IJTIMOIY TARMOQLARDAGI “OSON DAROMAD” KONTENTINING O‘QUVCHILARNING MEHNAT VA KASBGA MUNOSABATIGA TA’SIRI: PSIXOLOGIK-PEDAGOGIK TAHLIL

Mutallibjonov Ma’rufjon Mutallibjon o‘g‘li
Qori Niyoziy nomidagi Tarbiya pedagogikasi milliy instituti tayanch doktoranti
ORCID: 0009-0007-0312-3187, e-mail: marufjonmutallibjonov@gmail.com
https://doi.org/10.5281/zenodo.23510788

Annotatsiya. *Maqolada ijtimoiy tarmoqlardagi “oson daromad” kontentining 5–6-sinf o‘quvchilarining mehnat va kasbga munosabatiga ta’siri psixologik-pedagogik jihatdan tahlil qilingan. Xalqaro tadqiqotlar, rasmiy statistika va me’yoriy hujjatlarni qiyosiy o‘rganish asosida bunday kontentning besh turi ajratilib, ularning ta’sir mexanizmlari ijtimoiy ta’lim, parasotsial munosabat, ijtimoiy taqqoslash va kasbiy intilishlar rivojlanishi nazariyalari orqali izohlangan. O‘quvchilarning kasbiy-ma’naviy tasavvurlarini himoya qilishga qaratilgan to‘rt bosqichli pedagogik yondashuv va baholash mezonlari taklif etilgan.*
Kalit so‘zlar: *“oson daromad” kontenti, kasbiy-ma’naviy tasavvurlar, mehnatga munosabat, media savodxonlik, parasotsial munosabat, 5–6-sinf o‘quvchilari.*
Аннотация. *В статье с психолого-педагогической точки зрения анализируется влияние контента о «лёгком заработке» в социальных сетях на отношение учащихся 5–6 классов к труду и профессии. На основе сравнительного изучения международных исследований, официальной статистики и нормативных документов выделены пять типов такого контента, а механизмы их воздействия объяснены через теории социального научения, парасоциальных отношений, социального сравнения и развития профессиональных устремлений. Предложены четырёхэтапный педагогический подход к защите профессионально-нравственных представлений учащихся и критерии оценки.*
Ключевые слова: *контент о «лёгком заработке», профессионально-нравственные представления, отношение к труду, медиаграмотность, парасоциальные отношения, учащиеся 5–6 классов.*
Abstract. *The article offers a psychological and pedagogical analysis of how “easy money” content on social media affects 5th–6th grade students’ attitudes toward work and professions. Drawing on a comparative review of international studies, official statistics and regulatory documents, it identifies five types of such content and explains their mechanisms of influence through theories of social learning, parasocial relationships, social comparison and the development of occupational aspirations. A four-stage pedagogical approach to safeguarding students’ professional-moral notions is proposed, together with assessment criteria.*
Keywords: *“easy money” content, professional-moral notions, attitudes toward work, media literacy, parasocial relationships, 5th–6th grade students.*

KIRISH. Kasbiy-ma’naviy tasavvurlar — mehnatning qadri, halol daromad, kasbiy mas’uliyat va kasb egasiga hurmat haqidagi qarashlar — kichik o‘smirlik davrida faol shakllanadi va bugun bu jarayon ko‘p jihatdan ijtimoiy tarmoqlarda kechmoqda. DataReportal ma’lumotlariga ko‘ra, 2025-yil oxirida O‘zbekistonda internetdan aholining 89 foizi foydalangan, aholining median yoshi 27 yosh, taxminan 36 foizi esa 18 yoshgacha bo‘lganlardir [1].

Tarmoqlardagi kontent orasida mehnatsiz yoki kam mehnat bilan tez boyish g‘oyasini targ‘ib qiluvchi materiallar alohida o‘rin tutadi. Masalan, 2024-yilda Telegramdagi Hamster Kombat “tapalka” o‘yinining o‘yinchilari dasturchilar ma’lumotiga ko‘ra 150 mln dan oshgan, O‘zbekiston esa unga qiziqish ayniqsa yuqori bo‘lgan davlatlar qatorida qayd etilgan va rasmiylar fuqarolarni ehtiyotkorlikka chaqirgan [2]. Bolalarning kasbiy orzulari ham o‘zgarmoqda: The Harris Poll tomonidan AQSh, Buyuk Britaniya va Xitoyda 8–12 yoshli 3000 nafar bola o‘rtasida o‘tkazilgan so‘rovda ularning 29 foizi YouTuber, 11 foizi kosmonavt bo‘lishni tanlagan [3]. OECD ma’lumotlariga ko‘ra, 41 davlatda 15 yoshli o‘g‘il bolalarning 47, qizlarning 53 foizi eng ommabop 10 ta kasbdan birini kutadi va bu ulush 2000-yildan beri oshgan, ya’ni kasbiy tasavvurlar torayib bormoqda [4].

O‘zbekistonda “Tarbiya” fanining bosqichma-bosqich joriy etilishi [5] kasbiy-ma’naviy tarbiya uchun muhim imkoniyat yaratdi, biroq “oson daromad” kontentiga qarshi pedagogik vositalar hali yetarli ishlab chiqilmagan. Maqolaning maqsadi — bunday kontentning 5–6-sinf o‘quvchilarining mehnat va kasbga munosabatiga ta’sir mexanizmlarini ochib berish va unga qarshi pedagogik yondashuvni asoslash.

TADQIQOT METODLARI

Tadqiqotda nazariy tahlil, qiyosiy tahlil va tipologik umumlashtirish metodlaridan foydalanildi. Xalqaro so‘rovlar va empirik tadqiqotlar natijalari [3; 4; 6], rasmiy statistika [1] hamda bolalarni zararli axborotdan himoya qilishga oid me’yoriy hujjatlar [7; 8] qiyosiy o‘rganildi. Ilmiy manbalar va ommaviy axborot vositalari materiallarini umumlashtirish asosida “oson daromad” kontentining tipologiyasi tuzildi, har bir tur esa ijtimoiy ta’lim [9], parasotsial munosabat [10], ijtimoiy taqqoslash [11], kasbiy intilishlarning cheklanishi va murosasi [12] hamda psixososial rivojlanish [13] nazariyalari bilan solishtirildi.

NATIJALAR. Tahlil natijasida “oson daromad” kontentining besh turi ajratildi va har biri uchun asosiy psixologik ta’sir mexanizmi aniqlandi (1-jadval).

1-jadval

“Oson daromad” kontentining turlari va ta’sir mexanizmlari

Kontent turi	Asosiy mazmuni	Ta’sir mexanizmi
1. Hashamatli turmush namoyishi	Qimmat buyumlar, sayohatlar; daromad manbai yashirin	Ijtimoiy taqqoslash, nisbiy mahrumlik hissi [11]
2. “Tez boyish” sxemalari	“Tapalka” o‘yinlar, referal tizimlar, kriptoaktiv va’dalari	Mukofotlangan modelga taqlid [9]
3. Omad va tasodif o‘yinlari	Stavkalar, “omadli” yutuqlar, sovg‘ali konkurslar	Mehnat va natija o‘rtasidagi bog‘liqlikning uzilishi
4. “Eng oson kasb — bloger” narrativi	Kontent yaratish mashaqqatsiz faoliyat sifatida ko‘rsatiladi	Parasotsial munosabat, kasb obrazining buzilishi [10; 12]

Kontent turi	Asosiy mazmuni	Ta’sir mexanizmi
5. Mehnatni kamsituvchi kontent	Oddiy kasb egalarini masxaralash	Kasb nufuzi haqidagi baholashning buzilishi [12]

Bu mexanizmlar yosh xususiyatlari bilan bevosita bog‘liq. E. Erikson bo‘yicha 6–12 yoshlar “mehnatsevarlik yoki o‘zini past baholash” bosqichiga to‘g‘ri keladi: bola aynan shu davrda mehnat orqali muvaffaqiyatga erishish tajribasini to‘playdi [13]. L. Gotfredson nazariyasiga ko‘ra esa 9–13 yoshlarda bola kasblarni ularning ijtimoiy nufuzi nuqtayi nazaridan baholay boshlaydi [12]. Demak, 5–6-sinf o‘quvchisi (10–12 yosh) “mehnatsiz muvaffaqiyat” va “kasb nufuzi — daromad miqdori” degan g‘oyalarga ayniqsa ta’sirchan. A. Bandura ko‘rsatganidek, bola mukofotlangan xulq namunasini kuzatib, uni o‘zlashtiradi [9]; “tez boyigan” bloger yoki tengdosh aynan shunday model vazifasini bajaradi.

Empirik tadqiqotlar ham bu xulosani tasdiqlaydi. AQShda 10–19 yoshli 500 nafar o‘smir ishtirokidagi so‘rovda influenserning ishonchliligi va jozibadorligi u bilan parasotsial munosabat bilan, bu munosabat esa materialistik qarashlar va xarid niyati bilan bog‘liq ekani aniqlangan; ota-onalarning faol vositachiligi materializm bilan teskari bog‘langan [6]. Influenser marketingi bo‘yicha sharhda ham reklamani tanib olish ko‘nikmasi hali shakllanmagan bolalarning bunday kontentga zaifligi qayd etilgan [14].

Huquqiy jihatdan O‘RQ-444-son Qonun va Vazirlar Mahkamasining 848-son qaroriga ko‘ra bolalarda qimor o‘yinlarida ishtirok etish istagini uyg‘otadigan axborot “18+” toifasiga kiritilgan va bolalar o‘rtasida tarqatilishi taqiqlangan [7; 8]. Biroq “tapalka” o‘yinlari, referal sxemalar va hashamat namoyishi bu ta’rifga to‘g‘ridan-to‘g‘ri tushmaydi, shu bois o‘quvchini pedagogik vositalar bilan ham himoya qilish zarur. Shu maqsadda to‘rt bosqichli yondashuv ishlab chiqildi:

1) tanib olish — o‘quvchilar real kontent namunalaridan “oson daromad” belgilarini (natija ko‘rsatilib, mehnatning yashirilishi, shoshiltirish, “hamma qilyapti” da’vati) aniqlaydi;

2) tahlil — “Bu pul qayerdan kelyapti? Kim yutadi, kim yutqazadi?” savollari orqali kontent ortidagi iqtisodiy mexanizm ochiladi;

3) real kasb bilan uchrashuv — kasb egalari, jumladan, tajribali kontent yaratuvchilar bilan suhbatda har qanday daromad ortidagi mehnat ko‘rsatiladi;

4) loyiha — o‘quvchilar “Mening orzuimdagi kasb ortidagi mehnat” mavzusida qisqa video yoki plakat tayyorlaydi.

Yondashuvni “Tarbiya” fanining 5-sinfdagi “Men va mening kelajagim” hamda 6-sinfdagi “Bilim ol, kasb-hunar tanla” mavzulari doirasida qo‘llash mumkin. Natijalar uch mezon bo‘yicha baholanadi: kognitiv (kontentdagi manipulyatsiya belgilarini aniqlay olish), emotsional-qadriyatli (halol mehnat va kasb egasiga hurmat) va xulq-atvor (tarmoqdagi “oson daromad” takliflariga

munosabat). Buning uchun vaziyatli topshiriqlar, tugallanmagan gaplar va qisqa so‘rovnomalar qo‘llaniladi.

MUHOKAMA. Olingan natijalar “oson daromad” kontentining xavfi moliyaviy firibgarlik bilan cheklanmasligini ko‘rsatadi: u bolaning mehnat va natija o‘rtasidagi sababiy bog‘liqlik haqidagi tasavvurini yemiradi. YouTuber kasbining bolalar orasida ommabopligi [3] o‘z-o‘zidan salbiy hodisa emas, chunki kontent yaratish ham kasb; muammo uning mashaqqatsiz faoliyat sifatida idrok etilishida. Shu sababli taqiqlovchi yondashuv yetarli emas: C. Lu va H.K. Kim tadqiqotida cheklovchi vositachilik xarid niyati bilan musbat bog‘langan, faol muhokama esa materializmni pasaytirgan [6]. Demak, maktab va oilaning vazifasi kontentni yashirish emas, uni birgalikda tahlil qilishdir.

Bu g‘oya milliy pedagogik merosga ham mos keladi: A. Avloniy g‘ayrat, sabr va qanoatni insonni kamolotga yetaklovchi yaxshi xulqlar qatorida ko‘rsatgan [15]. Tadqiqot nazariy-tahliliy xarakterga ega bo‘lib, yondashuv samaradorligi 5–6-sinf o‘quvchilari bilan tajriba-sinov ishlarida tekshiriladi.

XULOSA. 1. Ijtimoiy tarmoqlardagi “oson daromad” kontenti hashamat namoyishi, tez boyish sxemalari, omad o‘yinlari, “oson kasb” narrativi va mehnatni kamsitish shaklida namoyon bo‘ladi.

2. 10–12 yoshli o‘quvchilar mehnatsevarlik shakllanadigan va kasblar ijtimoiy nufuz bo‘yicha baholana boshlaydigan davrda bo‘lgani uchun bunday kontentga ayniqsa ta’sirchan.

3. Huquqiy cheklovlar bu kontentning faqat bir qismini qamraydi; asosiy himoya vositasi — “tanib olish – tahlil – real kasb bilan uchrashuv – loyiha” yondashuvi va ota-onalarning faol vositachiligidir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. DataReportal (Kepios). Digital 2026: Uzbekistan [Elektron resurs]. — URL: https://datareportal.com/reports/digital-2026-uzbekistan (murojaat sanasi: 11.10.2026).
2. Antoniuk D. Hamster Kombat is dangerous, agree officials in Russia, Ukraine and beyond // The Record. — 19.06.2024. — URL: https://therecord.media/hamster-kombat-clicker-game-concerns-russia-uzbekistan-ukraine
3. LEGO Group kicks off global program to inspire the next generation of space explorers as NASA celebrates 50 years of moon landing [Elektron resurs] // LEGO.com. — 16.07.2019.
4. Mann A., Denis V., Schleicher A. et al. Dream Jobs? Teenagers’ Career Aspirations and the Future of Work. — Paris: OECD, 2020.
5. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2020-yil 6-iyuldagi “Umumiy o‘rta ta’lim muassasalarida “Tarbiya” fanini bosqichma-bosqich amaliyotga joriy etish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi 422-son qarori // lex.uz/docs/-4885018
6. Lou C., Kim H.K. Fancying the New Rich and Famous? Explicating the Roles of Influencer Content, Credibility, and Parental Mediation in Adolescents’ Parasocial Relationship, Materialism, and Purchase Intentions // Frontiers in Psychology. — 2019. — Vol. 10. — Art. 2567. — DOI: 10.3389/fpsyg.2019.02567.

7. O‘zbekiston Respublikasining 2017-yil 8-sentabrdagi “Bolalarni ularning sog‘lig‘iga zarar yetkazuvchi axborotdan himoya qilish to‘g‘risida”gi O‘RQ-444-son Qonuni // lex.uz/docs/-3333797
8. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2018-yil 22-oktabrdagi “Bolalarni ularning sog‘lig‘iga zarar yetkazuvchi axborotdan himoya qilish to‘g‘risida”gi Qonunni amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi 848-son qarori // lex.uz/docs/-4013413
9. Bandura A. Social Learning Theory. — Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1977.
10. Horton D., Wohl R.R. Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance // Psychiatry. — 1956. — Vol. 19, № 3. — P. 215–229.
11. Festinger L. A Theory of Social Comparison Processes // Human Relations. — 1954. — Vol. 7, № 2. — P. 117–140.
12. Gottfredson L.S. Circumscription and Compromise: A Developmental Theory of Occupational Aspirations // Journal of Counseling Psychology. — 1981. — Vol. 28, № 6. — P. 545–579.
13. Erikson E.H. Childhood and Society. — New York: W.W. Norton, 1950.
14. De Veirman M., Hudders L., Nelson M.R. What Is Influencer Marketing and How Does It Target Children? A Review and Direction for Future Research // Frontiers in Psychology. — 2019. — Vol. 10. — Art. 2685. — DOI: 10.3389/fpsyg.2019.02685.
15. Avloniy A. Turkiy guliston yoxud axloq. — Toshkent, 1992 (1-nashri: 1913).