IQRO JURNALI , IQRO JOURNAL, ИКРО ЖУРНАЛИ
ISSN:2181-4341| wordlyknowledge.uz/index.php/iqro
Volume 22 Issue 01 IYUN 2026

RAQAMLI MADANIYAT SHAROITIDA YOSHLARNING ESTETIK EHTIYOJLARI VA DIDINING TRANSFORMATSIYASI

Mirzayeva Shahrizoda Shuhratjon qizi

O‘zbekiston Milliy universiteti Ijtimoiy fanlar fakulteti

Amaliy etika yo‘nalishi 3-kurs talabasi

E-mail: mirzayevashahrizoda71@gmail.com

Annotatsiya: Maqolada raqamli madaniyat sharoitida yoshlarning estetik ehtiyojlari va estetik didi qanday omillar ta'sirida o‘zgarayotgani ijtimoiy-falsafiy nuqtayi nazardan tahlil qilinadi. Tadqiqotda estetik ehtiyoj shaxsning go‘zallikni idrok etish, yaratish, baholash va madaniy qadriyatlar bilan uyg‘unlashtirishga bo‘lgan ichki talabi sifatida talqin qilindi. Raqamli platformalar, ijtimoiy tarmoqlar, vizual kontent, algoritmik tavsiyalar, selfi-madaniyat, qisqa video formatlari va global ommaviy madaniyat yoshlarning go‘zallik mezonlari, badiiy qabul qilish shakllari hamda estetik tanlovlariga bevosita ta'sir ko‘rsatayotgani asoslandi. Maqolada transformatsiyaning ijobiy jihatlari - madaniyatga kirish imkoniyatining kengayishi, ijodiy o‘zini ifodalash, virtual muzeylar, raqamli san'at va mediamadaniyatning demokratlashuvi; salbiy jihatlari esa - didning yuzakilashuvi, klip tafakkuri, vizual stereotiplar, algoritmik birxillashtirish va milliy-estetik qadriyatlar zaiflashuvi orqali ochib berildi. Xulosa qismida yoshlar estetik ehtiyojlarini sog‘lom, tanqidiy va milliy-umuminsoniy qadriyatlarga uyg‘un yo‘nalishda rivojlantirish uchun mediasavodxonlik, estetik tarbiya va raqamli gigiyenani birlashtiruvchi amaliy takliflar ishlab chiqildi.

Kalit so‘zlar: raqamli madaniyat, estetik ehtiyoj, estetik did, yoshlar, ijtimoiy tarmoqlar, vizual madaniyat, mediasavodxonlik, milliy qadriyatlar, estetik tarbiya.

Аннотация. В статье с социально-философской точки зрения анализируется трансформация эстетических потребностей и эстетического вкуса молодежи в условиях цифровой культуры. Эстетическая потребность рассматривается как внутренняя потребность личности в восприятии, создании, оценке прекрасного и соотнесении его с культурными ценностями. Обосновано, что цифровые платформы, социальные сети, визуальный контент, алгоритмические рекомендации, культура селфи, короткие видеоформаты и глобальная массовая культура существенно меняют критерии красоты, художественного восприятия и эстетического выбора молодежи. В статье раскрываются как положительные стороны данного процесса - расширение доступа к культуре, творческое самовыражение, виртуальные музеи, цифровое искусство и демократизация медиакультуры, так и негативные тенденции - поверхностность вкуса, клиповое мышление, визуальные стереотипы, алгоритмическая унификация и ослабление национально-эстетических ценностей.

Ключевые слова: цифровая культура, эстетическая потребность, эстетический вкус, молодежь, социальные сети, визуальная культура, медиаграмотность, национальные ценности, эстетическое воспитание.

Abstract. The article analyzes the transformation of young people's aesthetic needs and taste in the context of digital culture from a socio-philosophical perspective. Aesthetic need is interpreted as an individual's inner demand to perceive, create, evaluate beauty and correlate it with cultural values. The study argues that digital platforms, social media, visual content, algorithmic recommendations, selfie culture, short-video formats and global mass culture directly affect young people's criteria of beauty, modes of artistic perception and aesthetic

choices. The paper reveals both constructive dimensions - wider access to culture, creative self-expression, virtual museums, digital art and democratization of media culture - and problematic tendencies such as superficial taste, clip thinking, visual stereotypes, algorithmic homogenization and weakening of national aesthetic values.

Keywords: digital culture, aesthetic need, aesthetic taste, youth, social media, visual culture, media literacy, national values, aesthetic education.

Kirish

XXI asrda insonning estetik ehtiyoji faqat san’at asarini tomosha qilish yoki go‘zallikdan zavqlanish doirasida qolmay, kundalik raqamli amaliyotlar, vizual aloqa, kontent yaratish, o‘zini namoyish etish va madaniy tanlovlar bilan bevosita bog‘lanib bormoqda. Bugungi yoshlar go‘zallikni ko‘proq ekran orqali ko‘radi, badiiy taassurotni ijtimoiy tarmoq algoritmlari vositasida oladi, estetik bahoni esa ko‘pincha “like”, “share”, izoh, trend va ko‘rishlar soni orqali anglaydi. Shuning uchun estetik ehtiyoj va estetik did masalasi raqamli madaniyat sharoitida yangicha falsafiy tahlilni talab qiladi.

O‘zbekiston sharoitida mazkur mavzuning dolzarbligi yoshlar siyosati, ma’naviy-ma’rifiy ishlar, madaniyat va san’atga jalb etish, internetdan samarali foydalanish, milliy qadriyatlarni asrash va global raqamli makonga integratsiya jarayonlari bilan belgilanadi. “Yoshlarga oid davlat siyosati to‘g‘risida”gi Qonunda yoshlarning ijtimoiy shakllanishi, ijodiy iqtidorini to‘la ro‘yobga chiqarish va milliy-madaniy an’analar davomiyligi alohida ahamiyat kasb etadi[1]. “O‘zbekiston – 2030” strategiyasi esa jamoatchilik ishtiroki, raqamli texnologiyalar va ijtimoiy-madaniy taraqqiyotning o‘zaro aloqadorligini davlat siyosati darajasida mustahkamlaydi[2].

UNESCO raqamli texnologiyalar madaniyatni tajriba qilish va unga kirish usullariga chuqur ta'sir ko‘rsatayotganini qayd etadi. Ayniqsa, yoshlar uchun raqamli texnologiyalar madaniyatga kirish imkoniyatini kengaytiradi, biroq madaniyat, ta'lim va ko‘ngilochar kontent o‘rtasidagi chegaralarni xiralashtirish xavfini ham yuzaga chiqaradi. Demak, raqamli madaniyat yoshlar estetik ehtiyojlarini kengaytiruvchi imkoniyat bo‘lishi bilan birga, ularning estetik didini standartlashtiruvchi, soddalashtiruvchi va tezkor iste'molga moslashtiruvchi omil sifatida ham namoyon bo‘lmoqda.

Adabiyotlar tahlili

Estetik ehtiyoj estetik madaniyatning muhim tarkibiy qismi bo‘lib, u insonning nafaqat go‘zallikni qabul qilishi, balki go‘zallikni izlash, yaratish, baholash va hayot tarziga singdirish intilishi bilan belgilanadi. N.V. Kireeva va N.E. Chernyavskaya estetik madaniyat komponentlarini ierarxik tizim sifatida talqin qilib, unda estetik ehtiyoj shaxs estetik madaniyatining boshlang‘ich va belgilovchi elementi ekanini ta'kidlaydi[3]. Bu yondashuvdan kelib chiqib, estetik didni estetik ehtiyojning sifat darajasi, ya'ni insonning go‘zallikni saralash, qadrlash va tanqidiy baholash qobiliyati deb tushunish mumkin.

[1] O‘zbekiston Respublikasining “Yoshlarga oid davlat siyosati to‘g‘risida”gi Qonuni. 2016-yil 14-sentabr, O‘RQ–406-son. // https://lex.uz/uz/docs/-3026246#-6862216

[2] O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston — 2030” strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmoni. 2023-yil 11-sentabr, PF–158-son. // https://lex.uz/ru/docs/-6600413

[3] Киреева Н.В., Чернявская Н.Е. Сущность эстетической культуры и ее компонентов // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2013.

Raqamli muhit estetik didni shakllantirishning yangi maydonini yaratdi. Paßmann va Schubert ijtimoiy tarmoqlarda did faqat ifodalanmasligini, balki platforma ichida birgalikda ishlab chiqilishini ko‘rsatadi: foydalanuvchi, kontent va media muhit bir-birini hamkorlikda shakllantiradi[4]. Bu fikr yoshlar didi Instagram, TikTok, YouTube, Telegram kanallari yoki boshqa platformalarda passiv qabul qilinmay, balki algoritmik ko‘rsatish, guruhiy baholash va vizual trendlar orqali qayta ishlab chiqarilishini anglatadi.

So‘nggi tadqiqotlarda raqamli madaniyatning go‘zallik me’yorlari, tana obrazi va o‘zini idrok etishga ta’siri alohida o‘rganilmoqda. M. Öztunç va hammualliflar ijtimoiy media estetik ideallar va go‘zallik normalari namoyish etiladigan markaziy makonga aylanganini, tanlab ko‘rsatiladigan vizual trendlar esa shaxsning o‘zini qabul qilishi va estetik baholariga ta’sir qilishini ta’kidlaydi[5]. Bu jihat yoshlar estetik ehtiyojining nafaqat san’atga, balki tashqi ko‘rinish, imij, brend, dizayn, foto-vizual kontent va o‘zini sahnalashtirishga ham ko‘chayotganini ko‘rsatadi.

Rus tilidagi ilmiy izlanishlarda ham raqamli madaniyatning estetik tarbiyaga ta’siri keng muhokama qilinmoqda. E.G. Alevra zamonaviy axborot texnologiyalari, virtual reallik, videoo‘yinlar, fotografiya va boshqa mediaformatlar yoshlarni san’at va madaniyatga jalb etishning an’anaviy shakllarini o‘zgartirayotganini asoslaydi[6]. Mazkur yondashuv raqamli estetikani oddiy texnik muhit emas, balki yangi madaniy pedagogik vaziyat sifatida baholashga imkon beradi.

O‘zbek ilmiy adabiyotlarida estetik madaniyat, estetik ong va estetik tarbiya masalalari ma'naviy kamolot bilan bog‘liq holda talqin qilinadi. X.M. Shermatova va O‘.D. G‘anijonova talaba yoshlar estetik madaniyatini shaxs ma'naviy qiyofasini shakllantiruvchi omil sifatida ko‘rsatadi[7].

Tadqiqot metodologiyasi

Tadqiqot ijtimoiy-falsafiy, aksiologik va madaniyatshunoslik yondashuvlariga tayandi. Ijtimoiy-falsafiy yondashuv raqamli muhitning shaxs, jamiyat va madaniyat o‘rtasidagi munosabatlarga ta’sirini aniqlashga imkon berdi. Aksiologik yondashuv yoshlar estetik ehtiyojlaridagi qadriyatlar ierarxiyasi, go‘zallik mezonlari va ma’naviy tanlovlarni tahlil qilish uchun qo‘llandi. Madaniyatshunoslik yondashuvi esa raqamli obraz, vizual kommunikatsiya, ommaviy madaniyat va milliy-estetik qadriyatlar o‘rtasidagi o‘zaro ta'sirni yoritishga xizmat qildi.

Maqolada qiyosiy-tahliliy metod orqali o‘zbek, rus va xorijiy ilmiy manbalardagi yondashuvlar solishtirildi. Kontseptual tahlil metodi yordamida “estetik ehtiyoj”, “estetik did”, “raqamli madaniyat”, “vizual madaniyat”, “algoritmik baholash” tushunchalarining mazmuni aniqlashtirildi. Tizimli yondashuv asosida yoshlar estetik ehtiyojlariga ta’sir etuvchi omillar - texnologik, ijtimoiy, pedagogik, madaniy va axloqiy omillar o‘zaro bog‘liqlikda ko‘rib chiqildi.

---

[4] aßmann J., Schubert C. Liking as taste making: Social media practices as generators of aesthetic valuation and distinction // New Media & Society. – 2021. DOI: 10.1177/1461444820939458.

[5] Öztunç M. et al. Digital culture and aesthetic orientation: associations with body perception and beauty perception on social media // BMC Psychology. – 2025. DOI: 10.1186/s40359-025-03517-y.

[6] Алевра Е.Г. Цифровая культура и ее влияние на эстетическое воспитание современной молодежи // Современные наукоемкие технологии. – 2025.

[7] Shermatova X.M., G‘anijonova O‘.D. Talaba yoshlar o‘rtasida estetik madaniyatning o‘rni // Theoretical Aspects in the Formation of Pedagogical Sciences. — 2023. DOI: 10.5281/zenodo.10349685.

Tadqiqotda amaliy kuzatuv sifatida zamonaviy yoshlarning kundalik raqamli amaliyotlari - qisqa video tomosha qilish, ijtimoiy tarmoq profili yuritish, trendlar asosida kiyinish va vizual kontent yaratish, musiqa va san’atni onlayn iste’mol qilish, virtual ko‘rgazma va raqamli platformalardan foydalanish holatlari umumlashtirildi. Ushbu kuzatuvlar statistik so‘rov emas, balki nazariy xulosalarni hayotiy hodisalar bilan asoslashga xizmat qiluvchi sifatli tahlil sifatida qo‘llandi.

Natijalar va muhokama

1. Estetik ehtiyojning raqamli muhitdagi yangi mazmuni

An’anaviy jamiyatda estetik ehtiyoj ko‘proq san’at, tabiat, me’morchilik, marosimlar, milliy liboslar, adabiyot va musiqa orqali shakllangan bo‘lsa, raqamli madaniyat sharoitida u ekran, interfeys, algoritm, vizual post, avatar, filter, dizayn va virtual obrazlar orqali ham shakllanmoqda. Yoshlar go‘zallikni real hayotdagi predmetlar bilangina emas, balki raqamli shakllar - profil estetikasi, video montaj, ranglar uyg‘unligi, font, emoji, virtual sahnalashtirish, geym-dizayn va brend vizual uslubi orqali ham idrok etmoqda.

Bu jarayon estetik ehtiyojning demokratlashuviga olib kelmoqda. Avvallari san’at galereyasi, teatr, muzey, badiiy maktab yoki professional studiyaga bog‘liq bo‘lgan estetik tajriba bugun smartfon orqali keng ommaga ochildi. Yoshlar raqamli kameralar, tahrirlash dasturlari, musiqiy ilovalar, dizayn platformalari va ijtimoiy tarmoqlar orqali o‘z estetik qobiliyatini namoyon qilishi mumkin. Shu ma’noda raqamli madaniyat estetik ehtiyojni iste’moldan ijodga, kuzatuvdan ishtirokka, passiv qabuldan faol yaratishga olib chiqmoqda.

Biroq bu demokratlashuv har doim ham chuqur estetik madaniyatni anglatmaydi. Raqamli muhitda tezlik, ko‘rishlar soni va vizual jozibadorlik ba’zan mazmuniy chuqurlikdan ustun keladi. Natijada estetik ehtiyoj san’atni anglash, go‘zallikning mohiyatini tushunish va qadriyat bilan bog‘lashdan ko‘ra, ko‘zga tez tashlanadigan effekt, trend va tashqi ko‘rinishga moyil bo‘lishi mumkin. Demak, asosiy muammo raqamli imkoniyatlarning o‘zida emas, balki ulardan qanday estetik maqsad va qadriyatlar asosida foydalanishda namoyon bo‘ladi.

2. Ijtimoiy tarmoqlar va estetik didning algoritmik shakllanishi

Ijtimoiy tarmoqlar yoshlar estetik didini shakllantirishda markaziy maydonga aylandi. Bu maydonning xususiyati shundaki, unda estetik baho faqat mutaxassis, o‘qituvchi yoki san’atshunos tomonidan emas, balki foydalanuvchilar jamoasi, platforma algoritmlari va ommaviy trendlar tomonidan ham shakllantiriladi.

Algoritmik tavsiya tizimlari yoshlar nimani ko‘rishi, nimani ko‘proq takror qabul qilishi va nimani “go‘zal” deb anglashiga sezilarli ta’sir ko‘rsatadi. Masalan, foydalanuvchi ma’lum turdagi video yoki rasmga ko‘proq e’tibor bersa, platforma unga o‘xshash kontentni yanada ko‘proq taklif qiladi. Buning natijasida yoshlarning estetik dunyoqarashi kengayishi ham, torayishi ham mumkin: bir tomondan, ular jahon san’ati, turli madaniyatlar va yangi dizayn yo‘nalishlari bilan tanishadi; ikkinchi tomondan, algoritmik “pufak” ichida bir xil obrazlar, bir xil moda, bir xil tana standartlari va bir xil vizual kompozitsiyalar takrorlanaveradi.

Shu sababli zamonaviy estetik didni tahlil qilishda “kim o‘rgatyapti?’ degan savol bilan birga “qaysi algoritm ko‘rsatyapti?”, “qaysi trend tanlovni boshqaryapti?”, “qaysi vizual norma ongga singmoqda?” degan savollar ham muhim ahamiyat kasb etadi. Estetik tarbiya faqat go‘zal san’at namunalarini ko‘rsatish bilan cheklanmay, yoshlarni raqamli platformalarning yashirin baholash mexanizmlarini anglashga ham o‘rgatishi lozim.

3. Vizual madaniyat, selfi va tashqi obraz estetikasi

Raqamli madaniyatda yoshlarning estetik ehtiyoji tobora ko‘proq vizual o‘zini namoyish etish bilan bog‘lanmoqda. Selfi, profil rasmi, reels, stories, short video, filter, retush, montaj, fon tanlash va imij yaratish yoshlar estetik faoliyatining kundalik shakliga aylandi.

Bu holatning ijobiy tomoni shundaki, yoshlar o‘z individualligini ifodalash, ijodiy obraz yaratish, rang va kompozitsiya tanlash, vizual hikoya tuzish ko‘nikmalarini rivojlantiradi. Salbiy tomoni esa tashqi obrazning haddan tashqari ideallashtirilishi, filtrlangan go‘zallik me’yorlari, real va virtual ko‘rinish o‘rtasidagi tafovut, o‘z tanasidan norozilik, taqlidchilik va sun'iy estetik standartlar kuchayishida namoyon bo‘ladi.

Bu jarayonni J. Baudrillardning simulyakr va gipervoqelik haqidagi qarashlari bilan izohlash mumkin[8]. Raqamli obraz ba’zan real shaxsning oddiy ifodasi bo‘lmay, balki undan ko‘ra jozibaliroq, tahrirlangan va ijtimoiy tasdiqqa moslashtirilgan “ikkinchi obraz”ga aylanadi. Natijada yoshlar estetik ehtiyoji haqiqiy go‘zallikni anglashdan ko‘ra, sun'iy mukammallikni yaratish va namoyish etishga yo‘nalib qolishi mumkin.

4. Milliy-estetik qadriyatlar va global vizual trendlar to‘qnashuvi

Raqamli madaniyat yoshlarni global estetik makonga olib kiradi. Koreys pop-madaniyati, turk seriallari, yapon anime estetikasi, g‘arbiy moda, arab kalligrafiyasi, minimalistik dizayn, global brendlar, internet memlari va turli submadaniyatlar yoshlar estetik didiga turlicha ta’sir ko‘rsatadi. Bu, bir tomondan, estetik dunyoqarashni kengaytiradi; boshqa tomondan, milliy-estetik mezonlar, mahalliy san’at va an’anaviy go‘zallik tajribalarining chetga surilishiga sabab bo‘lishi mumkin.

O‘zbekiston yoshlari uchun muhim vazifa - global vizual madaniyatni inkor etmasdan, uni milliy-estetik qadriyatlar bilan uyg‘unlashtirishdir. Milliy naqshlar, me’moriy meros, maqom san’ati, miniatyura, adabiy-estetik an’analar, milliy libos, hunarmandchilik va sharqona odob-estetika raqamli formatga mos talqin qilinsa, yoshlarning estetik ehtiyoji zamonaviylik va milliylik uyg‘unligida rivojlanadi.

Bunda asosiy tamoyil konservativ cheklash emas, balki ijodiy transformatsiya bo‘lishi kerak. Masalan, milliy ornamentlarni grafik dizayn, kiyim brendingi, mobil ilova interfeysi, virtual ko‘rgazma, animatsiya va qisqa videolar orqali yangicha talqin qilish mumkin. Shunda yoshlar milliy estetik qadriyatlarni “eskilik” sifatida emas, balki raqamli ijod va zamonaviy vizual identitet manbai sifatida qabul qiladi.

5. Raqamli estetik tarbiya: imkoniyat va xavflar

Raqamli texnologiyalar yoshlarning madaniyatga kirish imkoniyatini kengaytiradi. UNESCO yoshlar uchun raqamli texnologiyalar madaniyatga sifatli va miqdoriy kirishni osonlashtirishi mumkinligini qayd etadi. Virtual muzeylar, onlayn ko‘rgazmalar, raqamli kutubxonalar, madaniy merosning 3D modellarini ko‘rish, onlayn teatr va konsertlar, san'at darslari, dizayn kurslari estetik tarbiyaning yangi resurslari hisoblanadi.

Shu bilan birga, xavflar ham mavjud. Birinchidan, klip tafakkuri estetik idrokni qisqa, tez va parcha-parcha qabul qilishga o‘rgatadi. Ikkinchidan, algoritmik trendlar yoshlarni chuqur san’at asarlaridan ko‘ra tez iste’mol qilinadigan kontentga ko‘proq bog‘lab qo‘yadi. Uchinchidan, vizual kontentning haddan tashqari ko‘pligi didning charchashi, befarqlik va estetik sezgirlikning

[8] Baudrillard J. Simulacra and Simulation. – University of Michigan Press, 1994.

pasayishiga olib kelishi mumkin. To‘rtinchidan, internetdagi vulgar, agressiv yoki iste'molchilikka yo‘naltirilgan estetika axloqiy-estetik mezonlarni zaiflashtiradi.

Shu bois mediasavodxonlik zamonaviy estetik tarbiyaning ajralmas qismiga aylanishi zarur. D. Buckingham mediasavodxonlikni media matnlarini tanqidiy tushunish, ularning ishlab chiqarilishi, auditoriyaga ta’siri va qadriy mazmunini anglash kompetensiyasi sifatida talqin qiladi[9]. Estetik tarbiya ham yoshlarni faqat go‘zalni sevishga emas, balki vizual manipulyatsiyani ajrata olishga, algoritmik bosimni tanqidiy baholashga, milliy va umuminsoniy qadriyatlar asosida estetik tanlov qilishga o‘rgatishi lozim.

Quyidagi jadval raqamli madaniyatning yoshlar estetik ehtiyojlari va didiga ko‘rsatadigan asosiy ta’sir yo‘nalishlarini umumlashtiradi:

[9] Buckingham D. Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture. — Polity Press, 2003.

Ta’sir yo‘nalishi	Ijobiy imkoniyat	Salbiy xavf	Pedagogik yechim
Madaniyatga kirish	Virtual muzeylar, onlayn konsertlar, raqamli kutubxonalar orqali estetik tajriba kengayadi	Madaniyat ko‘ngilochar kontent bilan aralashib ketadi	Madaniy kontentni tanlash va tahlil qilish ko‘nikmasini shakllantirish
Vizual ijod	Foto, video, dizayn va montaj orqali o‘zini ifodalash kuchayadi	Yuzaki effekt va trendga qaramlik paydo bo‘ladi	Ijodiy topshiriqlarni mazmuniy tahlil bilan bog‘lash
Ijtimoiy baho	Jamoaviy fikr va hamkorlikda ijod qilish rivojlanadi	Like va ko‘rishlar soni estetik mezonga aylanadi	Estetik bahoning sifat mezonlarini o‘rgatish
Global trendlar	Turli madaniyatlarni bilish, estetik dunyoqarash kengayadi	Milliy did va qadriyatlar zaiflashishi mumkin	Milliy merosni raqamli formatda kreativ talqin qilish
Algoritmik tavsiyalar	Shaxsga mos kontent orqali qiziqishlar rivojlanadi	Birxillashgan vizual pufak hosil bo‘ladi	Algoritmik savodxonlik va tanqidiy mediasavodxonlikni kuchaytirish

6. Transformatsiyaning falsafiy mohiyati

Raqamli madaniyat sharoitida estetik ehtiyoj va did transformatsiyasining falsafiy mohiyati shundaki, go‘zallik endi faqat obyektning xususiyati sifatida emas, balki platforma, algoritm, foydalanuvchi, ijtimoiy tasdiq va madaniy kontekst o‘rtasidagi munosabatlar mahsuli sifatida namoyon bo‘lmoqda. M. Castells tarmoqlashgan jamiyatda kommunikatsiya jarayonlari ijtimoiy tuzilmalarning asosiy shakliga aylanishini ko‘rsatadi[10]. Demak, estetik did ham tarmoqlashgan kommunikatsiya jarayonlaridan tashqarida shakllanmaydi.

Bu holat estetik subyektning o‘zgarishini ham bildiradi. Yosh foydalanuvchi endi faqat tomoshabin emas; u kontent yaratuvchi, baholovchi, tarqatuvchi, remiks qiluvchi va estetik trendni davom ettiruvchi subyektdir. Shuning uchun raqamli estetik ehtiyoj ikki tomonlama xususiyatga ega: u bir vaqtning o‘zida iste’mol va ijod, qabul va ishlab chiqarish, individual tanlov va jamoaviy trend, milliy qadriyat va global obrazlar o‘rtasida shakllanadi.

Falsafiy jihatdan eng muhim masala - estetik ehtiyojning insoniy mazmunini saqlab qolishdir. Raqamli vositalar go‘zallikni ommalashtirishi, san’atni qulaylashtirishi va ijodni demokratlashtirishi mumkin. Ammo ular inson qalbida go‘zallikka mas’uliyatli munosabat, san’atga hurmat, ma’naviy poklik, milliy xotira va axloqiy did bilan uyg‘unlashmasa, estetik ehtiyoj iste’molchi xohishiga, did esa trendga ergashish refleksiga aylanib qoladi.

Xulosa

[10] Castells M. The Rise of the Network Society. — Wiley-Blackwell, 2010.

Raqamli madaniyat sharoitida yoshlarning estetik ehtiyojlari va didi tubdan transformatsiyalanmoqda. Bu transformatsiya bir yoqlama salbiy yoki ijobiy hodisa emas; u murakkab, ko‘p qatlamli va ziddiyatli jarayondir. Raqamli platformalar yoshlar uchun madaniyatga kirish imkoniyatini kengaytiradi, ijodiy o‘zini ifodalashni osonlashtiradi, san’at va vizual kommunikatsiyani demokratlashtiradi. Shu bilan birga, ular didning yuzakilashuvi, algoritmik birxillashuv, tashqi obrazga haddan tashqari bog‘lanish, milliy-estetik qadriyatlarning zaiflashuvi va estetik bahoning “like” mezoniga tushib qolishi kabi xavflarni ham keltirib chiqaradi.

Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, estetik ehtiyoj raqamli muhitda endi faqat go‘zallikni qabul qilish emas, balki uni yaratish, tahrirlash, tarqatish, jamoaviy baholash va algoritmik tavsiyalar orqali qayta shakllantirish jarayoniga aylangan. Yoshlarning estetik didi esa oila, ta’lim, milliy madaniyat va san’at bilan bir qatorda ijtimoiy tarmoqlar, vizual trendlar, global ommaviy madaniyat va platforma algoritmlari ta’sirida shakllanmoqda.

Shu bois zamonaviy estetik tarbiyaning asosiy vazifasi yoshlarni raqamli madaniyatdan cheklash emas, balki undan ongli, tanqidiy va ijodiy foydalanishga o‘rgatishdir. Estetik ehtiyoj milliy va umuminsoniy qadriyatlar, axloqiy mas’uliyat, mediasavodxonlik va ijodiy tafakkur bilan uyg‘unlashgandagina yoshlarning didi yuzaki trendlar ta’sirida emas, balki ma’naviy yetuklik va madaniy barkamollik asosida rivojlanadi. Demak, raqamli madaniyat sharoitida estetik didni tarbiyalash - yosh avlodning ma’naviy immuniteti, madaniy identiteti va ijodiy salohiyatini yuksaltirishning muhim shartidir.

Amaliy takliflar

1. Ta’lim muassasalarida estetik tarbiya va mediasavodxonlik integratsiyasini kuchaytirish zarur. San’at, adabiyot, madaniyat, falsafa va axborot texnologiyalari darslari o‘rtasida mavzulararo bog‘liqlik yaratilsa, yoshlar raqamli kontentni nafaqat iste’mol qiladi, balki uni estetik va axloqiy mezonlar asosida tahlil qilishni o‘rganadi.

2. Milliy-estetik merosning raqamli formatdagi zamonaviy talqinlarini ko‘paytirish kerak. Muzeylar, universitetlar, madaniyat markazlari va yosh ijodkorlar hamkorligida milliy naqshlar, me’moriy obidalar, adabiy qahramonlar, maqom va xalq san’ati asosida qisqa videolar, podkastlar, virtual galereyalar, infografikalar va interaktiv ko‘rgazmalar yaratilishi maqsadga muvofiq.

3. Ijtimoiy tarmoqlarda estetik didni rivojlantiruvchi kontentlar – san’at tahlili, dizayn madaniyati, teatr va kino estetikasi, kitobxonlik, badiiy fotografiya, me’morchilik, milliy libos va hunarmandchilik bo‘yicha sifatli sahifalar, tanlovlar va loyihalarni rag‘batlantirish lozim.

4. Yoshlar orasida raqamli gigiyena va algoritmik savodxonlikni shakllantirish kerak. Foydalanuvchi o‘zining estetik tanlovlari qanday platforma mexanizmlari ta’sirida shakllanayotganini, qaysi kontent uning didini toraytirayotganini va qaysi manbalar estetik tafakkurini boyitayotganini tushunishi zarur.

5. Universitetlarda “Raqamli estetika”, “Vizual madaniyat va mediasavodxonlik”, “Ijtimoiy tarmoqlarda estetik did” kabi maxsus seminarlar tashkil etilishi yoshlarning zamonaviy estetik dunyoqarashini ilmiy asosda rivojlantirishga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O‘zbekiston Respublikasining “Yoshlarga oid davlat siyosati to‘g‘risida”gi Qonuni. 2016-yil 14-sentabr, O‘RQ–406-son. // Qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi: https://lex.uz/uz/docs/-3026246#-6862216
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston – 2030” strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmoni. 2023-yil 11-sentabr, PF–158-son. // Qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi: https://lex.uz/ru/docs/-6600413
3. Киреева Н.В., Чернявская Н.Е. Сущность эстетической культуры и ее компонентов // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2013.
4. Paßmann J., Schubert C. Liking as taste making: Social media practices as generators of aesthetic valuation and distinction // New Media & Society. – 2021. DOI: 10.1177/1461444820939458.
5. Öztunç M. et al. Digital culture and aesthetic orientation: associations with body perception and beauty perception on social media // BMC Psychology. – 2025. DOI: 10.1186/s40359-025-03517-y.
6. Алевра Е.Г. Цифровая культура и ее влияние на эстетическое воспитание современной молодежи // Современные наукоемкие технологии. – 2025.
7. Shermatova X.M., G‘anijonova O‘.D. Talaba yoshlar o‘rtasida estetik madaniyatning o‘rni // Theoretical Aspects in the Formation of Pedagogical Sciences. – 2023. DOI: 10.5281/zenodo.10349685.
8. Baudrillard J. Simulacra and Simulation. – University of Michigan Press, 1994.
9. Buckingham D. Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture. – Polity Press, 2003.
10. Castells M. The Rise of the Network Society. – Wiley-Blackwell, 2010.
11. Bourdieu P. Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste. – Harvard University Press, 1984.
12. Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. – New York University Press, 2006.
13. Manovich L. The Language of New Media. – MIT Press, 2001.