

SMM ORQALI IJTIMOIIY MUAMMOLARGA E'TIBOR QARATISH

Yuldasheva Gulbahor Ibragimovna

FarDU, Axborot texnologiyalari kafedrası dotsenti

Mamarizoyeva Nozimaxon Nizomiddin qizi

FarDU, Ijtimoiy ish yo'nalishi talabasi

Annotatsiya. Ushbu maqolada SMM (Social Media Marketing) texnologiyalaridan foydalanib jamiyatdagi ijtimoiy muomalalarga e'tibor qaratishning ahamiyati yoritilgan. SMMning mohiyati, uning ijtimoiy ish sohasi bilan bog'liqligi hamda ijtimoiy ongning shakllantirishdagi o'rni tahlil qilinadi. Ijtimoiy tarmoqlar orqali muammolarni ommaga tez yetkazish, ko'ngillilarni jalb etish, xayriya aksiyalarini tashkil qilish va yaxshi muomala madaniyatini targ'ib qilish imkoniyatlari ko'rsatib berilgan.

Annotation. This article highlights the importance of using SMM (Social Media Marketing) technologies to draw attention to social interactions in society. It analyzes the essence of SMM, its connection with the field of social work, and its role in shaping social awareness. The article also demonstrates the opportunities provided by social networks for quickly delivering problems to the public, engaging volunteers, organizing charity campaigns, and promoting a culture of positive communication.

Kalit so'zlar: SMM, ijtimoiy muomala, ijtimoiy ish, ijtimoiy tarmoqlar, kommunikatsiya, axborot tarqatish, ma'rifiy kampaniyalar, xayriya aksiyalari, ijtimoiy ong.

Keywords: social interaction, social work, social networks / social media, communication, information dissemination, educational campaigns / awareness campaigns, social consciousness / awareness, charity events.

KIRISH

Zamonaviy axborot asrida ijtimoiy tarmoqlar jamiyat hayotining ajralmas qismiga aylanib, odamlar o'rtasidagi muloqot, fikr almashish va muammolarga e'tibor qaratishning asosiy maydoniga aylandi. Odamlar bir kunda bir necha soatni TikTok, Instagram, Telegram, YouTube kabi tarmoqlarda o'tkazmoqda. Shu sababli SMM — Social Media Marketing — endilikda faqat tijorat emas, balki ijtimoiy maqsadlarda ham keng qo'llaniladigan vositaga aylandi. SMM ijtimoiy muammolarni yoritish, fuqarolarda ong va madaniyatni shakllantirish, aholining ehtiyojlariga tezkor javob berish kabi jarayonlarda ham muhim o'rin tutmoqda. Ijtimoiy ish sohasi uchun esa SMM ijtimoiy muammolarni ommaga tez yetkazish, ko'ngillilarni jalb etish, yordam va xayriya aksiyalarini tashkil qilish, ijtimoiy muomalani yaxshilash kabi vazifalarni bajarishda samarali vosita hisoblanadi. Masalan, ijtimoiy ish tashkilotlari ijtimoiy tarmoqlar orqali ehtiyojmand guruhlar bilan bog'lanib, ular uchun yordam ko'rsatish, xayriya tashkilotlari bilan hamkorlikda kerakli mablag'larni yig'ish va muhim aksiyalarni targ'ib qilishni osonlashtiradi. Bundan tashqari, SMMning



kuchli tomoni shundaki, u nafaqat xalqaro miqyosda, balki mahalliy ijtimoiy muammolarni hal qilishda ham samarali vosita bo'lib, odamlarni yanada birlashishga undaydi.

ASOSIY QISM

XXI asrda raqamli texnologiyalar jamiyat hayotining barcha sohalariga chuqur kirib bordi. Internet, mobil ilovalar, sun'iy intellekt, onlayn platformalar, ijtimoiy tarmoqlar, dasturiy xizmatlar va tezkor axborot almashish vositalari odamlararo muloqot, axborot olish, fikr shakllantirish jarayonini tubdan o'zgartirdi. Raqamli texnologiyalar yordamida har bir inson nafaqat axborot iste'molchisi, balki uning yaratuvchisi, tarqatuvchisi va ta'sir ko'rsatuvchisiga aylandi. Ijtimoiy sohada ham raqamli tizimlar aholining ehtiyojlarini aniqlash, muammolarni tezkor baholash, yordam ko'rsatish, murojaatlarni qayta ishlash va jamoatchilik fikrini shakllantirishda keng qo'llanila boshladi. Onlayn so'rovlar, Google-formlar, mobil ilovalar, elektron hukumat tizimlari, masofaviy maslahat xizmatlari — bularning barchasi raqamli texnologiyalarning ijtimoiy jarayonlardagi o'rnini kuchaytiradi.

Aynan shunday keng ko'lamli raqamli rivojlanish sharoitida SMM — Social Media Marketing ijtimoiy ish uchun eng samarali vositalardan biriga aylandi. Chunki SMM bevosita ijtimoiy tarmoqlarga tayanadi va aholining kunlik faoliyatida asosiy kommunikatsiya maydoni sifatida ishlaydi.

SMM (Social Media Marketing) — bu ijtimoiy tarmoqlar orqali odamlar bilan muloqot qilish, ma'lumotlarni tarqatish, brend yoki g'oyani ommalashtirish jarayonidir. SMM faqat reklama emas, balki jamiyatga ta'sir ko'rsatish, muammolarga e'tibor qaratish va odamlar fikrini shakllantirishning ham kuchli vositasidir. Ijtimoiy ishning asosiy maqsadi — jamiyatdagi muammolarni aniqlash, ularga yechim topish va aholiga yordam berish. SMM esa ushbu maqsadlarga tez, keng va samarali yo'l bilan erishishga imkon beradi.

Misol uchun, nogironlar huquqlari, oiladagi zo'ravonlik, yoshlar muammolari, keksalarga g'amxo'rlik kabi mavzularni ijtimoiy tarmoqlarda tarqatish orqali keng jamoatchilikning e'tibori tortiladi. SMM orqali to'g'ri ma'lumot, tavsiya, qo'llanmalar berish orqali odamlarning muammolarga bo'lgan munosabati o'zgaradi. Ijtimoiy loyihalar uchun ko'ngillilarni topish, xayriya tadbirlarini tashkil qilish SMM orqali juda oson. Ijtimoiy tarmoqlardagi postlar, xabarlar orqali homiylar topish, zarur mablag' yoki kiyim-kechak, dori-darmon yig'ish imkoniyati oshadi. Bu jamiyatdagi muhtoj qatlamlarga yordam berishning bir usuli hisoblanadi. Xushmuomalalik, bir-birini hurmat qilish, kam ta'minlanganlarga yordam, ekologik madaniyat kabi g'oyalarni targ'ib qilish SMM orqali tez tarqaladi. Bu esa jamiyatda ijobiy muomala madaniyatini shakllantirishga yordam beradi.

XULOSA

2026-yilga kelib O'zbekistonda ijtimoiy tarmoqlar shunchaki rasm ko'radigan yoki video tomosha qiladigan joy emas, balki odamlarning dardi va muammolari hal etiladigan asosiy maydonga aylandi. SMM (ijtimoiy tarmoq marketingi) yordamida jamiyatdagi kamchiliklarni ko'rsatish va ularni tuzatish bugun har qachongidan ham oson va samarali bo'lmoqda. SMM orqali muammolarni hal qilishning asosiy sabablari quyidagilardir:

1. Tezkor yechim;

2. Odamlarning birlashishi;

3. Haqiqatni ko'rsatish.

Ammo shuni unutmaslik kerakki, ijtimoiy tarmoqlarda muammo ko'tarayotganda faqat to'g'ri va tekshirilgan ma'lumotlarni tarqatish shart. Yolg'on gapirish yoki birovni asossiz ayblash nafaqat obro'ingizga, balki qonun oldida javob berishingizga ham sabab bo'lishi mumkin.

SMM — bu bizning ovoqimiz. Agar biz undan to'g'ri foydalansak, ko'chadagi to'kilgan chiqindini tozalashdan tortib, muhtojlarga yordam berishgacha bo'lgan barcha ishlarni birgalikda bajara olamiz. Befarq bo'lmaslik va jamiyatdagi kamchiliklarni madaniyat bilan ko'rsatib berish — ertangi yaxshi hayotimiz garovidir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Oqila.uz — O'zbekistonda raqamli marketing, SMM strategiyalari va ijtimoiy media trendlarini tahlil qiluvchi yetakchi platforma. (Ijtimoiy muammolarni yoritishda vizual kontentning o'rni bo'limi).

2. Vikipediya (Wikipedia) — "Ijtimoiy media marketingi" va "Raqamli faollik" (Digital Activism) bo'yicha fundamental tushunchalar va xalqaro terminlar bazasi.

3. O'zbekiston Respublikasining "Axborotlashtirish to'g'risida"gi Qonuni — Ijtimoiy tarmoqlarda ma'lumot tarqatishning huquqiy asoslari va blogerlarning mas'uliyati qismi.

4. Gazeta.uz va Kun.uz — O'zbekistonda ijtimoiy muammolar SMM orqali qanday yoritilayotgani va ularning natijalari bo'yicha amaliy keyslar (keys-stadi).

5. Ryan, D. (2020). "Digital Marketing" — Ijtimoiy tarmoqlar orqali jamiyat bilan muloqot qilish va jamoatchilik fikrini shakllantirish bo'yicha xalqaro darslik.

6. Mening fikrim.uz — Jamoatchilik tashabbuslari va ijtimoiy muammolarni rasmiy darajaga olib chiqish portali materiallari.

7. Social Media Examiner — Ijtimoiy tarmoqlarda auditoriyani jalb qilish va "Call to Action" (Harakatga chaqiriq) mexanizmlari bo'yicha tahliliy maqolalar.