt. The Anxious Generation. New York: Penguin Press, 2024.
5. Friedrich Nietzsche. Thus Spoke Zarathustra. Oxford: Oxford University Press, 2005.
6. Alexander Nehamas. Nietzsche: Life as Literature. Cambridge: Harvard University Press, 1985.
7. Common Sense Media. The Common Sense Census: Media Use by Tweens and Teens. San Francisco: Common Sense Media, 2015.
8. Erving Goffman. The Presentation of Self in Everyday Life. New York: Anchor Books, 1959.
9. Martin Heidegger. Being and Time. Tübingen: Niemeyer, 1927.
10. Torres, Jessica. How Social Media Affects My Self-Esteem. Essay / blog post, 2018.
11. Dittmar, Helga; Halliwell, Emma; Ive, Suzanne. “Does Barbie Make Girls Want to Be Thin? The Effect of Experimental Exposure to Images of Dolls on the Body Image of 5–8 Year Old Girls.” Developmental Psychology, 2006.