

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY TA'LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI

FARG'ONA DAVLAT UNIVERSITETI

**FarDU.
ILMIY
XABARLAR**

1995-yildan nashr etiladi
Yilda 6 marta chiqadi

2024/3-SON
ILOVA TO'RPLAM

**НАУЧНЫЙ
ВЕСТНИК.
ФерГУ**

Издаётся с 1995 года
Выходит 6 раз в год

B.Sh.Shermuhammadov, G.Mirzaaxmedova	
Bo'lajak tarix o'qituvchilarida analitik tafakkurni rivojlantirish texnologiyasi xorij olimlarining tadqiqotlarda.....	17
B.Q.Qurbanova	
Ta'llimning zamonaviy globallashuv va axborotlashuv sharoitida rivojlanishga doir qarashlar	22
S.M.Zokirova, M.R.Maxkamov	
O'zbekistondagi ta'llimi tojik tilida olib boradigan maktablarda boshlang'ich sinf o'quvchilariga davlat tilini o'qitish jarayonida monolog va dialogning o'rni	27
G.I.Yuldasheva, O.M.Mirzaxamdamova	
Sotsiologik tadqiqotlarda dasturiy ta'minot va Ibm Spss dasturidan foydalanish omillari.....	33
Sh.A.Ro'zaliyev	
Informatika turkum fanlarini o'qitishda geymifikatsiyadan foydalanish bosqichlarini axborotlarni qayta ishslash va uzatish asosida tashkil etishning metodik jihatlari	40
A.R.Abdullayeva	
Nikoh yoshi - oila barqarorligini ta'minlashning ijtimoiy psixologik omili	43
N.U.Alijonov	
Ta'llim sohasidagi rahbarlarning psixologik salomatligini tadqiq etish.....	49
M.Y.Atadjanov	
Mahalla – milliy identiklilikka tahdidlardan himoya omili	54
N.N.Ahmadjonov	
Ijtimoiy psixologiyada shaxsiy qadriyatlarini aniqlash tizimi.....	60
M.A.Djalalova	
Maktabgacha yosh davri bolalarining psixologik salomatligining empirik tahlili	65
N.A.Ergasheva	
Psixologik salomatlik hamda uning mezonlari.....	69
Sh.K.Mamajonova	
O'smirlarda addiktiv xulq shakllanishining ijtimoiy-psixologik omillarini empirik o'rganish	73
D.M.Mo'minov	
Ommaviy axborot vositalaridagi manipulyativ omillarni inson ongiga tasirini o'rganish	81
D.M.Nuralieva	
O'zbek oilalarida oila qurish motivlarini o'rganishda empirik tadqiq etilganligining ijtimoiy-psixologik xususiyatlari	87
R.S.Nuriddinov	
Bo'lajak pedagoglar psixologik salomatligiga ta'sir etuvchi omillar.....	92
M.J.Rajabov	
Oilaviy munosabatlarda transakt rollar va ularning tahlili	96
F.S.Soliyev	
Zamonaviy ta'llim muhitida psixologik xavfsizlik va ijtimoiy-madaniy xavfsizligi indeksini oshirishning psixologik mexanizmlari.....	100
Sh.A.Usmonov	
Oilada bolaning o'zini anglashida ota-onas shaxsining roli	106
M.B.Yuldasheva	
Yolg'izlik hissining ifodalananish xususiyatlari	111
G.S.Yunusova	
O'quvchilarni kasb–hunarga yo'nalganligini psixologik tahlili	116
M.S.Zakirova	
Bolada shaxs fazilatlarini shakllanishida "Men" konsepsiyasining o'rni	121
H.A.G'anieva	
Maktab o'quvchilarining kasb tanlashga bo'lgan motivlarini ijtimoiy-psixologik xususiyatlari....	128
Л.Ю.Абдукадирова, Д.В.Миронов	
Интернет-зависимость школьников, как фактор снижения показателей в исследованиях PISA	134



UO'K: 370.153 + 621.394.61

OMMAVIY AXBOROT VOSITALARIDAGI MANIPULATIV OMILLARNI INSON ONGIGA TASIRINI O'RGANISH

STUDYING THE EFFECT OF MANIPULATIVE FACTORS IN MASS MEDIA ON HUMAN MIND

ИЗУЧЕНИЕ ВЛИЯНИЯ МАНИПУЛЯТИВНЫХ ФАКТОРОВ В СМИ НА РАЗУМ ЧЕЛОВЕКА

Mo'minov Davronjon Marifjon o'g'li

Farg'ona davlat universiteti, Psixologiya kafedrasи o'qituvchisi

Annotatsiya

Ushbu maqolada manipulyatsiya muammosini nazariy jihatdan o'rganish va shaxslar o'tasidagi ommaviy axborot vositalarini tasir etish belgilari aniqlash yo'llarini yoritib berilgan. Maqolani amaliy ahamiyatini oshirish maqsadida maktab o'quvchilari orasida manipulyatsiyani o'rganish bo'yicha anketa o'tkazilgan. Shu bilan birgalikda «Bass Darki» aggressivlik dinamikasini aniqlovchi metod, shaxs aktsentuatsiyasini diagnostika qilish so'rovnomasi (K.Leongard), "Xissiyot" va "Emotsiyalar"ni o'rganish metodikalaridan foydalilanigan. Ommaviy axborot vositalarida manipulyatsiya xususiyatlarini tadqiq qilish masalasini amaliy izohlangan. Ommaviy axborot vositalari shaxslarning xulqidagi o'ziga xos tomonlarini bilgan holda ularning psixik holatiga va ish harakatlari tasir qilishi mumkinligi haqida ma'lumot berilgan. Ushbu tadqiqotimiz orqali telekanallar tele dasturlarini taxlil qilganimizda vaqt reglamentini juda katta qismini chet-el film va serialari bilan band qilinganligi, tarbiyaviy axamiyatga molik bo'lgan teleko'rsatuvlarga esa juda oz vaqt ajratilganligiga alohida ahamiyat berilgan.

Abstract

This article sheds light on ways to theoretically study the problem of manipulation and identify signs of interpersonal media influence. In order to increase the practical value of the article, we conducted a questionnaire on the study of manipulation among schoolchildren. At the same time, the "Bass Darki" method for determining aggressiveness dynamics, the personality accentuation diagnosis questionnaire (K. Leongard), "feelings," and "emotions" research methods were used. The question of researching the characteristics of manipulation in mass media is explained practically. It is reported that the mass media can affect the mental state and work activities of individuals, knowing the specific aspects of their behavior. Through this research, when we analyzed the television programs of the TV channels, we paid special attention to the fact that a very large part of the time regulation was occupied by foreign films and serials, and very little time was allocated to the educational TV shows.

Аннотация

Данная статья проливает свет на пути теоретического изучения проблемы манипулирования и выявления признаков межличностного медиа влияния. С целью повышения практической ценности статьи мы провели анкетирование по изучению манипулирования среди школьников. При этом использовались методика «Басс Дарки» для определения динамики агрессивности, опросник диагностики акцентуаций личности (К.Леонгард), методы исследования «Чувства» и «Эмоции». На практике обясняется вопрос исследования особенностей манипуляции в средствах массовой информации. Сообщается, что средства массовой информации могут влиять на психическое состояние и трудовую деятельность людей, зная особенности их поведения. В рамках данного исследования, когда мы анализировали телевизионные программы телеканалов, мы обратили особое внимание на то, что очень большую часть временного регламента занимали зарубежные фильмы и сериалы, а образовательным телепередачам отводилось очень мало времени.

Kalit so'zlar: ommaviy axborot, manipulyatsiya, kommunikativ, regulativ, axborot, aksiologik, internet.

Key words: media, manipulation, communicative, regulatory, information, axiological, internet.

Ключевые слова: медиа, манипуляция, коммуникативный, регуляторный, информационный, аксиологический, интернет.

KIRISH

Ommaviy axborot vositalari bugungi kunda to'rtinchи hokimiyat sifatida xalqning minbariga aylanib bormoqda. Xalq endilikda ommaviy axborot vositalari orqali o'z fikrini emin-erkin ifoda etib, unga ishona boshladi. Shuning uchun ham so'nggi paytlarda ommaviy axborot vositalariga

bo'layotgan murojaatlarning soni keskin oshdi. Ommaviy axborot vositalarida jonli efirlar, real voqealar, masalaning ildizigacha borib o'rganilgan hayotiy haqiqatlar aks etmoqda[1, 2].

Prezident Shavkat Mirziyoyevning 2017-yil 3-avgust kuni milliy madaniyatimiz namoyandalari, ijod ahli bilan uchrashuvi ommaviy axborot vositalari sohasida ham yangi bosqichni boshlab berdi[1].

Bugungi shiddatli o'zgarishlar davrida yolg'on gapiresh, muammolarni xaspo'shslash, balandparvoz gaplar bilan go'yoki muammolarni bezash, kimadir yoqish maqsadida ko'rsatuva tayyorlash yoki maqola yozish davlatimiz rahbari ko'p ta'kidlaganidek kelajagimizga qilingan xiyonat bo'ladi. Chunki muammolarni ochiq, oshkora aytib, uni yechsak, kelajak oldida ham yuzimiz yorug' bo'ladi. Misol uchun, "Munosabat" ko'rsatuvida o'quvchilarni paxtaga olib chiqish, ko'cha supurtirish, daraxt oqlash kabi majburiy mehnat bo'yicha o'nlab ko'rsatuvarlar tayyorladik. Bu ko'rsatuvarlar xalqni qiyab kelayotgan og'riqli dard edi va bu narsalar mamlakat siyosati darajasiga ko'tarilib, oxir-oqibatda bartaraf etildi.

Bundan tashqari, mamlakatimiz oliy o'quv yurtlariga kirish imtihonlari – test tizimidagi adolatsizliklar, bunkerlar, paravozlar haqida ko'rsatuvarlar qildik. Bu muayyan korrupsiyon elementlarning keskin qarshiligiga uchrasha-da, lekin xalqning e'tirofiga sazovor bo'ldi va bu narsalar ham ommaviy axborot vositalari xalqqa ko'priq bo'lib, xalqning dardini ma'lum ma'noda hukumat darajasiga yetkazishga erishdik.

ADABIYOTLAR TAHLILI VA METODOLOGIYA

Odam bolasida ulg'aygan sari ijtimoiylashuv jarayoni shakllanib, kengayib boradi va turli ijtimoiy muhit ta'siri ostiga tushadi hamda o'zaro munosabatlarga kirishish mobaynida axborot almashinuvi jarayoni kechadi. O'zaro munosabatlarga kirishish jarayonida esa, boshqa bir shaxsni ta'siri ostiga tushib, ongsiz ravishda boshqarilishi ham mumkin. Bu manipulyativ psixologiya deb atalib, axborot almashinuvi jarayoniga kirishishda psixologik manipulyasiyaning transformatsiyasi siyosat, diplomatiya, harbiy san'at, savdo-sotiq hamda ba'zi shaxslararo munosabatlarda ko'zga tashlanadi[7]. Manipulyasiya (lotinchadan tarjima qilinganda-hovuch ma'nosini anglatadi)[9] asosan odamni sirli boshqarish bo'lib, -aldov, ayyorlik deb ataladi. Bu yo'nalish bilan ishlashda shu narsani ta'kidlab o'tish joizki, Evropa va Amerika madaniyatlari Sharq mamlakatlari qaraganda juda kech boshlangan, chunki buning oqibatlari va tarixiy malakaning yo'qligidir. Sharq mamlakatlarda bu yo'nalishning sir-asrorlari sir tutilib, maxfiy saqlangan va shaxsga bunday ta'sir o'tkazish usullari qat'iy nazorat qilingan[4].

Axborotlashuv jarayoni jamiyatdagi iqtisodiy hamda ijtimoiy-madaniy o'zgarishlarga jiddiy ta'sir ko'rsatadi. G'arb sotsiologlari fikriga ko'ra, axborotlashgan jamiyat texnologiyalarining keng joriy etilishi; iqtisodiy hayotda-axborotning tovarga aylanishi; ijtimoiy hayotda-axborot turmush, hayot darajasi o'zgarishining asosiy omiliga aylanishi; siyosiy sohada-keng miqyosda fikr almashishga zamin yaratuvchi xilma-xil axborotlarni erkin olishga yo'l ochilishi; madaniyat sohasida-axborot almashinuvi davr ehtiyojlari javob beradigan normalar va qadriyatlarning shakllanishi bilan xarakterlanadi.

Shubhasiz, zarur axborotlarga ega bo'lishga intilish – davr talabi. Biroq, bugungi kunda, shaxs, ijtimoiy guruh, millat, jamiyat va davlatning o'zi haqida axborotlarni tarqatishi ham muhim ahamiyat kasb etadi. Buning ikki asosiy jihat mavjud. Birinchidan, masalan, Internet tarmog'i imkoniyatlari kengayib borayotgan hozirgi davrda, ulardan mamlakatimizning jahon hamjamiatida tutgan o'rnini mustahkamlashda keng foydalanish zarur. Chunki, jahonga tanilish uchun nafaqat real dunyoda, balki, axborot dunyosi (virtual olam)da ham harakatlar olib borish zarur. Respublikamiz birinchi Prezidenti I.A.Karimov ta'kidlaganlaridek, «bu borada ishni to'g'ri tashkil etish uchun internet tizimidan samarali va oqilona foydalanish, uni o'zimizning ma'lumotlar bilan to'ldirish kerak...bizning zaif tomonimiz shundaki, internetda O'zbekiston bilan bog'liq ma'lumotlar juda kam[2]. Nega deganda, bizda bu jarayonning texnikasi va texnologiyasi talab darajasida emas. Milliy qadriyatlarimiz, tarix va merosimiz, bugungi fan, san'at va adabiyotimizning eng yaxshi namunalarini internetga kiritish dasturi ishlab chiqilmagan». Ikkinci muhim jihat shundaki, yurtimiz hayotiga doir ayrim noxolis, tor doiradagi manfaatlardan kelib chiqib tarqatilayotgan ma'lumotlarga javoban axborotlarni global miqyosda targ'ib-tashviq etish tashqi axborot tahidillariga qarshi o'ziga xos qalqon vazifasini bajaradi. Bu esa, turli geosiyosiy manfaatlар doirasidagi axborot tahidillari ta'sirini kamaytirish va milliy axborot makoni xavfsizligi ta'minlanishining muhim sharti hisoblanadi.

PEDAGOGIKA

Buning uchun, kishilarda axborot iste'moli madaniyatini yuksak darajada shakllantirishga erishish zarur. Shundagina ma'lumotlarga ko'r-ko'rona ergashish, ularni noto'g'ri talqin etishning oldi olinadi. Eng muhimmi esa, axborot iste'moli madaniyatiga ega inson, jamiyat, xalq va millat g'arazli manfaatlar doirasidagi geoaxborotlar ta'siriga tushib qolmaydi. Albatta, axborot iste'moli madaniyatining shakllanishi murakkab jarayon bo'lib, ijtimoiy hayotning barcha sohalarida tizimli ravishda sa'y-harakatlarni olib borishni taqozo etadi.

Axborot iste'moli madaniyatni ham madaniyatning boshqa shakllari kabi bir qator funksiyalarni bajaradi. Kommunikativ, regulyativ (tartibga solish), axborot, aksiologik (baholash) kabi funksiyalar shular jumlasidandir. Biz tahlil etayotgan muammo doirasida axborot iste'moli madaniyatining baholash funksiyasi alohida ahamiyatga ega. Masalan, internet orqali juda ko'p ijobjiy ma'lumotlar bilan birga, Sharq madaniyatiga, xususan, kishilarimiz xulqu odobiga salbiy ta'sir etuvchi axborotlar ham uzatilayotgani, tabiiyki, kishilarimiz, ayniqsa, yoshlarimiz g'oyaviy tarbiyasiga salbiy ta'sir etishi mumkin. Axborot iste'moli madaniyatini shakllantirish orqaligina bunday ta'sirlarning oldini olish mumkin. Shuningdek, "biz ba'zan G'arb madaniyatni to'xtovsiz kirib kelayotgani haqida taassuf bilan gapiramiz. Bu shunday kuchli oqimki, unga qarshi chiqish juda mushkul. Buning faqat bitta yo'li bor. U ham bo'lsa, Internetga o'zimizga mos bo'lgan ma'lumotlarni o'z vaqtida kiritishdan iborat".

NATIJA VA MUHOKAMA

Tadqiqotimizni amaliy qismida dastlabki faoliyatni ommaviy axborot vositalarini kuzatishdan boshladik. Buning uchun biz yurtimizda faoliyat olib borayotga tele kanallar ichidan eng ommabop bo'lib ulgurganlarini tanlab oldik. Bular quyidagi tele kanallardir:

- 1) Sevimli telekanali.
- 2) Mening yurtim telekanali.
- 3) Zo'r tv telekanali.
- 4) Milliy telekanali.

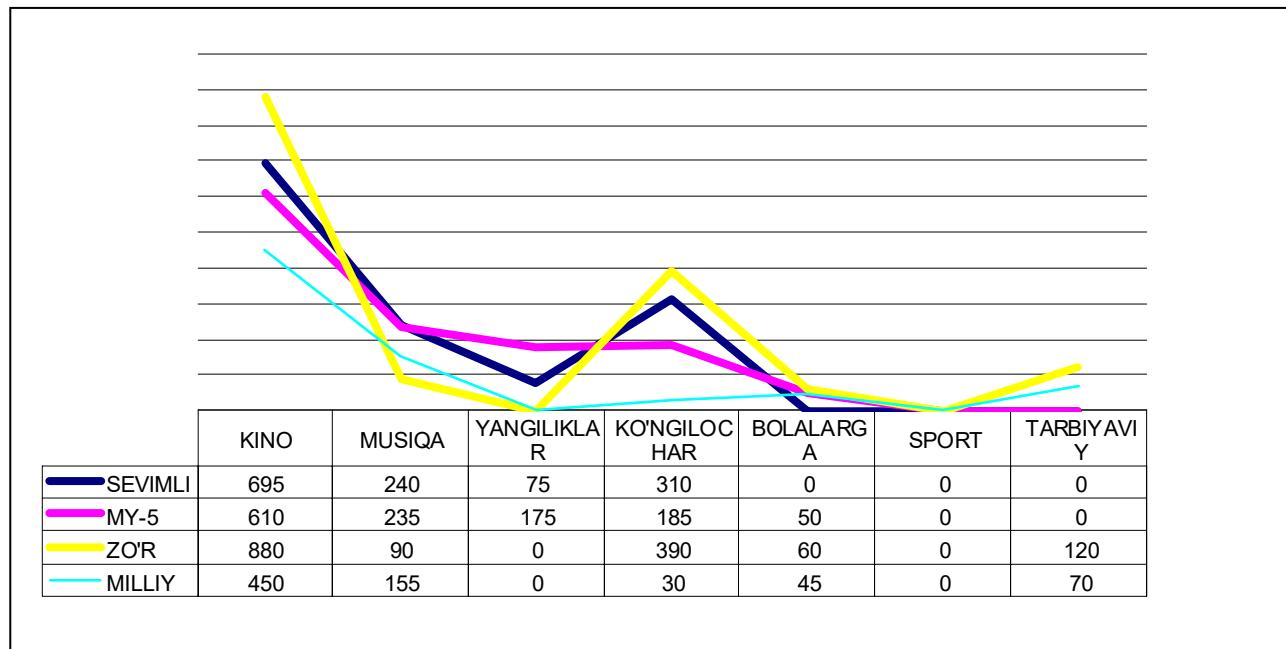
Yuqoridagi tele kanallar faoliyatini kuzatish maqsadida ular tomonidan berib borilayotgan tele dasturlar ro'yxatini taxlil qilib chiqdik. Buning uchun to'rttal telekanalning bir kunlik efirga uzatiladigan tele ko'rsatuvlar ro'yxati o'rganildi. Taxlilga ko'ra ko'rsatuvlarni kata qismini serial va filimlar tashkil qilmoqda. Undan quyi pog'onalarini esa ko'ngil ochar dasturlar va musiqa tashkil qilmoqda. Ommaviy madaniyatni targ'ib qiluvchi serial va filimlardagi saxna ko'rinishlari uni tomosha qilib turgan tomoshabinlar ruhiyatiga o'z ta'sirini ko'rsatmay qolmaydi albatta. Misol uchun telekanallar ichida Zo'r tv telekanali, serial va filimlarga qolganlaridan ko'ra ko'proq vaqt ajratib ro'yhatimizda birinchi o'rinni egalladi. Qariyb 880 minut vaqtini serial va filimlarga ajratgan bu telekanal, bizning mintalitetimizga yod bo'lgan g'oyalarni o'zida singdirgan saxna ko'rinishlariga boy bo'lgan filmlar begona millat g'oyalalarini targ'ib qilishning asosiy qurollaridan ekanligini nahot bilmasalar. Bu kabi holatlarni yana bir qator ko'rib chiqilgani ma'qul bizning fikri ojizimizcha. Fikrlarimiz isboti sifatida quyidagi (1-jadval) jadvalda tele kanallarning bir kunlik (21.01.2024-yil) tele dasturlar taxlili keltirilgan.

Tadqiqot ishimizni so'ngiga kelib tele kanallar ustida olib borilga kichik taxlilimizni qayta o'tkazdik va quyidagi jadval (2-jadval) ga natijalarimizni kerakli qolipda joylashtirdik. Ushbu ma'lumot 18.05.2024 yil sanasida efirga uzatiladigan tele dasturlardan olindi. Taxlidan olinga natijalarni o'zingiz ko'rishingiz mumkin. Bu safargi taxlilimizni ham kata qismini serial va filmlar band qilib turibdi, kegingi

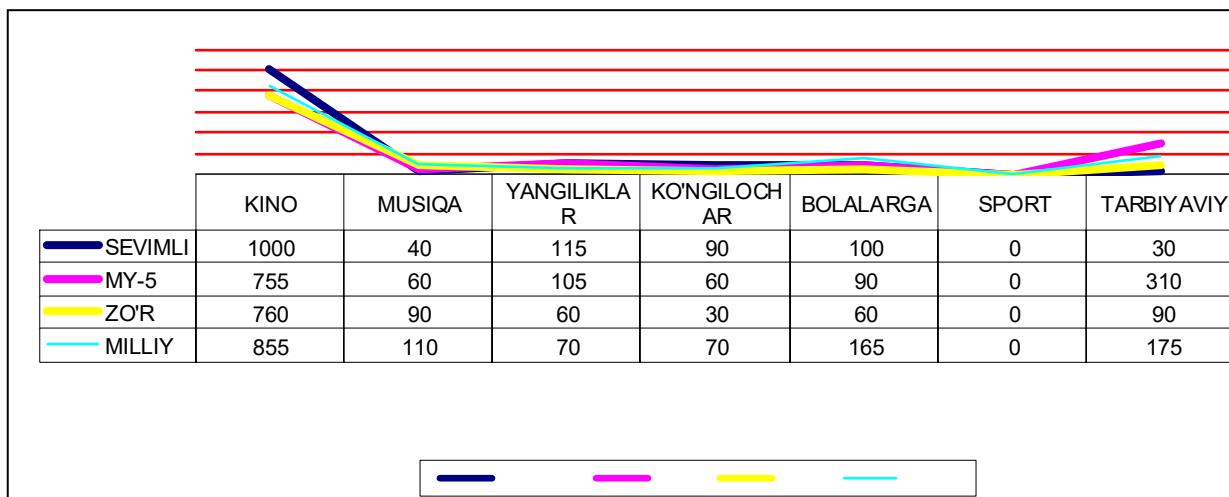
1-jadval

TV kanallar	KINO	MUSIQA	YANGILIKLAR	KO'NGIL OCHAR DASTURLAR	BOLALARGA	SPORT	TARBIYAVIY
	695	240	75	310	-	-	-
	610	235	175	185	50	-	-

ZÓR	880	90	-	390	60	-	120
	450	155	-	30	45	-	70



TV kanallar	KINO	MUSIQA	YANGILIKLAR	KO'NGIL OCHAR DASTURLAR	BOLALA RGA	SPORT	TARBIYA VIY
	1000	40	115	90	100	-	30
	755	60	105	60	90		310
	760	90	60	30	60		90
	855	110	70	70	165		175



Tatqiqot ishimizning empirik qismini taxlil qilishda kuzatishlar bilan bir qatorda bir necha metodikalar yordamida ommaviy axborot vositalarini shaxs shakillanishiga ta'sirini taxlilini o'tkazdik. Buning uchun Shaxs aktSENTUATSIYASINI diagnostika qilish so'rovnomasini (K.Leongard), Bass – Darki so'rovnomasini va ijtimoiy fikr so'rovnomalaridan foydalanildi. Birinchi o'rinda ijtimoiy fikr so'rovnomasini orqali biz tatqiqotimiz obekti bo'lgan o'spirin yigit va qizlarimizni hayotlarida ommaviy axborotga yo'nalganlik darajalarini aniqladik. Ushbu metodikamizning natijalarini quyidagi jadval (3-jadval) orqali ko'rishingiz mumkun. "Ijtimoiy fikr" so'rovnomasida jami 196 ta boladan 189 tasi ishtirok etib o'z javoblarini berdilar. Metodikamizning tahallliga binoan 45 ta ishtirokchi bilan "tengdoshlariga bo'lgan munosabat" eng yuqori o'rinni egalladi, keyingi o'rinni esa 36 ta ishtirokchi bilan "ommaviy axborot vositalariga bo'lgan munosabat" hamda "o'ziga bo'lgan munosabat" bo'limgani egalladi. Qolgan bo'limgan ham shu tartibda o'rnlarga ajratildi. So'rovnomanini taxlil qilish jarayonida bir narsaga duch keldik. Besinchchi bo'limning 5-savoliga yani Bugungi kunda ko'p miqdorda namoyish etilayotgan jangari va qo'rqninchli kinofilmlar inson ruhiyatiga salbiy ta'sir ko'rsatadi deb o'ylaysizmi? Degan savolga ishtirokchilarning 141 nafari qariyb 75% "Ha" deb javob berganlar. Shaxsning shakillanishida ommaviy axborot vositalarning o'rni katta deb o'ylaysizmi? Degan savolga esa ishtirokchilarimizning 151 nafari ya'ni 80% "Ha" deb javob berganlar. Bundan ko'rindan yoshlarimiz bugungi kunda ommaviy axborot vositalarini shaxs kamolotida tutgan o'rnini juda yaxshi anglab yetganlar.

Xulosa o'rnida shuni ta'kidlash lozimki, Yuqorida olib borilga tatqiqotlarimiz mobaynida bir narsaga guvoh bo'ldik. Bugungi kundagi shaxs psixikasiga o'zining sezilarli ta'sirini o'tkazib keluvchi Ommaviy axborot vositalaridagi berib borilayotgan ma'lumotlarni efirga yoki omma e'tiboriga uzatishdan oldin uning ta'sir doirasi qanday? Insonlarga, ayniqsa o'sib kelayotgan yosh avlod psixikasiga qay yo'sinda o'z ta'sirini o'tkazmoqda? Yoki bo'lmasa yoshlarimizga qanday stimul bermoqda? Sodda qilib aytganda qanday mativ bermoqda?, degan savollarga javob bergan holatda ommaga taqdim qilinsa maqsadga muvofiq bo'lar edi. Yuqorida telekanallar teledasturlarini taxlil qilganimizda vaqt reglamentini juda katta qismini chet-el film va seriallari bilan band qilinganligi, tarbiyaviy axamiyatga molik bo'lgan teleko'rsatuvlarga esa juda oz vaqt ajratilganligi kishini o'nga toldiradi. Albatta bu yerda reklamaga ajratilgan vaqt ko'rsatilmagan. Biz natijalarini taxlil qilganimizda telekanallarning gazeta jurnalidagi programmalaridan foydalanganmiz. Reklamaga ajratilgan vaqt teledasturlar ro'yhatida berilmaydi albatta, lekin reklama ham anchagina vaqtini o'z ichiga oladi. Lekin bir narsani yodda tutishimiz kerakki reklama va e'londa ham aslida manipulyatsiyaning bir ko'rinishidir. Doimiy ravishda bir hil narsani yoki bo'lmasam holatni namoyish qilinishi shu narsa yoki boshqa bir holatni ijtimoiy norma sifatida qabul qilinishiga olib keladi. Misol uchun bir reklama roligini taxlil qiladigan bo'lsak. "Pikovit" bolalar uchun vitamin maxsulotlari reklamasini oladigan bo'lsak. Bu reklamada pikovit maxsulotlarini istemol qilgan bolakay serg'ayrat va hushchaqchaqlik bilan devorga rasmlar chizib uyni betartib xolatga keltirganligi namoyish qilinadi. Ushbu reklama ommalashgan vaqtda ota-onalardan farzandi devorlarga chizib tashlayotganligi, sho'xligi haqida bir-birlariga noligan suhabatlarini eshitib qolardik. Shu kabi holatlarni ko'p kuzatganmiz albatta, farzandiga seryal bosh qaxramonlarini ismlarini qo'yish, yosh bolalarda kino film qahramonlariga bo'lgan taqlidlari yoki bolmasam reklamalardagi qiziqarli so'zlarni takrorlab yurish kabi holatlarni sanab o'tishimiz mumkun bo'ladi. Ommaviy axborot vositalarini faoliyatini cheklab qo'yolmaymiz albatta, lekin ushbu ishimiz orqali ularning ish

faoliyatlariga yuqori masuliyat bilan qarashlari zarurligini so'rab qolamiz. Zero sog'lom va teran fikrllovchi xalq ertamiz poydevoridir. Yuqorida aytib o'tilgan ob'ekt va sub'ektga munosabat jarayonidagi imperativ, manipulyativ hamda rivojlantirib boruvchi holatlarni to'g'ri baholay olsa to'g'ri anglay olsa, shaxsda psixologik himoyani shakllantirish, ruhiy tushkunlikka tushmaslik, tashqaridan turli voqeа-hodisalar ta'siriga berilmaslik natijasida inson manipulyatsiya qurbaniga aylanmasligi mumkin. Bundan tashqari suhbat davomida suhbatdoshning xatti-harakati, mimikasi, pantomimikasi hamda suhbatdoshning asl maqsadini to'g'ri anglay bilishi shart.

ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Shavkat Mirziyoyevning 2017-yil 3-avgust kuni milliy madaniyatimiz namoyandalari, ijod ahli bilan uchrashuvidan.
2. Mirziyoyev Sh. M. "Taqnidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik – har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak". Toshkent : O'zbekiston, 2017 y.
3. E. G'oziev. "Psixologiya metodologiyasi" Toshkent 2013 y
4. Волкогонов Д. А. Психологическая война. М., 1983.
5. Marifjon o'g, M. M. D. (2022). Ijtimoiy munosabatlarda manipulyativ ta'sirlarning psixologik assoslari. O'zbekistonda fanlararo innovatsiyalar va ilmiy tadqiqotlar jurnali, 2(13), 818-822.
6. Шостром Э. Анти-Карнеги, или Человек-манипулятор. Минск, 1992.
7. Muminov, D. (2022). Psychological and psychological and pedagogical aspects of human capital and social security. Uzbek Scholar Journal, 4, 60-62.