Qabul qilindi: 19-noyabr 2026-yil • Ma’qullandi: 21-noyabr 2026-yil • Nashr qilindi: 23-noyabr 2026-yil

YOSHLARDA RAQAMLI O‘ZINI NAMOYON QILISH VA IDENTIFIKATSIYA SHAKLLANISHI: TIZIMLI SHARH VA PEW RESEARCH MA’LUMOTLARI ASOSIDA TAHLIL

Ergashev Bunyod Shokir o‘g‘li
Turan International University, Gumanitar fanlar va pedagogika kafedrasi o‘qituvchisi
Jo‘raboyeva Sug‘diyona G‘ayratjon qizi
Turan International University, S.PS-24-BU guruhi talabasi

Annotatsiya. Maqolada ijtimoiy tarmoqlarda o‘zini namoyon qilish va o‘smir-yoshlar identifikatsiyasi shakllanishi o‘rtasidagi bog‘liqlik ikki manba asosida tahlil qilinadi. Avci, Baams va Kretschmer tizimli sharhida (4467 yozuvdan 32 tadqiqot, 19 658 o‘smir, o‘rtacha yosh 16,43) faol ishtirok vaqtdan muhimroq, ya’ni haqiqiy (autentik) namoyon qilish o‘z-o‘zini aniqlik bilan, ijtimoiy taqqoslash esa ham identifikatsiya izlanishi, ham identifikatsiya qiyinchiligi bilan bog‘liq. Pew Research (2024) AQSh o‘smirlari ma’lumotlariga ko‘ra, YouTube 90, TikTok 63, Instagram 61, Snapchat 55 foiz foydalanuvchiga ega; 63 foiz tarmoqlar ijodiy tomonini ko‘rsatish uchun joy beradi deydi, 45 foiz ko‘p vaqt sarflaydi deb hisoblaydi. O‘zbekiston ma’lumoti yo‘q.

Kalit so‘zlar: raqamli o‘zini namoyon qilish, identifikatsiya, ijtimoiy tarmoqlar, o‘smirlar, o‘z-o‘zini tushunish aniqligi.

Аннотация. В статье связь самопрезентации в социальных сетях и формирования идентичности подростков и молодёжи анализируется по двум источникам. В систематическом обзоре Avci, Baams и Kretschmer (32 исследования из 4467 записей, 19 658 подростков, средний возраст 16,43) активное участие важнее времени, аутентичная самопрезентация связана с ясностью самоконцепции, а социальное сравнение — как с поиском, так и с дистрессом идентичности. По данным Pew Research (2024) среди подростков США YouTube используют 90%, TikTok 63%,

Instagram 61%, Snapchat 55%; 63% говорят, что сети дают место для творчества, 45% считают, что тратят слишком много времени. Данных по Узбекистану нет.

Ключевые слова: цифровая самопрезентация, идентичность, социальные сети, подростки, ясность самоконцепции.

Abstract. The article analyses the link between self-presentation on social media and adolescent and youth identity formation using two sources. In Avci, Baams and Kretschmer’s systematic review (32 studies from 4,467 records, 19,658 adolescents, mean age 16.43), active participation matters more than time, authentic self-presentation is linked to self-concept clarity, and social comparison is linked to both identity exploration and identity distress. According to Pew Research (2024), among US teens YouTube is used by 90%, TikTok 63%, Instagram 61% and Snapchat 55%; 63% say social media gives them a place to show their creative side and 45% say they spend too much time on it. No Uzbekistan data were found.

Keywords: digital self-presentation, identity, social media, adolescents, self-concept clarity.

1. KIRISH

O‘smirlik va ilk yoshlik davri identifikatsiya shakllanishining asosiy bosqichi hisoblanadi. Bugungi yoshlar uchun bu jarayon ko‘p jihatdan ijtimoiy tarmoqlarda sodir bo‘ladi: ular o‘zlari haqida tasvir va matn joylaydi, javob oladi va boshqalar bilan solishtiradi.

Savol: raqamli o‘zini namoyon qilish identifikatsiyani rivojlantiradimi yoki buzadimi. Ommabop talqinlar ikkala yo‘nalishda ham keng, lekin tizimli dalillar kam bilinadi.

Maqolaning maqsadi shu mavzudagi tizimli sharh natijalari va keng ko‘lamli foydalanish ma’lumotlarini birlashtirib, ehtiyotkorona xulosalar berishdir.

1.1. Nazariy asos

Erikson nazariyasiga ko‘ra o‘smirlikning asosiy vazifasi identifikatsiyani shakllantirish, ya’ni «men kimman» degan savolga barqaror javob topishdir. O‘z-o‘zini tushunish aniqligi (self-concept clarity) shaxsning o‘zini qanchalik aniq va barqaror ta’riflashini bildiradi.

Goffman g‘oyasiga ko‘ra odamlar boshqalar oldida o‘z obrazini boshqaradi. Ijtimoiy tarmoqlar bu jarayonni ommaviylashtiradi: auditoriya katta, javob (layk, izoh) darhol, obraz esa tanlab tuzilishi mumkin.

Identifikatsiya izlanishi (exploration) — turli rollarni sinab ko‘rish; identifikatsiya qiyinchiligi (distress) — o‘zini aniqlay olmaslikdan azob. Ijtimoiy taqqoslash bu ikkalasiga ham ta’sir qilishi mumkin.

Tayanch tushunchalar jadvali

Tushuncha	Mazmuni
Raqamli o‘zini namoyon qilish	Onlayn muhitda o‘zi haqida tasvir va ma’lumot shakllantirish.
Autentiklik	Onlayn namoyon qilish haqiqiy o‘zlikka mos kelishi.
Idealizatsiyalangan namoyon qilish	O‘zini haqiqatdagidan yaxshiroq ko‘rsatish.
O‘z-o‘zini tushunish aniqligi	O‘zi haqidagi tasavvurning aniq va barqaror bo‘lishi.
Faol va sust foydalanish	Faol: joylash, izoh yozish; sust: faqat ko‘rish.
Identifikatsiya qiyinchiligi	O‘zini aniqlay olmaslik bilan bog‘liq ruhiy qiyinchilik.

Manba: umumiy psixologiya adabiyotidagi an’anaviy ta’riflarni muallifning umumlashtirishi.

Tadqiqotning maqsadi: raqamli o‘zini namoyon qilish va yoshlar identifikatsiyasi o‘rtasidagi bog‘liqlik haqidagi tizimli dalillar va foydalanish ma’lumotlarini tahlil qilish.

Vazifalar: (1) tizimli sharh natijalarini bayon qilish; (2) o‘smirlar tarmoqlardan foydalanish tarqalishini ko‘rsatish; (3) o‘z-o‘zini namoyon qilishning ijobiy va salbiy jihatlarini ajratish; (4) tavsiyalar berish.

2. USUL VA MATERIALLAR

2.1. Dizayn

Ikkilamchi tahlil: bitta tizimli sharh va bitta ommaviy so‘rov hisoboti solishtirildi. Tizimli sharh bog‘liqlikni, so‘rov esa tarqalish va o‘z-baholashni beradi; ular bir-birini to‘ldiradi, lekin bir xil o‘lchovda emas.

Pew ma’lumotlari AQSh o‘smirlari uchun; ular boshqa mamlakatlarga o‘tkazilmadi.

2.2. Manbalar

Asosiy manbalar: Avci, Baams va Kretschmer (2024) tizimli sharhi [1]; Pew Research Center (2024) o‘smirlar va ijtimoiy tarmoqlar hisoboti (qisqa nashr) [2]; Online Personas

(2025), Norvegiya, 13–15 yosh [3]. Ayrim manbalar bo‘yicha faqat annotatsiya o‘qildi.

2.3. Ko‘rsatkichlar

Ko‘rsatkichlar: tadqiqotlar va ishtirokchilar soni; platformalar bo‘yicha foydalanuvchilar ulushi (%); o‘z-baholash savollari bo‘yicha ulush (%).

2.4. Tahlil tamoyillari

Foizlar manbadagi shaklda berildi. Tizimli sharhning sifat xulosalariga raqam qo‘shilmadi.

3. NATIJALAR

3.1. Tizimli sharh natijalari

Avci va hammualliflar 4467 yozuvdan 32 tadqiqotni (19 658 o‘smir, o‘rtacha yosh 16,43) tanlagan. Asosiy topilma: faol ishtirok (joylash, o‘zaro ta’sir) ekran vaqtidan muhimroq. Autentik namoyon qilish o‘z-o‘zini tushunish aniqligi bilan bog‘liq, idealizatsiyalangan namoyon qilish esa bog‘liq emas [1].

Ijtimoiy taqqoslash ham identifikatsiya izlanishi, ham identifikatsiya qiyinchiligi bilan bog‘liq [1]. Ya’ni taqqoslash ikki yoqlama: rollarni sinab ko‘rishga undashi ham, o‘zlikka shubha tug‘dirishi ham mumkin.

3.2. Foydalanish keng tarqalganligi (AQSh)

Pew (2024) ma’lumotiga ko‘ra AQSh o‘smirlari orasida YouTube 90, TikTok 63, Instagram 61, Snapchat 55 foiz. YouTube dan 73 foiz har kuni foydalanadi, 15 foizi deyarli doimiy; TikTok dan 16 foiz deyarli doimiy foydalanadi [2].

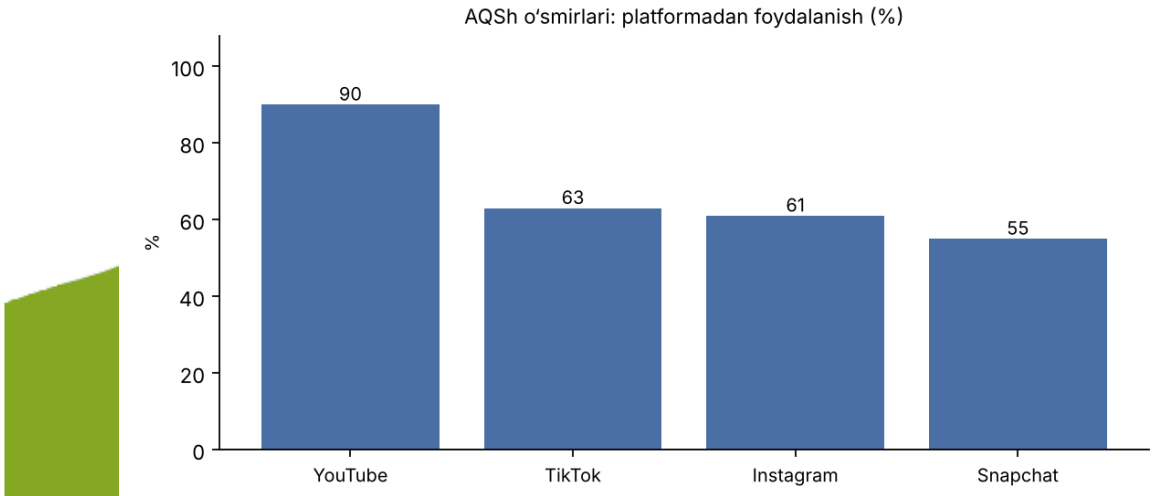
Ijobiy va salbiy baholar: 63 foiz tarmoqlar ijodiy tomonini ko‘rsatish uchun joy beradi deydi; 45 foiz haddan ko‘p vaqt sarflaydi deb hisoblaydi; to‘rtdan uch qismga yaqini do‘stlari bilan bog‘liqlikni his qiladi [2].

1-jadval. O‘smirlarning o‘z-baholashi (AQSh, Pew, 2024)

Baho	Ulush (%)	Manba
Tarmoq ijodiy tomonni ko‘rsatish uchun joy beradi	63	[2]
Haddan ko‘p vaqt sarflaydi	45	[2]
Tengdoshlarga asosan salbiy ta’sir qiladi deb hisoblaydi	48	[2]
O‘ziga salbiy ta’sir qiladi deb hisoblaydi	14	[2]

Uyquga zarar qiladi	45	[2]

Manba: [2].



1-rasm. AQSh o‘smirlari orasida platformalardan foydalanish (%) (muallif tuzgan; manba: Pew Research Center, 2024 [2]).

3.3. O‘z-baholash va tengdoshlar

48 foiz o‘smir tarmoqlar tengdoshlariga asosan salbiy ta’sir qiladi deydi (2022-yilda 32 foiz), ammo faqat 14 foiz buni o‘ziga nisbatan aytadi [2]. Bu «o‘zim emas, boshqalar» farqi o‘z-baholashda siljish bo‘lishi mumkin, lekin manba buni sinamagan.

Norvegiyada 13–15 yoshlilar bilan o‘tkazilgan Online Personas tadqiqotida ham onlayn obrazlar o‘rganilgan [3].

4. MUHOKAMA

4.1. Faoliyat sifati, vaqt emas

Sharhning asosiy xulosasi shuki, identifikatsiya uchun muhim narsa qancha vaqt emas, qanday ishtirok etish [1]. Autentik namoyon qilish aniq o‘zlik bilan bog‘liq, idealizatsiya esa yo‘q. Bu tarmoqlarda «o‘zim bo‘lish» identifikatsiyani qo‘llab-quvvatlashi mumkin, degan taxminni kuchaytiradi; lekin bog‘liqlik sababiylikni isbotlamaydi.

Yo‘nalish noaniq: aniq o‘zlikka ega o‘smir autentik namoyon qilishi ham mumkin.

4.2. Taqqoslashning ikki yuzi

Ijtimoiy taqqoslash izlanish bilan ham, qiyinchilik bilan ham bog‘liq [1]. Demak, tarmoq ta’siri yoshlar uchun bir xil emas; individual farqlar va taqqoslash turi (yuqoriga

yoki pastga) hal qiluvchi bo‘lishi mumkin, lekin bu manbalarda to‘liq ochilmagan.

Pew ma’lumotiga ko‘ra bir qism qizlar o‘z hayotidan ko‘proq qoniqmaslik his qiladi, ayniqsa qizlarning 34 foizi va o‘g‘il bolalarning 20 foizi [2].

4.3. Amaliy xulosalar

Pedagog va psixologlar uchun: yoshlarga «ekran vaqti» emas, onlayn ishtirok sifatini muhokama qilish (autentiklik, taqqoslash) foydaliroq bo‘lishi mumkin. Bu tavsiya sharh natijalaridan kelib chiqqan taklif.

Maktab va universitet maslahat xizmatlari ijtimoiy taqqoslash va identifikatsiya qiyinchiligi bo‘yicha ishlashi mumkin.

4.4. O‘zbekiston sharoiti

O‘zbek yoshlari bo‘yicha taqqoslanadigan miqdoriy ma’lumot topilmadi. Telegram, Instagram va TikTok ning mahalliy qo‘llanilishi alohida tadqiqotni talab qiladi.

4.5. Natijalarni to‘g‘ri o‘qish

Korrelyatsiya koeffitsiyentini o‘qish uchun odatda Cohen taklif qilgan shartli me’yor ishlatiladi: $|r| \approx 0{,}10$ kichik, $\approx 0{,}30$ o‘rtacha, $\approx 0{,}50$ katta bog‘liqlik hisoblanadi [4]. Bu me’yor qat’iy chegara emas; sohaning o‘ziga xosligi, o‘lchov xatosi va ishonch oralig‘i hisobga olinishi kerak. Korrelyatsiya hech qachon o‘z-o‘zidan sababiylikni isbotlamaydi.

Tizimli sharh natijalarini o‘qishda shuni hisobga olish kerak: sharhga kirgan tadqiqotlar turli mamlakatlarda, turli yosh guruhlarida va turli o‘lchovlar bilan o‘tkazilgan, shuning uchun yig‘ma xulosalar sifat jihatidan (yo‘nalish) ishonchli, miqdoriy jihatdan esa kamroq aniq. Pew ma’lumotlari esa o‘z-hisobotga asoslangan va yosh o‘zgarishi bilan tez eskiradi.

4.6. Amaliy reja va kelgusi tadqiqotlar

Psixolog va o‘qituvchilar uchun amaliy reja: (1) yoshlar bilan onlayn autentiklik, idealizatsiya va taqqoslash haqida suhbat; (2) tarmoqlardan faol va sust foydalanish farqini muhokama qilish; (3) identifikatsiya qiyinchiligi belgilari bo‘lganda mutaxassisga yo‘naltirish. Bu taklif sharh xulosalaridan kelib chiqqan, aralashuv sifatida sinalmagan. Kelgusi tadqiqotlar uchun: o‘zbek yoshlarida autentiklik, taqqoslash va o‘z-o‘zini tushunish aniqligini birga o‘lchash hamda uzunasiga kuzatuv zarur.

4.7. Identifikatsiya shakllanishining raqamli konteksti

Identifikatsiya izlanishi oldin asosan oila, maktab va tengdoshlar muhitida sodir bo‘lgan bo‘lsa, bugun uning ma’lum qismi onlayn kechadi. Yoshlar turli platformalarda o‘zlarining turli tomonlarini namoyon qiladi: ijodiy, ijtimoiy yoki kasbiy. Bu rollarni sinab ko‘rishga imkon beradi, lekin doimiy ko‘rinishda bo‘lish va baholanish xavfi ham tug‘diradi. Tizimli sharh bu ikki tomonlamalikni tasdiqlaydi [1]: bir xil faoliyat ba’zilar uchun izlanishga, boshqalar uchun qiyinchilikka aylanishi mumkin.

4.8. Individual farqlar va kontekst

Yosh, jins, madaniyat va oldingi ruhiy holat tarmoq ta’siriga farqli ta’sir qilishi mumkin. Pew ma’lumotlarida ham qizlar va o‘g‘il bolalar o‘rtasida farq ko‘rinadi [2]. Shuning uchun umumiy xulosalar individual holatni tushuntirishda boshlang‘ich nuqta bo‘lishi mumkin, lekin yagona qoida bo‘la olmaydi.

4.9. Psixologik maslahat uchun savollar

Yoshlar bilan ishlaganda quyidagi ochiq savollar foydali bo‘lishi mumkin: onlayn qanday obrazni namoyon qilasan; u qanchalik haqiqiy o‘zingga mos; boshqalar bilan solishtirganda o‘zingni qanday his qilasan. Bu savollar sharh xulosalaridagi tushunchalardan (autentiklik, taqqoslash) kelib chiqqan ishchi taklif, standartlashtirilgan o‘lchov emas.

4.10. Pew ma’lumotlarini o‘qishdagi ehtiyot

Pew so‘rovi o‘smirlarning o‘z-hisobotiga asoslanadi va tarmoqlardan foydalanishni o‘zlari qanday baholashiga tayanadi. O‘z-hisobotda ijtimoiy ma’qullik ta’siri bo‘lishi mumkin: odam o‘zini kamroq zarar ko‘rgandek ko‘rsatishi ehtimoli bor. 48 foiz tengdoshlar uchun salbiy, 14 foiz o‘zi uchun salbiy deb aytgani [2] shu siljish bo‘lishi mumkin, lekin manba buni sinamagan. Shu bois bu raqamlar tarmoqlarning haqiqiy ta’siri emas, odamlarning tasavvuri sifatida o‘qilishi kerak.

4.11. Ota-onalar va pedagoglar uchun xulosa

Ota-ona va pedagog yoshlarning tarmoqdagi faolligini faqat vaqt bo‘yicha emas, mazmun va maqsad bo‘yicha ham ko‘rishi foydali. Yoshlar o‘zini ijodiy ifodalash uchun foydalanayotgan bo‘lsa, bu identifikatsiya izlanishini qo‘llab-quvvatlashi mumkin [1, 2].

Doimiy taqqoslash va idealizatsiya belgilari bo‘lsa, suhbat va kerak bo‘lsa mutaxassis yordami zarur. Bu tavsiyalar sharh xulosalaridan kelib chiqqan taklif.

4.12. Metodologik mulohaza: sifat va miqdoriy xulosalar

Tizimli sharh natijalari asosan yo‘nalishni (qaysi omil identifikatsiya bilan qanday bog‘liq) ko‘rsatadi, ammo aniq effekt hajmi bu tahlilga kiritilmadi. Shu sababli xulosalar «ko‘proq» yoki «kamroq» darajasida, «qancha» darajasida emas. Bu cheklov kelgusida koeffitsiyentlarni to‘liq matndan olish yoki yangi meta-tahlil o‘tkazish bilan bartaraf etilishi mumkin. O‘quvchi uchun muhim qoida: ushbu maqolada keltirilgan yo‘nalishlarni qat’iy qonuniyat emas, mavjud dalillarning umumiy manzarasi sifatida o‘qish kerak.

4.13. Tadqiqotning cheklovlari

Birinchidan, tizimli sharh asosan korrelyatsion tadqiqotlarga tayanadi. Ikkinchidan, Pew ma’lumotlari AQSh o‘smirlariga tegishli va o‘z-hisobot asosida.

Uchinchidan, Online Personas bo‘yicha faqat annotatsiya o‘qildi. To‘rtinchidan, O‘zbekiston ma’lumoti yo‘q.

5. XULOSA

Birinchidan, identifikatsiya uchun onlayn faol ishtirok sifati vaqtdan muhimroq [1].

Ikkinchidan, autentik namoyon qilish o‘z-o‘zini tushunish aniqligi bilan bog‘liq, idealizatsiyalangan esa yo‘q [1].

Uchinchidan, ijtimoiy taqqoslash ham izlanish, ham qiyinchilik bilan bog‘liq; AQShda o‘smirlarning keng qismi tarmoqlardan har kuni foydalanadi [1, 2].

Tavsiyalar: yoshlar bilan onlayn autentiklik va taqqoslash mavzusida ishlash; ekran vaqtini emas, ishtirok sifatini baholash; O‘zbekiston yoshlarida raqamli o‘zini namoyon qilishni o‘rganish.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Avci, H., Baams, L., & Kretschmer, T. (2024). A systematic review of social media use and adolescent identity development. Adolescent Research Review. [tom, sahifa va DOI ni tekshirish kerak]

2. Pew Research Center. (2024). Teens, social media and technology. https://www.pewresearch.org/ [qisqa nashr sahifasi orqali; aniq URL ni tekshirish kerak]

3. Online Personas (2025). International Journal of Public Health. https://doi.org/10.3389/ijph.2025.1608425 [mualliflarni tekshirish kerak]

4. Cohen, J. (1988). Statistical power analysis for the behavioral sciences (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.

