

**IJTIMOIIY TARMOQLARDA FAOLIYAT YURITAYOTGAN BLOGER -
VAYNERLARDA ODOB -AXLOQ QOIDALARI VA ULARNING JAVOBGARLIGI**

Arobova Shohsanam Akram qizi

Andijon shahar 7-umumta'lim maktabi boshlang'ich ta'lim o'qituvchisi

Anotatsiya: Ushbu maqola: Bugungi kunda ijtimoiy tarmoqlarda faoliyat olib borayotgan blogerlar-vaynrlar, ularning odob-axloq qoidalarining ahamiyati haqida so'z yuritiladi.

Аннотация: В этой статье: обсуждается важность блогеров-победителей, которые сегодня активны в социальных сетях, и их правила этикета

Abstract: This article: Discusses the importance of bloggers-vinners who are active on social networks today, and their rules of etiquette.

Kalit so'zlar: bloger, axborot, odob, axloq, shaxs, blog, internet, veb sayt, facebook, instgram, shahsiy sahifa.

Ключевые слова: блогер, информация, этикет, мораль, личность, блог, интернет, сайт, Facebook, Instagram, личная страница.

Keywords: blogger, information, etiquette, morality, personality, blog, internet, website, Facebook, Instagram, personal page.

Kirish. XXI asr zamonaviy texnologiyalar va internet asri hisoblanadi. Tobora zamonamiz jadallik bilan rivojlanib bormoqda. Hatto kasblar borasida yangi kasblar kirib kelmoqda. Ushbu kasblardan biri bu bloger, dasturchi, IT va boshqalar. Bugungi kunda blogerlar, ijtimoiy tarmoq faollari va inflyuenserlar faoliyati jamiyatimiz axborot maydonida katta ahamiyatga ega. Ular axborot tarqatish orqali yuz minglab, millionlab kuzatuvchilarga ma'lumot yetkazadilar va u yoki bu holat to'g'risida jamoatchilik fikrining shakllanishiga hissa qo'shadilar. Pirovardida, jamiyatda ochiqlik, shaffoflikni ta'minlash, jamoatchilik nazoratini amalga oshirishda blogerlikning va xalq jurnalistikasining o'rni muhim. Shu o'rinda bir savol tug'iladi. Bloger kim? Blog nima? Ijtimoiy tarmoqdagi sahifalar ham blog o'rniga o'tadimi? Ta'kidlash joiz, blog yuritishni tartibga solish bo'yicha alohida qonun hujjati mavjud emas. Faqatgina "Axborotlashtirish to'g'risida"gi qonunda bloger tushunchasi yoritilgan, ayrim normalar keltirilgan. Bloger Internetda o'z veb-sayti, veb-sayt sahifasiga hamma erkin foydalanishi mumkin bo'lgan axborotni joylashtiruvchi, shu jumladan foydalanuvchilar tomonidan ushbu axborotni muhokama qilish uchun joylashtiruvchi jismoniy shaxs hisoblanadi.{1} Ijtimoiy tarmoq foydalanuvchisiga tegishli bo'lgan, ma'lum bir mavzu doirasida yangilik yoki sharh chop etiladigan, shaxsiy onlayn kundalik sifatida foydalaniladigan har bir sahifa blog o'rniga o'tadi. Misol uchun, Telegram messengerida

ochilgan kanal, guruh yoki Facebook, Instagram, Odnoklassniki, Twitter, V Kontakte va h.k.

Asosiy. Hozirda turli sohalarda faoliyat olib borayotgan bloggerlarimiz mavjud. Ularning Ijtimoiy tarmoqlarida ochilgan shaxsiy sahifa, guruhlar ham blog hisoblanadi. Chunki u yerga joylashtirilgan ma'lumotlarni ko'pchilik ko'radi, eshitadi. Demak, ushbu sahifalar axborot tarqatuvchi manba hisoblanadi. Bunday sahifani yurituvchi odam blog egasi deyiladi. Unga nisbatan qonunchilikda ma'lum huquqlar va mas'uliyatlar belgilangan. Har bir fuqaro internet tarmog'iga ma'lumot joylash, ulashish yo tarqatishda mazkur huquq va majburiyatlarni yaxshilab bilib olgani foydalidir. So'z erkinligi Konstitutsiya darajasida belgilangan bo'lib, barcha fuqarolar kabi bloggerlar ham axborotlarni qidirishi va tarqatishi mumkin. Ya'ni ular uchun alohida huquq yoki cheklovlar yo'q. Biroq axborot tarqatishning o'ziga yarasha talablari hamda qonunchilikda belgilangan qoidalar ham mavjud. Blogger o'z veb-sayti va (yoki) veb-sayt sahifasida yoxud boshqa axborot resursidan qonunda taqiqlangan ma'lumotlarni tarqatish maqsadlarida foydalanishi mumkin emas. O'zbekistonning mavjud konstitutsiyaviy tuzumini, hududiy yaxlitligini zo'rlik bilan o'zgartirishga da'vat etish, urush, zo'ravonlik, terrorizmni, diniy ekstremizm, separatizm va fundamentalizm g'oyalarini targ'ib qilish, milliy, irqiy, etnik yoki diniy adovat qo'zg'atuvchi, fuqarolarning sha'ni va qadr-qimmatiga yoki ishchanlik obro'siga putur yetkazuvchi, ularning shaxsiy hayotiga aralashishga yo'l qo'yuvchi va boshqa axborotni tarqatish mumkin emas. Umuman olganda, tuhmat va haqorat uchun javobgarlik bizning internet texnologiyalari asrimizga kelib yoki faqat O'zbekiston hududida joriy qilingan tartib emas. Ijtimoiy tarmoqlar paydo bo'lishidan avval ham tuhmat yoki haqorat uchun javobgarlik mavjud bo'lgan. Misol uchun, XX-asr mobaynida amalda bo'lgan milliy qonunchiligimizda o'zgani og'zaki yoki yozma ravishda haqorat qilish, tuhmat, ya'ni qasddan yolg'on, boshqa shaxsning sha'nini kamsituvchi, uydirmalarni tarqatganlik uchun to'g'ridan-to'g'ri javobgarlik mavjud bo'lgan. Xorij tajribasiga murojaat qilsak, Germaniyada "Ijtimoiy tarmoqlarda huquqni qo'llashni takomillashtirish to'g'risida"gi Qonun ("Facebook to'g'risida"gi Qonun deb ham ataladi) amal qiladi. Qonunda konstitutsiyaviy tuzumga, millatlar o'rtasidagi ahillikka zid bo'lgan, natsizm g'oyalarini targ'ib etuvchi, shaxs, uning sha'ni, qadr-qimmatini kamsituvchi, shaxsiy hayot daxlsizligiga daxl qiluvchi, bolalar pornografiyasi bilan bog'liq ma'lumotlarni targ'ib qilish, ijtimoiy tarmoqlarda tarqatish taqiqlanadi. Shveysariyada ham tuhmat va haqorat (Defamation) uchun jinoiy javobgarlik belgilangan. Albatta, xatodan hech kim kafolatlanmagan. Axborotlar va ularga sabab bo'lgan vaziyatlar o'zgarishi, yangi tafsilotlar oydinlashishi mumkin. Shunday sharoitda xatoni tuzatish, to'g'ri ma'lumotni berish, hatto o'z-o'ziga raddiya berish ham mumkin. Xato tuzatilsa va qilingan xato ustidan hech kim da'vo qilmasa, blogerga javobgarlik kelib chiqmaydi. Shu o'rinda blogger va vaynerlarning huquqlari

bo'lganidek ularni majburiyatlari haqida to'xtalsak. "Jurnalistlik faoliyatini himoya qilish to'g'risida"gi Qonunning 9-moddasi jurnalist tekshiruv deb ataladi. Unga ko'ra, jurnalist axborot to'plash va tekshiruv o'tkazish huquqiga ega. Milliy qonunchiligimizda blogerlar ham xuddi jurnalistlar kabi tekshiruv olib bora olishini yoki blogerlar jurnalistlarga oid huquqlardan foydalana olishini nazarda tutuvchi qoida mavjud emas. Shunday bo'lsa-da, Konstitutsiyamizning 29-moddasiga muvofiq, har kim o'zi istagan axborotni izlash, olish va uni tarqatish huquqiga ega. Demak, bloger ham o'zi istagan axborotni izlashi, olishi, chuqur o'rganishi va o'rganish natijalarini ommaga e'lon qilishi mumkin. Qonunchilikka ko'ra, tarqatilgan har qanday noqonuniy axborot/ma'lumotlar, da'vat, haqorat va tuhmat yuzasidan tegishli javobgarlik belgilangan. Bunda noqonuniy ma'lumotlar blogerlar tomonidan tarqatilganida, ular boshqa barcha uchun belgilangan umumiy normalar asosida javobgarlikka tortilishi mumkinligini bilishlari lozim. Javobgarlik miqdori BHMning 50 baravari (15 mln so'm)dan 400 baravarigacha (120 mln so'mgacha) yoki 3 yilgacha ozodlikni cheklash bo'lishi mumkin. Bugungi kunda ijtimoiy tarmoqlarning hayotimizga faol kirib kelishi natijasida fuqarolar tomonidan o'z fikr-mulohazalarini erkin bildirish imkoniyati kengaydi. Ayni paytda ushbu mulohazalarni ko'pchilik ko'rishini ham hisobga olish kerak. Shunga ko'ra, shaxsiy fikr ham ko'pchilik ko'radigan manbalarda yozilganida, qonunchilik talablariga muvofiq, shaxsning sha'ni va qadr-qimmatiga daxl qilmaydigan, tuhmat va yolg'ondan xoli tarzda ifodalanishi lozim. Qonunchilik talablarida shaxs qadr-qimmati kamsitilishiga yoki uning obro'sizlantirilishiga olib keladigan, jamoat tartibiga yoki xavfsizligiga tahdid soluvchi yolg'on axborotni tarqatish, shu jumladan OAVda, telekommunikatsiya tarmoqlarida yoki Internetda tarqatish mumkin emasligi belgilangan. Axborot tarqatilayotganda axborot tarqatuvchiga uning haqqoniyligini tekshirib ko'rish majburiyati qonun bilan yuklangan. Bu butun dunyoda tan olingan standartdir. Ko'p hollarda ijtimoiy tarmoqlarda anonim profillar orqali noqonuniy axborot tarqatilishi kuzatiladi. Bunda profil egalarini topish imkoni bo'lmasligi mumkin. Lekin ushbu axborotni tarqatgan yoki ulashgan ("repost") egasi aniq sahifalar va profillar egalari yoki guruh ma'murlari javobgarlikka tortilishi mumkin. Shuning uchun, shaxsi noaniq, anonim yoki shubhali profillar orqali tarqatilayotgan axborotlarga blogerlar, sahifa (guruh)lar egalari hamda ma'murlari alohida ahamiyat berishlari zarur, chunki axborot mazmuni bo'yicha mas'uliyat ularga ham qonun bilan yuklangan. Albatta, yuqoridagilardan o'qib umuman fikr bildirishdan cho'chish yoki hech bir ma'lumotni ulashmay o'tirish kerak degan xulosa chiqmasligi lozim. Shunchaki, bloglarni ulashayotganda uning mazmun-mohiyati to'g'riligi va haqqoniyligini tekshirib ko'rish, ma'lumotlar ishonchli manbalar bilan tasdiqlanmagan hollarda postni tarqatmaslik lozim. Ba'zan tekshirilmagan ma'lumot tarqatib, post yakunida "bu bo'yicha tegishli shaxsning munosabatini kutamiz" degan mazmundagi jumlaning qistirib o'tish hollari uchraydi. Tarqatilgan

ma'lumot, axborotga raddiya berilishini talab etish jismoniy yoki yuridik shaxsning majburiyati emas, balki huquqi hisoblanadi. Shuning uchun tashkilot yoki qaysidir shaxs raddiya bermasdan turib, to'g'ridan to'g'ri sud yoki boshqa huquqni muhofaza qilish organlariga murojaat qilib, axborot tarqatuvchining javobgarlik masalasini ko'rib chiqishni so'rashi mumkin. Fuqarolik kodeksiga ko'ra, fuqaro o'zining sha'ni, qadrqimmati yoki ishchanlik obro'siga putur yetkazuvchi ma'lumotlar yuzasidan bashartibunday ma'lumotlarni tarqatgan shaxs ularning haqiqatga to'g'ri kelishini isbotlay olmasa, raddiya berishni hamda ularni tarqatish oqibatida yetkazilgan zararlar va ma'naviy ziyonning o'rnini qoplashni sud orqali talab qilishga ham haqli. Ya'ni, ma'lumotning to'g'riligini isbotlash majburiyati axborot tarqatuvchi zimmasiga yuklangan. Shuningdek blogger va vaynerlar bir jihat Konstitutsiyamizning 26-moddasiga ko'ra, "Jinoyat sodir etganlikda ayblanayotgan har bir shaxsning ishi sudda qonuniy tartibda, oshkora ko'rib chiqilib, uning aybi aniqlanmaguncha u aybdor hisoblanmaydi". Aybsizlik prezumpsiyasi o'zida 3 ta asosiy qoidani mujassamlashtirgan, jumladan:

Birinchisi, shaxsning aybdorligi qonunda nazarda tutilgan tartibda isbotlangunga va sud hukmi bilan aniqlangunga qadar aybsiz hisoblanadi.

Ikkinchisi, shaxs o'zining aybsizligini isbotlab berishi shart emas. Shaxsning aybsiz

yoki aybdor ekanligini isbotlash masalasi huquqni muhofaza qiluvchi organlarga yuklatilgan.

Uchinchisi, aybdorlikka oid barcha shubhalar, basharti ularni bartaraf etish imkoniyatlari tugagan bo'lsa, gumon qilinuvchi, ayblanuvchi yoki sudlanuvchining foydasiga hal qilinishi lozim.{2}

Axborot tarqatuvchi anglashi zarurki, inson huquqlari oliy qadriyat deb topilgan hech bir davlatda hatto odam o'ldirgan shaxs ham sudning hukmi qonuniy kuchga kirguniga qadar aybsiz hisoblanib, unga nisbatan "jinoyatchi", "aybdor", "firibgar" "o'g'ri", "poraxo'r", "ekstremist" kabi so'zlarni qo'llash mumkin emas. Oddiy qilib aytadigan bo'lsak, sudning qarori qonuniy kuchga kirmaguncha hech kimning biron bir shaxsni aybdor deb malakalashga, hukm o'qishga mutlaqo haqqi yo'q. Bugungi kun blogger va vaynerlarni asosiy daromadlari reklamadan iboratdir. Reklama tarqatuvchi jismoniy yoki yuridik shaxs bo'lishi mumkin. Reklama ishlab chiqarish va joylashtirish litsenziyalanadigan faoliyat turi hisoblanmaydi, shu sababli ushbu xizmatlarni ko'rsatish uchun litsenziya talab etilmaydi. Demak, blogger ham reklama faoliyati bilan shug'ullanish huquqiga ega. Reklama faoliyati shartnoma asosida amalga oshiriladi. Taraflar shartnomada reklama bo'yicha barcha shartlarni kelishib olishlari, qonunchilikda taqiqlangan narsalarni reklama qilishdan tiyilishlari lozim.

O'zbekistonda daromad topuvchi har qanday shaxs soliq to'lovchi hisoblanadi. Xususan, reklama qilib daromad topgan jismoniy shaxslar daromadlaridan 12 foiz

miqdorida daromad solig'i to'laydi. To'langan soliqlar to'laligicha davlat byudjetiga tushadi. Shu bilan birga, ayrim faoliyat turlari Soliq kodeksiga muvofiq daromad solig'idan ozod qilingan. "Tadbirkorlik faoliyati va o'zini o'zi band qilishni davlat tomonidan tartibga solishni soddalashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Prezident qaroriga asosan, o'zini-o'zi band qiladigan shaxslar axborot kommunikatsiya sohasida xizmat ko'rsatish – ijtimoiy tarmoqlardagi faoliyat (PR-menejer, internet-marketolog, ijtimoiy tarmoqlarda tovarlar (ishlar, xizmatlar)ni ilgari surish va reklama qilish (SMM), ijtimoiy tarmoq sahifalari administratori, akkaunt-menejer, marketolog, link-menejer, targetolog, kontekst-reklama bo'yicha mutaxassis, direktolog, media rejalashtiruvchi, SMO mutaxassisi) turi bo'yicha ro'yxatdan o'tgan bo'lsa, daromadlari jami daromadlari tarkibiga kiritilmasligi uchun daromad solig'idan ozod qilinadi. Blogger sahifasida joylashtirilgan axborotga foydalanuvchilar tomonidan qoldirilgan sharhlar matnida, shuningdek ijtimoiy tarmoqlar yoki messenjerlarda noqonuniy ma'lumotlar aniqlansa, Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi (AOKA) tomonidan blogerga taqiqlangan axborotlarni olib tashlash to'g'risida xabarnoma yuboriladi. Ularning ko'pchiligida asosiy daromad manbayi ijtimoiy tarmoqlardagi reklamalardan iborat. Quyida eng mashhur bloggerlar (13.02.2024-yil holatiga ko'ra) reklama narxleri bilan tanishamiz. Ahad Qayum Shoir, rejissyor, aktyor Ahad Qayum o'zining Instagram sahifasida reklama joylashtirish narxi: Stories: 7 million so'm, post: 25 million so'm. Maftuna Shokirova ste'dodli vayner Maftuna Shokirova aslida professional aktrisa, ammo uni ko'pchilik ijtimoiy tarmoqlardagi videolari orqali yaxshi taniydi. Uning Instagram'dagi reklama narxleri quyidagicha: Stories: 700, post: 2500 dollar. Jahongir Xo'jayev Sariq bola taxallusi bilan tanilgan komik aktyor Jahongir Xo'jayev Instagram'da juda faoldir. U ko'pgina yirik kompaniyalar bilan hamkorlikda reklama olishda katta tajribaga ega. Aktyorning Instagramda reklama roligida suratga tushish va joylashtirish narxi: Stories: \$1000, post: \$3000.

"Million" jamoasi aktyori, boshlovchi, "QVZ" ishtirokchisi Mo'min Ibrohimov vaynerlik bilan ham shug'ullanib keladi. Uning Instagram sahifasidagi reklama narxi: Stories: \$1200, post: \$5000. Bobur Mansurov Ijtimoiy tarmoqlardagi hazil videolari bilan muxlislar e'tiboriga tushgan Bobur Mansurov hozirda talabgor vaynerlardan biriga aylanib ulgurgan. Instagramda aktyorning reklama narxleri: Stories: \$1500, post: \$5000. Dilshod Nazarov aktyor, blogger, vayner Dilshod Nazarov o'zbek xalqi orasida Dili.me taxallusi bilan mashhur. U barcha ijtimoiy tarmoqlarda doimiy faol bloggerlardan biridir. Uning reklama narxleri bilan tanishing: Stories: \$1500, post: \$5000. Ulug'bek Shodibekov Asl ism-familiyasi Ulug'bek Shodibekov bo'lgan vayner Mitti.me Instagramdagi obunachilari soni 2,5 milliondan oshadi. Uning reklama narxi: Stories: \$1300, post: \$6000. Bonus: "Daryo" internet nashrining Instagram sahifasida reklama berish narxi: 2 million 520 ming so'm. Bu summa evaziga reklama "Daryo" internet

nashrining 1 million 400 ming kuzatuvchisi bo'lgan Instagram hamda Facebook sahifasida e'lon qilinadi. {3}

Axborot resursi egasi, shuningdek blogger xabarnomani olgan vaqtdan boshlab 24 soatdan kechiktirmasdan taqiqlangan axborotni olib tashlashi, shuningdek, bu to'g'rida AOKAni xabardor qilishi lozim. Agar tarqatilishi taqiqlangan axborot 24 soatdan kechiktirmasdan blogger tomonidan olib tashlanmasa, Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi (AOKA) tomonidan ushbu axborotni olib tashlash bo'yicha ijtimoiy tarmoq yoki messenjer ma'muriga yoki da'vo arizasi bilan sudga murojaat qilinishi mumkin.

Shuningdek, manfaatdor jismoniy va yuridik shaxslar ham o'zlarining huquqlarini himoya qilish maqsadida blogpost egasidan o'zlariga oid postlarga qoldirilgan tuhmat, haqorat yoki qonunchilikda taqiqlangan boshqa holatlarga oid sharhlarni olib tashlashni talab qilish huquqiga egadirlar. Chunki O'zbekiston Konstitutsiyasining 27-moddasida har kim o'z sha'ni va obro'siga qilingan tajovuzlardan, shaxsiy hayotiga aralashishdan himoyalani va turar joyi daxlsizligi huquqiga ega ekanligi belgilangan. Shaxsning tasvirga bo'lgan huquqi ajralmas va daxlsizdir. Tasvirga bo'lgan huquqi buzilgan deb hisoblagan shaxs Fuqarolik protsessual kodeksida belgilangan tartibda sudga da'vo arizasi bilan murojaat qilishi mumkin. Qonunga ko'ra, shaxsga doir ma'lumotlar —muayyan jismoniy shaxsga taalluqli bo'lgan yoki uni identifikatsiya qilish imkonini beradigan, elektron tarzda, qog'ozda va (yoki) boshqa moddiy jismda qayd etilgan axborot. Shaxsning tasvirga bo'lgan huquqi qonunchilik bilan himoyalani. Bloggerlar o'z faoliyatida duch kelayotgan aniq huquqiy muammolar yuzasidan qo'shimcha huquqiy yordam olish tavsiya etiladi.

Xulosa: Bugungi kunda bloggerlar jamiyat hayotining faol a'zolaridan biriga aylangan. Yaxshi xabardan ko'ra yomon xabar tez tarqaladi deganday, Ayrim qo'shtirnoq ichidagi bloggerlar o'zbek mentalitetiga nomunosib behayo videolar olib, o'z Instagram va Facebook saflariga joylab boradilar, yoshlar orasida o'zlaricha mashhur bo'lishadi. Ushbu videolarni ko'rgan yoshlarimizning ayrimlari, agar men ham shunday qilsam, internet tarmog'ida mashhur bo'lib ketaman degan tushuncha paydo bo'ladi. Ijtimoiy tarmoqlarda faoliyat yuritayotgan blogger - vaynerchilar odob-axloq qoidalari qat'iy rioya qilinglar, mashhur bo'laman, daromad topaman deb har hil o'zingizga yarashmagan nomaqbul videolar, vaynlar olmanglar, olgan videolaringiz ta'limiy-tarbiyaviy ahamiyatga ega bo'lsin. Chunki ushbu videolarni aksariyatini yoshlar ko'rishadi va o'rnak olishadi. Yoshlar bizning kelajagimizdir. Ularni har tomonlama yetuk shaxs va vatanparvar qilib tarbiyalash har birimizni muqaddas burchimiz sanaladi.

1. B.S.Abdullayeva, Y.Z.Ro‘ziyev, K.V.Ismolova Mediasavodxonlik va axborot madaniyati, darslik Toshkent-2024. 206 b
2. M.B.Aralova, Sh.Sh.Boboqulov Mediasavodxonlik va axborot madaniyati. <http://web-journal.ru/> Часть-18_ Том-1_ Апрель -2024 ЛУЧШИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ 67-70 s
3. B.Abdumo‘minov va I.Saidmurodova Mediasavodxonlik va axborot madaniyatida kompyuter grafikasi. Ilm fan xabarnoma, ilmiy electron jurnali may , 2024. Worldly knowledge nashriyoti 540-542 s
4. M.X.Raximova Ta’lim tizimida axborot madaniyatining ahamiyati. Sun’iy intellektni pedagogik ta’limga integratsiya qilish:muammo va yechimlar mavzusida xalqaro ilmiy-amaliy anjuman materiallari. Andijon. 23-25 aprel 2025-yil 497-499 s
5. <https://daryo.uz/2024/02/13/>