

## **ИЖТИМОЙ ТАРМОҚЛАР ЎЗБЕКИСТОНДА ХАЛҚ БИЛАН МУЛОҚОТ ҚИЛИШНИНГ САМАРАЛИ ВОСИТАСИ**

**Бобур Боходирович КАРИМОВ**

мустақил изланувчи

Ўзбекистон Республикаси Стратегик таҳлил ва

истикболни белгилаш Олий мактаби

Тошкент, Ўзбекистон

### **Аннотация**

Мақолада жамият ҳаётида интернетнинг, хусусан ижтимоий тармоқлар аҳамиятининг ўсиши, улардан давлат органлари томонидан фойдаланиш ва истикболда давлат органларининг жамиятнинг ижтимоий-сиёсий хавфсизлиги кесимида мақсадга мувофиқ равишда ишлатилишини тартибга солиш масалалари ёритиб берилди.

**Таянч сўзлар:** ижтимоий тармоқлар, халқ билан мулоқот, давлат органлари, давлат хизматчиси, ахборот, жамият хавфсизлиги.

## **СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ – ЭФФЕКТИВНОЕ СРЕДСТВО ДЛЯ ДИАЛОГА НАРОДОМ В УЗБЕКИСТАНЕ**

**Бобур Боходирович КАРИМОВ**

независимый исследователь

Высшая школа стратегического анализа

и прогнозирования Республики Узбекистан

Ташкент, Узбекистан

### **Аннотация**

В статье обсуждается возрастающее значение интернета в обществе, в частности социальных сетей, необходимость целесообразного, регламентированного использования социальных сетей государственными органами с точки зрения социально-политической безопасности общества.

**Ключевые слова:** социальные сети, диалог с народом, государственные органы, государственный служащий, информация, безопасность общества.

Маълумотларга кўра, бугунги кунда бир кунда ўртача уч соат вақтимизни ижтимоий тармоқларда у ёки бу мазмундаги ахборотларни кидиришга сарфлар эканмиз.

Ижтимоий тармоқ – бу жамиятнинг турли гуруҳларининг алоқа қилиши учун хизмат қиладиган онлайн-сервис, сайт ёки платформадир [5]. Унда ҳар ким ижтимоий тармоқдаги бошқа фойдаланувчилар қайд қилувчи ёзувда кидирувни осонлаштириши учун ўзи ҳақидаги маълумот (ёши, ўқиш жойи ва

кайси босқичда таълим олаётгани, иши, севимли машғулоти ва ҳ.к)ни қолдириши мумкин.

Интернет маконидаги дастлабки ижтимоий тармоқларнинг пайдо бўлиши интернет ихтиро қилинган 1969 йилга бориб тақалади [3]. Биринчи тўлақонли ижтимоий тармоқ 1995 йилда америкалик Р.Конрадс томонидан ишлаб чиқилган Classmates.com сайтидир. Дастлаб топ гуруҳ ичида алоқалар ўрнатиш учун яратилган ушбу сайтда АҚШ ва Канада фуқароларидан иборат 50 миллиондан ортиқ фойдаланувчи рўйхатдан ўтган. Ушбу тармоқдан бугунга келиб Швеция, Германия, Австрия ҳамда Франция аҳолиси фойдаланмоқда. Ушбу сайт аналогини интернетнинг рус сегментида яратилган “Одноклассники.ру” (ОК.ru)тармоғида ҳам кўриш мумкин.

Ҳозир дунё аҳолисининг 4,95 миллиарддан ортиғи интернетдан фойдаланади, 4,62 миллиарди турли ижтимоий тармоқлардан фойдаланмоқда (Ер аҳолисининг 58,4 фоизи) [9]. Шулардан энг катта қисми – 2,91миллиард одам Facebookда, бу кўрсаткич 2019 йилда 2,45 миллиардни ташкил қилган.

Ўзбекистонда эса Napoleocat.com сайтининг 2022 йил 1 июнь ҳолатидаги маълумотига кўра, Facebook тармоғидан фойдаланувчилар 7 миллионга яқинлашиб қолган. Улар аҳолининг 20,5 фоизини ташкил этади, бу кўрсаткич 2019 йилда 2,4 фоизни (826 800 фойдаланувчи) ташкил этарди. Ҳозирда дунёда аудиторияси 2 миллиарддан ортиқ бўлган [8]. Instagramдан Ўзбекистонда 5,7миллион нафар киши фойдаланмоқда. Telegram тармоғи эса 18 миллион нафардан ортиқ фойдаланувчига хизмат кўрсатмоқда [6]. Одноклассники.ру (ОК.ru)дан фойдаланувчилар сони 16,7 миллиондан ортиқ. Twitterда эса мамлакатимиздан 60 мингга яқин фойдаланувчи мавжуд.

Бу жамият ҳаётида интернетнинг ўрни ўсиши билан ҳам боғлиқ. Хусусан, Ахборот технологиялари ва коммуникацияларини ривожлантириш вазирлиги маълумотига кўра, Ўзбекистонда 2022 йилнинг июнь ойи ҳолатига кўра, интернетдан фойдаланувчилар 27,2 миллиондан ошган [11]. Ушбу фойдаланувчилар сони 2019 йил билан солиштирилганда 7,2 миллионга ошганини кўрсатмоқда.

Таъкидлаш жоизки, замонавий жамиятда ижтимоий тармоқлардан фойдаланишнинг асосий афзаллиги бу мулоқот эркинлигидир. Миллионлаб одамлар ўртасидаги онлайн муносабатлар ижтимоий алоқаларни ўрнатиш учун фойдали бўлиб, бу шубҳасиз фуқаролик жамиятини барпо этишда муҳим омил ҳисобланади.

Онлайн мурожаат, мулоқот ва мунозаралар каби интернетнинг кўплаб имкониятларидан самарали фойдаланган ҳолда, давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларидан зарур маълумотларни тезликда олиш, масъул идоралар раҳбарлари билан тўғридан-тўғри мулоқот қилиш, шу орқали кўпдан буюн аҳолини қийнаётган муаммолар ижобий ҳал этилишига тўртки бўлмоқда.

Виртуал макон алоқа функциясидан ташқари, аҳолининг давлат идоралари билан мулоқот платформаси вазифасини ҳам ўтамоқда, у ёки бу ҳужжатлар, ҳодисалар ва жараёнлар бўйича жамоатчилик фикрини ўрганишда фойдаланиб келинмоқда.

Хусусан, фуқаролар мансабдор шахсларга уларнинг шахсий ва давлат органининг саҳифалари орқали мурожаат қилиш йўли билан ижтимоий-иқтисодий муаммолари бўйича очикдан-очик ўз фикрини билдирмоқда.

Давлат ҳокимияти мансабдор шахслари ижтимоий тармоқларда ўз саҳифаларига эга бўлишлари ва уларнинг ёрдамида жамият билан очик мулоқотга киришишларига оид кўплаб мисолларни кўрмоқдамиз. Агар бу тўғри амалга оширилса, ижтимоий тармоқлар фуқаролар билан ҳукумат ўртасидаги мулоқотни таъминлаш учун фойдали восита бўлиши мумкин.

Бунда давлат тузилмаларининг жамоатчилик билан алоқаларга масъул ходимлари асосий роль ўйнайди. Улар жамоатчиликни ахборот билан таъминлаши, уларнинг мурожаатларига, шу жумладан ижтимоий тармоқлар орқали юбориладиган сўров ва изоҳларига, мулоқот маданиятига амал қилган ҳолда, ўз вақтида жавоб қайтариши зарур бўлади.

Шунингдек, давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг раҳбарлари ёки уларнинг матбуот котиблари шахсан жамият ҳаётининг энг муҳим масалалари юзасидан оммавий ахборот воситалари ҳамда ижтимоий

тармоқлар орқали аҳолига тезкор равишда мунтазам ахборот тақдим этиб боришлари зарур.

Боиси бугунги кунда ижтимоий тармоқлар мулоқот майдони бўлиши билан бир қаторда турли ахборотлар, янгиликлар, хабарлар алмашиш воситаси ҳамдир.

Ахборот( у қандай бўлишидан қатъи назар) ҳозирги кунда одамларга таъсир ўтказиш нуқтаи назаридан олиб қарайдиган бўлсак, унинг аҳамият даражасини қуролли кучларга тенглаштириш мумкин. Шу боис давлат ҳокимиятни сақлаб қолиш, унинг легитимлигини таъминлаш учун интернет тармоғи орқали ҳам коммуникацияни назоратга олиши замон талабидир. Давлат ахборот маконида сезиларли назоратни ўрнатсада, ижтимоий тармоқлар ушбу назоратни бузиши ва мавжуд мувозанатни ўзгартириши мумкин [10].

Ижтимоий тармоқлар камчиликлардан ҳоли эмас. Масалан, унда фойдаланувчиларнинг анонимлиги сақланиб қолгани, бу эса ҳуқуқни муҳофаза қилиш органларига шахсга оид маълумотларни аниқлаштиришдаги имконини чегаралайди. Натижада улар сиёсий тўғрилик чегарасини кесиб ўтиб, ҳақорат ва тухмат қилиш орқали ҳокимият имижига салбий таъсир қилувчи ахборотларни тарқатишади. Бунда биринчи навбатда ҳокимиятни кескин танқид қилувчи ва фуқароларни офлайн режимда ҳаракат қилишга чақирувчи муҳолифат фаолликни кучайтиради. Бундай сафарбарликларга мисол сифатида “араб баҳори” деб ном олган Тунис, Миср, Ливия ва Яман давлатларида амалга оширилган ҳокимият тўнтаришларини мисол қилиш мумкин [7].

Бундан ташқари, мамлакатимизда ўтказилаётган конституциявий ислоҳот жараёнида ҳам асосий ва муҳим ролни ижтимоий тармоқлар ўйнаётганлигини кўриш мумкин. Конституцияга киритилиши тақлиф қилинаётган ўзгартиришлар юзасидан ижтимоий тармоқларда кенг муҳокамалар ўтказилмоқда.

Шу билан бирга, ижтимоий тармоқлардан бу жараёнда деструктив мақсадларда фойдаланилганлигига ҳам гувоҳ бўлиш мумкин. Ижтимоий тармоқлар орқали айрим сепаратистларнинг чақирувлари натижасида Қорақалпоғистонда конституцияга ўзгартиришлар киритилиши юзасидан норозиликлар, ноқонуний митинглар ва тартиббузарликлар юзага келди. Ижтимоий тармоқларда бири бирини рад этувчи ёлғон-яшиқ хабарлар ва видеолар тарқалди.

Бундан ташқари, блогерлар, эркин интернет-нашрлар, минглаб ижтимоий тармоқ фойдаланувчиларига фаол фуқаролик позицияси туфайли юзага келаётган ўзаро мақбул ечимларни топиш имкони пайдо бўлди. Фуқаролар томонидан кўтарилаётган масалалар давлат ташкилотларининг фаолияти самарасига нисбатан ўзига хос “кўзгу” вазифасини бажармоқда. Бу одамларнинг давлат ва жамият ишларини бошқаришдаги иштироки, фуқаролик фаоллиги ошганлигининг яққол исботидир.

Ижтимоий тармоқдаги мулоқотлар, мурожаатлар мавжуд муаммоларни янада чуқурроқ ўрганиш, жамоатчилик назоратининг таъсирчан механизмларини амалга ошириш, ижтимоий-сиёсий жараёнлар, турли ҳодисалар юзасидан билдирилган таклифларни синчковлик билан кўриб чиқиш орқали мавжуд қонунчилик базасини мустаҳкамлашга кўмак беради.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёев “Янги Ўзбекистон” газетасига берган интервьюсида “...Шахсан ўзим оммавий ахборот воситалари ва ижтимоий тармоқларда берилаётган янгиликлар, улар орқали билдирилаётган долзарб фикрлар, жамоатчиликнинг диққат-эътиборини тортаётган воқеа-ҳодисалар билан имкон қадар бевосита танишиб боришга ҳаракат қиламан” деб айтган гапларидан ҳам ҳозирги кунда мамлакатимизда давлат органларининг виртуал макондаги иштироки ҳамда ижтимоий муҳим функцияларини ижтимоий тармоқлар ёрдамида амалга ошириш кўламига эътиборини кўришимиз мумкин.

Шундан келиб чиқиб айтадиган бўлсак, давлат органи ва ташкилотлари ижтимоий тармоқлардаги иштирокини янада фаоллаштириш ва унинг ҳуқуқий асосларини яратиш зарур.

Ҳозир қонунчиликда давлат хизматчиларининг ижтимоий тармоқлардаги фаолиятини тартибга солувчи аниқ тартибларнинг мавжуд эмаслиги, бу йўналиш қайси маблағлар ҳисобидан молиялаштирилиши аниқмаслиги, бюджет маблағлари ҳисобидан шахсий обрўни орттириш ҳамда шахсни “пиар” қилиш ҳолатларига, давлат мавқеи қадрсизланишига, жамоатчиликнинг давлат органлари фаолиятдан норозилик ва уларга ишончсизлик даражасининг ошишига олиб келиши мумкин.

Жаҳон тажрибасидан маълумки, жамиятда ижтимоий таранглик, асосан, ҳокимият элитасининг ошкора жамоатчилик эҳтиёжлари ва фикрларини эътиборга олмаслиги ёки эътиборсизлиги оқибатида вужудга келади. Жамоатчилик билан алоқаларнинг тўғри йўлга қўйилганлиги бу жараённи тартибга солади, шаффоф қилади, тизим фаолиятини тўғри йўлга қўйишга кўмак беради.

Бу борада хорижий мамлакатларнинг тажрибасига назар ташласак, давлат хизматчиларининг ижтимоий тармоқлардаги фаолияти тегишли одоб-ахлоқ кодекслари, ижтимоий тармоқлардаги стратегиялар, махсус йўриқномалар билан тартибга солинганлигини кўрамыз.

Масалан, Австралияда давлат хизматчилари томонидан ижтимоий тармоқларда раҳбарият фаолиятини ҳар қандай кўринишда танқид қилиши интизомий жавобгарликка сабаб бўлади.

Канадада давлат хизматчиларининг хизматдаги ҳамда шахсий ҳаётидаги фаолиятига ягона талаблар қўйилган.

АҚШда давлат органи расмий akkaунтига ахборотларни жойлаштириш учун Алоқалар бўлинмасидан рухсат олиши лозим. Шахсий akkaунтларни юритишда ҳам Давлат хизматчилари одоб-ахлоқ стандартлари талабларига риоя қилишлари шарт. Шахсий akkaунтни юритишда давлат органидаги

расмий лавозими номидан фаолият олиб бораётганлиги ҳақидаги фикрга олиб келмаслиги лозим.

Шунингдек, давлат органларининг барча akkaунтлари давлат органига тааллуқлилигини аниқ намоён қилиши шарт. Ҳар бир расмий akkaунтни бошқариш ҳуқуқи (администратор) Алоқалар бўлинмасига берилган ва эҳтиёж туғилганда akkaунтлар мазкур бўлинма томонидан ёпилади.

Администратор – расмий akkaунтларнинг логин ва паролни сақлайди, ходимлар лавозимларидан озод этилган тақдирда паролларни ўзгартиради, akkaунт хавфсизлигини таъминлайди. Akkaунтларга жойлаштирилдиган ахборотлар Федерал ёзувлар архивида сақланади.

АҚШда давлат органлари раҳбарлари ўзининг шахсий akkaунтларини юритиш ёки улар фаолиятини мувофиқлаштириш вазифаларини бўйсунувидаги ходимларга юклаши мумкин эмас. Бундай хатти-ҳаракатлар мансаб мавқеини суиистеъмол қилиш деб баҳоланиб, интизомий жавобгарликка тортиш учун асос бўлади. Булар “Ижро этувчи ҳокимият хизматчиларининг одоб-ахлоқ стандартлари”, Хэтч қонуни [2] билан тартибга солинади.

Канадада давлат хизматчилари ижтимоий тармоқлардаги расмий ёки шахсий akkaунтларидан фойдаланишлари учун ўрнатилган қоидаларга бир хилда риоя қилишга мажбур. Расмий маълумотларни, хусусан давлат органини обрўсизлантирадиган ҳар қандай маълумотни махсус рухсатнома олмасдан ижтимоий тармоқларда тарқатиш тақиқланади.

Шу билан бирга, давлат органларининг барча расмий akkaунтларида Канада ҳукуматига тааллуқлилигини билдирувчи давлат рамзлари, давлат органи номи ва манзиллари кўрсатилиши шарт. Давлат органи расмий akkaунтларига ахборотларни жойлаштириш босқичлари, жумладан контентни яратиш, уни таҳрирлаш ва akkaунтга жойлаштириш учун рухсат бериш, уни модерация ва мониторинг қилиш бўйича масъул бўлинма ҳамда лавозимлар аниқ белгиланган.

Ахборот технологиялари хавфсизлигини мувофиқлаштирувчи авторизация қилинмаган расмий akkaунтлар киришининг олдини олади. Давлат органи қарори ёки муносабати ижтимоий тармоқлар ёрдамида тарқатилган бўлса, у расмий ёзув сифатида идоравий репозитарийда сақланиши лозим.

Давлат органларининг интернетдаги ижтимоий тармоқлардаги фаолияти “Давлат бошқарувида қадрият ва одоб-ахлоқ кодекси”, “Ижтимоий тармоқлардаги akkaунтларни бошқариш стандарти” билан тартибга солинади.

Австралияда давлат хизматчиларига давлат органи томонидан тақдим қилинган электрон почта ва ижтимоий тармоқлардаги akkaунтларидан шахсий ёзишмалар ва алоқалар учун фойдаланиш, шунингдек электрон почта манзилларидан шахсий akkaунтларни яратиш учун фойдаланиш тақиқланади. Давлат органининг расмий ахборотларини шахсий akkaунтлар орқали тарқатиш мумкин эмас.

Шунингдек, давлат органларининг барча расмий akkaунтларининг Австралия ҳукуматига тааллуқлилиги расмий ном ва бошқа белгилар ёрдамида фарқланиб туриши лозим.

Ижтимоий тармоқлардаги фаолият, тарқатилган ахборотлар ёзувларни сақлаш жараёнларига мувофиқ архивлаштирилади.

Юқоридагиларни тартибга солиш юзасидан “Давлат хизматчиларининг одоб-ахлоқ кодекси”, “Ижтимоий тармоқлардаги фаолият бўйича расмий йўриқнома” ишлаб чиқилган.

Қўшни мамлакат Қозоғистонда эса давлат хизматчилари давлат сиёсатига содиқ бўлиши ва уни ҳаётга изчиллик билан татбиқ қилиши, ўз ҳаракатлари билан давлат ҳокимиятининг нуфузини кучайтириши, уни обрўсизлантирадиган ҳаракатларга йўл қўймаслиги лозим.

Россияда ижтимоий тармоқларда давлат органларининг расмий akkaунтларини яратиш ва уларда ишлаш тартибини белгилайдиган ҳужжат мавжуд эмас. Ҳозирги вақтда ижтимоий тармоқлар “Ахборот, ахборот технологиялари ва ахборотни муҳофаза қилиш тўғрисида”ги Федерал



конунига риоя қилади. Ижтимоий тармоқларда давлат органларининг расмий саҳифаларини яратиш ва юритиш бўйича ягона ёндашувнинг йўқлиги уларнинг сони ва таркибига таъсир қилади [4].

Россия Федерацияси Президент Администрациясининг таклифига кўра, губернаторлар хузурида интернет алоқаларга масъул лавозим ёки ҳудудий ҳокимликларда SMM (Social Media Marketing) бўлинмаларини ташкил этиш билдирилган. Бунда Интернетни ривожлантириш институти томонидан маҳаллий ҳокимиятларнинг ижтимоий тармоқлардаги фаолиятини кузатиб бориши режалаштирилган.

Шундай қилиб, давлат тармоқ фойдаланувчилари томонидан қўллаб-қувватланадиган ва фаол шарҳ топадиган муаммоларга тезкор жавоб беришнинг муҳимлиги баҳоланади ва минтақавий ҳокимиятнинг ижтимоий тармоқларда аҳолининг шикоят ва таклифларига муносабатини назорат қилади [1].

Россия ва Қозоғистонда алоҳида норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар ишлаб чиқилмаган бўлсада, давлат хизматчиларининг ижтимоий тармоқларда ўзини тутиш қоидалари давлат хизматини тартибга солувчи қонун ҳужжатларига – “Россия Федерацияси давлат фуқаролик хизмати тўғрисида”ги қонуни, “Россия Федерацияси давлат ва муниципал хизматчиларининг одоб-ахлоқ ва хизмат бўйича намунавий кодекси”, “Қозоғистон Республикаси давлат хизмати тўғрисида”ги қонунига асосан белгиланади.

АҚШ Конгресс кутубхонаси томонидан расмий akkaунтлар рўйхати юритилиб, расмий akkaунтларга жойлаштирилган ҳар бир маълумот архивлаштириб борилмоқда. Колумбияда давлат хизматчиларининг ижтимоий тармоқлардаги фаолияти Ахборот-коммуникация вазирлиги томонидан назорат қилинади.

Қайд этилган хорижий тажрибанинг ўзига хос жиҳатларини эътиборга олган ҳолда давлатимиз бошқаруви органлари фаолиятида ушбу тармоқдан самарали ва тартибли фойдаланишни йўлга қўйиш мақсадга мувофиқ ҳисобланади.

Ижтимоий тармоқларнинг бошқа оммавий ахборот воситаларига нисбатан аудиторияси кенгрок ҳисобланади. Шунингдек, тўғридан-тўғри мақсадли аудиторияга чиқиш имконияти, тарафдорларни жалб этиш ва жамлаш, молиявий имкониятлар чекланган вазиятларда улардан бепул ва арзон фойдаланиш, қисқа дақиқалар ичида ташкилотнинг youtube канали, ижтимоий сайтларда саҳифасини яратиш ва аудио, видеороликларни тайёрлаб, жойлаб бориш имкони мавжудлигини ҳам эътиборга олиш лозим.

Давлат раҳбари олиб бораётган очиқлик ва ошкоралик сиёсати туфайли Ўзбекистон ҳам ахборот маконида юз бераётган янгиланиш жараёнларида фаол иштирок этиб, ўзининг мустаҳкам ўрнини эгаллаб бораётган вақтда медиа майдонда мамлакатнинг ижобий имижини яратиш ва доимий илгари суриш ҳамда амалга оширилаётган ислохотлар мазмун-моҳиятини жамоатчиликка ва дунё ҳамжамиятига холис, ишончли, тезкор ва тўлақонли етказиб бериш устувор вазифалардан бири бўлиб қолади.

Бу эса ўз навбатида давлат органлари томонидан уларга юклатилган вазифаларни халқ билан мулоқотда адо этиш, бунда жамият хавфсизлигини таъминлаш муҳим масалалар қаторидан ўрин эгаллайди.

Юқоридагилардан келиб чиқиб, давлат органларига юклатилган вазифаларнинг самарали бажарилиши ҳамда уларнинг ижтимоий тармоқлардаги фаолияти қоидаларини белгилаш мақсадида қуйидаги чора-тадбирлар тақлиф этилади:

давлат органлари расмий akkaунтларини яратиш ва юритиш мумкин бўлган ижтимоий тармоқларни ҳамда уларда жойлаштирилиши тақиқланган маълумотлар турларини ўрнатилган тартибда тасдиқлаш;

ваколатли орган томонидан “Давлат органларининг расмий akkaунтлар реестри”ни шакллантириш, унга киритилмаган расмий akkaунтлардан фойдаланишни қонун доирасида тақиқлаш;

давлат органларининг расмий ҳамда раҳбарлари ва ходимларининг шахсий akkaунтлари ҳуқуқий мақомига аниқлик киритиш, мазкур

аккаунтлардан хизмат ва шахсий мақсадларда фойдаланиш тартибини ишлаб чиқиш;

давлат хизматчиларининг ижтимоий тармоқлардаги фаолият олиб бориш тамойиллари ва одоб-ахлоқ қоидаларини ишлаб чиқиш, давлат хизматини обрўсизлантирадиган сиёсий ва бошқа жамоатчилик фаолиятида иштирок этишни тақиқлаш;

давлат органларининг расмий аккаунтлари орқали жисмоний ва юридик шахсларнинг мурожаатларини қабул қилиш ва кўриб чиқиш масалаларига аниқлик киритиш;

давлат хизматчиларининг ижтимоий тармоқларда фаолият олиб бориши бўйича билим ва кўникмаларини шакллантиришга қаратилган чора-тадбирларни белгилаш;

ижтимоий тармоқлардаги фаолияти бўйича билим, кўникма, тажриба ва ҳужжат намуналари билан алмашиш мақсадида онлайн маслаҳатлашиш майдончасини яратиш;

аҳолига маълумотлар ҳақиқийлигини текшириш — факт-чекингга ўргатиш, медиасаводхонлик даражасини ошириш бўйича чора-тадбирлар (*масалан, медиасаводхонлик бўйича тренерлар тайёрлаш, мақсадли аудиториялар билан ишлаш, таълим муассасаларида ўқув режаларига медиасаводхонлик бўйича дарслар киритиш*)ни ишлаб чиқиш.

Хулоса ўрнида айтиш жоизки, давлат идоралари ҳам ўз навбатида, ҳокимиятнинг бир бўлаги сифатида ўзига юкланган вазифаларни бажаришда фуқароларнинг талаби, келажакдан умидлари ва истакларидан келиб чиқиб ўзининг саъй-ҳаракатларини инсон манфаатларини тўла таъминлашга йўналтириши, янгидан янги форматлар асосида улар билан мулоқотга киришиши, давлат хизматчиларининг бу борадаги билим ва кўникмаларини мунтазам равишда ошириб бориш, амалдаги қонунчиликни қайта кўриб чиқиш, мавжуд бўшлиқлар устида ишлаш лозим.

## Фойдаланилган адабиётлар:

1. Антонова Е. Кураторы по негативу: как губернаторам рекомендовали работать в соцсетях URL: [https://www.rbc.ru/politics/24/12/2018/5c1ccfa99a7947609f834de0?utm\\_source=pushc&ref=tjournal.ru](https://www.rbc.ru/politics/24/12/2018/5c1ccfa99a7947609f834de0?utm_source=pushc&ref=tjournal.ru)
2. Если вы американский госслужащий, публикуйте твиты о кандидатах в свободное от работы время URL: <https://share.america.gov/ru/если-вы-американский-государственный/>
3. История возникновения социальных сетей. Кто был первым? / И.Балтага URL: <http://vsetke.ru/post/20447276>
4. Рослякова М.В. Социальные сети в профессиональной деятельности государственных служащих: российская практика и зарубежный опыт // Социодинамика. – 2019. – № 9. – С. 82 - 99. URL: [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=30298](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=30298)
5. Социальные сети и их значение в интернет-маркетинге. SMM и SMO. <https://pr-cy.ru/lib/seo/Sotsial-nye-seti-i-ikh-znachenie-v-internet-marketinge-SMM-i-SMO>
6. Убайдуллаев Х. Открывая глаза, открываем Telegram: история успеха мессенджера в Узбекистане. URL: <https://vc.ru/social/122557-otkryvaya-glaza-otkryvaem-telegram-istoriya-uspeha-messendzhera-v-uzbekistane>
7. Чень Ди. Социальные сети и их влияние на события в арабских государствах (2010-2013 гг.). Вестник СПбГУ. Сер. 9. 2013. Вып. 4. <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-i-ih-vliyanie-na-sobytiya-v-arabskih-gosudarstvah-2010-2013-gg>
8. 40 + Instagram Статистика и факты для 2022 URL: <https://www.websiterating.com/ru/research/instagram-statistics/>
9. We Are Social ва Hootsuite компанияларининг ҳисоботи URL: <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>

10. Digital media and political opposition in authoritarian systems: Russia's 2011 and 2016 Duma elections  
[//https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13510347.2017.1315566](https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13510347.2017.1315566)

11. URL:<https://mitc.uz/uz/stat/4>