



## MULOQOT VA RANGLAR PSIXOLOGIYASI

*Andijon davlat pedagogika instituti Ijtimoiy fanlar fakulteti Psixologiya  
o'qituvchisi Vahobova O'g'iloy*

*Filologiya fakulteti "O'zbek tili va adabiyoti" yo'nalishi 1-kurs talabasi  
Jo'raboyeva Matlubaxon Ahmadjon qizi*

**Annotatsiya** Ushbu maqolada ranglar psixologiyasining inson hissiyotlari, muloqot jarayoni va auditoriya idroki bilan bog'liqligi tahlil qilinadi. So'nggi besh yil ichida (2022–2026) olib borilgan tadqiqotlar ranglarning hissiyot, diqqat, motivatsiya va ijtimoiy muloqotga sezilarli ta'sirini ilmiy asosda ko'rsatadi. Maqolada ranglarning ta'lim, ish joyi va marketing sohalarida amaliy qo'llanilishi, shuningdek, auditoriya bilan samarali muloqot o'rnatishdagi roli o'rganiladi. Ranglar psixologiyasi orqali auditoriyaning hissiy reaksiyasini boshqarish, brend kommunikatsiyasini kuchaytirish va ta'lim jarayonida bilim qabul qilishni yaxshilash imkoniyatlari yoritilgan. Tadqiqot natijalari ranglarni muloqot strategiyasi va vizual kommunikatsiyada samarali vosita sifatida ishlatishning ilmiy asoslarini mustahkamlaydi.

**Kalit so'zlar:** Ranglar psixologiyasi, Muloqot samaradorligi, Hissiyot va ranglar, Vizual kommunikatsiya, Ta'lim va marketingda ranglar, Nonverbal kommunikatsiya, Auditoriya idroki.

**Аннотация** В данной статье анализируется связь психологии цвета с эмоциональными реакциями человека, процессом коммуникации и восприятием аудитории. Исследования последних пяти лет (2022–2026) показывают значительное влияние цветов на эмоции, внимание, мотивацию и социальное взаимодействие на научной основе. В статье рассматривается практическое применение цветов в образовании, на рабочем месте и в маркетинге, а также их роль в установлении эффективной коммуникации с аудиторией. Психология цвета позволяет управлять эмоциональными реакциями аудитории, усиливать бренд-коммуникацию и улучшить усвоение



знаний в образовательном процессе. Результаты исследований укрепляют научную основу использования цветов в стратегии коммуникации и визуальной коммуникации.

**Ключевые слова:** Психология цвета, Эффективность коммуникации, Эмоции и цвета, Визуальная коммуникация, Цвета в образовании и маркетинге, Невербальная коммуникация, Восприятие аудитории

**Abstract** This article analyzes the relationship between color psychology, human emotions, communication processes, and audience perception. Research conducted over the past five years (2022–2026) demonstrates the significant impact of colors on emotions, attention, motivation, and social interaction based on scientific evidence. The article examines the practical application of colors in education, the workplace, and marketing, as well as their role in establishing effective communication with audiences. Color psychology allows managing audience emotional responses, enhancing brand communication, and improving knowledge acquisition in educational processes. The research findings reinforce the scientific basis for using colors as an effective tool in communication strategies and visual communication.

**Keywords:** Color psychology, Communication effectiveness, Emotions and colors, Visual communication, Colors in education and marketing, Nonverbal communication, Audience perception

**Kirish.** Ranglar psixologiyasi inson hissiyotlari, kayfiyati va muloqot jarayoniga sezilarli ta'sir ko'rsatadigan muhim omil hisoblanadi. Ranglar nafaqat estetik qadriyatga ega bo'lib, balki shaxslararo muloqot, stress darajasi, diqqatni jamlash va motivatsiyani boshqarishda ham rol o'ynaydi. So'nggi yillarda olib borilgan ilmiy tadqiqotlar (2022–2026) shuni ko'rsatadiki, ma'lum ranglar insonning xulq-harakati va hissiy holatiga aniq ta'sir qiladi: masalan, qizil rang energiya va hayajonni oshiradi, moviy rang tinchlik va ishonchni kuchaytiradi, sariq rang ijodkorlik va optimizmni rag'batlantiradi, yashil rang muvozanat va barqarorlikni ta'minlaydi, qora rang esa jiddiylik va masofa hissini beradi. Shu bilan birga, ranglar



kontekst va madaniy farqlarga bog'liq bo'lib, ularning muloqot jarayonidagi ta'siri universal emas. Ta'lim, ish joyi va marketing sohalarida ranglardan ongli foydalanish orqali samarali muloqot va auditoriya bilan ijobiy aloqalar yaratish mumkin. So'nggi tadqiqotlar ranglar va hissiyotlar o'rtasidagi murakkab bog'liqlikni, shuningdek, muloqot samaradorligini oshirishdagi amaliy imkoniyatlarni aniqladi, bu esa ranglarni kommunikatsiya vositasi sifatida ishlatishning ilmiy asoslarini mustahkamlaydi. Shu sababdan, ranglar psixologiyasini o'rganish va uni turli ijtimoiy va professional muloqot vaziyatlarida qo'llash dolzarb va muhim ilmiy masala hisoblanadi. Muloqot psixologiyasi – bu insonlarning o'zaro munosabatlaridagi psixologik jarayonlarni va ulardagi individual xususiyatlarni o'rganadigan soha. Muloqot nafaqat so'zlarni aytish, balki til, tana tili, qo'l harakatlari, mimika va boshqa turli kommunikatsion vositalardan foydalanishni o'z ichiga oladi. Muloqot psixologiyasi, shuningdek, insonlar o'rtasida psixologik muvofiqlik va yaqinlikni yaratish, konfliktlarni hal qilish va o'zaro anglashuvni yaxshilashga qaratilgan ilmiy tadqiqotlarga asoslanadi. Muloqot psixologiyasining asosiy yo'nalishlari: 1. Verbal va non-verbal muloqot Muloqotning verbal qismi so'zlar va tilni o'z ichiga oladi. Non

verbal muloqot esa tana tili, yuz ifodalari, ko'z bilan aloqa, qo'l harakatlari, ovoz tonalligi kabi elementlardan tashkil topadi. Ikkala turdagi muloqot bir-birini to'ldiradi va samarali muloqot uchun muhimdir. Tana tili va mimika odamlarning hissiy holatini va niyatlarini aks ettiradi, shu orqali ular aytmagan narsalarni ham ifodalash mumkin. 2. Empatiya va anglashuv: Muloqotda empatiya, ya'ni boshqalarni tushunish va ularning his-tuyg'ularini his qilish muhim ahamiyatga ega. Empatiya muloqotni chuqurlashtiradi, odamlarning o'zaro anglashuvini yaxshilaydi va ijtimoiy aloqalarni mustahkamlaydi. Anglashuvning yuqori darajasi esa muloqotni samarali qiladi, xatoliklar va tushunmovchiliklar sonini kamaytiradi. 3. Muloqotdagi konfliktlar: Muloqotda doimiy ravishda turli qarama-qarshiliklar va tushunmovchiliklar yuzaga keladi. Konfliktlarni hal qilishda inson psixologiyasi katta rol o'ynaydi. Konfliktlar samarali muloqot orqali hal qilinishi, murosaga erishilishi mumkin. Odamlar o'zaro kelishuv va hamjihatlikka erishish uchun turli



strategiyalarni qo'llashadi. 4. Muloqot va ijtimoiy rollar: Muloqotning ijtimoiy roli ham muhim. Har bir inson o'zining ijtimoiy roliga qarab muloqot uslubi va usullarini o'zgartiradi. Masalan, rahbar va xodim o'rtasidagi muloqotda bir xil mavzularni va til usullarini qo'llash mumkin emas. Ijtimoiy rollar odamlarning xatti-harakatlariga va o'zaro aloqalariga ta'sir qiladi. 5. O'zaro ta'sir va qarorlar qabul qilish: Muloqot psixologiyasining yana bir jihati – bu qarorlar qabul qilish jarayonidir. Odamlar o'zaro muloqotda bo'lganda, har bir ishtirokchi o'z fikrini aytishi, bahsmunozara olib borishi va umumiy qarorga kelishi mumkin. Psixologik faktorlar, masalan, o'zini namoyon qilish istagi, boshqalarga ta'sir o'tkazish ehtiyoji, qaror qabul qilishda muhim ahamiyatga ega. 6. Ijtimoiy tarmoqlar va muloqot: Zamonaviy texnologiyalar muloqot psixologiyasiga yangi o'lchovlar qo'shdi. Ijtimoiy tarmoqlar va onlayn muloqotning o'ziga xos xususiyatlari mavjud. Internetda odamlar an'anaviy muloqotdan farqli o'laroq, ko'pincha o'z his-tuyg'ularini va niyatlarini to'g'ridan-to'g'ri ifodalay olmaydilar, bu esa xatoliklar va tushunmovchiliklarga olib kelishi mumkin. 7. Muloqotning yoshga bog'liq xususiyatlari: Har bir yosh davrida muloqotning o'ziga xos xususiyatlari mavjud. Masalan, bolalar muloqotida tushuncha va so'zlashuv qobiliyati rivojlanishi davom etadi, o'smirlar esa ko'proq o'z fikrlarini erkin ifoda etishga intilishadi. Keksalar esa ko'proq o'z tajribalaridan foydalanib, aniq va ehtiyotkorlik bilan muloqot qilishadi. So'nggi besh yilda (2022–2026) ranglar psixologiyasi bo'yicha olib borilgan tadqiqotlar ranglarning inson hissiyotlari, ijtimoiy idrok va muloqot jarayoniga sezilarli ta'sirini ilmiy asosda tasdiqladi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, ranglar nafaqat estetik qadriyatga ega, balki inson xulq-harakati, stress darajasi, diqqatni jamlash va motivatsiya jarayonlarini boshqarishda ham muhim vosita sifatida ishlatiladi. 2025-yilda chop etilgan ilmiy maqolada ranglarning inson hissiyoti va xulq-harakatiga ta'siri biologik, kognitiv va madaniy kontekstda tahlil qilindi. Natijalarga ko'ra, **qizil rang energiya va diqqatni oshiradi, moviy rang tinchlik va ishonchni kuchaytiradi, sariq rang ijodkorlik va optimizmni rag'batlantiradi, yashil rang muvozanat va barqarorlikni ta'minlaydi, qora rang esa jiddiylik va masofa hissini beradi.** Ushbu natijalar ranglarni muloqot jarayonida ongli vosita sifatida qo'llashning ilmiy



asosini mustahkamlaydi. Shu yil ichida olib borilgan boshqa tadqiqotlar ranglarning marketing va brend kommunikatsiyasidagi ahamiyatini ko'rsatdi. Tadqiqotlar shuni isbotladi: ranglar iste'molchi hissiyotini shakllantiradi, brend xabari va vizual identifikatsiyani kuchaytiradi. Masalan, qizil rang chegirma va diqqatni jalb qilish uchun ishlatiladi, moviy rang esa bank va sug'urta kompaniyalarida ishonch ramzi sifatida qo'llanadi. Ta'lim sohasida ranglar psixologiyasi bo'yicha tadqiqotlar auditoriyaning diqqatini jalb qilish, ma'lumotni yaxshiroq eslab qolish va stressni kamaytirishga yordam berishini ko'rsatadi. 2025-yilda chop etilgan maqolalarda ranglar o'quv materiallarida interaktiv tarzda ishlatilganda o'quvchilarning faol ishtiroki va bilim qabul qilish darajasi oshishi qayd etilgan. Shuningdek, so'nggi tadqiqotlarda ranglar va emotsiyalar orasidagi murakkab bog'liqlik o'rganildi. Ranglar orqali insonning hissiy tajribasi boshqarilishi mumkinligi, auditoriya bilan noverbal muloqotda ranglardan ongli foydalanish orqali samarali aloqalar o'rnatilishi aniqlangan. Digital va vizual kommunikatsiya kontekstida olib borilgan tadqiqotlar ham ranglarning elektron media orqali auditoriya diqqatini boshqarish, hissiyotlarni shakllantirish va xabarni samarali uzatishda o'rni muhim ekanligini ko'rsatdi. Ranglar signallari orqali tomoshabinning ruhiy reaksiyasi va idrok holatini boshqarish imkoniyati muloqot samaradorligini oshirishga yordam beradi. Umuman olganda, so'nggi yillarda olib borilgan tadqiqotlar rang psixologiyasini **muloqot samaradorligini oshirish, brend va vizual kommunikatsiyani kuchaytirish, ta'lim jarayonida auditoriya e'tiborini boshqarish va hissiy holatni nazorat qilish** kabi amaliy yo'nalishlarda ishlatish imkoniyatini ilmiy asosda tasdiqladi. Shu bilan birga, madaniy va kontekstual farqlar ranglar bilan bog'liq hissiy reaksiyalarni shakllantirishda muhim rol o'ynaydi. **Xulosa:** Muloqot psixologiyasi nafaqat shaxslar o'rtasidagi aloqalarni, balki ijtimoiy, ishbilarmonlik va jamoaviy muhitda ham o'rganiladigan muhim soha hisoblanadi. U odamlarning hissiy, ijtimoiy va intellektual rivojlanishiga ta'sir qiladi. Muloqot psixologiyasining yuksalishi odamlar o'rtasidagi o'zaro tushunishni va samarali muloqotni yaxshilashga yordam beradi. Shuningdek, muloqotdagi muvaffaqiyat nafaqat shaxsiy, balki jamoaviy va ijtimoiy taraqqiyotning asosidir. Ranglar psixologiyasi inson muloqoti va ijtimoiy



o'zaro ta'sir jarayonida muhim omil hisoblanadi. Ranglar insonning hissiy holati, kayfiyati va xulq-atvoriga bevosita ta'sir ko'rsatib, muloqot samaradorligini oshirish yoki pasaytirishga xizmat qiladi. Tadqiqotlar natijalari shuni ko'rsatadiki, turli ranglar turlicha psixologik ta'sirga ega bo'lib, ular orqali auditoriya diqqatini jalb qilish, ishonch uyg'otish, ijodkorlikni rag'batlantirish yoki aksincha, stressni kuchaytirish mumkin. Shuningdek, ranglarning ta'lim, ish joyi va marketing sohalarida qo'llanilishi ularning amaliy ahamiyatini yanada oshiradi. To'g'ri tanlangan ranglar yordamida samarali kommunikatsiya muhitini yaratish, bilimni o'zlashtirish jarayonini yaxshilash hamda iste'molchilar bilan mustahkam aloqa o'rnatish mumkin. Ayniqsa, zamonaviy raqamli muhitda ranglar vizual kommunikatsiyaning asosiy vositalaridan biri sifatida xizmat qiladi. Shu bois, ranglar psixologiyasini chuqur o'rganish va uni muloqot jarayonida ongli ravishda qo'llash zamonaviy jamiyatda muhim ahamiyat kasb etadi. Kelgusida ushbu yo'nalishda olib boriladigan ilmiy tadqiqotlar ranglar va inson muloqoti o'rtasidagi bog'liqlikni yanada kengroq ochib berishi kutilmoqda.

## Foydalanilgan adabiyotlar

1. Xaydarov F.I., Xalilova. N.I "Umumiy psixologiya" Toshkent-2010y
2. Karimova V.M. Psixologiya T-2002y.
3. G'oziyev E.G' Umumiy Psixologiya 1-2 kitob T-2002y
4. Davletshin M.G Umumiy Psixologiya T-2002y
5. Ivanov.P, Zufarova.M "Umumiy Psixologiya" T-2008y.
6. Elliot, A. J., & Maier, M. A. (2014). *Color psychology: Effects of perceiving color on psychological functioning in humans*. Annual Review of Psychology, 65, 95–120.
7. Kaya, N., & Epps, H. H. (2004). *Relationship between color and emotion: A study of college students*. College Student Journal, 38(3), 396–405.
8. Singh, S. (2006). *Impact of color on marketing*. Management Decision, 44(6), 783–789.



9.Hemphill, M. (1996). *A note on adults' color-emotion associations*. The Journal of Genetic Psychology, 157(3), 275–280.