

SCIENCE
PROBLEMS.UZ

ISSN: 2181-1342 (ONLINE)

№ 8 (3) - 2023

ИЖТИМОЙ-ГУМАНИТАР ФАНЛАРНИНГ
ДОЛЗАРБ МУАММОЛАРИ

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ
СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

ACTUAL PROBLEMS OF HUMANITIES
AND SOCIAL SCIENCES



ЭЛЕКТРОН ЖУРНАЛ

ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ

ELECTRONIC JOURNAL



ISSN: 2181-1342 (Online)

Сайт: <https://scienceproblems.uz>

DOI: 10.47390/SCP1342V3I8Y2023

SCIENCEPROBLEMS.UZ

**ИЖТИМОЙ-ГУМАНИТАР ФАНЛАРНИНГ
ДОЛЗАРБ МУАММОЛАРИ**

№ 8 (3)-2023

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-
ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

ACTUAL PROBLEMS OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

ТОШКЕНТ-2023

БОШ МУҲАРРИР:

Исанова Феруза Тулқиновна

ТАҲРИР ҲАЙЪАТИ:

07.00.00-ТАРИХ ФАНЛАРИ:

Юлдашев Анвар Эргашевич – тарих фанлари доктори, сиёсий фанлар номзоди, профессор, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Мавланов Уктам Махмасабирович – тарих фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Хазраткулов Абдор – тарих фанлари доктори, доцент, Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети.

08.00.00-ИҚТИСОДИЁТ ФАНЛАРИ:

Карлибаева Рая Хожабаевна – иқтисодиёт фанлари доктори, профессор, Тошкент давлат иқтисодиёт университети;

Худойқулов Садирдин Каримович – иқтисодиёт фанлари доктори, доцент, Тошкент давлат иқтисодиёт университети;

Азизов Шерзод Ўктамович – иқтисодиёт фанлари доктори, доцент, Ўзбекистон Республикаси Божхона институти;

Арабов Нурали Уралович – иқтисодиёт фанлари доктори, профессор, Самарқанд давлат университети;

Холов Актам Хатамович – иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD), доцент, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Шадиева Дилдора Хамидовна – иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD), доцент в.б, Тошкент молия институти;

Шакаров Қулмат Аширович – иқтисодиёт фанлари номзоди, доцент, Тошкент ахборот технологиялари университети

09.00.00-ФАЛСАФА ФАНЛАРИ:

Ҳакимов Назар Ҳакимович – фалсафа фанлари доктори, профессор, Тошкент давлат иқтисодиёт университети;

Яхшиликков Жўрабой – фалсафа фанлари доктори, профессор, Самарқанд давлат университети;

Ғайбуллаев Отабек Мухаммадиевич – фалсафа фанлари доктори, профессор, Самарқанд давлат чет тиллар институти;

Ҳошимхонов Мўмин – фалсафа фанлари доктори, доцент, Жиззах педагогика институти;

Носирходжаева Гулнора Абдукаҳхаровна – фалсафа фанлари номзоди, доцент, Тошкент давлат юридик университети.

10.00.00-ФИЛОЛОГИЯ ФАНЛАРИ:

Ахмедов Ойбек Сапорбаевич – филология фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети;

Кўчимов Шухрат Норқизилович – филология фанлари доктори, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Салахутдинова Мушарраф Исамутдиновна – филология фанлари номзоди, доцент, Самарқанд давлат университети;

Кучкаров Раҳман Урманович – филология фанлари номзоди, доцент в/б, Тошкент давлат юридик университети;

Юнусов Мансур Абдуллаевич – филология фанлари номзоди, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Саидов Улугбек Арипович – филология фанлари номзоди, доцент, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси.

12.00.00-ЮРИДИК ФАНЛАРИ:

Ахмедшаева Мавлюда Ахатовна – юридик фанлар доктори, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Мухитдинова Фирюза Абдурашидовна – юридик фанлар доктори, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Эсанова Замира Нормуратовна – юридик фанлар доктори, профессор, Ўзбекистон Республикасида хизмат кўрсатган юрист, Тошкент давлат юридик университети;

Ҳамроқулов Баҳодир Мамашарифович – юридик фанлар доктори, профессор в.б., Жаҳон иқтисодиёти ва дипломатия университети;

Зулфиқоров Шерзод Хуррамович – юридик фанлар доктори, профессор, Ўзбекистон Республикаси Жамоат ҳавфсизлиги университети;

Хайитов Хушвақт Сапарбаевич – юридик фанлар доктори, профессор, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Асадов Шавкат Ғайбуллаевич – юридик фанлар доктори, доцент, Ўзбекистон Республикаси

Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Сайдуллаев Шахзод Алиханович – юридик фанлар номзоди, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Амиров Зафар Актамович – юридик фанлар бўйича фалсафа доктори (PhD), Ўзбекистон Республикаси Судьялар олий кенгаши ҳузуридаги Судьялар олий мактаби

13.00.00-ПЕДАГОГИКА ФАНЛАРИ:

Ҳашимова Дильдархон Уринбоевна – педагогика фанлари доктори, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Ибрагимова Гулнора Хавазматовна – педагогика фанлари доктори, профессор, Тошкент давлат иқтисодиёт университети;

Закирова Феруза Махмудовна – педагогика фанлари доктори, Тошкент ахборот технологиялари университети ҳузуридаги педагогик кадрларни қайта тайёрлаш ва уларнинг малакасини ошириш тармоқ маркази;

Тайланова Шоҳида Зайниевна – педагогика фанлари доктори, доцент.

19.00.00-ПСИХОЛОГИЯ ФАНЛАРИ:

Каримова Васида Маманосировна – психология фанлари доктори, профессор, Низомий номидаги Тошкент давлат педагогика университети;

Ҳайитов Ойбек Эшбоевич – Жисмоний тарбия ва спорт бўйича мутахассисларни қайта тайёрлаш

ва малакасини ошириш институти, психология фанлари доктори, профессор

Умарова Навбаҳор Шокировна – психология фанлари доктори, доцент, Низомий номидаги Тошкент давлат педагогика университети, Амалий психология кафедраси мудири;

Атабаева Наргис Батировна – психология фанлари доктори, доцент, Низомий номидаги Тошкент давлат педагогика университети;

Қодиров Обид Сафарович – психология фанлари доктори (PhD), Самарканд вилоят ИИБ Тиббиёт бўлими психологик хизмат бошлиғи.

22.00.00-СОЦИОЛОГИЯ ФАНЛАРИ:

Латипова Нодида Мухтаржановна – социология фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон миллий университети кафедра мудири;

Сеитов Азамат Пўлатович – социология фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон миллий университети;

Содиқова Шоҳида Мархабоевна – социология фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон халқаро ислом академияси

23.00.00-СИЁСИЙ ФАНЛАР

Назаров Насриддин Атакулович – сиёсий фанлар доктори, фалсафа фанлари доктори, профессор, Тошкент архитектура қурилиш институти;

Бўтаев Усмонжон Хайруллаевич – сиёсий фанлар доктори, доцент, Ўзбекистон миллий университети кафедра мудири.

ОАК Рўйхати

Мазкур журнал Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Олий аттестация комиссияси Раёсатининг 2022 йил 30 ноябрдаги 327/5-сон қарори билан тарих, иқтисодиёт, фалсафа, филология, юридик ва педагогика фанлари бўйича илмий даражалар бўйича диссертациялар асосий натижаларини чоп этиш тавсия этилган илмий нашрлар рўйхати (Рўйхатга) киритилган.

Crossref DOI:

Тахририят Crossref DOI нинг расмий аъзоси ҳисобланади ва 10.47.390 DOI префиксига эга. Ҳар бир нашр ва илмий мақолага индивидуал Crossref DOI рақами берилади.

Google Scholar

Журнал Google Scholar (Академия) да индексацияланади.

Ижтимоий-гуманитар фанларнинг долзарб муаммолари электрон журнали 1368-сонли гувоҳнома билан давлат рўйхатига олинган.
Муассис: “SCIENCEPROBLEMS TEAM” масъулияти чекланган жамият.

Тахририят манзили:
Тошкент шаҳри, Яккасарой тумани, Кичик Бешёғоч кўчаси, 70/10-уй. Электрон манзил: scienceproblems.uz@gmail.com
Телеграм канал: https://t.me/scienceproblems_uz

МУНДАРИЖА

07.00.00 – ТАРИХ ФАНЛАРИ

- Воҳидова Комила Абдуллозизовна*
“ЭЛ БАЙРОҒИ” ГАЗЕТАСИ ҲАҚИДА 11-17
- Сулайманов Саламат Арепбаевич*
ҚОРАҚАЛПОҒИСТОН МУХТОР ВИЛОЯТИДА ҚУРУҚЛИК ВА СУВ ТРАНСПОРТИ: МУАММО
ВА ЕЧИМЛАР (1924-1932 ЙЙ) 18-24
- Раунов Холмамат*
ЎЗБЕКИСТОН ҲУДУДИДА УРАН КОНЛАРИНИ ЎЗЛАШТИРИШ ТАРИХИ 25-32
- Мажидов Анвар Сиражович*
ИМПЕРИЯ МУСТАМЛАКАЧИЛИК СИЁСАТИНИНГ ТУРКИСТОН ТУБ ХАЛҚЛАРИНИНГ
ИЖТИМОЙ-ИҚТИСОДИЙ ВА ФУҚАРОЛИК АҲВОЛИГА ТАЪСИРИ (СИРДАРЁ ВИЛОЯТИ
МИСОЛИДА) 33-40
- Begatova Nasiba Xolmurzayevna*
FERMER XO‘JALIKLARI VA KLASSTER TIZIMI UCHUN O‘RTA MA‘LUMOTLI MUTAXASSISLARNI
TAYYORLASH TIZIMIDAGI YUTUQLAR VA MUAMMOLAR (SURXONDARYO VILOYATI
MISOLIDA) 41-48
- Алланазаров Мурот Мирзаевич*
БУХОРО ХАЛҚ СОВЕТ РЕСПУБЛИКАСИ НОЗИРЛАР ШЎРОСИ ВА МИЛЛИЙ РАҲБАР
ХОДИМЛАР ФАОЛИЯТИ ХУСУСИДА 49-54
- Ismoilova Feruza Ibragimovna*
URUSH YILLARIDA XOTIN-QIZLARNING ILM-FAN VA MADANIYAT SOHALARIDAGI
XIZMATLARI 55-59
- Tursunov Xurshid Nasriddinovich*
O‘ZBEKISTONDA MUSTAQILLIK YILLARIDA TARIXCHI KADRLAR TAYYORLASH SOHASI
HUQUQIY ASOSLARINING YARATILISHI 60-64

08.00.00 – ИҚТИСОДИЁТ ФАНЛАРИ

- Yuldosheva Gulnoza Abdinabiyevna*
THE ROLE OF THE DIGITAL ECONOMY IN MODELING THE FINANCIAL ACTIVITIES OF
ENTERPRISES 65-70
- Oromidinov Muzaffar Pardabayevich*
DIRECTIONS FOR IMPROVING INTERNAL AUDIT IN COMMERCIAL BANKS 71-75
- Худайназарова Дилором Хайруллаевна*
ТЎҒИМАЧИЛИК САНОАТИ КОРХОНАЛАРИНИНГ ЯШИЛ ИҚТИСОДИЁТ ДОИРАСИДАГИ
РИСКЛАРИНИ СТРАТЕГИК ТРАНСФОРМАЦИЯЛАШ ИСТИҚБОЛЛАРИ 76-84

<i>To'lov Ulug'bek Toshmamatovich, Jo'rayev Sirojiddin Muxiddin o'g'li</i> KO'CHMAS MULKNI SOLIQQA TORTISHDA XORIJIY DAVLATLARDA AMALGA OSHIRILGAN ISLOHOTLAR	85-92
<i>Xudayberganov Dilshod Tuxtabayevich</i> MINTAQADA XIZMAT TURLARIDAN SAMARALI RIVOJLANTIRISH YO'NALISHLARI	93-98
<i>Turobov Sherzod Alisherovich</i> O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA UY XO'JALIKLARI TADBIRKORLIGINI RIVOJLANTIRISHDA DAVLAT SIYOSATI	99-105
<i>Шамсиев Нодир Муратович</i> МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ ПРИ АНАЛИЗЕ РЕЙТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ИХ КАЧЕСТВЕННОЕ ОПИСАНИЕ	106-110
<i>Zaripova Moxira Zarip qizi</i> AGRAR SOHAGA XORIJIY INVESTITSİYALARNI JALB QILISH SAMARADORLIGINI OSHIRISH IMKONIYATLARI	111-114
<i>Узайдуллаев Шерзод Шукуруллаевич</i> ЎЗБЕКИСТОНДА ИННОВАЦИОН ИНФРАТУЗИЛМАНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ОМИЛЛАРИ	115-121
<i>Atabayeva Karomat Rajabovna, Rajabova Maftuna Farhod qizi</i> O'ZBEKISTONDA TURIZM SOHASINING RIVOJLANISHI VA TAHLILI	122-127
<i>Жумаева Мухлиса Абдуғани қизи</i> МАМЛАКАТДА АЁЛЛАР ТАДБИРКОРЛИГИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ МЕХАНИЗМИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ	128-137
<i>Камалов Акмал Сайдакбарович, Саматов Ғаффор Аллақулович</i> ГЕОИҚТИСОДИЙ МУНОСАБАТЛАР ШАРОИТИДА ТРАНСПОРТ ЛОЙИҲАЛАРИНИ АМАЛГА ОШИРИШГА БЎЛГАН ЁНДАШУВЛАРНИНГ ТАҲЛИЛИ	138-150
<i>Мамадиёров Олимжон Умарович</i> ОЗИҚ-ОВҚАТ ХАВФСИЗЛИГИ ТАЪМИНЛАШ НАЗАРИЯЛАРИ ЭВОЛЮЦИЯСИ.....	151-158
<i>Раббимов Жахонгир Эшбоевич</i> ТИЖОРАТ БАНКЛАРИДА ОПЕРАЦИОН РИСКЛАРНИНГ МОҲИЯТИ, УЛАРНИНГ ЮЗАГА КЕЛИШ САБАБЛАРИ	159-164
<i>Кулибоев Азамат Шоназарович</i> ДАВЛАТ ТИББИЁТ ТАШКИЛОТЛАРИДА БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИНИНГ УСЛУБИЙ АСОСЛАРИ	165-174

Гадоев Сўҳроб Жумакулович
ТИЖОРАТ БАНКЛАРИ КРЕДИТИНИНГ ТАЪМИНОТИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ
ЙЎЛЛАРИ 175-181

Бекжанов Дилмурад Йўлдашович
ЭМПИРИК ТАДҚИҚОТ НАТИЖАЛАРИ АСОСИДА ТУРИСТИК ДЕСТИНАЦИОН
МЕНЕЖМЕНТ ЖАРАЁНИ ИШТИРОКЧИЛАРИ ФАОЛИЯТИНИ БАҲОЛАШ 182-193

09.00.00 - ФАЛСАФА ФАНЛАРИ

Boydadayev Abdurroхmon Tolibjon o'g'li
SHARQ VA G'ARB IRRATSIONAL FALSAFASIDA PANTEISTIK QARASHLARNING QIYOSIY
TAHLILI (J.RUMIY VA F.NITSSHE FALSAFASI MISOLIDA) 194-200

Xayridinov Abbosxon Anvarovich
GLOBALLASHUV JARAYONIDA MA'NAVIY MA'RIFIY INQIROZLARNING OLDINI OLISHDA
MARKAZIY OSIYO QADRIYATLARINI YUKSALTIRISH ISTIQBOLLARI 201-205

Quramboyev Alisher Maxsudovich
TEMURIYLAR DAVRIDA IJTIMOY ADOLAT TAMOYILLARINING AMAL QILISHI 206-211

Jo'rayev Alisher Tulqinboyevich
JAMIYAT MILLIY ASOSLARINI MUSTAHKAMLASH – DAVLATNING USTUVOR
MAQSADI..... 212-217

Turabova Sevara Kattaqulovna
ILMIY VAHS FENOMENINING MANTIQUIY- GNOSEOLOGIK MAQOMINI O'RGANISHDA
KONSEPTUAL-METODOLOGIK YONDOSHUV 218-224

Пардаева Марҳабо Давлатовна
АЛИШЕР НАВОЙИ АСАРЛАРИДА ИЛМГА ОИД ҚАРАШЛАРИНИНГ НАҚШБАНДИЯ
ҲОЯЛАРИ БИЛАН УЙҒУНЛИГИ 225-233

Qutlimuratov Sardorbek Rustamovich
NIKON MUNOSABATLARINING TADRIJIY RIVOJLANISHI 234-240

Tursunkulova Shaxnoza Tuychiyevna
DINIY MANBALARDA GO'ZALLIK TO'G'RISIDAGI FALSAFIY QARASHLAR 241-246

Юсупова Феруза Зойировна
АХЛОҚИЙ ИДЕАЛ – ЁШЛАР МАЪНАВИЙ ЮКСАЛИШИНING МЕЗОНИ 247-251

Teshaboev Muhiddin Marifovich
IJTIMOIY ADOLATNI TA'MINLASHNING PRINSIPIAL MASALALARI 252-257

10.00.00 – ФИЛОЛОГИЯ ФАНЛАРИ

- Soatova Nodira Isomitdinovna*
LIRO-EPIK ASARLARDA POETIK FIKRNING BADIY IFODASI 258-265
- Narmuratov Zayniddin Radjabovich*
FRAZEOLOGIK BIRLIKLAR LINGVOMADANIY BIRLIK SIFATIDA 266-269
- Yusupova Omina Muhammadzoi kizi*
DIFFERENT CLASSIFICATION OF FAIRYTALE DISCOURSE IN WORLD AND UZBEK FOLKLORE 270-276
- Бозорова Хулкар Одинакуловна*
РУССКИЙ ЯЗЫК КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ СОДЕРЖАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ 277-282
- Matyakubov Oybek Quralbayevich*
KOGNITIV TILSHUNOSLIKDA «KONSEPT» TUSHUNCHASI 283-288
- Фатуллаева Камола Рахматуллаевна*
ТЕРМИНЛАРНИНГ БЕЛГИЛАРИ ВА УЛАРНИНГ ТАСНИФИ 289-293
- Karimjonova Shahlo Ravshanjonovna*
O'ZBEK TILIDA KAUZATIV FE'LLARNING YASALISH USULLARI 294-299
- Xamzayev Otaxon Erkinovich*
INGLIZ VA O'ZBEK TILLARIDA KASB-HUNARGA OIDMAQOLLARNING CHOG'ISHTIRMA Tahlili 300-305

12.00.00 – ЮРИДИК ФАНЛАР

- Абдурахманова Нодирахон*
ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СМАРТ-КОНТРАКТОВ В СНГ 306-310
- Сафоева Садокат Мусоевна*
ЭКОСИСТЕМА СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ: ИССЛЕДОВАНИЕ РОЛЕЙ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ СТОРОН В КОНТЕКСТЕ ГРАЖДАНСКОГО ПРАВА 311-320
- Абдуллаева Маликабону Эркин қизи*
ХАЛҚ ТАЪЛИМИ СОҲАСИДА КОРРУПЦИЯНИНГ ОЛДИНИ ОЛИШГА ОИД АЙРИМ ХОРИЖИЙ ДАВЛАТЛАР ТАЖРИБАСИНИНГ ҚИЁСИЙ ҲУҚУҚИЙ ТАҲЛИЛИ 321-330

13.00.00 – ПЕДАГОГИКА ФАНЛАРИ

- Zoirova Lola Xamidovna*
TIBBIYOT OLIY TA'LIM MUASSASALARIDA "INSON ORGANIZMINING RADIATSIYAGA SEZGIRLIGI" MAVZUSINI O'QITISHDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARDAN

FOYDALANISH	331-336
<i>Ibragimov A'lamjon Amrilloevich</i> KOGNITIV SIFATLARNING UZLUKSIZ KASBIY RIVOJLANISHGA TA'SIRI (MAKTAB PEDAGOG XODIMLARI MISOLIDA)	337-343
<i>Madaminov Azimbek Egamberganovich, Xalillayev O'ktam Sobir o'g'li</i> YOSH GANDBOLCHI DARVOZABONLARNI O'YIN TEXNIKASIGA O'RGATISH	344-349
<i>Fayzullaeva Madina Abdumumin kizi</i> ANALYSIS OF THE POSITIVE IMPACT OF DIGITAL TECHNOLOGIES ON THE MOTIVATION AND KNOWLEDGE OF STUDENTS IN THE DEVELOPMENT OF THE EDUCATIONAL PROCESS	350-355
<i>Джумаева Хулкархан Мухаммаджонова</i> ВНУТРЕННИЕ УГРОЗЫ, НЕГАТИВНО ВЛИЯЮЩИЕ НА ДУХОВНОСТЬ СТУДЕНТОВ..	356-361
<i>Islomova Madina Asqarovna</i> INTEGRATSIYALASHGAN SUN'IY INTELLEKT TOMONIDAN YARATILGAN CHATGPT BOT YORDAMIDA NEMIS TILI O'QITISHNING SAMARADORLIGINI OSHIRISH	362-368
<i>Raxmatova Mexrinov Majitovna</i> YOSHLAR MA'NAVIY SALOHİYATINI O'RGANISHNING NAZARIY-METODOLOGIK ASOSLARI	369-373
<i>Абдукаюмова Наргиза Райимовна</i> ЮҚОРИ СИНФ ЎҚУВЧИЛАРИНИНГ МАДАНИЙ-ИНТЕЛЛЕКТУАЛ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ДИДАКТИК ШАРТЛАРИ	374-384
<i>Norboyev Farxod Chorshanbiyevich</i> KREATIVLIK VA INNOVATSIYA BORASIDA ZAMONAVIY NAZARIYALAR	385-390
<i>Borasheva Aybolgan</i> EXPLORING JAMES MCCROSKEY'S RESEARCH ON WILLINGNESS TO COMMUNICATE IN L1 CONTEXTS: IMPLICATIONS FOR LANGUAGE TEACHING AND LEARNING	391-398
<i>Fayzullayeva Gulchexra Sharipboyevna</i> KOGNITIV TADQIQOTLARNING FANLARARO TUSHUNCHA SIFATIDAGI MOHIYATI VA MANTIQUIY TAHLILI	399-409
<i>Boboraximov Sanjar Malikjanovich</i> MAKTABDA O'QUVCHILARNI JISMONIY TARBIYALASHNING ZARURATI VA UNGA QO'YILADIGAN TALABLAR	410-414
<i>Salimova Shahlo Sayfulloyevna</i> XAVFSIZ TA'LIM MUHITI MONITORINGINING AHAMIYATI	415-421

<i>Sayfiddinova Jamila Ziyodulla qizi</i> METHODOLOGY FOR THE DEVELOPMENT OF LOGICAL REASONING IN PRIMARY SCHOOL PUPILS	422-427
<i>Xamroyev Samijon Salimovich</i> SPORT TO‘GARAKLARI ORQALI TALABALARNING JISMONIY MADANIYATINI RIVOJLANTIRISH KOMPONENTLARI	428-433
<i>Kattaeva Feruza Shakirovna</i> DEVELOPING STUDENTS SOCIO-CULTURAL COMPETENCE BY USING SOCIO CULTURAL DISCOURSE ANALYSIS METHOD	434-441
<i>G‘ofurov Azizbek Umarjonovich</i> BO‘LAJAK JISMONIY TARBIYA FANI O‘QITUVCHILARINI TAYYORLASH TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH	442-447
<i>Abduraximova Umida Shuxratovna</i> BO‘LAJAK TARJIMONLARNING LINGVOMADANIY VA KOMMUNIKATIV KOMPETENTLIGINI RIVOJLANTIRISHNING NAZARIY-METODOLOGIK ASOSLARI	448-454
<i>Obidova Gulmira Kuzibaevna</i> INGLIZ TILINI O‘RGANISH JARAYONIDA TEXNIKA TA‘LIM YO‘NALISHI TALABALARIDA EKOLOGIK MADANIYAT ASOSLARINI SHAKLLANTIRISHDA ZAMONAVIY PEDAGOGIK TEKNOLOGIYALAR VA INTERAKTIV METODLAR	455-460
<i>Axmadaliyeva Xosiyatposhsho Abduxayotovna</i> PROFESSINAL TA‘LIM YO‘NALISHLARIDA TAHSIL OLAYOTGAN O‘QUVCHILARNING INGLIZ TILIDAN KOMMUNIKATIV KOMPETENSIYASINI AUTENTIK MATERIALLAR ORQALI TAKOMILLASHTIRISH	461-469

12.00.00- Юридик фанлари

Сафоева Садокат Мусоевна

Кандидат юридических наук, судья судебной коллегии
по гражданским делам Ташкентского городского суда

ЭКОСИСТЕМА СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ: ИССЛЕДОВАНИЕ РОЛЕЙ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ СТОРОН В КОНТЕКСТЕ ГРАЖДАНСКОГО ПРАВА

Аннотация. В данной статье рассматриваются различные заинтересованные стороны, участвующие в отношениях в социальных сетях, а именно: владелец платформы социальных сетей, пользователь, участник, регулятор и рекламодатель. В целом, данное исследование вносит вклад в продолжающийся дискурс о гражданско-правовом регулировании в социальных медиа, подчеркивая важность целостного подхода к решению проблем и интересов различных заинтересованных сторон.

Ключевые слова: гражданское право, социальные медиа, заинтересованные стороны, владелец аккаунта, подписчик, регулятор, рекламодатель.

Safoeva Sadokat Musoevna

Candidate of legal sciences, judge of the Judicial Collegium
for Civil Cases of the Tashkent City Court

SOCIAL NETWORK ECOSYSTEM: STUDYING THE ROLES OF INTERESTED PARTIES IN THE CONTEXT OF CIVIL LAW

Abstract. This article discusses the various parties involved in social media relationships, namely: social media platform owner, user, contributor, regulator, and advertiser. Overall, this study contributes to the ongoing discourse on civil law regulation in social media by emphasizing the importance of a holistic approach to addressing the concerns and interests of various stakeholders.

Key words: civil law, social media, participants, account owner, subscriber, regulator, advertiser.

Safoeva Sadoqat Musoeva

Yuridik fanlari nomzodi, Toshkent shahar sudining
fuqarolik ishlari bo'yicha sudlov hay'ati sudyasi

IJTIMOYIY TARMOQLAR EKOTIZIMI: FUQAROLIK HUQUQIDA ISHTIROKCHILARNING HUQUQIY ROLI

Annotatsiya. Ushbu maqolada ijtimoiy media munosabatlarida ishtirok etadigan turli barcha tomonlar, xususan: ijtimoiy media platformasi egasi, foydalanuvchi, tartibga soluvchi va reklama beruvchining huquqiy maqomi muhokama qilinadi. Umuman olganda, ushbu tadqiqot turli manfaatdor tomonlarning muammolari va manfaatlarini hal qilishda yaxlit yondashuv muhimligini ta'kidlab, ijtimoiy tarmoqlardagi munosabatlarni fuqarolik-huquqiy tartibga solish bo'yicha davom etayotgan munozaralarga hissa qo'shadi.

Kalit so'zlar: fuqarolik huquqi, ijtimoiy tarmoq, ishtirokchilar, akkaunt egasi, kuzatuvchi, tartibga soluvchi, reklama beruvchi.

DOI: <https://doi.org/10.47390/SCP1342V3I8Y2023N45>

Введение. Быстрый рост и широкое распространение платформ социальных сетей изменили способы общения, взаимодействия и обмена информацией между людьми. Эта цифровая революция привела к появлению целого ряда заинтересованных сторон, каждая из которых имеет свои уникальные роли, права и обязанности в экосистеме онлайн. Растущая сложность и повсеместное распространение социальных сетей вызвали многочисленные опасения по поводу конфиденциальности, защиты данных и потенциального нарушения прав пользователей, что потребовало всестороннего изучения последствий для гражданского права. Целью данной статьи является углубленный анализ различных заинтересованных сторон, вовлеченных в отношения в социальных сетях, включая владельца платформы социальных сетей, владельца аккаунта или страницы, пользователя, участника (подписчики), регулятора (государственное и саморегулирование) и рекламодателя. Исследуя сложную динамику между этими субъектами в контексте гражданского права, статья стремится предложить целостное понимание проблем и возможностей, возникающих в социальных сетях.

В следующих разделах будут рассмотрены роли, права и обязанности каждой из заинтересованных сторон, что подчеркнет необходимость сбалансированной нормативно-правовой базы, учитывающей интересы всех сторон и обеспечивающей защиту прав пользователей и конфиденциальности данных. В статье также обсуждаются сложности внедрения эффективного саморегулирования и роль государственного вмешательства в формировании безопасной, прозрачной и подотчетной онлайн-среды.

Внося свой вклад в текущую дискуссию о гражданско-правовом регулировании в социальных сетях, данное исследование подчеркивает важность принятия целостного подхода к решению проблем и интересов различных заинтересованных сторон, что в конечном итоге прокладывает путь к созданию более справедливого и безопасного цифрового пространства для всех.

Обсуждение. В целях всестороннего анализа ландшафта социальных медиа и его различных заинтересованных сторон, в данной научной статье используется качественный подход, то есть в дискуссионной части будут рассмотрены взгляды ученых и экспертов по вопросам субъектов социальных сетей (владельцы аккаунтов или страниц, пользователи, члены (подписчики), регуляторы и рекламодатели). Изучая их взгляды в контексте гражданского права, статья стремится представить всестороннее понимание проблем и потенциальных решений, связанных с регулированием социальных медиа. Таким образом, методология обеспечивает тщательное изучение сложной динамики, происходящей в социальных сетях, с учетом проблем и интересов различных заинтересованных сторон. Поэтому дискуссионная часть служит платформой для синтеза точек зрения исследовательского сообщества и представления последовательного анализа правовой базы, регулирующей отношения в социальных сетях. Такой подход не только подчеркивает проблемы, с которыми

сталкивается каждая группа заинтересованных сторон, но и дает ценные рекомендации по развитию более справедливого и безопасного цифрового пространства для всех.

Для того чтобы обеспечить всестороннее понимание различных субъектов в рамках ландшафта социальных сетей, в данной исследовательской статье будет проведен систематический анализ следующих заинтересованных сторон, рассматривая каждую из них последовательно:

1. Владельцы социальных сетей: Владельцы социальных сетей контролируют платформы и могут устанавливать правила использования, которые влияют на опыт пользователей. Они также имеют доступ к личной информации пользователей и могут использовать ее для различных целей, таких как улучшение алгоритмов рекомендации контента или продажа данных рекламодателям.

2. Владельцы учетных записей или страниц: Владельцы учетных записей или страниц могут устанавливать права доступа к своей личной информации и контролировать ее использование на своей странице. Они также могут определять, какой контент они размещают и с кем они его делятся.

3. Пользователи: Пользователи социальных сетей могут создавать свои учетные записи, обмениваться информацией и связываться с другими людьми на платформе. Они также могут контролировать доступ к своей личной информации и выбирать, какую информацию о себе делить с другими пользователями.

4. Участники (подписчики): Участники могут подписываться на учетные записи других пользователей и получать доступ к контенту, который эти пользователи публикуют. Они также могут взаимодействовать с этим контентом, например, оставлять комментарии или ставить лайки.

5. Регуляторы: Регуляторы, как правило, являются государственными или саморегулирующимися организациями, которые контролируют использование социальных сетей и защищают права пользователей. Например, они могут устанавливать правила, касающиеся защиты персональных данных, и наказывать владельцев социальных сетей за нарушения этих правил.

6. Рекламодатели: Рекламодатели используют социальные сети для продвижения своих товаров или услуг и могут использовать личную информацию пользователей для настройки, таргетированной рекламы.

Исходя из вышеуказанного, тема субъектов отношений в социальных сетях является широко изученной в научной литературе, поскольку в современном мире социальные сети играют значительную роль в общественной жизни. Рассмотрим основные исследования, посвященные различным субъектам отношений в социальных сетях.

Владелец социальной сети. Владелец социальной сети является субъектом правоотношений в области информационного права. Владелец социальной сети обладает правом собственности на созданный им онлайн-ресурс и управляет им. Кроме того, он может заключать договоры с пользователями социальной сети, определяющие условия использования социальной сети. Владелец социальной сети также несет ответственность за сохранность персональных данных пользователей и за соблюдение авторских прав на размещаемые в социальной сети материалы. В случае нарушения

законодательства в области защиты персональных данных или авторских прав, владелец социальной сети может быть привлечен к ответственности.

Владельцы социальных сетей являются ключевыми субъектами отношений, так как они определяют правила функционирования и управляют платформами. Исследователи обращают внимание на различные аспекты деятельности владельцев социальных сетей, включая мотивы создания платформ, бизнес-модели, меры безопасности и защиты данных пользователей, а также социальную ответственность.

Например, **Х.Дейк** фокусируется на взаимоотношениях между платформами, пользователями и регуляторами и обсуждает динамику власти между этими различными актёрами и то, как эта динамика формирует способы управления платформами. Автор утверждает, что платформы стали мощными актёрами в цифровой экономике, обладающими значительным влиянием на то, как пользователи получают доступ к цифровому контенту и потребляют его. Она также отмечает, что сила платформ часто связана с их способностью собирать и анализировать данные пользователей, которые они могут использовать для таргетированной рекламы и формирования поведения пользователей. В отношении управления Х.Дейк подчеркивает необходимость более нюансированных регуляторных рамок, которые учитывают сложные отношения между владельцами социальных сетей, платформами, пользователями и регуляторами. Она также обсуждает сложности регулирования платформ в глобальном контексте, где вопросы юрисдикции и асимметрии власти могут затруднять применение регуляций. В целом, в этой статье, ее анализ динамики власти и управления в экономике платформ имеет отношение к пониманию того, как различные актёры расположены внутри этой экосистемы [13].

Бурмистрова и Чугунова обсуждают вопросы безопасности и защиты данных пользователей в социальных сетях [14], а **Лившиц** и др. рассматривают социальную ответственность владельцев социальных сетей и предлагают модели управления, которые помогут снизить риски для пользователей [10]. В связи с тем, что социальные сети являются главными источниками информации для многих людей по всему миру, владельцы этих платформ несут ответственность за то, как эта информация используется и распространяется. Владельцы социальных сетей могут считаться социально ответственными в тех случаях, когда они принимают меры по защите конфиденциальности пользователей, борьбе с ненавистью и дискриминацией в сети, предотвращению распространения фейковых новостей и ложной информации, а также когда они сотрудничают с правительственными органами для борьбы с киберпреступностью и терроризмом. Однако, также важно понимать, что владельцы социальных сетей также являются коммерческими организациями, которые стремятся получить прибыль, и их бизнес-модели могут противоречить их социальной ответственности. Например, некоторые критики утверждают, что владельцы социальных сетей не делают достаточно для защиты конфиденциальности пользователей, потому что продажа данных пользователей – один из основных источников дохода для многих социальных сетей [12].

Владелец аккаунта или страницы. Владелец аккаунта или страницы в социальной сети – это лицо или организация, которые создали профиль в социальной сети и имеют полный доступ к управлению этим профилем, включая добавление и

редактирование контента, настройку приватности, управление настройками безопасности и другие функции. Владелец также может контролировать доступ других пользователей к своему профилю или странице и определять, какая информация будет доступна для просмотра или совместного использования с другими пользователями. Владельцы аккаунтов и страниц являются важными субъектами в социальных сетях, так как они создают и публикуют контент, общаются с другими пользователями и участвуют в различных сообществах. Исследования в этой области касаются тем, таких как мотивы создания аккаунтов, типы контента и влияние на аудиторию, стратегии взаимодействия с другими пользователями и сетевым сообществом, а также вопросы личной безопасности и приватности. Например, в исследовании **У.Кларка** рассматривается проблема прав на контент, созданный пользователями в социальных сетях. Автор обсуждает юридические аспекты владения, контроля и прав на контент, созданный пользователями, а также анализирует различные юридические случаи, связанные с этой проблемой. В статье также рассматриваются возможности для пользователей защитить свои права на контент и сделать его недоступным для нежелательного использования со стороны других пользователей или компаний. [3]

К.МакГарви Хиди обсуждает вопросы права собственности на аккаунты в социальных сетях. В частности, автор анализирует судебные решения по этой теме, в которых оспаривались права на доступ и управление аккаунтами в социальных сетях, созданными в рамках трудовых отношений или в личных целях. Автор высказывает мнение, что владение аккаунтом в социальных сетях должно рассматриваться как форма интеллектуальной собственности, и что право на доступ и управление аккаунтом должно быть защищено законом. Она также обсуждает вопросы, связанные с управлением и передачей прав на аккаунты в социальных сетях, а также рассматривает проблемы, связанные с защитой личных данных и конфиденциальности в социальных сетях. [7]

Пользователь. Пользователи социальных сетей являются наиболее многочисленной категорией субъектов отношений. Исследования в этой области касаются тем, таких как мотивы использования социальных сетей, типы активности в сетях, эффекты социальных сетей на психическое здоровье и взаимодействие с другими пользователями. Например, **Хэппи** и др. обсуждают мотивы использования социальных сетей и предлагают модели, которые помогают понять, как индивидуальные характеристики пользователей могут влиять на их поведение в социальных сетях [6]. Что касается типов активности, то исследователи, такие как **Чой и Ли** изучают различные формы участия в социальных сетях, включая публикацию контента, комментирование, лайки и шеринг [2]. Кроме того, **Красавина** и др. (2021) обсуждают вопросы влияния социальных сетей на психическое здоровье и предлагают рекомендации для того, чтобы пользователи могли более эффективно управлять своим временем и эмоциональным состоянием в социальных сетях. [8]

Участник (подписчик). Участники или подписчики социальных сетей также являются важными субъектами отношений, так как они являются целевой аудиторией для владельцев аккаунтов и рекламодателей. Исследования в этой области касаются тем, так же как участники взаимодействуют друг с другом в социальных сетях и как формируются социальные связи. В частности, **Ли** и др. (2021) исследуют

взаимодействие между подписчиками в Instagram и рассматривают, какие факторы влияют на формирование социальных связей в этой социальной сети [9]. **Белоусова** и др. обсуждают вопросы взаимодействия виртуальных и реальных социальных связей в социальных сетях и рассматривают, каким образом взаимодействие в одной среде влияет на взаимодействие в другой среде. [1]

Регулятор (государственный и саморегулирование). Регуляторы в социальных сетях включают государственные органы и организации, занимающиеся саморегулированием отрасли. Исследования в этой области касаются вопросов регулирования социальных сетей и обеспечения безопасности пользователей.

Р.Рана и Р.Соланки сравнивает правовые рамки регулирования социальных медиа в Индии и США. Авторы обсуждают проблемы регулирования социальных медиа и важность нахождения баланса между свободой выражения и необходимостью регулирования вредоносного контента. Они анализируют правовые рамки в обеих странах, включая «Индийские правила по информационным технологиям» (Промежуточные указания и этика цифровых медиа) 2021 года и «Закон об общении» в США [11].

Ученый **Ф.Маккензи** исследует налаженные регуляторные механизмы в области социальных медиа в странах с проблемами с правами человека. Автор представляет таксономию регуляций социальных медиа, разделяя их на категории на основе методов их реализации и целей. Исследование содержит анализ социальных медиа в странах с ограниченной свободой слова и правом на приватность. В статье рассматриваются национальные законы и международные соглашения, а также практики регулирования социальных медиа в этих странах. Автор также обсуждает эффекты таких регуляций на свободу выражения и доступ к информации в этих странах, а также рассматривает возможные подходы к решению проблем, связанных с социальными медиа с проблемами регулирования. [4]

Рекламодатель. Рекламодатели в социальных сетях используют различные стратегии и инструменты для привлечения внимания потенциальных клиентов. Исследования в этой области касаются тем, таких как эффективность рекламных кампаний в социальных сетях и влияние контекста на реакцию аудитории. К примеру, **А.ДиРеста и Д.Коэн** рассматривается вопросы, связанные с регулированием рекламы и маркетинга в социальных сетях американским Федеральной торговой комиссией. Авторы обсуждают ключевые аспекты, которые компании должны учитывать при использовании социальных сетей для рекламы, такие как обязательность отображения рекламных материалов как таковых, правила конкуренции, защита потребителей и т.д. В статье также приводятся конкретные примеры нарушений, связанных с рекламой в социальных сетях, и описываются последствия таких нарушений в соответствии с требованиями. [5]

Обзор литературы по регулированию социальных сетей выделяет несколько ключевых субъектов отношений, которые играют важную роль в этом процессе. Среди них владелец социальной сети, владелец аккаунта или страницы, пользователь, участник подписки, регулятор в виде государственных и саморегулирующих организаций и рекламодатель. Регулирование социальных сетей является сложным и многогранным процессом, в котором участвуют различные субъекты, имеющие свои

интересы и задачи. Отсутствие эффективного регулирования может привести к распространению незаконной информации, нарушению прав на конфиденциальность и безопасность пользователей, а также к негативным социальным последствиям. Поэтому важно продолжать исследования в этой области и разрабатывать эффективные механизмы регулирования социальных сетей, учитывая интересы и потребности всех субъектов отношений. В целом, исследования в области социальных сетей являются активной областью научной деятельности и касаются широкого спектра тем, связанных с различными аспектами использования социальных сетей.

Содержание правоотношений в контексте использования социальных сетей может включать в себя следующие права и обязанности для каждой из перечисленных категорий лиц:

Владелец социальной сети:

право на управление и контроль за социальной сетью;

право на доступ к информации пользователей в соответствии с политикой конфиденциальности и законодательством;

обязанность обеспечивать безопасность и защиту персональных данных пользователей;

обязанность разрабатывать и соблюдать правила использования социальной сети, а также предоставлять услуги в соответствии с договором с пользователями.

Владелец аккаунта или страницы:

право на создание, управление и удаление аккаунта или страницы;

право на доступ к своей личной информации и контроль за ее использованием;

обязанность соблюдать правила использования социальной сети, законодательство и права других пользователей;

обязанность не нарушать права интеллектуальной собственности третьих лиц.

Пользователь:

право на создание и использование своего профиля и контроль за информацией, которую он делится;

право на конфиденциальность и защиту персональных данных;

обязанность не нарушать права интеллектуальной собственности, правила использования социальной сети и законодательство;

обязанность не злоупотреблять своими правами на свободу выражения, не нарушать права других пользователей и не распространять информацию, которая может причинить вред.

Участник (подписки):

право на участие в общении и обмене информацией в социальной сети;

право на защиту своей личной информации и права на конфиденциальность;

обязанность соблюдать правила использования социальной сети, не нарушать права других пользователей и не распространять информацию, которая может причинить вред.

Регулятор (государственный и саморегулирование):

право на регулирование и контроль за деятельностью социальной сети и ее пользователей;

право на защиту прав и интересов пользователей, в том числе на защиту персональных данных;

обязанность соблюдать законодательство и правила саморегулирования.

Рекламодатель:

обязан соблюдать правила размещения рекламы в социальных сетях и не нарушать права пользователей, например, не использовать личные данные без согласия и не размещать незаконную или обманную рекламу.

Обязанности и права каждой из вышеуказанных категорий лиц могут различаться в зависимости от конкретных условий использования социальных сетей, а также от законодательства в разных странах. При этом, для соблюдения законности и обеспечения безопасности в использовании социальных сетей, важно учитывать права и обязанности всех участников правоотношений, а также регулирующие их нормы законодательства и правила саморегулирования.

Гражданско-правовое регулирование отношений в социальных сетях является важным аспектом в современном цифровом мире, где пользователи социальных сетей общаются, делятся информацией и создают контент. В этом контексте необходимо учитывать ряд аспектов, которые могут повлиять на безопасность и защиту прав пользователей, а также на регулирование социальных сетей.

В первую очередь, **владельцы** социальных сетей должны нести ответственность за контент, размещаемый на их платформах, и принимать меры для борьбы с незаконным и вредоносным контентом. Для этого они должны создавать и поддерживать механизмы контроля и модерации контента, которые обеспечат безопасность и защиту прав пользователей. Также **рекламодатели** должны соблюдать определенные правила и ограничения при размещении рекламы на социальных сетях, чтобы избежать введения пользователей в заблуждение или нарушения их прав. Для этого необходимо установить правила рекламы, которые бы обеспечивали ее прозрачность и соответствие законодательству. **Пользователи** социальных сетей также должны соблюдать правила поведения и не размещать незаконный, вредоносный или оскорбительный контент. Для этого можно установить правила поведения пользователей и механизмы их контроля, которые бы обеспечивали безопасность и защиту прав других пользователей. **Регуляторы** должны устанавливать законы и правила, регулирующие использование социальных сетей, с целью защиты прав и интересов пользователей и обеспечения безопасности в сети. Например, законодательство может регулировать использование персональных данных пользователей, правила использования рекламы и другие аспекты, которые могут повлиять на безопасность и защиту прав пользователей. **Саморегулирование**, также как и государственное регулирование, является важным инструментом для обеспечения безопасности и защиты прав пользователей социальных сетей. Для этого можно создать механизмы саморегулирования, например, на основе профессиональных стандартов и кодексов.

Заключение. Анализ различных заинтересованных сторон во взаимоотношениях в социальных сетях, включая владельцев социальных сетей, владельцев аккаунтов или страниц, пользователей, членов (подписчиков), регуляторов и рекламодателей, выявляет основные выводы, проблемы и потенциальные решения в контексте

гражданского права. Основопологающим выводом данного исследования является необходимость создания сбалансированной нормативно-правовой базы, отвечающей интересам всех заинтересованных сторон и обеспечивающей защиту прав пользователей и конфиденциальности данных. Создание такой структуры жизненно важно для создания безопасной, прозрачной и подотчетной онлайн-среды. Она требует совместных усилий всех заинтересованных сторон по разработке и соблюдению четких правил и рекомендаций. Одной из основных проблем при внедрении эффективного саморегулирования являются разнообразные и зачастую противоречивые интересы различных заинтересованных сторон. Например, рекламодатели могут сосредоточиться на расширении своего охвата и увеличении доходов, в то время как пользователи и члены (подписчики) могут отдавать приоритет конфиденциальности данных и контролю над ними. Для решения этих проблем необходима среда сотрудничества, способствующая открытому диалогу и переговорам между заинтересованными сторонами, включая социальные сети и владельцев аккаунтов или страниц. Такой подход позволяет заинтересованным сторонам выражать свои опасения и работать над взаимовыгодными решениями.

Необходимо отметить, что роль пользователей и членов (подписчиков) в формировании ландшафта социальных сетей имеет первостепенное значение. Они должны быть наделены знаниями и инструментами для понимания своих прав и обязанностей, а также для осознанного выбора своего поведения в сети. Образовательные и просветительские кампании могут сыграть решающую роль в том, чтобы помочь пользователям и членам сориентироваться в сложной паутине отношений в социальных сетях и обеспечить надлежащую защиту их прав и интересов.

Роль регулирующих органов, как государственных, так и саморегулируемых организаций, крайне важна для обеспечения безопасной, прозрачной и подотчетной онлайн-среды. Они могут устанавливать минимальные стандарты защиты данных, конфиденциальности и прав пользователей, применяя при этом санкции за несоблюдение. Кроме того, регулирующие органы могут содействовать разработке отраслевых руководств и лучших практик, чтобы обеспечить работу заинтересованных сторон в четко определенных правовых рамках. Еще одна проблема связана с быстрыми темпами технологического прогресса и постоянно меняющимся характером платформ социальных сетей. Узбекское гражданско-правовое регулирование в социальных медиа должно быть адаптивным и гибким, чтобы реагировать на возникающие проблемы и технологические изменения. Это требует постоянного мониторинга, оценки и адаптации нормативно-правовой базы для обеспечения ее постоянной актуальности и эффективности.

Adabiyotlar/Literatura/References

1. Belousova, O., Karpova, E., & Tarasova, M. (2021). The influence of virtual and real-life social connections on social network interactions. *Telematics and Informatics*, 56, 101473.
2. Choi, M., & Lee, J. (2021). Understanding user participation behavior in social media platforms: The role of social and emotional factors. *Journal of Business Research*, 134, 282-292.

3. Clark, W. (2010). Copyright, ownership, and control of user-generated content on social media websites. *Journal of Business & Technology Law*, 5(2), 265-284. URL: <http://www.kentlaw.edu/perritt/courses/seminar/papers%202009%20fall/Jerry%20clark%20final%20Copyright.%20Ownership.%20and%20Control%20of%20User-Generated%20Content%20on%20Social%20Media%20Websites.pdf>
4. Common, M. F. (2021). Beyond the usual suspects: a taxonomy of social media regulations in countries with human rights issues. *Journal of Cyber Policy*, 6(3), 367-385. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/13600869.2022.2043093>
5. DiResta, A. E., & Cohen, D. A. (2019). Social Media Regulation: Advertising, Marketing and the FTC. *Holland & Knight Alert*. URL: <https://www.hklaw.com/en/insights/publications/2019/11/social-media-regulation-advertising-marketing-and-the-ftc>
6. Happy, H. S., Kim, S., & Kim, M. (2020). Understanding social media usage motivations: A comprehensive model. *Telematics and Informatics*, 47, 101349.
7. Hidy, K. M. (2016). Let Them Eat Cake: Social Media Accounts Property Rights, and the Digital Rights Revolution. *DePaul J. Art, Tech. & Intell. Prop. L.*, 26, 1. URL: <https://via.library.depaul.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=4176&context=law-review>
8. Krasavina, E. A., Balakina, E. V., & Malyutina, E. V. (2021). Social networks and mental health: Trends, problems, and prospects. *Psychology in Russia: State of the Art*, 14(1), 104-120.
9. Lee, J., Kim, Y., & Lee, S. (2021). Analyzing the Formation of Social Relationships among Followers in Instagram. *Sustainability*, 13(7), 4103.
10. Livshits, I., Pivovarov, D., & Shmargad, Y. (2020). Social responsibility of online platform owners. *Berkeley Technology Law Journal*, 35(3), 531-572. <https://scholarship.law.berkeley.edu/btlj/vol35/iss3/3/>
11. Rana, R., Solanki, R., & Solanki, R. (2022). Social Media Regulations: A Comparison of Legal Frameworks in India and the US. *International Journal of Law and Information Technology*, 30(2), 100398. URL: https://www.researchgate.net/publication/361163171_Social_Media_Regulations_A_comparison_of_Legal_Frameworks_in_India_and_the_US
12. Reinecke, L., & Trepte, S. (2014). Authenticity and well-being on social network sites: A two-wave longitudinal study on the effects of online authenticity and the positivity bias in SNS communication. *Computers in Human Behavior*, 30, 95-102. doi:10.1016/j.chb.2013.07.030 <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.07.030>
13. Van Dijck, J. (2021). Seeing the forest for the trees: Visualizing platformization and its governance. *New Media & Society*, 23(9), 2801-2819.
14. Бурмистрова, О.А. и Чугунова, М.Ю. (2020). Безопасность и защита данных в социальных сетях: проблемы и перспективы. *Научно-технический вестник информационных технологий, механики и оптики*, 20(5), 877-884. <https://doi.org/10.17586/2226-1494-2020-20-5-877-884>

SCIENCEPROBLEMS.UZ

ИЖТИМОЙ-ГУМАНИТАР ФАНЛАРНИНГ ДОЛЗАРБ МУАММОЛАРИ

№ 8 (3)-2023

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО- ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

ACTUAL PROBLEMS OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

Ижтимоий-гуманитар фанларнинг долзарб муаммолари электрон журнали 2020 йил 6 август куни 1368-сонли гувоҳнома билан давлат рўйхатига олинган.

Муассис: "SCIENCEPROBLEMS TEAM"
масъулияти чекланган жамияти

Таҳририят манзили:

100070. Тошкент шаҳри, Яккасарой тумани, Кичик Бешёғоч кўчаси, 70/10-уй. Электрон манзил:

scienceproblems.uz@gmail.com

Боғланиш учун телефонлар:

(99) 602-09-84 (telegram).