

JAMIYATDAGI YANGI IJTIMOIIY ROLLARNING PSIXOLOGIK TAHLILI (BLOGERLAR MISOLODA)

G'ulomxo'jeyava Maxbuba Raxmatilla qizi

Toshkent Kimyo Xalqaro Universiteti

1-kurs "Social Psychology" yo'nalish magistranti

Annotatsiya: Ushbu tezisdagi zamonaviy jamiyatda paydo bo'lgan

yangi ijtimoiy rollardan biri "bloggerlik" faoliyati psixologik nuqtayi nazardan tahlil qilinadi. Bloggerlarning jamiyatdagi o'rni, ularning psixologik motivlari, shaxsiy xususiyatlari, auditoriyaga ta'sir mexanizmlari yoritiladi. Shuningdek, bloggerlikning ijobiy va salbiy psixologik oqibatlari, yoshlar ongiga ta'siri hamda bloggerlarning o'zlari duch keladigan psixologik xavflar ilmiy asosda ko'rib chiqiladi. Bloggerlikning yangi ijtimoiy fenomen sifatida jamiyatda ommaviy fikr, qadriyatlar va xulq-atvor standartlarini shakllantirishdagi roli tahlil etiladi. Tadqiqot natijalari bloggerlikning nafaqat kommunikatsion, balki psixologik va sotsiologik jarayonlar bilan chambarchas bog'liq ekanini ko'rsatadi.

Kalit so'zlar: Yangi ijtimoiy rol, psixologik tahlil, o'zini namoyon qilish, ijtimoiy indentifikatsiya, auditoriya psixologiyasi, mass-madaniyat, psixologik motiv.

KIRISH:

So'nggi yillarda raqamli texnologiyalar, ijtimoiy tarmoqlar media makonining jadal rivojlanishi natijasida hozirgi davr jamiyatida yangi ijtimoiy rollar shakllanmoqda [1], [2]. Ayniqsa, bloggerlik fenomeni turli sohalarda faoliyat yuritayotgan insonlarning jamiyatdagi kommunikatsion, ma'rifiy hamda madaniy jarayonlarga ta'sir ko'rsatish imkoniyatlarini sezilarli darajada kengaytirdi. Bloggerlar nafaqat axborot tarqatuvchi, balki jamoatchilik fikrini shakllantiruvchi, qadriyatlar tizimi va xulq-atvor me'yorlariga bevosita ta'sir

o'tkazuvchi yangi ijtimoiy rol sifatida e'tirof etilmoqda. Media psixologiya tadqiqotlarida blogerlarning auditoriyaga psixologik ta'siri, emotsional ta'sir kuchi, identifikatsiya jarayonlarini shakllantirishdagi roli juda yuqori ekani alohida qayd etiladi [3], [4]. Shuningdek, yoshlarning raqamli madaniyatida blogerlarning nufuzli mavqega ega bo'lishi, ularning xulq-atvor me'yorlarini shakllantirishdagi ta'sirini yanada oshirmoqda [5].

Mavzuning dolzarbligi shundaki, ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish ko'lamining ortishi blogerlarning ta'sir kuchini yanada oshirmoqda. Ular auditoriyaga tez yetib boruvchi kontent yaratadi va shu orqali psixologik jarayonlarni - identifikatsiya, taqlid, motivatsiya, o'zini baholash kabi mexanizmlarni faollashtiradi [3]. Ayniqsa yoshlar blogerlarni ijtimoiy namuna sifatida qabul qilishga moyil bo'lgani bois, blogerlik faoliyatining psixologik tahlili ijtimoiy rivojlanish jarayonlari uchun nihoyatda muhimdir [5].

Mavzuning ilmiy ahamiyati shundaki, blogerlik fenomeni hali psixologiya fanida to'liq o'rganilmagan. Media-psixologiya sohasida olib borilayotgan tadqiqotlar ijtimoiy tarmoqlarda muloqot qilish shaxsning ijtimoiy identifikatsiyasi, o'zini boshqalar bilan taqqoslash jarayoni va psixologik moslashuviga sezilarli ta'sir ko'rsatishini ko'rsatmoqda [6]. Blogerlarning auditoriya bilan kommunikatsiyasi, ishonch kapitali,

liderlik xususiyatlari, emotsional ta'sir kuchi haqida ilmiy asoslangan xulosalar ishlab chiqish zamonaviy psixologiya uchun dolzarb masaladir. Shuningdek, raqamli madaniyatning shakllanishi bo'yicha olib

borilgan tadqiqotlarda blogerlik yangi ijtimoiy institut sifatida talqin qilinmoqda [2], [7].

Mavzuning amaliy ahamiyati blogerlikning yoshlar ongiga ko'rsatadigan ta'sirini aniqlash, ijtimoiy tarmoqlarda sog'lom kommunikatsiya muhiti yaratish, manipulyativ yoki zararli kontentning oldini olish, blogerlar uchun psixologik tavsiyalar ishlab chiqish orqali namoyon bo'ladi. Tadqiqot natijalari ta'lim

muassasalari, psixologlar, media sohasi vakillari, marketing tashkilotlari va blogerlarning o'zlari

uchun juda foydalidir. Raqamli makonda axborot madaniyatini oshirish bo'yicha davlat siyosatida ham blogerlar faoliyati muhim o'rin egallab borayotgani Prezident qarorlari va strategik hujjatlarda qayd etilgan [8].

Shu bois blogerlik sohasi jamiyatga qay darajada tez kirib kelganini, blogerlik fenomenining psixologik tahlili nafaqat nazariy, balki amaliy jihatdan ham ijtimoiy jarayonlarni chuqur anglashga, raqamli kommunikatsiyaning inson psixologiyasiga ta'sirini baholashga va jamiyatning barqaror rivoji uchun zarur asoslar yaratishga xizmat qiladi.

Toffler. A. texnologik to'lqinlar orqali jamiyatning evolyutsiyasi (agro,industrial, axborot jamiyati) haqida gapiradi. Blogerlik hodisasini esa "uchinchi to'lqin"ning tabiiy mahsuli sifatida ko'radi deb ta'riflasa[2], Castells. M. esa "tarmoq jamiyati" konsepsiyasini ilgari suradi. Uningcha, blogerlar — global tarmoqlarda shakllangan yangi kommunikatorlar bo'lib, axborot oqimini boshqaruvchi markaziy ijtimoiy subyektlardir deydi[1]. Har ikkala muallif jamiyatda raqamli texnologiyalar sabab paydo bo'lgan yangi ijtimoiy rollar haqida gapiradi. Ular axborot oqimining kuchayishi bilan jamiyatning tuzilmasi va kommunikatsiya shakllari o'zgarishini ta'kidlashadi.

Boyd D. ko'proq o'smirlar va yoshlar psixologiyasiga e'tibor qaratadi. U ijtimoiy tarmoqlarni yoshlarning "ijtimoiy o'zini namoyon qilish maydoni" sifatida ko'radi deb ta'riflasa[3], Sen S. esa "influencer culture" nuqtai nazaridan yondashadi: blogerlarni shaxsiy brend, ijtimoiy kapital va ta'sir kuchiga ega bo'lgan yangi avlod liderlari deb talqin qiladi [4]. Har ikkisi ham blogerlarning auditoriyaga psixologik ta'siri va emotsional kuchi haqida fikr yuritadi. Shuningdek, blogerlar yoshlarda identifikatsiya (o'zini o'sha obraz bilan tenglashtirish) jarayonini faollashtirishini tan oladi.

Abdullayeva G. ko'proq yoshlarning internet madaniyati va

psixologik moslashuviga e'tibor qaratadi deb ta'riflasi [5], Qodirova N. & Mamatqulov A. esa media-psixologiyani nazariy asoslarini berib, blogerlarni media kommunikatsiyaning faol subyektlari sifatida ko'rib chiqadi [6]. Har ikkala manba blogerlar yoshlarning raqamli madaniyatiga, dunyoqarashi va xulq-atvoriga kuchli ta'sir ko'rsatishini aytadi. Ular blogerlik faoliyatining psixologik ta'sir mexanizmlarini sharhlaydi.

XULOSA:

Jamiyatimizda yangi shakillanib kelayotdan ijtimoiy rol, ya'ni blogerlik sohasi axborot tarqatish bilan cheklanmay, yoshlar ya'ni jamoatchilik fikrini, qadriyatlarini, xulq-atvor me'yorlariga ta'sir ko'rsatuvchi muhim psixologik omilga aylanib bormoqda. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki jamiyatda shakillanib borayotgan yangi ijtimoiy rol ya'ni blogerlik sohasi yoshlarga emotsiya va dunyoqarashga ta'sir kuchi ortib borayotganini ya'ni yuqoriligini ko'rsatmoqda.

Psixologik jihatdan blogerlik o'z-o'zini namoyon qilish, ijtimoiy tan olinishi va o'ziga bo'lgan ishonchning ortishi bilan birga, emotsional zo'riqish, tanqidga nisbatan sezuvchanlik va psixologik bosim kabi holatlarni ham yuzaga keltirishi mumkin. Ayniqsa, auditoriya fikriga qaramlik va virtual baholarga bog'lanib qolish shaxsning ichki barqarorligiga salbiy ta'sir ko'rsatishi ehtimoli mavjud.

Umuman olganda, blogerlikning psixologik tahlili raqamli jamiyatdagi ijtimoiy jarayonlarni anglash hamda axborot makonining barqaror va mas'uliyatli rivojlanishi uchun muhim ilmiy-amaliy asos bo'lib xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YHATI:

1. Castells. M. (2010). The Rise of the Network Society. Wiley-Blackwell.
2. Toffler. A. (2006). The Third Wave. Bantam Books.
3. Boyd. D. (2014). It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens. Yale University Press.
4. Sen. S. (2021). Digital Influence and Audience Psychology. London:

Routledge.

5. Abdullayeva. G. (2022). Yoshlar raqamli madaniyati va ijtimoiy tarmoqlar psixologiyasi. Toshkent: Fan.

6. Qodirova. N., & Mamatqulov. A. (2020). Media-psixologiya asoslari. Toshkent: Oliy ta'lim nashriyoti.

7. Karimov. B. (2021). Raqamli jamiyat va yangi ijtimoiy institutlar. Toshkent: Yoshlar nashriyoti.

8. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarorlari — Raqamli iqtisodiyot, axborot xavfsizligi va media madaniyatiga oid normativ-huquqiy hujjatlar to'plami.