

ЎСПИРИНЛАР ИЛМИЙ-ИННОВАЦИОН ТАФАККУРИ РИВОЖЛАНИШИГА ЗАМОНАВИЙ АХБОРОТ ВОСИТАЛАРИНИНГ ТАЪСИРИ

Фарфиева Комола Атхамджановна, Ислом Каримов номидаги Тошкент давлат техника университети “Фалсафа ва миллий ғоя” кафедраси мудири, психология фанлари номзоди, доцент

Аннотация: В статье рассматриваются психологические характеристики интернет коммуникации и роль социальных сетей в влиянии на зрелость, мышление и поведение молодых людей.

Ключевые слова: информация, сми, интернет, социальные сети, юношеский возраст, жизненная позиция, научное мышление, инновация.

Annotation: This article discusses the psychological characteristics of Internet communication and the role of social networks in influencing the maturity, thinking, and behavior of young people.

Key words: information, media, internet, social networks, adolescence, life position, scientific thinking, innovation.

Аннотация: ушбу мақолада интернет коммуникациянинг психологик ўзига хос хусусиятлари ва ёшлар камолотиغا, тафаккурига, хулқ-атвориغا таъсир этувчи ижтимоий тармоқларнинг роли ҳақида фикр юритилган.

Таянч сўзлар: ахборот майдони, ОАВ, интернет, ижтимоий тармоқлар, ўспиринлик ёши, ҳаётий позиция, илмий тафаккур, инновация.

Бугунги кунда ўспиринлар ижодий ва илмий тафаккуридаги ўзига хосликларни ўрганиш ҳамда уларнинг мавжуд ҳаёт фаолиятига қўшилганлигини тадқиқ қилиш муҳим аҳамият касб этади. Ўспиринлар илмий ва ижодий тафаккурларига қайси омиллар кўпроқ самарали таъсир этаётганини илмий таҳлил қилиш замон талабидир.

Келажагимиз эгалари бўлган ёшларнинг маънавий баркамоллиги, ахлоқий поклиги, тафаккур тарзининг кенглиги, одоб-ахлоқли қилиб тарбияланиши муҳим аҳамият касб этади. Ёшлар қандай мафкура ва ғояга мойиллиги, уларнинг онгида шаклланаётган ўй-фикрлар ва тасаввурларни илмий асосда ўрганиш ҳаётий заруратдир. Ёшлар камолотиغا, тафаккурига, хулқ-атвориغا бир қанча омиллардан бири ижтимоий тармоқлар катта таъсир этади.

Бугунги оламда ахборот макони турли-туман манбалардан олинаётган ахборот билан тўлмоқда, ўқувчилар ва талаба ёшлар учун олинаётган маълумот даражасидан қатъий назар интернет ахборотнинг афзал манбаига айланди. Ёшлар интернетдан фаол фойдаланувчилар бўлиб, уларнинг ахборотли ижтимоийлашуви интернет маконида юз бермоқда.

Ижтимоий тармоқлар бугунги кунда инсонлар ўртасидаги масофали ўзаро ҳаракатнинг энг қулай усулларида бири бўлиб, бу ерда бевосита мулоқотнинг барча турлари: инсон-инсон, инсон-гуруҳ, гуруҳ-гуруҳ турлари, шунингдек унинг барча жиҳатлари коммуникатив, интерфаол ва идрок этиш жиҳатлари мавжуддир [1]. Ижтимоий тармоқда

фойдаланувчининг бошқа фойдаланувчилар билан мулоқоти жараёнида фақат ахборот ёки ғоялар алмашуви амалга ошириб қолмасдан, фойдаланувчилар ёки фойдаланувчи ҳамда гуруҳ ўртасидаги мулоқотга муносабат бўлган кўп сонли ҳаракатлар ҳам содир этилади.

Ҳар куни турли ёшдаги миллионлаб кишилар танишади, учрашув ҳақида келишади, зарурий ахборотни излашади ва ҳатто ижтимоий тармоқларда пул топишади. Ёшлар ижтимоий тармоқларни ўзларининг жисмоний воқелигига хос бўлган ижтимоий фаоллигининг турли кўринишларини икки маконда тенг олиб бориш учун майдон сифатида кўрадилар. Виртуал макондаги ижтимоий фаолликнинг амалга оширилиши фойдаланувчиларнинг киберижтимоийлашувига, уларнинг ҳаёт кўрсатмалари ўзгаришига, воқеликни қадриятли-мазмунли идрок этишига янгича қизиқишлар ҳамда ҳаётий устуворликлар пайдо бўлишига олиб келади.

Ижтимоий тармоқлардаги фойдаланувчи томонидан ўз профилида жойлаштирилган ахборот бу фойдаланувчининг шахсий сифатлари, ижтимоий мақоми, ижтимоий-сиёсий қарашлари, диний эътиқодлари ҳамда буларга боғлиқ бўлмаган иш сифатларини ажратади. Шундай қилиб, ижтимоий тармоқлар ўспиринларнинг кундалик ҳаётига, шу жумладан дам олишига, мулоқотига, унинг касбий ижтимоийлашувига ҳамда келажакда мартабасининг ўсишига сезиларли таъсир кўрсатмоқда.

Ижтимоий тармоқлар фойдаланувчиларнинг ёшига ва унинг фаолият соҳасига буткул боғлиқдир. Агар юқори синф ўқувчилари учун синфдошлари ва бошқа тенгдошлари ўртасида ўз ўрнини топиш, уй вазифасини бажариш энг муҳим бўлса, талабалар ўртасида ўқиш ҳамда ўқишдан ташқари фаолият масалалари бўйича мулоқот биринчи ўринга чиқади.

Ижтимоий тармоқлардан фойдаланишдан асосий мақсад, мулоқот, ахборот олиш ва алмашиш, тил ўрганишдир, буларнинг барчаси ёшлик даврида ижодий ва илмий тафаккурни, шубҳасиз шакллантиради. Бироқ ёшларнинг онги ижтимоий тармоқлардан айнаши ҳам мумкин. Агар инсонга кўплаб зиддиятли фикрлар ёпириладиган бўлса, унда бу ахборотлар ичидан жамиятнинг ахлоқий-маънавий меъёрларга ва инсоннинг ўзидаги қадриятли мақсадларига муносиб тўғри фикрни танлашда қийинчилик вужудга келади. Мазкур ҳолатда инсон оламининг тасвири таъсир кўрсатиш объектига айланади.

Ахборотнинг қуйидаги бузилиш турларини келтириш мумкин: 1) амнезия – айрим ходисалар матнлардан йўқолади, тушириб ёки унутилиб қолдирилади; 2) инверсия –ходисаларнинг бориш тартиби бузилади; 3) персеверация – воқеликда бўлмаган айрим ходисалар такрорланади; 4) контаминация – бошқа замонда бошқа жойда ва бошқа кишилар билан юз берган ходисалар аралаштириб юборилади; 5) реминисценция – ҳақиқатан юз берган ходисалар изчиллигига бошқа ходисалар киритилади; 6) конфабуляция–ҳақиқатан юз берган ходисалар ўрнига ҳеч қачон юз бермаган ходисалар санаб ўтилади; шу аснода ахборот грамматик, стилистик ва мантикий жиҳатдан буткул ҳақиқатга ўхшаб кўринади [5].

Бугунги дунёда ахборот муҳити ёшларга ижтимоий меъёрлар ва кадриятлар кўрсатмалар ҳамда хатти-ҳаракатнинг эскирган кўринишларини етказадиган воситага айланиб бормоқда. Инсонда муайян илмий тафаккурни, кадриятлар ва тасаввурларни шакллантириш, инсон хатти-ҳаракатларига таъсир кўрсатиш мақсадида мафкуравий қарашларни тарқатиш бу тарғибот фаолиятидир. Тарғибот ижтимоий онгни сездирмай бошқариш, ижтимоий кайфиятларни йўлга солиш усули сифатида намоён бўлмоқда. Унинг вазифаси нимагадир нисбатан аудитория ўз муносабатини ўзгартириши учун аудиторияга мақсадли таъсир кўрсатишдан иборатдир. Хабар тарғиботга айланиш учун у қуйидаги уч мезонга: 1) ёшларни онгини сездирмай бошқаришга, онгли тарзда бошқаришга интилишнинг мавжудлиги; 2) вазиятни фақат бир томонини кўрсатиш йўли билан эришиладиган ушбу хабар шаксиз ҳақиқат эканлиги борасидаги тассуротни яратиш; 3) сездирмай бошқарувчининг мақсадлари ниқобланганлиги сингари мезонларга мос келиши лозим. Ўз мақсадларига эришиш учун тарғиботчи ҳолатлар, далиллар, рамзларни танлаб олади ва энг катта самарага эришиш учун уларни тегишли тарзда тақдим этади; шу аснода у аҳамиятли ҳолатларини тушириб қолдириши ёки бузиб кўрсатиши, ахборотнинг бошқа манбаларидан эътиборни чалғитиши мумкин.

Ижтимоий интернет тармоқлар бу фақат тарғиботни ўтказиш маконига эмас, балки тарғиботчилик фаолиятининг воситаси ҳамдир. Ижтимоий тармоқларни тарғибот воситаси сифатида қўллаш имкониятини берувчи ўзига хосликларга уларнинг автомонлиги, кластерлаш, ёшларга тармоқнинг таъсирлари кўплиги ва шахсийлаштирилганлиги ҳамда уларда илмий тафаккурни шакллантириш киради.

Ахборот инқилобига боғлиқ ҳолда инсоннинг яшаш муҳитини ифлослантиришнинг янги шакли – ахборот билан ифлослантириш пайдо бўлди. “Ахборот билан ифлослантириш” (“ахборотли чиқиндит”) энг аввало, ҳаддан ташқари ахборотлаштирилганлик тушунилади. В.Л.Хмылев ҳаддан ташқари ахборотнинг салбий оқибати сифатида билимлар ишончилигининг камайиши ва хабарлар мазмунининг айнашини тилга олади[6]. Ҳар қандай, шу жумладан, илмий билимнинг ишончилиги камайиши қандайдир муаммога профессионал баҳо беришлар ўта кўпайганда муаммонинг энг яхши ечимини танлаш сезиларли даражада қийинлашиш билан изоҳланади. Хабарлардан мазмуннинг ювилиб кетиш сабабини тадқиқотчи чиқаётган ахборотга талабларни камайишида кўради.

Ақлий фаолиятдаги асосий жараён фикрлаш жараёни бўлиб, фикрлашнинг сифати унинг мантиқийлиги, мустақиллиги, ижодийлиги, илмийлиги, асослилиги, узвийлиги, тежамлилиги, мақсадлилиги, тезлиги, таҳлилийлиги, қиёсийлиги, умумлаштирилганлиги, хусусийлаштирилганлиги, кенглиги, чуқурлиги, ишонарлилиги, реаллиги, ҳаққонийлиги даражаси билан белгиланади. Шу билан бирга интеллектуал сифатлар хотира, тасаввур, англаш ва шу каби психологик жараёнларнинг тезлиги ҳамда бошқа параметрлари билан боғлиқ. Интеллектуал тараққиёт

даражаси ўспиринларда қанча юқори бўлса, шунчалик яхши натижаларга эришиш имконияти бўлади.

Ўспиринлар ахборот майдонида турли хабарларни таҳлил қилишда ижодий ва илмий тафаккурни шакллантиришда роли ва аҳамияти катта бўлган ижтимоий тармоқлар улкан таъсир кўрсатади, ёшларнинг илмий тафаккури шаклланишига ахборот, ёлғон ахборот, шунингдек зарар етказиш, келишмовчиликларни юзага келтириш, салбий ҳолатлар ва ҳиссиётларни шакллантириш, бузғунчи ҳаракатларга ундаш мақсадида тарқатиладиган “ёлғон ахборот” – яъни қўриниб турган, сездирмай бошқарув тусига эга бўлган ахборот салбий таъсир кўрсатади.

Замонавий оламда ахборот макони кўп сонли ва турли-туман манбалардан ахборот билан тўлдирилмоқда. Ўқувчи ва талаба–ёшлар учун олинаётган маълумот даражадасидан қатъий назар интернет ахборотнинг афзал манбаига айланди. Ёшлар интернетдан фаол фойдаланувчилар бўлиб, уларнинг ахборотли ижтимоийлашуви интернет маконида кечмоқда. Шунинг учун ёшларнинг ахборот майдонида турли хабарлардан фойдаланиш маданиятига ўргатиш кенг жамоатчиликнинг вазифасидир.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Андреева Г. М. Психология социального познания. –М.: 2000. -125 с.
2. Бодалев А.А. Личность и общение. –М., Педагогика, 1983. -265 с.
3. Ефимова Г.В., Зюбан Е.В. Влияние социальных сетей н личность. Мир науки. 2016. Том 4, номер 5, с. 10
4. Матвеева Л. В. Дети и СМИ: проблемы взаимодействия. Национальный психологический журнал. 2006 ноябрь. 42-53.
5. Юрьев А.И. Введение в политическую психологию. СПб.С.-Петербург.гос ун-т,1992, с 64.
6. Хмылёв В.Л. Концепция симулякров и социальные коммуникации современной России. Известия Томского политехнического университета, 2009, 314(6), 90–94.