



## Toshkent davlat sharqshunoslik universiteti

Sharqshunoslik. Востоковедение. Oriental Studies

SHARQSHUNOSLIK  
ВОСТОКОВЕДЕНИЕ  
ORIENTAL STUDIES

Jurnal websayti:

<https://orientalstudies.uz/index.php/os>

### XITOIY JAMIYATIDA IJTIMOIIY TARMOQLAR VA ULARNING TASNIFI

*Shaxnoza Muxamedjanova*

*O'qituvchi,*

*Toshkent davlat sharqshunoslik universiteti*

*Toshkent, O'zbekiston*

#### MAQOLA HAQIDA

**Kalit soʻzlar:** ijtimoiy tarmoq, WeChat, Weibo, QQ, Douyin, Qzone, Youku, Bilibili, Baidu, Tieba.

**Annotatsiya:** Mazkur maqola xitoy tilida ijtimoiy tarmoq tushunchasi va uning tahlili haqidadir. Hozirgi kunimizni ijtimoiy tarmoqsiz tasavvur qilish juda qiyin. U allaqachon insoniyat jamiyatining ajralmas qismiga aylangan. Tabiiyki, Xitoy ham bundan mustasno emas. Mazkur maqolamizning dolzarbligi shundaki, ijtimoiy tarmoq muloqot vositasi sifatida jamiyatning barcha jabhalariga singib ketganligi, raqamli iqtisodning rivoji, axborot tezligi, qolaversa, insonga jamiyatda qulaylik yaratishda muhim omil bo'lib qolganligini ochib berish bilan belgilanadi. Ijtimoiy tarmoqning inson hayotida afzalligi haqida gapirar ekanmiz, uning muloqot vositasi, ya'ni do'st orttirish, ma'lumot to'plash, yangiliklardan xabardor bo'lish uchun yaxshi vosita sifatida e'tirof etish bilan birga, uning jonli muloqotga teng bo'la olmasligi ham ta'kidlanadi. Maqolada Xitoy jamiyatida foydalaniladigan ijtimoiy tarmoqlar va ularning o'zaro farqi va avzalligini ko'rib chiqdik. Mazkur maqolada biz har bir ijtimoiy saytdan nima maqsadda foydalanish mumkinligini ochib berdik.

#### SOCIAL NETWORKS AND THEIR CLASSIFICATION IN CHINESE SOCIETY

*Shakhnoza Mukhamedjanova*

*Lecturer,*

*Tashkent State University of Oriental Studies*

*Tashkent, Uzbekistan*

#### ABOUT ARTICLE

**Key words:** social network, WeChat, Weibo, QQ,

**Abstract:** This article is about social network content and its analysis in Chinese. It is very difficult to imagine our

Douyin, Qzone, Youku, Bilibili, Baidu Tieba.

present day without social networks. It has become an integral part of human society. naturally, China is not an exception. The software of our article, as a network of social articles, is absorbed into all the sources of the society, the flow of digital innovation is information, products, and support is a factor in creating comfort for a person in society. While talking about the advantage of social network in human life, it is recognized as a means of communication, i.e. as a good tool for making friends, gathering information, and keeping up with news, but it is also emphasized that it cannot be equal to live communication. In the article, we considered the social frameworks used in Chinese society and their differences and advantages. In this article, we have revealed what each social site can be used for.

---

## СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ И ИХ КЛАССИФИКАЦИЯ В КИТАЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ

**Шахноза Мухамеджанова**

*Преподаватель,*

*Ташкентский государственный университет востоковедения*

*Ташкент, Узбекистан*

---

### О СТАТЬЕ

**Ключевые слова:**

*социальная сеть, WeChat, Weibo, QQ, Douyin, Qzone, Youku, Bilibili, Baidu Tieba.*

**Аннотация:** Эта статья о контенте социальных сетей и его анализе на китайском языке. Наш сегодняшний день очень сложно представить без социальных сетей. Он стал неотъемлемой частью человеческого общества, естественно, Китай не исключение. Программное обеспечение нашей статьи, как сеть социальных статей, поглощается всеми источниками общества, потоком цифровых инноваций является информация, продукты, а поддержка является фактором создания комфорта для человека в обществе. Говоря о пользе социальной сети в жизни человека, ее признают, как средство общения, т.е. как хороший инструмент для знакомства, сбора информации, отслеживания новостей, но также подчеркивается, что она не может быть равной живое общение. В статье мы рассмотрели социальные рамки, используемые в китайском обществе, их отличия и преимущества. В этой статье мы рассказали, для чего можно использовать каждую социальную сеть.

---

## KIRISH

Ijtimoiy tarmoq (inglizcha sotsial media iborasidan) har qanday foydalanuvchi o'zi haqidagi ma'lumotlarni joylashtirishi, shuningdek, muloqot qilishi mumkin bo'lgan Internet-platformadir. U allaqachon odamlar hayotidagi ajralmas aloqa vositalaridan biriga aylanib bo'lgan. Hozirgi vaqtda Xitoyda odamlarga muloqot doirasini kengaytirishga yordam beradigan

ko‘plab ijtimoiy dasturlar mavjud. Ijtimoiy tarmoqlarning ijobiy tomonlari bilan bir qatorda salbiy tomonlari ham bor. Ijtimoiy tarmoqning inson hayotida afzalligi haqida gapirar ekanmiz, uning muloqot vositasi, ya’ni do‘st orttirish, ma’lumot to‘plash, yangiliklardan xabardor bo‘lish uchun yaxshi vosita sifatida e’tirof etish bilan birga, uning jonli muloqotga teng bo‘la olmasligini ham ta’kidlash joizdir<sup>1</sup>.

Xitoyda Internet foydalanuvchilarining qariyb 95% yuqori tezlikdagi Internetga ega. Hozirgi kunda Xitoyda faqat uchta kompaniya Internetga ulanish xizmatlarini taqdim etadi. Bu kompaniyalar China Telecom (bozorning 48%), China Unicom (16%) va China Mobile (11%) hisoblanadi. Internetga ulanishdan tashqari, ular mobil aloqa xizmatlarini ham taqdim etadilar.

Xitoyda ijtimoiy tarmoqlar juda mashhur. Biroq, odatiy ijtimoiy tarmoqlardan farqli o‘laroq, Xitoyda Internet global tarmoqdan izolatsiya qilingan. Va shu maqsadda "Buyuk Xitoy xavfsizlik devori" yoki "Oltin qalqon" kabi tushunchalar mavjud bo‘lib, u tizim Xitoyda kontentni tozalashga xizmat qiladi. Uning asosiy vazifasi Xitoy Xalq Respublikasi hududidan tashqarida bo‘lganlarga kirishni cheklashdan iborat. Taqiqlangan resurslar ro‘yxatiga siyosiy mazmundagi materiallar, shuningdek, Xitoy rasmiylari nazorati ostida bo‘lmagan global xizmatlar kiradi<sup>2</sup>.

Bloklangan resurslar ro‘yxatiga Facebook, Youtube, Twitter va boshqa ko‘plab mashhur global ijtimoiy tarmoqlar, shuningdek, pornografik kontentga ega bo‘gan saytlar kiradi. Xitoy hududida xorijiy saytlar bloklanganligi sababli, Xitoy rasmiylari butun dunyoda juda mashhur bo‘lgan o‘z saytlarini yaratishga kirishdilar. Bular:

1. WeChat.
2. Weibo.
3. QQ.
4. Douyin.
5. Qzone.
6. Youku.
7. Bilibili.
8. Baidu Tieba.
9. Zhihu.
10. Xiaohongshu.

Quyida ushbu Internet platformalarning funksiyalari haqida to‘xtalib o‘tamiz:

1. *WeChat platformasi.*

<sup>1</sup> <https://www.xinnet.com/knowledge/2142327399.html>

<sup>2</sup> Л.Р.Гилманова, Г. Р. Абдулина, Л.Б. Абдулина “Китайский язык в социальных сетях” Вестник Башкирского университета. 2021. Т. 26. №3 784 бет.

Oyiga 1,17 milliard faol foydalanuvchilar (MAU)ga ega bo‘lib, kuniga o‘rtacha 82 daqiqa vaqt sarflanadi .

WeChat eng ommabop ijtimoiy tarmoq bo‘lib, (xitoycha 微信) – bu Xitoyning ekotizimi bo‘lib, mutaxassislarning taxminiy hisobiga ko‘ra, unda 1 milliarddan ortiq foydalanuvchi mavjud<sup>3</sup>. Ushbu messenjer nafaqat Xitoyning o‘zida, balki xorijda ham ommabopdir. Shuningdek, u nafaqat ijtimoiy tarmoq, balki kundalik foydalanish uchun ko‘plab xizmatlar jamlanmasi bilan hamdir. Xuddi boshqa messenjerlarda bo‘lgani kabi, siz suhbatlashishingiz, video va audio xabarlar, shuningdek, ovozli xabarlar yuborishingiz, har xil turdagi hujjatlar va fayllarni yuborishingiz, guruhlar yaratishingiz, o‘z profilingizdagi yangiliklar lentasiga joylashtirishingiz mumkin. Eng muhim afzalligi – bu bank kartangizni biriktirishingiz va WeChat orqali tovarlar va xizmatlarni sotib olish uchun to‘lovni amalga oshirishingiz mumkin. Bu imkoniyat ko‘plab qulayliklar taqdim etishi bilan birga Xitoyda kichik biznesning rivojlanishiga ijobiy ta‘sir ko‘rsatadi<sup>4</sup>.

Mutaxassislar bergan raqamlarga ko‘ra, bu platformada har kuni 68 million video yuklanadi va kuniga 45 milliard xabar yoziladi.

Wechat quyidagi ko‘p sonli ilovalar va turli funksiyalarni o‘z ichiga oladi:

1. Mobil telefon balansini to‘ldirish.
2. Bank kreditlarini yopish.
3. Aksiya va obligatsiyalarni sotib olish, fondlarga investitsiya qilish.
4. To‘lovlarning barcha turi (issiq suv, elektr, gaz, isitish va h.k.)larni to‘lash.
5. Shahar telefoni, simli Internet, kabel televideniyesi xizmatlari uchun to‘lov.
6. Iste‘molchilar huquqlarini himoya qilish liniyasi.
7. Shaharlararo avtobus uchun chiptani bron qilish va to‘lash.
8. Aviachiptalarga buyurtma berish va to‘lash.
9. Onlayn do‘konlarda va onlayn platformalarda xarid qilish (京东购物) .
10. Uyingizga yoki ofisingizga ovqat buyurtma qilish.
11. Ko‘rib chiqishlar asosida tovarlar va xizmatlarga buyurtma berish (大众点评)
12. Mehmonxonani avvaldan buyurtma qilish (ham Xitoyda, hamda chet elda) .
13. Birgalikda xarid qilish xizmati.
14. Ayollar uchun onlayn xarid qilish.
15. Qaynoq chegirmalar onlayn xizmati.
16. Mulkni ijaraga berish.

<sup>3</sup> <https://www.xinnet.com/knowledge/2142327399.html>

<sup>4</sup> <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1730255586792221443&wfr=spider&for=pc>

17. Umumiy yurisdiksiya sudlariga murojaat qilish.

2. *Weibo ijtimoiy tarvogi‘ platformasi.*

Ushbu platforma oyiga 533 million faol foydalanuvchilar (MAU)ga ega bo‘lib, kuniga o‘rtacha 57 daqiqa vaqt sarflanadi.

Xitoydagi yana bir mashhur platformalardan biri Weibo 2009-yil avgust oyida ishga tushirilgan. Xinlang Weibo proekti qisqa vaqt ichida Xitoyda mashhur bo‘lib, mustaqil sud tizimi o‘rnini bosuvchi eng mashhur mikrobloglar platformasiga aylandi. Shuning uchun, sayt atrofida uzluksiz tortishuvlar kuzatiladi. Bir tomon buni so‘z erkinligi deb hisoblasa, ikkinchi tomon buni jamoatchilik nazorati quroli deb biladi. Xinlang Weibo ta‘sirini baholash haqiqatda ham juda qiyin. Dik Uey (J.P. Morgan Research and New Media Research Group mintaqaviy direktori) shunday deydi: “Weibo ko‘pincha to‘liq eshittirish kanali bo‘lib, Internet foydalanuvchilari Facebookga do‘st topish uchun, Weiboga esa kim nima haqida gapirayotganini ko‘rish uchun kiradi. Odamlar va ommaviy axborot vositalari Weibodan har kuni, vaqti-vaqti bilan Facebook va Twitterda iqtibos keltiradilar. Weiboda heshtaglar, kulgichlar (smoz belgilari) qo‘shish, rasmlar, musiqa, videolarni yuborish mumkin. Ijtimoiy so‘rovlarni tashkil etishda ham Weibo muhim platformadir<sup>5</sup>.

Weibo ham Wechat bilan bir qatorda bo‘lib, foydalanuvchilar o‘z mahsulotlarini reklama qilishi mumkin bo‘lgan platformalardan biridir. Weiboning faol auditoriyasi yoshlardir. Shu sababli, chet ellik yulduzlar va tadbirkorlar faol auditoriya bilan bog‘lanish uchun Weibo akkauntini yaratadilar. WeChatdan farqli o‘laroq, Weiboda istalgan foydalanuvchi postingiz ostida o‘z izohini qoldirishi mumkin. Shu sababli, Weibo so‘rovdan so‘ng tahlil qilish uchun boy materiallarni yig‘ib olish, marketing strategiyasini yaratish mumkin.

3. *QQ ijtimoiy tarmoq platformasi.*

Mazkur platforma oyiga 647 million faol foydalanuvchilar (MAU)ga ega bo‘lib, 1999-yilda ta‘sis etilgan ijtimoiy tarmoqning rasmiy nashridir.

QQ Xitoydagi eng qadimgi ijtimoiy tarmoqdir. QQ 1999-yilda paydo ishlab chiqilgan. 2020-yil holatiga ko‘ra QQ 700 milliondan ortiq faol foydalanuvchilarga ega bo‘lgan. Ushbu ijtimoiy tarmoqda nafaqat xitoycha, balki mashhur xorijiy ijrochilar musiqalaridan ham bahramand bo‘lish mumkin. Masalan, Linkin Park, Rammstein, Ledi Gaga va boshqalar. Funksiya sifatida onlayn xarid qilish ham juda rivojlangan. Buning uchun QQ Wallet onlayn to‘lov xizmati maxsus ishlab chiqilgan. Ushbu ijtimoiy tarmoqning ikkita versiyasi mavjud: xitoy va ingliz tillarida (QQ International).

<sup>5</sup> [https://baike.baidu.com/item/微博/58302300?fr=a\\_laddin](https://baike.baidu.com/item/微博/58302300?fr=a_laddin)

Bu yerda turli qiziqishga ko'ra guruhlar ham yaratish mumkin. Wechatda bo'lgani kabi, guruhdagi ishtirokchilar soniga oid hech qanday cheklovlar yo'q, unda 500 tagacha ishtirokchi qatnasha oladi. QQda ro'yxatdan o'tish uchun telefon yoki elektron pochta bilan ro'yxatdan o'tish kifoya. Ba'zi guruhlariga qo'shilish uchun taklifnoma olish yoki nominal miqdodagi to'lo'vni to'lash kerak (odatda, 1 yuandan 25 yuangacha).

#### 4. Douyin ijtimoiy tarmoq platformasi.

Ushbu platforma oyiga 518 million faol foydalanuvchilar (MAU)ga ega bo'lib kuniga o'rtacha 88 daqiqa vaqt sarflanadi.

Douyin – video kontent alohida rol o'ynaydigan yana bir mashhur ijtimoiy platformadir. Xalqaro versiyasi – taniqli TikTokdir. Foydalanuvchilarning ko'pchiligi o'smirlar va yoshlardan iborat. Douyin foydalanuvchilari yuqori sifatli videolarni yaratish uchun maxsus effektlardan foydalanish imkoniyatiga egadirlar, bu "chelenj" deb ataladi. Ushbu Xitoy ijtimoiy tarmog'i birinchi marta 2016-yilda ishga tushirilgan bo'lib, hozirda 1 milliarddan ortiq foydalanuvchiga ega. Uning auditoriyasi 19 yoshdan 35 yoshgacha bo'lib, ular faol iste'molchi bo'lishdan tashqari o'zlari ham kontent yaratadilar. Ilovaning keng ko'lamliligi va nisbatan qulay funkcionalligi ushbu Xitoy ijtimoiy tarmog'iga foydalanuvchilarning e'tiborini qozonishga yordam beradi. Douyin videolar uchun turli xil maxsus effektlarga ega, ular yordamida foydalanuvchilar qisqa videolarni suratga oladilar, turli chaqiriqlarni ishga tushiradilar va boshqa ijtimoiy tarmoqlardagi tanishlarini jalb qiladilar<sup>6</sup>.

#### 5. Qzone ijtimoiy tarmog'i.

Qzonening xitoy va ingliz tillaridagi ikkita versiyasi mavjud. Ushbu ijtimoiy tarmoq 2005-yilda ishlab chiqilgan. Foydalanuvchilar o'z bloglarini boshlashlari va rivojlantirishlari, shuningdek, musiqa tinglash, video tomosha qilish, fotosuratlar joylashtirishlari mumkin. Qzoneda mahsulot yoki xizmatlarni reklama qilish imkoniyati ham mavjud.

Qzonening Weibodan asosiy farqi shundaki, foydalanuvchilarning aksariyati Xitoyning kichik shaharlaridagi yoshlardir.

Shunga ko'ra, ushbu platforma Wechat, Weibo, QQ bilan birgalikda Xitoy bozorida noyob mahsulotlarning reklamasi uchun mos keladi. QQ bilan solishtirganda rivojlangan funkcionallikka ega: foydalanuvchilar matnli xabarlar, videolar, fotosuratlar va uchinchi tomon resurslaridagi havolalarni obunachilar bilan almashishlari mumkin. Weibo platformasidan farqi shundaki, ushbu ijtimoiy tarmoqning asosiy auditoriyasi nisbatan kichik aholisidir. Agar foydalanuvchi Xitoyning nisbatan kichik shaharlaridan poytaxtga yoki yirik shaharlardan biriga

<sup>6</sup> <https://wenku.baidu.com/view/d16edd1880c4bb4cf7ec4afe04a1b0717fd5b3ba.html>

kelgan yoshlar bo'lsa, Qzoneda ro'yxatdan o'tib, ish topishi, do'st orttirishi uchun qulay bo'ladi<sup>7</sup>.

#### *6. Youku ijtimoiy tarmoq platformasi.*

Ushbu platforma 2006-yilda ishga tushirilgan bo'lib, oylik 500 million faol foydalanuvchi (MAU)ga ega.

Youku Xitoyda Youtubening mashhur analogidir. O'z profilingizga hajmi kattaroq bo'lgan videolarni joylashtirish, kanallar va foydalanuvchilarga obuna bo'lish, boshqa foydalanuvchilarning postlariga fikr bildirish va hokazolarni amalga oshirish imkonini beradi. Youku foydalanuvchiga biznesini rivojlantirishi uchun juda qulay platformadir.

#### *7. Bilibili ijtimoiy tarmoq platformasi.*

Ushbu platforma oylik 172 million faol foydalanuvchi (MAU)ga ega bo'lib, kuniga o'rtacha 83 daqiqa vaqt sarflanadi.

Bilibili video platformasi 2009-yilda Xitoyda yaratilgan bo'lib, dastlab komiks va animatsiya ixlosmandlari uchun platforma sifatida foydalanilgan. Ammo tez orada u Youtube bilan taqqoslanadigan eng yirik ijtimoiy tarmoqlardan biriga aylandi. Boshqa yirik video hostinglar? Qiyi va Tencent Video platformalaridan farqli o'laroq, Bilibili foydalanuvchi tomonidan yaratilgan kontentga urg'u beradi. Bu yerda nafaqat animatsiya, balki go'zallik va moda bo'yicha maslahatlar, gitara chalishni qanday o'rganish yoki mazali taomlar video retsepti kabi kundalik hayot tarzi va ehtiyoji aks etgan videolarni ham topish mumkin.

#### *8. Baidu Tieba ijtimoiy tarmoq platformasi.*

Ushbu platforma oylik 300 million faol foydalanuvchi (MAU)ga ega bo'lib, unda 1,5 milliard foydalanuvchi ro'yxatdan o'tgan.

Xitoyning yirik ijtimoiy tarmog'i – Baidu Tiebadir. Ushbu resurs 2003-yilda ishga tushirilgan. Ko'pchilik Baidu Tie'dani Reddit g'arbiy resursining analogi deb hisoblashadi.

So'zma-so'z tarjimada Baidu Tie'da e'lonlar taxtasi, xitoycha qidiruv tizimi demakdir. Bu yerda 20 milliondan ortiq turli forumlar mavjud. Shu bois, Baidu Tieba Xitoyda juda keng auditoriya bilan muloqot qilish uchun kuchli vositadir.

#### *9. Zhihu ijtimoiy tarmoq platformasi.*

Ushbu platforma 2001-yil ishga tushirigan bo'lib, unda 220 million foydalanuvchi ro'yxatdan o'tgan.

Zhihu Mail.ru va Yandexga o'xshash savol-javob xizmati platformasidir. Bu yerda savollarni joylashtirish, shaxsiy yoki korporativ akkauntni ro'yxatdan o'tkazish mumkin.

<sup>7</sup> [http://www.360doc.com/content/21/1128/10/40370906\\_1006229844.shtml](http://www.360doc.com/content/21/1128/10/40370906_1006229844.shtml)



Platforma foydalanuvchilarning savollariga javob berish va har qanday mavzudagi tajribani ko'rsatish orqali foydalanuvchi o'z brendini targ'ib qilish uchun ishlatilishi mumkin.

#### 10. Xiaohongshu ijtimoiy tarmoq platformasi.

Ushbu platforma oylik 77 million faol foydalanuvchi (MAU)ga ega bo'lib, kuniga o'rtacha 31 daqiqa vaqt sarflanadi.

Xiaohongshu birinchi navbatda onlayn-tijorat platformadir, 2019-yilda Xiaohongshu foydalanuvchilari soni 200 milliondan oshdi. Ular o'z bloglari va sahifalarini saqlab qolishadi, bir-birlari bilan faol muloqot qilishadi, moda, go'zallik sirlarini muhokama qilishadi va yangi kiyimlarni namoyish qilishadi. Xiaohongshu so'zma-so'z tarjimasida "Kichik qizil kitob" bo'lib, uning foydalanuvchilari asosan 25 yoshdan 35 yoshgacha bo'lgan ayollarni tashkil qiladi.

Ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilari o'z vaqtini tejash maqsadida so'z qisqartmalaridan, his-tuyg'ularini ifodalash uchun emodjilardan foydalanishadi. Xitoy tilining lug'at tarkibi har yili o'zgarib turadi va bu o'zgarishlarga Internet tarmoqlarining ta'siri katta bo'lib, uni ko'proq yosh avlod lug'atida kuzatish mumkin. Xitoy tilida, dunyoning boshqa tillarida bo'lgani kabi, jargon va Internet slengdan foydalanish ommalashgan bo'lib, asosan yoshlar va maktab o'quvchilari tomonidan qo'llaniladi. Turli kasb va ijtimoiy guruhlarda o'ziga xos jargon ham keng qo'llaniladi. Sleng ham asosan ijtimoiy tarmoqda qo'llaniladi. Xitoy tilidagi jargon nutqni soddalashtirish va yozishmalar paytida gadgetlarda ierogliflarni tezda yozish funksiyalarini bajaradi. Ingliz tili dunyodagi eng ommabop til bo'lganligi sababli, ingliz harflari, belgilari, raqamlari va ularning kombinatsiyalaridan foydalanishning tilga xos usuli mavjud. Masalan:

-gg bu "katta aka", "birodar" degan ma'noni anglatadi. 哥哥gēge so'zidagi transkripsiyadan olingan;

-mm bu "go'zallik", "singil", yosh qizga murojaat qilish. 妹妹mèimèi so'zidan olingan;

-sg "xushbichim" degan ma'noni anglatadi. 帅哥shuàigē so'zidan kelib chiqqan;

-tx bu "sindosh" degan ma'noni anglatadi. 同学tóngxué so'zidan olingan. Emodjilardan foydalanishda ham har bir millatning o'z tushunchasi bor.

Zamonaviy yozma nutqda muallifning kayfiyatini, uning hissiy holatini va suhbatdoshga bo'lgan munosabatini tezda aks ettiradigan vositalar mavjud emas. Adabiyotda yozuvchilar, odatda, bu bilan fikrlarni bir necha jumlar bilan ifodalash orqali hal qilishadi, lekin tezlik muhim bo'lgan Internet yozishmalarida – messengerda, veb-saytda, ijtimoiy tarmoqlarda muloqot qilishda bu juda samarasizdir. Bunday suhbat cho'zilib ketadi, chunki har bir suhbatdosh muayyan so'zlarni qanday ishlatishi, boshqa tomon uni to'g'ri yoki aksincha tushungani haqida ham o'ylashi kerak. Va bu yerda ㄟ ㄟ ? emodji yordamga keladi. Emodji – inson his-tuyg'ularini aks ettiruvchi yoki biron- bir xabarni ifodalaydigan belgilar to'plamidir. Ular vaqtni sezilarli



darajada tejaydi va tarmoq foydalanuvchilari o'rtasidagi matnli aloqani soddalashtiradi. Xitoy emodjilari qo'llanilishi ma'nosi bilan boshqa davrlardan farq qiladi, bunga sabab xalqning urf-odatlarini, madaniyati va yashash tarzi bo'sa kerak.

Masalan: Qarsak – G'arb foydalanuvchilari tomonidan o'z roziligini bildirish yoki tabriklash uchun ishlatilsa, Xitoyda esa bu jinsiy aloqani anglatadi. Biroq, Xitoy misolida eng chalkash narsa shundaki, u yerda biroz tabassum hech qanday quvonchni anglatmaydi. Aksincha ko'rinishidan ijobiy bo'lgan bu belgi xitoylar orasida ishonchsizlik, hayrat va hatto masxara qilishni ifodalaydi. Bizda ushbu emoji yuzida kulgu bilan hayrlashishni ifodalasa, Xitoyda men sendan nafratlanaman va seni ko'rishni istamayman degan ma'noni anglatadi.

## XULOSA

Xulosa qilib aytganda, ijtimoiy tarmoq bu do'stlar, oila a'zolari, hamkasblar yoki mijozlar bilan aloqalarni o'rnatish uchun Internetga asoslangan ijtimoiy media dasturlaridan foydalanish imkonini beruvchi cheksiz resurs bo'lib, u bizning muloqot qilishimiz uchun cheksiz imkoniyatlarni taqdim etishi bilan, XXI-asr ushbu imkoniyatlarni yanada jadallshtirib yubormoqda. Yuqorida ta'kidlab o'tilganidek, ijtimoiy tarmoqlarning asosiy maqsadi suhbatdoshlar orasidagi masofadan qat'i nazar, do'stlar, qarindoshlar, hamkasblar bilan muloqot qilishdir. Odamlar o'zlarining qiziqishlariga o'xshash bo'lgan vertual do'stlarni topadilar, fotosuratlar va videolar bilan o'rtoqlashishadi. Bunday tarmoqlarning katta afzalligi shundaki, har bir kishi o'z do'stlari jamoasini to'plashi va tor doirada muloqot qilishi mumkin. Ushbu xizmatlarning aksariyati qayerda bo'lishidan qatt'i nazar, istalgan abonent bilan Internet orqali ovozli va video qo'ng'iroqlarni amalga oshirish imkoniyatini beradi. Ijtimoiy tarmoq platformalari do'stlikni mustahkamlaydi. Ijtimoiy tarmoqlar bizga har tomonlama rivojlanish imkonini yengillashtiradi, qiziqtirgan istalgan badiiy yoki ilmiy-ommabop filmni tomosha qilishimiz, musiqa tinglashimiz, istalgan kitobni o'qishimiz, chet tilini o'rganishimiz, yoga bilan shug'ullanishimiz yoki raqsga tushishimiz mumkin. Ijtimoiy tarmoqlar o'z biznesingizni rivojlantirish uchun ham foydali platformadir. Bu yerda siz o'zingiz yoqtirgan kitob do'koningizni, yangi restoraningizni yoki taksi xizmatini mutlaqo bepul reklama qilishingiz mumkin, bu sizga o'z biznesingizni nafaqat tor tanishlar doirasida, balki shahringiz yoki hatto mamlakatingizning aksariyat aholisiga ham ma'lum qilish imkonini beradi.