Materiallar to’plami · Conference Proceedings
QATAG‘ON QURBONLARI: TARIXIY XOTIRA, MILLIY O‘ZLIK VA MA’NAVIY MEROS
10 September – 10 October 2026
UDK 94

IJTIMOIY TARMOQLAR VA INSONNING O‘ZLIGINI ANGLASHI

Eldorjon Xusanboy o‘ğli Xolyigitov*
Farg‘ona davlat universiteti talabasi
✉ alfargoniy.uz@gmail.com

ANNOTATSIYA

Maqolada ijtimoiy tarmoqlar sharoitida insonning o‘zligini anglash jarayonidagi o‘zgarishlar ijtimoiy-falsafiy jihatdan tahlil qilinadi. O‘zlikning sahnalashtirilishi, ijtimoiy tan olinish mezonlarining raqamlashuvi va algoritmik muhitda o‘zlikning bir xillik ichida qotib qolish xavfi so‘nggi tadqiqotlar asosida yoritiladi. Muallif o‘zlikni barqaror saqlashning asosiy sharti sifatida refleksiya madaniyati, hayotiy hikoya va milliy ma’naviy xotirani ko‘rsatadi.

Kalit so‘zlar

ijtimoiy tarmoq, o‘zlik, identiklik, virtual obraz, ijtimoiy tan olinish, algoritm, refleksiya.

DOI: 10.5281/zenodo.23794448

KIRISH

Bugun o‘zbek oilasida ertalabki choy ustida ham, to‘y-ma’rakada ham, hatto ziyorat safarida ham qo‘ldagi telefon diqqatni o‘ziga tortib turadi. Inson qayerda bo‘lmasin, u bir vaqtning o‘zida ikki makonda yashaydi: biri – real hayot, ikkinchisi – ijtimoiy tarmoqdagi profil. Shu sababli “men kimman?” degan azaliy falsafiy savol bugun yangicha yangramoqda. O‘zbek tadqiqotchisi M.S. Yaznonov ta’kidlaganidek, an’anaviy jamiyatda identifikatsiya asosan oila, mahalla, ta’lim muassasasi va mehnat jamoasi orqali kechgan bo‘lsa, raqamli jamiyatda u virtual guruhlar, layk va izohlar, algoritmik tanlovlar hamda raqamli kontent iste’moli orqali ham shakllanmoqda [1; 317]. Bu kuzatuv o‘zlikni anglash jarayonining manbalari keskin kengayganini ko‘rsatadi. Endi shaxs o‘zi haqidagi tasavvurni nafaqat yaqinlarining fikridan, balki notanish minglab foydalanuvchilarning reaksiyasidan ham oladi. Bunday kengayish bir tomondan imkoniyat, ikkinchi tomondan esa o‘zlikning tashqi baholarga qaram bo‘lib qolish xavfini tug‘diradi. Muallif Xalqaro elektraloqa ittifoqi ma’lumotlariga tayanib, 2024-yilda dunyo aholisining 68 foizi internetdan foydalanganini, O‘zbekistonda esa bu jarayon “Raqamli O‘zbekiston – 2030” strategiyasi doirasida jadallashayotganini qayd etadi [1; 317–318]. Bu raqamlar ortida har kuni soatlab ekranga qarab o‘tadigan millionlab insonlarning tajribasi turibdi. Ularning har biri bu vaqt davomida nafaqat axborot oladi, balki o‘zi haqida ham nimanidir “o‘rganadi”: kim bilan solishtirishni, nimaga intilishni, qanday ko‘rinishni. Demak, ijtimoiy tarmoqlar va o‘zlikni anglash o‘rtasidagi munosabat endi tor doiradagi mutaxassislarning emas, butun jamiyatning muammosiga aylandi. Ayniqsa, jamoaviy qadriyatlar kuchli bo‘lgan Markaziy Osiyo jamiyatlarida bu jarayon o‘ziga xos ziddiyatlar bilan kechmoqda: shaxs bir tomondan “el nima deydi” degan mezonga, ikkinchi tomondan esa “obunachilar nima deydi” degan yangi mezonga bo‘ysunmoqda. Mazkur maqolaning maqsadi ijtimoiy tarmoqlar sharoitida insonning o‘zligini anglash jarayonidagi asosiy o‘zgarishlarni ijtimoiy-falsafiy jihatdan tahlil qilish va o‘zlikni barqaror saqlashning ma’naviy shart-sharoitlarini aniqlashdan iborat.

ADABIYOTLAR TAHLILI

O‘zlik va identiklik masalasi so‘nggi yillarda MDH va Markaziy Osiyo falsafasida eng ko‘p muhokama qilinayotgan mavzulardan biriga aylandi. Rossiyalik faylasuf S.I. Platonova postmodern jamiyatda identiklik

individuallashuv, parchalanish va yagona madaniy markazning yo‘qligi bilan tavsiflanishini, raqamli jamiyatda esa bu jarayonlarga yangi omillar qo‘shilayotganini ko‘rsatadi [3; 16]. Ushbu xulosa o‘zlikni anglash endi tayyor namunani qabul qilish emas, balki doimiy tanlov jarayoniga aylanganini anglatadi. Yagona markaz yo‘qolganda inson o‘zligini bir necha manbadan yig‘ib olishga majbur bo‘ladi. Novosibirsklik tadqiqotchi O.A. Persidskaya zamonaviy insonning “onlayf” rejimida yashashini, inson va aqlli qurilma simbiozi tafakkur, xulq-atvor va his-tuyg‘ularda transformatsiyalarni keltirib chiqarayotganini qayd etadi [5; 114]. Bu fikr ijtimoiy tarmoqni tashqi vosita emas, balki o‘zlikning ichki tuzilmasiga kirib borgan omil sifatida ko‘rishga undaydi. Smartfon endi faqat aloqa vositasi emas, balki xotira, kundalik va ko‘zgu vazifasini ham bajarmoqda. Qozog‘istonlik faylasuf S.M. Jakin ijtimoiy tarmoqlar shaxs konsepsiyasi va o‘zini ifodalash usullariga bevosita ta’sir ko‘rsatayotganini, onlayn muhit “Men” obrazini qurish maydoniga aylanganini asoslaydi [4; 233]. Mazkur kuzatuv Markaziy Osiyo yoshlari uchun ayniqsa dolzarb, chunki ular uchun ijtimoiy tarmoq ko‘pincha o‘zini birinchi bor jamoatchilikka tanishtirish maydonidir. Bu yerda yosh inson o‘z fikrini birinchi bor keng auditoriyaga aytadi va birinchi bor ommaviy baho oladi. O‘zbek tadqiqotchisi M.M. Asqarov esa identiklikni individual va ijtimoiy jarayonlar kesishmasida rivojlanadigan murakkab fenomen sifatida talqin etib, atamaning ko‘p ma’noli qo‘llanishi konseptual noaniqlikka olib kelayotganini ta’kidlaydi [6; 392]. Bu ogohlantirish metodologik jihatdan muhim. “O‘zlik”, “identiklik” va “identifikatsiya” tushunchalarini farqlamasdan turib, raqamli o‘zlik haqida aniq xulosa chiqarib bo‘lmaydi. Masalan, o‘zlik ko‘proq ichki, ma’naviy-ekzistensial qatlamni, identiklik esa ijtimoiy guruh bilan o‘zini tenglashtirishni ifodalaydi. Ko‘rib chiqilgan ishlar muammoning nazariy asoslarini boyitgan bo‘lsa-da, ijtimoiy tarmoqlarning o‘zlikni anglash jarayonidagi ikki yoqlama tabiati yaxlit ijtimoiy-falsafiy tahlilni talab qiladi.

METODOLOGIYA

Tadqiqotda fenomenologik, germenevtik, qiyosiy va tizimli tahlil usullari qo‘llanildi. Fenomenologik yondashuv ijtimoiy tarmoqdagi kundalik tajribani – post joylash, layk kutish, boshqalar hayotini kuzatish – ichdan tasvirlash imkonini berdi. Rossiyalik tadqiqotchi R.V. Penner shaxsiy identiklik muammosini mahalliy va xorijiy ilmiy bazalardagi tadqiqotlar tahlili asosida o‘rganib, bu mavzu falsafada tobora fanlararo xarakter kasb etayotganini ko‘rsatadi [10; 36]. Shu sababli biz falsafiy tahlilni sotsiologik ma’lumotlar bilan to‘ldirishga harakat qildik. Bunday yondashuv mavhum mulohazalarni real ijtimoiy jarayonlar bilan solishtirish imkonini beradi. O‘zbek tadqiqotchisi G. G‘affarova raqamli jamiyatda yoshlar ongida yuz berayotgan transformatsiyalarni alohida tadqiqot obyekti sifatida ajratib ko‘rsatadi [13; 2]. Bu mahalliy ilmiy maktabda o‘zlik muammosi raqamlashtirish bilan bevosita bog‘lab o‘rganila boshlanganini ko‘rsatadi. Biz ham tahlilda aynan yosh avlod tajribasiga alohida e’tibor qaratdik. Empirik tayanch sifatida qozog‘istonlik olimlar A. Kenesov va A. Amrebayevning 15–35 yoshli 500 nafar respondent ishtirokidagi so‘rovi natijalaridan foydalanildi; unga ko‘ra yoshlarning ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish sabablari orasida muloqot 40 foizni, ko‘ngilochar maqsadlar 30 foizni, ta’limiy maqsadlar esa atigi 15 foizni tashkil etadi [8; 95]. Bu raqamlar ijtimoiy tarmoq o‘zlikni anglash maydoni sifatida asosan muloqot va dam olish ehtiyojlari orqali ishlayotganini ko‘rsatadi.

Tahlil shuni ko‘rsatdiki, ijtimoiy tarmoqlarda o‘zlikni anglash, eng avvalo, o‘zini taqdim etish jarayoni sifatida kechadi. M.S. Yaznonov profil rasmi, postlar va hikoyalar shaxsning raqamli obrazini tashkil etishini, biroq bu obraz har doim ham real shaxsiyat bilan mos kelmasligini, bu holatni E. Gofmanning “o‘zini sahnalashtirish” g‘oyasining raqamli muhitdagi murakkablashgan ko‘rinishi sifatida talqin etish mumkinligini ta’kidlaydi [1; 318]. Bu xulosa ijtimoiy tarmoqni doimiy sahnaga o‘xshatish mumkinligini ko‘rsatadi. Sahnada esa inson o‘zi bo‘lishdan ko‘ra rolni yaxshi ijro etishga ko‘proq e’tibor beradi. I.O. Sodiqov ham ijtimoiy tarmoqlarda inson o‘zining haqiqiy shaxsidan farqli ideal yoki sun’iy obraz yaratishi mumkinligini, natijada real va virtual o‘zlik o‘rtasida tafovut paydo bo‘lishini qayd etadi [2; 9]. Bizningcha, bu tafovutning o‘zi xavfli emas: inson har doim turli vaziyatlarda o‘zini turlicha ko‘rsatgan. Xavf tafovut shunchalik kattalashganda paydo bo‘ladiki, inson qaysi biri haqiqiy “men” ekanini aniqlay olmay qoladi. Bunday holat ayniqsa o‘smirlar va yoshlarda kuzatiladi, chunki ularning o‘zligi hali shakllanish jarayonida. Ikkinchi muhim natija ijtimoiy tan olinish mezonlarining o‘zgarishi bilan bog‘liq. M.S. Yaznonov an’anaviy jamiyatda obro‘ mehnat, axloq, oilaviy va jamoaviy munosabatlar orqali shakllangan bo‘lsa, raqamli jamiyatda u ko‘pincha kuzatuvchilar soni,

layk, repost va trendga chiqish bilan o‘lchanishini ko‘rsatadi [1; 318–319]. Bu siljish o‘zbek madaniyati uchun ayniqsa sezilarli, chunki bizda insonning qadri azaldan mahalla va qarindoshlar e’tirofida bo‘lgan. Endi bu e’tirof raqamli hisoblagichga ko‘chmoqda. B.-Ch. Xan raqamli davrda selfi xotira saqlash vositasi emas, balki o‘tkinchi axborot va kommunikatsiya belgisi ekanini ta’kidlaydi [9; 23]. Shu ma’noda selfi ortidagi o‘zlik barqaror tarixga ega bo‘lmagan, har lahzada qayta tasdiqlanishi lozim bo‘lgan o‘zlikdir. Bunday o‘zlik doimiy tasdiqqa muhtoj bo‘lgani uchun tashqi baholarga tobora qaram bo‘lib boradi. Natijada o‘zlik ichki ishonchdan emas, tashqi tasdiqdan oziqlanadi.

Uchinchi natija o‘zlikni anglash jarayoniga algoritmlarning aralashuvi bilan bog‘liq. M.S. Yaznonovning qayd etishicha, platformalar foydalanuvchining qiziqishlari, izlash tarixi va ko‘rgan videolari asosida kontent tavsiya qiladi, natijada inson axborotni erkin tanlayotgandek tuyulsa-da, uning ko‘rish maydoni algoritmik filtrlar orqali torayadi va “filtr pufagi” yuzaga keladi [1; 319]. Bu holat o‘zlikni anglashning muhim sharti – o‘zgacha qarash bilan to‘qnashuvni zaiflashtiradi. Inson o‘zini boshqalar bilan solishtirish orqali taniydi, agar u faqat o‘ziga o‘xshashlarni ko‘rsa, o‘zligi ham bir xillik ichida qotib qoladi. B.-Ch. Xan bunday tartibni “infokratiya”, ya’ni axborot va ma’lumotlar orqali boshqarish rejimi sifatida tavsiflaydi [14; 1]. Uning fikriga ko‘ra, bu rejimda inson o‘zini erkin his qiladi, aynan shu erkinlik tuyg‘usi esa boshqaruvni ko‘rinmas qiladi. A. Kenesov va A. Amrebayev tadqiqotida ijtimoiy tarmoqda o‘tkazilgan vaqt salbiy ta’sirning eng kuchli bashoratchisi bo‘lgani ($\beta = 0{,}41$), raqamli savodxonlik esa noto‘g‘ri axborotga moyillik bilan teskari bog‘liq ekani ($r = –0{,}36$) aniqlangan [8; 95]. Bu raqamlar o‘zlikni himoya qilishda raqamli savodxonlik muhim omil ekanini ko‘rsatadi. Biroq gap faqat texnik savodxonlikda emas, balki o‘z-o‘zini tahlil qilish madaniyatida hamdir. Belgiyalik faylasuf M. Kukelberg raqamli texnologiyalar insonni o‘zini doimiy o‘lchash va takomillashtirishga undashini, natijada o‘zlik loyihasi cheksiz optimallashtirish poygasiga aylanishini ta’kidlaydi [15; 2]. Ijtimoiy tarmoqda bu poyga “yaxshiroq surat”, “ko‘proq obunachi”, “muvaffaqiyatliroq ko‘rinish” shaklida namoyon bo‘ladi. M.M. Sharifova esa raqamli muhitda axloqiy me’yorlar qat’iy qoida emas, balki vaziyatga bog‘liq tushuncha sifatida qabul qilina boshlaganini qayd etadi [7; 302]. O‘zlikning axloqiy tayanchi nisbiylashsa, uni tashqi bosimga qarshi turishga qodir qiladigan ichki o‘q ham zaiflashadi. Natijada inson har bir yangi trend bilan o‘zini qayta “sozlashga” majbur bo‘ladi. Bu esa o‘zlikning izchilligi va barqarorligiga putur yetkazadi, chunki har bir yangi moda bilan “men” ham o‘zgarib boraveradi.

MUHOKAMA

Olingan natijalarni muhokama qilishda ikki qarama-qarshi pozitsiyadan qochish muhim: ijtimoiy tarmoqni o‘zlikning dushmani deb e’lon qilish ham, uni cheksiz erkinlik makoni deb ulug‘lash ham masalaning mohiyatini yashiradi. Nemis faylasufi T. Fuks insonni ma’lumotlar to‘plami sifatida emas, balki tanaviy, boshqalar bilan bevosita munosabatda bo‘ladigan mavjudot sifatida tushunish zarurligini asoslaydi [16; 18]. Bu yondashuv o‘zlikning ildizi ekranda emas, balki tirik tajribada ekanini eslatadi. Ijtimoiy tarmoqdagi obraz qanchalik yorqin bo‘lmasin, u tirik insonning nigohi, ovozi va qo‘l siqishi o‘rnini bosa olmaydi. L.N. Solovyeva “umumiy kommunikatsiya jamiyati”da yolg‘izlik paradoksini tahlil qilib, muloqot vositalarining ko‘payishi inson yolg‘izligini kamaytirmayotganini ko‘rsatadi [11; 77]. Bu paradoks o‘zlikni anglash uchun jiddiy oqibatga ega. Inson o‘zini boshqalarning chinakam e’tiborida taniydi, yuzaki reaksiyalarda emas. G.S. Djura va V.Ya. Ivanchenko raqamlashtirishning yosh inson psixikasiga ta’sirini o‘rganib, bu ta’sir ko‘p qirrali ekanini, uni bir xil baholab bo‘lmasligini ta’kidlaydi [12; 543]. Ba’zi yoshlar uchun ijtimoiy tarmoq hamfikrlarni topish, ijodiy salohiyatini namoyon etish va hatto kasb tanlash maydoni bo‘lsa, boshqalari uchun u xavotir, taqqoslash va o‘zidan norozilik manbaiga aylanadi. Demak, muammoning yechimi taqiqda emas, balki muvozanatdadir. B.-Ch. Xan hikoya qilish inqirozi haqida yozar ekan, inson o‘z hayotini izchil hikoyaga aylantirgandagina mustahkam o‘zlikka ega bo‘lishini, postlar oqimi esa haqiqiy hikoyani almashtira olmasligini ta’kidlaydi [17; 4]. Bu fikr o‘zbek madaniyatidagi og‘zaki an’ana – bobolar hikoyasi, oilaviy rivoyatlar – o‘zlikni anglashning qudratli manbai bo‘lib qolishini ko‘rsatadi. Agar yoshlar o‘z sulolasining tarixini bilsa, ijtimoiy tarmoqdagi o‘tkinchi trendlar ularning o‘zligini osonlikcha silkita olmaydi. Shu nuqtada milliy ma’naviy meros raqamli davrda o‘zlikni barqarorlashtiruvchi omil vazifasini bajaradi. Bunday merosni raqamli formatlarda – podkastlar, oilaviy arxivlar, onlayn muzeylar orqali – yoshlarga yetkazish o‘zlikni mustahkamlashning zamonaviy yo‘li

bo‘lishi mumkin.

XULOSA

Xulosa qilib aytganda, ijtimoiy tarmoqlar insonning o‘zligini anglash jarayonini tubdan o‘zgartirmoqda: o‘zlik endi faqat oila va jamoa ichida emas, balki ko‘rinmas auditoriya oldida, algoritmlar ta’sirida shakllanmoqda. Tadqiqot uch asosiy tendensiyani aniqladi: o‘zlikning sahnalashtirilishi, ijtimoiy tan olinish mezonlarining raqamlashuvi va algoritmik muhitda o‘zlikning bir xillik ichida qotib qolish xavfi. K. Fuks raqamli kapitalizm sharoitida inson e’tibori va ijtimoiy munosabatlari tovarga aylanayotganini, raqamli gumanizm esa insonni texnologiya mantig‘idan ustun qo‘yishni talab etishini asoslaydi [18; 85]. Bu xulosa o‘zlik muammosini faqat shaxsiy iroda masalasi sifatida emas, ijtimoiy-iqtisodiy tuzilmalar bilan bog‘liq hodisa sifatida ko‘rishga undaydi. Platformalar insonning diqqatini qancha uzoq ushlab tursa, shuncha foyda ko‘radi. Yu. Nida-Ryumelin va N. Vaydenfeld insonni o‘z hayotining muallifi sifatida ko‘rib, raqamli texnologiyalar bu mualliflikni kuchaytirishi lozimligini ta’kidlaydi [20; 3]. Ijtimoiy tarmoqda o‘z hikoyasini o‘zi yozayotgan inson o‘zligini saqlaydi. Uni algoritm va trendga topshirgan inson esa boshqalar ssenariysining ijrochisiga aylanadi. T.J. Xo‘janova axborotni saralash qobiliyati bo‘lmagan yosh uning oqimida “cho‘kib” ketishi mumkinligini qayd etadi [19; 259]. Demak, o‘zlikni himoya qilish ichki saralash mezoniga, ya’ni barqaror qadriyatlar tizimiga ega bo‘lishdan boshlanadi. Bu mezon esa oila, ta’lim va milliy madaniyat orqali shakllanadi. Ijtimoiy tarmoq bu mezonni yaratmaydi, u faqat mavjud mezonni sinovdan o‘tkazadi. Shuning uchun raqamli davrda ham tarbiyaning asosiy maydoni oila va maktab bo‘lib qoladi. Shu asosda quyidagi takliflar ilgari suriladi: ta’lim muassasalarida raqamli savodxonlik bilan birga refleksiya madaniyatini o‘rgatish; oilada “ekransiz vaqt” an’anasini shakllantirish; milliy tarix va oilaviy xotirani raqamli formatda yoshlarga yetkazuvchi loyihalarni qo‘llab-quvvatlash. Bu takliflarning barchasi bitta g‘oyaga tayanadi: o‘zlik tashqaridan berilmaydi, u inson tomonidan ongli ravishda quriladi va himoya qilinadi. Kelgusi tadqiqotlar O‘zbekiston yoshlari orasida real va virtual o‘zlik tafovutini empirik o‘lchashga qaratilishi mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Yaznonov M.S. Raqamli kommunikatsiya sharoitida shaxsning ijtimoiy identifikatsiyasi muammolari // Oriental Renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences. – 2026. – Vol. 6, № 4. – B. 316–322.

2. Sodiqov I.O. Raqamli makonda madaniy identifikatsiya va o‘zlik muammosi // Oriental Renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences. – 2026. – Vol. 6, № 3. – B. 5–11.

3. Платонова С.И. Цифровые технологии и общество: трансформация идентичности // Философия. Дискурс. – 2024. – Т. 10, № 4. – С. 16–26. DOI: 10.32603/2412-8562-2024-10-4-16-26

4. Zhakin S.M. Social Networks and the Concept of Self: Identity and Self-Expression in the Online World // Bulletin of the Karaganda University. History. Philosophy Series. – 2023. – № 4 (112). – P. 233–238.

5. Персидская О.А. Феномен цифровой личности: в поиске оснований концептуализации // Человек.RU. – 2022. – № 17. – С. 114–136. DOI: 10.32691/2410-0935-2022-17-114-136

6. Asqarov M.M. Identiklik tushunchasi va milliy o‘zlikni anglashdagi ahamiyati // Oriental Renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences. – 2026. – Vol. 6, № 1. – B. 392–400.

7. Sharifova M.M. Raqamli kommunikatsiya muhitida yoshlar axloqiy madaniyatining shakllanishi // Oriental Renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences. – 2025. – Vol. 5, № 10. – B. 295–305.

8. Kenesov A., Amrebaev A. Youth Digital Practices and Political Communication in Kazakhstan: Socio-Educational Implications of Social Media Use // Казахстан-Спектр. – 2026. – № 2 (114). – P. 90–99. DOI: 10.52536/2415-8216.2026.114.2.006

9. Han B.-C. Non-things: Upheaval in the Lifeworld / transl. D. Steuer. – Cambridge: Polity Press, 2022.

10. Пеннер Р.В. Проблема персональной идентичности в современных отечественных и зарубежных философских исследованиях (на основе аналитики научных баз данных) // Социум и власть. – 2021. – № 2 (88). – С. 36–49.

11. Соловьева Л.Н. Одиночество в «обществе всеобщей коммуникации»: парадокс цифровой современности // Общество: философия, история, культура. – 2023. – № 7. – С. 77–82.

12. Джура Г.С., Иванченко В.Я. Особенности влияния цифровизации на психику личности молодого человека // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. – 2024. – Вып. 4. – С. 543–555. DOI: 10.17072/2078-7898/2024-4-543-555

13. Gaffarova G. Transformations of youth consciousness in a digital society // ISJ Theoretical & Applied Science. – 2023. – № 2 (118). – P. 1–5.

14. Han B.-C. Infocracy: Digitalization and the Crisis of Democracy / transl. D. Steuer. – Cambridge: Polity Press, 2022.

15. Coeckelbergh M. Self-Improvement: Technologies of the Soul in the Age of Artificial Intelligence. – New York: Columbia University Press, 2022.

16. Fuchs T. In Defence of the Human Being: Foundational Questions of an Embodied Anthropology. – Oxford: Oxford University Press, 2021.

17. Han B.-C. The Crisis of Narration / transl. D. Steuer. – Cambridge: Polity Press, 2024.

18. Fuchs C. Digital Humanism: A Philosophy for 21st Century Digital Society. – Bingley: Emerald Publishing, 2022.

19. Xo‘janova T.J. Uchinchi Renessans yoshlari tushunchasi va uning falsafiy paradigmalar talqinlari // Oriental Renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences. – 2024. – Vol. 4, № 26. – B. 254–259. DOI: 10.5281/zenodo.14543935

20. Nida-Rümelin J., Weidenfeld N. Digital Humanism: For a Humane Transformation of Democracy, Economy and Culture in the Digital Age. – Cham: Springer, 2022. DOI: 10.1007/978-3-031-12482-2