

RAQAMLI KOMMUNIKATSIYA SHAROITIDA OILAVIY QADRIYATLAR TRANSFORMATSIYASINING IJTIMOY-FALSAFIY MEXANIZMLARI

Dadajonov Bekzod Baxodirovich

Namangan davlat universiteti mustaqil tadqiqotchisi

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.23402354>

Annotatsiya: Maqolada ijtimoiy tarmoqlarning oila instituti va an'anaviy oilaviy qadriyatlarga ta'siri ijtimoiy-falsafiy nuqtayi nazardan tahlil qilinadi. Qadriyatlar transformatsiyasining to'rtta asosiy mexanizmi ajratib ko'rsatiladi: vizual namoyishkorlik, avtoritetning virtual referent guruhlariga ko'chishi, algoritmik filtrlash hamda oilaviy vaqt va makon tuzilmasining parchalanishi. Muallif transformatsiyani faqat yemirilish jarayoni sifatida emas, balki qadriyatlarning yangi kommunikativ muhitga moslashuvi, qayta talqin qilinishi va ayrim hollarda reaktiv mustahkamlanishi sifatida ham ko'rib chiqadi. Tadqiqot natijalaridan oila mustahkamligini ta'minlashga qaratilgan ma'naviy-ma'rifiy ishlarni takomillashtirishda foydalanish mumkin.

Kalit so'zlar: oila instituti, an'anaviy qadriyatlar, ijtimoiy tarmoqlar, qadriyatlar transformatsiyasi, raqamli kommunikatsiya, tarmoq jamiyati, avtoritet, namoyishkorlik, algoritmik filtrlash

SOCIO-PHILOSOPHICAL MECHANISMS OF THE TRANSFORMATION OF FAMILY VALUES IN THE CONTEXT OF DIGITAL COMMUNICATION

Annotation. The article provides a socio-philosophical analysis of the impact of social networks on the institution of the family and on traditional family values. Four key mechanisms of value transformation are identified: visual self-display, the shift of authority to virtual reference groups, algorithmic filtering, and the fragmentation of the family's shared time and space. The author argues that this transformation should be understood not only as erosion, but also as adaptation, reinterpretation and, in some cases, reactive reinforcement of values within a new communicative environment.

Keywords: family institution, traditional values, social networks, value transformation, digital communication, network society, authority, self-display, algorithmic filtering

СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ТРАНСФОРМАЦИИ СЕМЕЙНЫХ ЦЕННОСТЕЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Аннотация. В статье с социально-философской точки зрения анализируется влияние социальных сетей на институт семьи и традиционные семейные ценности.

Выделены четыре основных механизма трансформации ценностей: визуальная демонстративность, перенос авторитета на виртуальные референтные группы, алгоритмическая фильтрация и фрагментация общего времени и пространства семьи. Автор рассматривает трансформацию не только как разрушение, но и как адаптацию, переосмысление и, в ряде случаев, реактивное укрепление ценностей в новой коммуникативной среде.

Ключевые слова: институт семьи, традиционные ценности, социальные сети, трансформация ценностей, цифровая коммуникация, сетевое общество, авторитет, демонстративность, алгоритмическая фильтрация

KIRISH

Oila insoniyat tarixidagi eng qadimiy va eng barqaror ijtimoiy institutlardan biri bo'lib, u avloddan avlodga madaniy tajriba, axloqiy me'yorlar va qadriyatlarni uzatuvchi asosiy kanal vazifasini bajarib kelgan. O'zbek xalqining ma'naviy merosida oila jamiyatning tayanchi, shaxs tarbiyasining birlamchi maskani sifatida talqin qilinadi. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi va Oila kodeksida ham oila jamiyatning asosiy bo'g'ini ekanligi hamda jamiyat va davlat muhofazasida bo'lishi mustahkamlab qo'yilgan [14].

XXI asrning birinchi choragida axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining jadal rivojlanishi kundalik hayotning deyarli barcha jabhalarini o'zgartirib yubordi. Telegram, Instagram, TikTok, YouTube kabi platformalar endilikda shunchaki axborot olish vositasi emas, balki ijtimoiy hayotning to'laqonli makoniga aylandi. Inson o'z vaqtining sezilarli qismini virtual muhitda o'tkazar ekan, uning dunyoqarashi, xulq-atvor namunalari va qadriyatlar iyerarxiyasi ham shu muhit ta'sirida shakllana boshladi. Bu jarayon oila instituti uchun alohida ahamiyatga ega: ilgari oila, mahalla va maktab tomonidan deyarli monopol tarzda amalga oshirilgan sotsializatsiya endi ko'p kanalli va raqobatli tus oldi.

Muammoning dolzarbligi shundaki, ijtimoiy tarmoqlarning oilaga ta'siri ko'pincha publitsistik darajada, asosan salbiy baholar orqali muhokama qilinadi. Holbuki, bu hodisaning chuqur ijtimoiy-falsafiy tahlili, ya'ni qadriyatlar qanday mexanizmlar orqali o'zgarishi, transformatsiyaning yo'nalishlari va oqibatlarini tizimli ochib berish hali yetarli darajada amalga oshirilmagan.

Ushbu maqolaning **maqsadi** raqamli kommunikatsiya sharoitida an'anaviy oilaviy qadriyatlar transformatsiyasining asosiy ijtimoiy-falsafiy mexanizmlarini aniqlash va tavsiflashdan iborat. Maqsadga erishish uchun quyidagi **vazifalar** belgilandi: mavzuga oid nazariy konsepsiyalarni tahlil qilish; o'zbek oilasi uchun xos an'anaviy qadriyatlar tizimini aniqlashtirish;

transformatsiya mexanizmlarini ajratib ko'rsatish; transformatsiya natijalarining tipologiyasini ishlab chiqish.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR TAHLILI

Ommaviy kommunikatsiya vositalarining jamiyat va inson ongiga ta'siri masalasi falsafada XX asrning ikkinchi yarmidan boshlab faol o'rganila boshlandi. M. Makluen axborot vositasining o'zi, uning mazmunidan qat'i nazar, inson idroki va ijtimoiy munosabatlar shaklini o'zgartirishini asoslab bergan edi [10]. Bu g'oya bugungi kunda ijtimoiy tarmoqlarni tahlil qilishda ham metodologik ahamiyatini saqlab qolmoqda: tarmoqlar orqali qanday kontent tarqatilishidan tashqari, muloqotning tarmoqli, qisqa, vizual va doimiy shakli ham oilaviy munosabatlarga ta'sir ko'rsatadi.

M. Kastels “tarmoq jamiyati” konsepsiyasida axborot oqimlari makonining an'anaviy hududiy makonni siqib chiqarayotganini va “real virtuallik madaniyati” shakllanayotganini ko'rsatib bergan [1; 2]. Bu konsepsiya nuqtayi nazaridan oila ham endi faqat bir hovli, bir xonadon doirasida emas, balki geografik jihatdan tarqoq, ammo raqamli aloqa bilan bog'langan tarmoq sifatida mavjud bo'lishi mumkin.

Z. Bauman “suyuq zamonaviylik” va “suyuq muhabbat” asarlarida zamonaviy jamiyatda inson rishtalarining mo'rtlashib borayotganini ta'kidlaydi. Uning fikricha, uzoq muddatli majburiyatlarga asoslangan “munosabat” o'rnini istalgan payt uzish mumkin bo'lgan “aloqa” egallamoqda [3; 4]. E. Giddens esa an'anaviy nikoh o'rniga faqat ikki tomonning qoniqishiga asoslangan “sof munosabat” modeli kirib kelayotganini tahlil qilgan [5]. Sh. Terkl odamlarning jismonan birga bo'lgan holda ham har biri o'z qurilmasiga sho'ng'ib, aslida “birga yolg'iz” qolayotganini empirik materiallar asosida ko'rsatgan [6].

Avlodlararo munosabatlar tahlili uchun M. Midning madaniyat turlari haqidagi konsepsiyasi muhim. Unga ko'ra, postfigurativ madaniyatda yoshlar kattalardan, kofigurativ madaniyatda tengdoshlardan, prefigurativ madaniyatda esa kattalar yoshlardan o'rganadi [7]. Raqamli texnologiyalar sharoitida prefigurativ unsurlarning kuchayishi an'anaviy avtoritet tizimiga bevosita ta'sir qiladi. R. Inglxart esa modernizatsiya jarayonida jamiyatlar an'anaviy qadriyatlardan sekulyar-ratsional va o'zini ifoda etish qadriyatlari tomon siljishini xalqaro qiyosiy tadqiqotlar asosida ko'rsatib bergan [8]. E. Pariser algoritmlar foydalanuvchini faqat o'ziga yoqadigan axborot bilan o'rab oluvchi “filtr pufagi”ni yaratishini asoslagan [9], G. Debor esa zamonaviy jamiyatda ijtimoiy munosabatlar tasvirlar orqali vositalanib, “tomosha”ga aylanishini tanqidiy tahlil qilgan [11].

Milliy ma'naviy merosimizda oila masalasi alohida o'rin tutadi. Kaykovusning “Qobusnoma” asarida farzand tarbiyasi, ota-onaga hurmat va oila boshlig'ining mas'uliyati haqida

batafsil o‘gitlar berilgan [12]. Alisher Navoiyning “Mahbub ul-qulub” asarida esa oila, ayol va farzand tarbiyasiga oid axloqiy qarashlar o‘z ifodasini topgan [13].

Adabiyotlar tahlili shuni ko‘rsatadiki, G‘arb faylasuflari ishlab chiqqan konsepsiyalar asosan individualistik jamiyatlar tajribasiga tayanadi. Jamoaviylik, qarindoshlik va mahalla rishtalari kuchli bo‘lgan o‘zbek jamiyatida ijtimoiy tarmoqlar ta’siri boshqacha kechishi mumkin. Shu bois ushbu konsepsiyalarni milliy kontekstda tanqidiy qayta ko‘rib chiqish zarurati mavjud.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqotda dialektik, tizimli-strukturaviy, qiyosiy-tarixiy, germeneytik va aksiologik yondashuvlardan foydalanildi. Dialektik yondashuv transformatsiyani an’ana va zamonaviylik, barqarorlik va o‘zgaruvchanlik o‘rtasidagi qarama-qarshiliklar birligi sifatida ko‘rish imkonini berdi. Tizimli-strukturaviy tahlil oilani qadriyatlar, rollar va kommunikatsiya kanallaridan iborat yaxlit tizim sifatida o‘rganishga xizmat qildi. Germaneytik usul milliy manbalardagi oilaviy qadriyatlar mazmunini talqin qilishda, aksiologik yondashuv esa qadriyatlar iyerarxiyasidagi siljishlarni baholashda qo‘llanildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

1. An’anaviy oilaviy qadriyatlar tizimi

Transformatsiyani tahlil qilishdan avval uning ob’ektini, ya’ni o‘zbek oilasiga xos an’anaviy qadriyatlar tizimini aniqlashtirib olish lozim. Milliy manbalar va xalq og‘zaki ijodi tahlili asosida bu tizimning quyidagi asosiy tarkibiy qismlarini ajratish mumkin: ota-onaga hurmat va itoat; kattalar avtoriteti va yoshlarning odobi; mehr-oqibat va qarindoshlik rishtalarini saqlash; oila sharafi, or-nomus va oila sirini saqlash; sabr-qanoat, kamtarlik va isrofgarchilikdan saqlanish; avlodlar davomiyligi va nasl-nasabni qadrlash; mahalla va jamoa bilan uzviy bog‘liqlik. Bu qadriyatlar bir-biri bilan chambarchas bog‘langan bo‘lib, ulardan birining o‘zgarishi butun tizimga ta’sir qiladi.

2. Birinchi mexanizm: vizual namoyishkorlik

Ijtimoiy tarmoqlar o‘z tabiatiga ko‘ra ko‘rsatish va ko‘rinishga asoslangan makondir. Foydalanuvchining ijtimoiy maqomi ko‘p jihatdan uning nashrlari, ular yig‘gan “layk” va izohlar soni bilan o‘lchanadi. Natijada oilaviy hayotning ilgari yopiq, ichki makonga tegishli bo‘lgan jihatlari, jumladan, to‘y-marosimlar, oilaviy bayramlar, farzandlar hayoti, er-xotin munosabatlari va hatto oilaviy nizolar ham ommaviy tomoshaga aylanmoqda.

Bu mexanizm, avvalo, oila sirini saqlash va kamtarlik qadriyatlariga ta’sir qiladi. G. Debor ta’riflagan “tomosha jamiyati” mantig‘iga ko‘ra, mavjudlik ko‘rinish bilan almashinadi: oilaviy baxtning o‘zidan ko‘ra uning namoyishi muhimroq bo‘lib qoladi. Bu esa ikkinchi darajali oqibatlarni ham keltirib chiqaradi: to‘y-hashamlarda o‘zgalar bilan raqobatlashish,

isrofgarchilikning kuchayishi, oilalararo taqqoslash va buning natijasida yuzaga keladigan noqanoatlik hissi.

Shu bilan birga, dialektik nuqtayi nazardan, namoyishkorlik ijobiy funksiyani ham bajarishi mumkin. Masalan, ota-onani e'zozlash, qarindoshlarni ziyorat qilish yoki an'anaviy marosimlarni aks ettiruvchi nashrlar bu qadriyatlarni keng auditoriya oldida qayta tasdiqlab, ijtimoiy namuna vazifasini o'taydi.

3. Ikkinchi mexanizm: avtoritetning virtual referent guruhlariga ko'chishi

An'anaviy jamiyatda bilim, tajriba va to'g'ri hayot namunasining asosiy manbai oila kattalari, mahalla oqsoqollari va ustozlar edi. Ijtimoiy tarmoqlar bu monopoliyani buzdi: endilikda yoshlar hayotiy masalalar yuzasidan maslahatni blogerlar, influencerlar va tengdoshlar hamjamiyatidan olmoqda. M. Mid ta'riflagan prefigurativ madaniyat unsurlari kuchayib, raqamli muhitni yaxshiroq biladigan yoshlar ko'p hollarda kattalarga o'rgatuvchi rolini egallamoqda.

Bu jarayon ota-ona avtoritetining asosini o'zgartiradi. Ilgari avtoritet ko'p jihatdan yosh, maqom va tajriba ustunligiga tayangan bo'lsa, endi u muloqot sifati, o'zaro ishonch va zamonaviy bilimlarga ochiqlik orqali qayta qo'lga kiritilishi kerak bo'lmoqda. Virtual referent guruhlar taklif qiladigan qadriyatlar esa ko'pincha individual muvaffaqiyat, iste'mol va o'zini ifoda etishga yo'naltirilgan bo'lib, an'anaviy jamoaviy qadriyatlar bilan ziddiyatga kirishi mumkin.

4. Uchinchi mexanizm: algoritmik filtrlash

Ijtimoiy tarmoqlardagi kontent foydalanuvchiga tasodifan emas, balki uning qiziqishlarini hisoblovchi algoritmlar orqali yetkaziladi. E. Pariser ta'riflagan “filtr pufagi” natijasida bir oila a'zolari bir xonadonda yashasa-da, har biri butunlay boshqa axborot olamida yashashi mumkin. Ota-onaning lentasi bir xil mavzular, farzandlarning lentasi esa butunlay boshqa qadriyatlar va me'yorlar bilan to'ladi.

Bu mexanizm oilaning umumiy ma'no makonini, ya'ni a'zolari birlashtiruvchi umumiy hikoyalar, timsollar va baholash mezonlarini parchalaydi. Qadriyatlar uzatilishi uchun zarur bo'lgan umumiy kommunikativ asos torayib boradi. Bundan tashqari, algoritmlar odatda hissiy jihatdan keskin, ziddiyatli va shov-shuvli kontentni ko'proq tarqatadi, bu esa oila va nikoh haqidagi tasavvurlarning soddalashuvi va qutblashuviga olib kelishi mumkin.

5. To'rtinchi mexanizm: oilaviy vaqt va makon tuzilmasining parchalanishi

An'anaviy oilada umumiy dasturxon, kechki suhbatlar, birgalikdagi mehnat va bayramlar qadriyatlar uzatiladigan tabiiy maskanlar bo'lgan. Smartfonlar doimiy hamroh bo'lib qolgan sharoitda bu umumiy vaqt va makon tobora parchalanmoqda: a'zolar jismonan birga bo'lsa-da, diqqatlari virtual muhitga qaratilgan bo'ladi. Sh. Terkl ta'riflagan “birga yolg'izlik” holati oilaviy muloqot sifatini pasaytiradi va mehr-oqibatning bevosita, jonli ifodasini kamaytiradi.

Biroq bu mexanizmning teskari tomoni ham bor. Mehnat migratsiyasi, o‘qish yoki ish sababli turli shahar va mamlakatlarda yashayotgan oila a‘zolari uchun messengerlar va videoqo‘ng‘iroqlar oilaviy rishtalarni saqlashning muhim vositasiga aylandi. Qarindoshlar guruhlar orqali oilaviy yangiliklar, tabriklar va hatto marosimlarga oid kelishuvlar amalga oshirilmoqda. Shu ma’noda, M. Kastels ta’riflagan tarmoqli tuzilma o‘zbek oilasida “raqamli qarindoshchilik” shaklida namoyon bo‘lmoqda va an’anaviy rishtalarni yangi texnologik asosda davom ettirmoqda.

6. Transformatsiya natijalarining tipologiyasi

Yuqoridagi tahlil asosida ijtimoiy tarmoqlar ta’sirida an’anaviy oilaviy qadriyatlar bilan sodir bo‘layotgan o‘zgarishlarni to‘rt asosiy turga ajratish mumkin.

Birinchii tur – yemirilish. Bu holatda qadriyat o‘z mazmuni va ijtimoiy ahamiyatini yo‘qota boshlaydi. Masalan, oila sirini saqlash va kamtarlik qadriyatlari namoyishkorlik bosimi ostida zaiflashmoqda.

Ikkinchi tur – moslashuv. Qadriyat saqlanib qoladi, ammo uni ifoda etish shakli o‘zgaradi. Mehr-oqibat va qarindoshlik rishtalarining messengerlar orqali saqlanishi bunga misol bo‘ladi.

Uchinchi tur – qayta talqin qilish. Qadriyatning asosiy mazmuni yangicha tushunila boshlaydi. Ota-ona avtoritetining maqomdan muloqot va ishonchga asoslangan shaklga o‘tishi shunday holatdir.

To‘rtinchi tur – reaktiv mustahkamlanish. Globallashuv va begona madaniy namunalar bosimiga javoban ayrim an’anaviy qadriyatlar milliy o‘zlikning belgisi sifatida yanada faol targ‘ib qilinadi. Ijtimoiy tarmoqlarning o‘zi ham an’anaviy qadriyatlarni targ‘ib qiluvchi makonga aylanishi mumkin.

Bu tipologiya transformatsiyani bir yo‘nalishli yemirilish emas, balki ko‘p yo‘nalishli va ziddiyatli jarayon sifatida tushunish imkonini beradi.

XULOSA

Tadqiqot natijalari asosida quyidagi xulosalarga kelindi.

Birinchidan, ijtimoiy tarmoqlar oila uchun shunchaki tashqi texnik vosita emas, balki oilaviy kommunikatsiya, sotsializatsiya va qadriyatlar uzatilishi shartlarini tubdan o‘zgartiruvchi yangi ijtimoiy muhitdir.

Ikkinchidan, an’anaviy oilaviy qadriyatlar transformatsiyasi to‘rtta asosiy mexanizm orqali kechmoqda: vizual namoyishkorlik, avtoritetning virtual referent guruhlarga ko‘chishi, algoritmik filtrlash hamda oilaviy vaqt va makon tuzilmasining parchalanishi.

Uchinchidan, transformatsiya natijalari bir xil emas: ayrim qadriyatlar yemirilmoqda, boshqalari yangi shaklga moslashmoqda, qayta talqin qilinmoqda yoki aksincha, milliy oʻzlik belgisi sifatida mustahkamlanmoqda. Shu bois bu jarayonni faqat salbiy baholash ilmiy jihatdan asossizdir.

Toʻrtinchidan, Gʻarb faylasuflarining konsepsiyalari muhim metodologik asos boʻlsa-da, jamoaviylik va qarindoshlik rishtalari kuchli boʻlgan oʻzbek jamiyatida jarayon oʻziga xos tarzda kechadi va milliy kontekstni hisobga olgan holda tahlil qilinishi zarur.

Amaliy jihatdan quyidagilar tavsiya etiladi: oilaviy tarbiya tizimida raqamli savodxonlik va mediagigiyenani shakllantirish; ota-onalar uchun avlodlararo raqamli tafovutni qisqartirishga qaratilgan maʼrifiy dasturlar ishlab chiqish; milliy oilaviy qadriyatlarni zamonaviy raqamli shakllarda targʻib qiluvchi kontent yaratishni ragʻbatlantirish; “raqamli oilaviy odob” tushunchasini ilmiy jihatdan asoslash va amaliyotga joriy etish.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Castells M. The Rise of the Network Society. – Oxford: Blackwell, 1996. – 556 p.
2. Castells M. Communication Power. – Oxford: Oxford University Press, 2009.
3. Bauman Z. Liquid Modernity. – Cambridge: Polity Press, 2000.
4. Bauman Z. Liquid Love: On the Frailty of Human Bonds. – Cambridge: Polity Press, 2003.
5. Giddens A. The Transformation of Intimacy: Sexuality, Love and Eroticism in Modern Societies. – Stanford: Stanford University Press, 1992.
6. Turkle S. Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other. – New York: Basic Books, 2011.
7. Mead M. Culture and Commitment: A Study of the Generation Gap. – New York: Natural History Press, 1970.
8. Inglehart R. Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic, and Political Change in 43 Societies. – Princeton: Princeton University Press, 1997.
9. Pariser E. The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You. – New York: Penguin Press, 2011.
10. McLuhan M. Understanding Media: The Extensions of Man. – New York: McGraw-Hill, 1964.
11. Debord G. La Société du spectacle. – Paris: Buchet-Chastel, 1967.
12. Kaykovus. Qobusnoma. – Toshkent: [nashriyot, yil].
13. Alisher Navoiy. Mahbub ul-qulub // Mukammal asarlar toʻplami. 20 jildlik. 14-jild. – Toshkent: Fan, 1998.

14. O‘zbekiston Respublikasining Oila kodeksi. – Toshkent, 1998.