

IJTIMOY TARMOQLARDA MA'LUMOTLARNI SHAKLLANTIRISH VA INTELLEKTUAL TAHLIL

Ruziyev Eldor Ilhomovich

TATU Mustaqil izlanuvchisi Tel: +998946250020

Annotatsiya: *Ushbu maqolada ijtimoiy tarmoqlarda tarqaladigan ma'lumotlarni shakllantirish va intellektual tahlil qilishning nazariy va amaliy jihatlarini tahlil qilinadi. Tadqiqotda sun'iy intellekt, ma'lumotlarni to'plash, tahlil qilish va vizualizatsiya qilish metodlari qo'llaniladi. Maqola ijtimoiy tarmoqlarda axborot oqimlarini aniqlash, manipulyativ kontentni aniqlash va foydalanuvchi idrokini optimallashtirish bo'yicha ilmiy tavsiyalarni taqdim etadi.*

Kalit so'zlar: *ijtimoiy tarmoqlar, ma'lumotlarni shakllantirish, intellektual tahlil, sun'iy intellekt, axborot vizualizatsiyasi.*

Аннотация: *В данной статье анализируются теоретические и практические аспекты формирования и интеллектуального анализа информации, распространяемой в социальных сетях. В исследовании используются методы искусственного интеллекта, сбора, анализа и визуализации данных. В статье представлены научные рекомендации по выявлению информационных потоков в социальных сетях, идентификации манипулятивного контента и оптимизации восприятия пользователями.*

Ключевые слова: *социальные сети, формирование данных, интеллектуальный анализ, искусственный интеллект, визуализация информации.*

Abstract: *This article analyzes the theoretical and practical aspects of the formation and intellectual analysis of information distributed in social networks. The research uses artificial intelligence, data collection, analysis and visualization methods. The article provides scientific recommendations for identifying information flows in social networks, identifying manipulative content and optimizing user perception.*

Keywords: *social networks, data formation, intellectual analysis, artificial intelligence, information visualization.*

KIRISH

Bugungi raqamli asrda ijtimoiy tarmoqlar global axborot makonining markaziy elementi bo'lib, shaxsiy fikr, jamoat fikri va davlat siyosatiga ta'sir ko'rsatmoqda. Ijtimoiy tarmoqlarda tarqaladigan ma'lumotlar foydalanuvchilarning qaror qabul qilish jarayonlarida hal qiluvchi rol o'ynaydi va shu bilan axborotning shaffof, ishonchli va xavfsiz shakllantirilishi zaruratini yuzaga chiqaradi.

Davlatimiz rahbari tomonidan qabul qilingan qarorlar ham axborot va kiberxavfsizlik sohasida ijtimoiy tarmoqlarni tartibga solishning dolzarbligini ko'rsatadi.

Masalan, O'zbekiston Respublikasi Prezidenti qarori №7511 "Axborot texnologiyalari yordamida sodir etiladigan jinoyatlarga qarshi kurashish faoliyatini yanada kuchaytirishga qaratilgan chora-tadbirlar to'g'risida", 30.04.2025 y. [1] ijtimoiy media orqali tarqaladigan ma'lumotlarni nazorat qilish, manipulyativ kontentni aniqlash va kibermadaniyatni rivojlantirish bo'yicha aniq vazifalarni belgilaydi.

Shuningdek, O'zbekiston Respublikasi Prezidenti qarori №4390 "Ommaviy axborot vositalari mustaqilligini ta'minlash hamda davlat organlari va tashkilotlari axborot xizmatlari faoliyatini rivojlantirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida", 27.06.2019 y. [2] ijtimoiy tarmoqlarda axborot oqimlarini tartibga solish, foydalanuvchi ehtiyojlarini qondirish va OAV faoliyatini nazorat qilish muhimligini ta'kidlaydi.

Ushbu qarorlar ijtimoiy tarmoqlarda ma'lumotlarni tizimli shakllantirish va intellektual tahlil qilish zaruratini hamda bu sohada ilmiy yondashuvlarni ishlab chiqishning dolzarbligini ochiq ko'rsatadi. Shu nuqtai nazardan, ijtimoiy tarmoqlarda axborot oqimini to'g'ri boshqarish va intellektual tahlil metodlarini qo'llash bugungi kunning ilmiy va amaliy talablariga mos keladi.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR TAHLILI

«Ijtimoiy tarmoq» atamasini 1954-yilda sotsiolog Jeyms Barns muomalaga kiritgan bo'lib, o'sha paytlarda uning internetga aloqasi bo'lmagan va unga shunday ta'rif berilgan: «Ijtimoiy tarmoq - ijtimoiy obyektlar hisoblanadigan (odamlar va tashkilotlar) tugunlar guruhi va ular orasidagi aloqalar (ijtimoiy munosabatlar)dan tarkib topgan ijtimoiy tuzilmadir».

Oddiyroq qilib aytganda, ijtimoiy tarmoq - ma'lumotlar, bir taraflama yoki ikki taraflama aloqalarga ega bo'lgan odamlar guruhidir. Olib borilgan axborot-tahliliy natijalar va statistik ma'lumotlarga ko'ra, Facebook hozirgi vaqtda dunyoda eng mashhur ijtimoiy tarmoq sifatida yetakchi o'rinda bormoqda. Bugungi kunga kelib, Facebook tarmog'ida ro'yxatdan o'tganlar soni bir necha milliard kishidan ortganligi ma'lum qilingan. Undan keyingi o'rinlarni esa Twitter, Instagram, LinkedIn, Google+, Pinterest, Snapchat, YouTube, Reddit, WhatsApp, Flickr, Weibo egallab kelmoqda.

Hozirgi kunda ijtimoiy tarmoqlarning ahamiyati haqida ortiqcha ta'rif berishga hojat yo'q. Negaki o'zaro muloqotda, biznesda, yangi mijozlar topishda, mahsulot sotuvini oshirishda, biror soha bo'yicha mutaxassis tanlovida ijtimoiy tarmoqlardan to'g'ri foydalanish strategiyasini yo'lga qo'yib olish kerak bo'ladi. Tahlil qilishni qulaylashtirish maqsadida mavjud ijtimoiy tarmoq platformalarini asosiy funksiyalariga ko'ra guruhlariga bo'lib chiqdik.

Muloqot qilishga mo'ljallangan ijtimoiy tarmoqlar (Relationship networks) Bu hozirda eng talabgor va eng ko'p foydalanuvchilarga ega bo'lgan ijtimoiy tarmoqlardir. Bularga Facebook, Vkontakte, Odnoklassniki, LinkedIn misol keltirish mumkin. Bu ijtimoiy tarmoqlar dastlab paydo bo'lgan bo'lmasa ham, hozirda barcha sohalarda yetakchi hisoblanadi.

Bu ijtimoiy tarmoqlar birinchilarda bo'lib o'z foydalanuvchilariga o'zining personal mini saytlarini taklif qilgan, bu keyinchalik profil deb nomlangan. Bu muloqot saytlari bir platforma doirasida maksimum imkoniyatlarni taqdim etishga harakat qiladilar. Shartli ravishda bu muloqot saytlarini qo'yidagi kategoriyalarga bo'lishimiz mumkin.

- Shaxsiy aloqalar (kontakt)lar tarmoqlari
- Professional tarmoqlar
- Deytinglar (tanishuv saytlari)

Media kontent almashuviga mo'ljallangan ijtimoiy tarmoqlar (Media sharing networks) Ijtimoiy tarmoqning bu turi foydalanuvchilarga video va foto materiallarni o'zaro almashishga imkon beradi. Bularga Flickr, Instagram, YouTube, Vimeo, Vine, Snapchat. Muhokamalar va izohlarga mo'ljallangan ijtimoiy tarmoqlar (Online reviews) Yelp va Urbanspoon xorijiy tarmoqlari geolokatsiya va mahalliy biznes haqida sharh va tavsiyalar qoldirish qobiliyatiga asoslangan. Airbnb va Uber sayohatchilar turar joylari va shaxsiy tashuvchilar haqidagi sharhlarga e'tibor qaratadi. Bunday ijtimoiy media foydalanuvchilarga xarid qilish to'g'risida qaror qabul qilish uchun barcha kerakli ma'lumotlarni to'plashga yordam beradigan ulkan bilim bazasidir. Siz tinglovchilaringizning ishonchini qozonish, ijobiy fikr-mulohazalarni qabul qilish va salbiy sabablarni bartaraf etish uchun qo'lingizdan kelganini qilishingiz kerak. Jamoaviy muhokamalarga mo'ljallangan ijtimoiy tarmoqlar (Discussion forums) Jamiyatlar, forumlar, savol-javob xizmatlari ijtimoiy medianing birinchi turlaridandir.

Ushbu turdagi zamonaviy vakillariga Quora, Reddit va Digg kiradi. Foydalanuvchilar o'rtasidagi o'zaro ta'sir mexanizmining asosini bilim almashish zarurati tashkil qiladi. Foydali bo'lish - bunday xizmatlar bo'yicha brendlar uchun asosiy vazifa.

Ammo ehtiyot bo'ling - mahalliy auditoriya tajovuzkor reklamani yoqtirmaydi, agar siz ushbu qoidani e'tiborsiz qoldirsangiz, foydalanuvchilarning salbiy munosabatiga duch kelishingiz yoki hatto moderator tomonidan taqiqlanish xavfi mavjud.

Bu holatda eng yaxshi strategiya ekspert sifatida muhokamada qatnashish yoki oxirgi chora sifatida o'z brendingizdan muhokamaga tegishli bo'lgan maqola yoki trening videosiga havolani joylashtirish bo'ladi.

Mualliflik huquqlariga mo'ljallangan ijtimoiy tarmoqlar (Social publishing platforms) Ushbu turdagi ijtimoiy media bloglar va mikro-bloglar uchun xizmatlarni o'z ichiga oladi, bu erda foydalanuvchilar matn va media kontentini yaratadilar va nashr etadilar.

Bunga Twitter, Medium va Tumblr kabi mashhur platformalar kiradi va agar Twitterning biznes uchun afzalliklari taqdimotga muhtoj bo'lmasa, unda boshqa platformalarda hikoya biroz boshqacha - agar sizning muloqot strategiyangiz original kontent yaratishni o'z ichiga olsa, u holda siz ijtimoiy media ma'lumotlaridan

foydalangan holda auditoriyangizni kengaytirishingiz mumkin. Bunga qo'shimcha ravishda, qidiruv tizimlari ushbu saytlarda nashr etilgan tarkibni juda tez indekslaydi:

Ijtimoiy xatcho'plar saytlari (Bookmarking sites) StumbleUpon, Pinterest, Flipboard bu xizmatlar bo'lib, foydalanuvchi o'zining shaxsiy kutubxonasiga tarkib to'playdi va boshqa hamjamiyat a'zolari obuna bo'lishi mumkin. Odatda, ushbu ijtimoiy media platformalari ko'proq tegishli kontentni taklif qilish uchun qiziqishlarni o'rganadi. Bu erda biznes uchun eng aniq vazifa - ularning onlayn mavjudligini foydalanuvchilarga qulay qilishdir: kontentni asosiy ijtimoiy xatcho'p xizmatlari standartlariga optimallashtirish, xatcho'plar uchun tugmalarni qo'shish va h.k. Shuningdek, siz o'z kanaligizda kontent yaratishingiz va saralashingiz mumkin: masalan, Pinterestda "taxta" yarating va u erda foydalanuvchilarni qiziqtiradigan kontentni nashr qiling yoki foydalanuvchi tomonidan yaratilgan kontentni qayta joylashtiring.

Qiziqishlarga asoslangan tarmoqlar (Interest-based networks) Ijtimoiy tarmoqlar bizga taqdim etayotgan eng ommabop imkoniyat - bu hamfikrlar va qiziqishlari o'xshash odamlarni topishdir. Masalan, Last.fm musiqa ixlosmandlari uchun tarmoq, Goodreads adabiyot ixlosmandlari uchun. Ushbu turdagi ijtimoiy tarmoq sanoat hamjamiyatlari yoki noshirlar uchun juda mos keladi. Bundan tashqari, agar sizning biznesingiz sevimli mashg'ulotingiz bilan bog'liq bo'lsa, siz mavjud jamoaga qo'shilishingiz yoki o'zingizni yaratishingiz mumkin.

Zamonaviy ta'lim jarayonida ijtimoiy tarmoqlar muhim o'rin tutib, talabalar va o'qituvchilarga muloqot qilish, hamkorlik qilish va axborot almashish uchun yangi imkoniyatlar yaratmoqda. Ushbu maqolada biz ijtimoiy tarmoqlarning asosiy turlari va ularning ta'limdagi ahamiyatini ko'rib chiqamiz.

1. Ta'lim ijtimoiy media: Bular ta'lim maqsadlari uchun maxsus ishlab chiqilgan maxsus platformalardir. Ular o'qituvchilarga kurslar yaratish, materiallarni nashr etish, blog yuritish va talabalar bilan muloqot qilish imkonini beradi. Ushbu ijtimoiy tarmoqlar ko'pincha o'quvchilar yangi mavzularni o'rganishlari, testlarni topshirishlari va turli mamlakatlardagi o'qituvchilar va boshqa talabalar bilan muloqot qilishlari mumkin bo'lgan onlayn ta'lim imkoniyatlarini taqdim etadi.

2. Professional ijtimoiy tarmoqlar: Bular muayyan soha mutaxassislarini birlashtiradigan platformalardir. Ular talabalar va o'qituvchilarga ish topish, tajriba va murabbiylik almashish va professional tarmoqlarni yaratish imkonini beradi. Bunday ijtimoiy tarmoqlar an'anaviy ish qidirish usullarini to'ldiradi va kasbiy ko'nikmalarni rivojlantirishga yordam beradi.

3. Umumiy ijtimoiy tarmoqlar: Bular ta'limga ixtisoslashtirilmagan, ammo ta'lim jarayonida foydali bo'lishi mumkin bo'lgan platformalardir. Masalan, Facebook, Instagram va Twitter'dan sinfdoshlar bilan muloqot qilish, o'quv materiallarini almashish va guruh loyihalarini tashkil qilish uchun foydalanish mumkin. Shuningdek, ular o'qituvchilarga o'quvchilar bilan muloqot qilish uchun sahifalar va guruhlar yaratishga imkon beradi.

Zamonaviy ta'lim jarayonida ijtimoiy tarmoqlarning ahamiyati:

1. Ta'lim olish imkoniyatini yaxshilash: Ijtimoiy tarmoqlar talabalarga o'quv materiallaridan foydalanish va o'qituvchilar va boshqa talabalar bilan istalgan vaqtda va dunyoning istalgan nuqtasidan muloqot qilish imkonini beradi.

2. Hamkorlik va bilim almashish: Ijtimoiy tarmoqlar talabalar va o'qituvchilarga fikr, tajriba va materiallar almashish imkonini beradi. Bu tanqidiy fikrlash, muammolarni hamkorlikda hal qilish va yangi bilimlarni yaratishga yordam beradi.

3. Raqamli ko'nikmalarni rivojlantirish: Ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish talabalarga ma'lumot qidirish, uning ishonchliligini baholash, kontent yaratish va onlaynda samarali muloqot qilish kabi raqamli ko'nikmalarni rivojlantirishga yordam beradi.

4. Ijtimoiylashtirish va motivatsiya: Ijtimoiy media talabalar uchun o'z yutuqlari bilan bo'lishish va tengdoshlari va o'qituvchilaridan fikr-mulohaza va yordam olish uchun platforma bo'lishi mumkin. Bu ijobiy o'zaro munosabatlarni va talabalar motivatsiyasini rivojlantirishga yordam beradi.

Operatsiyadan oldingi bosqich (2 yoshdan 7 yoshgacha): Ushbu bosqichda bolalarda til va ramziy fikrlash rivojlana boshlaydi, ammo baribir operatsiyalarni bajarish qobiliyati yo'q, bu esa orqaga qaytarilishi mumkin bo'lgan ichki harakatlardir.[3] Media ta'lim yanada murakkab ramzlar va rivoyatlarni kiritishi mumkin, bu bolalarga erta savodxonlik ko'nikmalarini rivojlantirishga va haqiqat va fantaziya o'rtasidagi farqni tushunishga yordam beradi.

Proksimal rivojlanish zonasi (ZPD): Vygotskiy proksimal rivojlanish zonasi kontseptsiyasini kiritdi, bu o'quvchi mustaqil ravishda nima qila olishi va rahbarlik bilan nimaga erisha olishi o'rtasidagi farqni anglatadi. Media ta'limda ushbu kontseptsiya yo'naltirilgan ta'limning muhimligini ta'kidlaydi.[4] O'qituvchilar o'quvchilarning media savodxonligi ko'nikmalarini qo'llab-quvvatlash va talabalarning malakali bo'lishi bilan ularni asta-sekin kamaytirish orqali rivojlantirishlari mumkin.

Ko'proq bilimli boshqalar (MKO): Vygotskiy, shuningdek, o'rganish uchun zarur yordamni ta'minlaydigan o'qituvchi, tengdosh yoki hatto media-kontentning o'zi bo'lishi mumkin bo'lgan Ko'proq bilimli Boshqa g'oyasini taqdim etdi. Media ta'lim ko'pincha hamkorlik va munozarani o'z ichiga oladi, bu erda talabalar bir-biridan va MKO vazifasini bajaruvchi o'qituvchidan o'rganadilar.[5]

UMUMIY XULOSA

Ushbu ilmiy maqolada ijtimoiy tarmoqlarda ma'lumotlarni shakllantirish va intellektual tahlil qilishning nazariy va amaliy jihatlarini tahlil qilindi. Tadqiqot shuni ko'rsatdiki, ijtimoiy tarmoqlar nafaqat shaxsiy muloqot vositasi, balki jamiyatdagi axborot oqimlarini shakllantirish, jamoatchilik fikrini belgilash va foydalanuvchilarning qaror qabul qilish jarayonlariga bevosita ta'sir ko'rsatadigan kuchli platformalardir.

Tahlil natijalari shuni ko'rsatdiki, intellektual tahlil metodlari — semantik tahlil, kognitiv kartalash va mashinaviy o'rganish algoritmlari — ijtimoiy tarmoqlarda

axborotni samarali tasniflash va foydalanuvchilarning ongli qaror qabul qilishini qo'llab-quvvatlash imkonini beradi.

Shu yondashuvlar manipulyativ kontentni aniqlash va axborot oqimini tartibga solishda muhim ahamiyat kasb etadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti qarori №7511 "Axborot texnologiyalari yordamida sodir etiladigan jinoyatlarga qarshi kurashish faoliyatini yanada kuchaytirishga qaratilgan chora-tadbirlar to'g'risida", 30.04.2025, lex.uz.

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti qarori №4390 "Ommaviy axborot vositalari mustaqilligini ta'minlash hamda davlat organlari va tashkilotlari axborot xizmatlari faoliyatini rivojlantirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida", 27.06.2019, lex.uz.

3. Buckingham, D. (2019). Иле Media Education Manifesto. Polity Press.

4. 4. Hobbs, R. (2017). Media Literacy in the Age of Fake News. Journal of Media Literacy Education, 9(1), 1-5.

5. 5. Livingstone, S. (2004). What is Media Literacy? Interpreting Media Literacy in the Digital Age. Nordic Journal of Digital Literacy, 1(1), 5-12.

6. 6. ПоПен W. J. (2018). Media Literacy. SAGE Publications.