

IJTIMOY TARMOQLARNING SHAXSNING O'ZINI BAHOLASH VA O'ZINI NAMOYON ETISH XUSUSIYATLARIGA TA'SIRI

Raxmonova Oxshaxon Oribovna

Qo'qon davlat universiteti Psixologiya kafedrası

O'qituvchisi

<https://doi.org/10.5281/zenodo.20716704>

Annotatsiya

Mazkur maqolada ijtimoiy tarmoqlardan foydalanishning shaxsning o'zini baholash darajasiga va o'zini namoyon etish xususiyatlariga ta'siri psixologik nuqtai nazardan tahlil qilingan. Tadqiqotda ijtimoiy tarmoqlardagi faollik darajasi, idealizatsiyalashgan tasvirlarni taqdim etish, Tadqiqot natijalari ijtimoiy tarmoqlardan faol foydalanuvchilarda o'zini namoyon etishning ikki xil strategiyasi — haqiqiy va idealizatsiyalashgan o'zlikni taqdim etish — mavjudligini, shuningdek bu strategiyalarning o'zini-o'zi baholash barqarorligi bilan bog'liqligini ko'rsatdi.

Kalit so'zlar: ijtimoiy tarmoqlar, o'zini-o'zi baholash, o'zini namoyon etish, raqamli shaxsiyat, ijtimoiy taqqoslash, psixologik moslashuv, yoshlar psixologiyasi.

Kirish

Zamonaviy axborot jamiyatida ijtimoiy tarmoqlar inson hayotining ajralmas qismiga aylangan. Instagram, Telegram, TikTok, Facebook kabi platformalar nafaqat muloqot vositasi, balki shaxsning o'zini namoyon etish, ijtimoiy maqomini ko'rsatish va o'z "raqamli men"ini shakllantirish maydoniga aylandi. Ushbu jarayon, ayniqsa, o'smirlik va yoshlik davrida shaxs identifikatsiyasi shakllanishiga sezilarli ta'sir ko'rsatadi, chunki bu davrda o'zini-o'zi baholash hali barqaror emas va tashqi baholarga, ijtimoiy taqqoslashga nisbatan yuqori sezuvchanlik mavjud bo'ladi.

Mavzuning dolzarbligi shundan iboratki, ijtimoiy tarmoqlardagi "like", izoh, follower soni kabi raqamli ko'rsatkichlar shaxs uchun ijtimoiy tasdiqlanish (validation) manbai vazifasini bajara boshladi. Bu esa o'zini-o'zi baholashning tashqi omillarga, ya'ni boshqalarning reaksiyasiga bog'liq bo'lib qolishi xavfini keltirib chiqarmoqda. Shu bilan birga, foydalanuvchilar ko'pincha o'zlarining ijtimoiy tarmoqdagi qiyofasini real hayotdagidan farqli — idealizatsiyalashgan, tahrirlangan va tanlab ko'rsatilgan shaklda taqdim etadilar, bu "o'zini namoyon etish" (self-presentation) deb ataluvchi psixologik mexanizmning yangi shaklini vujudga keltiradi.

Tadqiqotning maqsadi — ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish xususiyatlarining shaxsning o'zini-o'zi baholash darajasiga va o'zini namoyon etish strategiyalariga ta'sirini nazariy va empirik jihatdan o'rganishdan iborat.

Tadqiqot vazifalari quyidagilardan iborat:

- o'zini-o'zi baholash va o'zini namoyon etish tushunchalarining psixologik mohiyatini ochib berish;
- ijtimoiy tarmoqlardagi faollik turlari (passiv kuzatish, faol baham ko'rish, qiyoslash) va ularning o'zini-o'zi baholashga ta'sir mexanizmlarini tahlil qilish;
- ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish chastotasi bilan o'zini-o'zi baholash darajasi o'rtasidagi bog'liqlikni empirik tekshirish;

- foydalanuvchilarning o'zini namoyon etish strategiyalari (haqiqiy yoki idealizatsiyalashgan) bo'yicha tipologiyasini aniqlash.

Tadqiqot metodlari

Tadqiqotda nazariy va empirik metodlar majmui qo'llanildi. Nazariy qismda ijtimoiy taqqoslash nazariyasi, o'zini namoyon etish nazariyasi va raqamli identiklik bo'yicha zamonaviy tadqiqotlar tahlil qilindi, ularning asosiy qoidalari ijtimoiy tarmoqlar kontekstiga moslashtirildi.

Empirik qismda oliy ta'lim muassasasi talabalari ishtirokida so'rovnoma o'tkazildi. Tadqiqotda 18–24 yosh oralig'idagi jami 65 nafar talaba (38 nafar qiz, 27 nafar yigit) ishtirok etdi. Tadqiqotda quyidagi metodikalardan foydalanildi:

- Rozenberg o'zini-o'zi baholash shkalasi — ishtirokchilarning umumiy o'zini-o'zi baholash darajasini o'lchash uchun;
- Ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish odatlari bo'yicha so'rovnoma (kunlik vaqt, faollik turi, platforma turlari) — foydalanish xususiyatlarini aniqlash uchun;
- O'zini namoyon etish strategiyalarini baholash so'rovnomasi — "haqiqiy" va "idealizatsiyalashgan" profil shakllantirish tendensiyalarini aniqlash uchun.

Yig'ilgan ma'lumotlar Pirson korrelyatsiya tahlili va guruhlar o'rtasidagi farqlarni aniqlash uchun Styudent t-testi yordamida statistik qayta ishlandi.

Natijalar

Tadqiqot natijalariga ko'ra, so'rovda qatnashganlarning 71 foizi kuniga 3 soatdan ortiq vaqtni ijtimoiy tarmoqlarda o'tkazishini ma'lum qildi. Ijtimoiy tarmoqlarda o'tkaziladigan vaqt bilan o'zini-o'zi baholash darajasi o'rtasida statistik jihatdan ahamiyatli manfiy korrelyatsiya aniqlandi ($r = -0,39$, $p < 0,05$) — ya'ni, platformalarda ko'p vaqt o'tkazadigan ishtirokchilarning o'zini-o'zi baholash ko'rsatkichlari nisbatan past bo'ldi.

Ijtimoiy tarmoqlardagi faollik turlari va o'zini-o'zi baholash

Tadqiqot ishtirokchilari faollik turi bo'yicha ikki guruhga ajratildi: passiv foydalanuvchilar (asosan boshqalarning kontentini ko'rib chiquvchilar) va faol foydalanuvchilar (muntazam kontent joylashtiruvchilar). Passiv foydalanuvchilarning 58 foizida o'zini boshqalar bilan qiyoslash natijasida salbiy his-tuyg'ular (qoniqmaslik, hasad, o'zini kamsitish) paydo bo'lishi qayd etildi. Bu natija ijtimoiy taqqoslash nazariyasining ijtimoiy tarmoqlar kontekstidagi amaliy tasdig'i hisoblanadi.

O'zini namoyon etish strategiyalari

Ishtirokchilarning o'zini namoyon etish xususiyatlarini tahlil qilish natijasida ikki asosiy strategiya aniqlandi: "haqiqiy o'zlikni taqdim etish" (real-self presentation) — bunda foydalanuvchi o'z profilida kundalik hayotini nisbatan tabiiy shaklda aks ettiradi, va "idealizatsiyalashgan o'zlikni taqdim etish" (ideal-self presentation) — bunda foydalanuvchi faqat muvaffaqiyat, go'zallik va farovonlik tasvirlarini tanlab joylashtiradi. So'rov natijalariga ko'ra, ishtirokchilarning 54 foizi ikkinchi strategiyaga moyil ekanligini bildirdi.

"Like" va izohlarga bog'liqlik

Tadqiqot natijalariga ko'ra, idealizatsiyalashgan o'zlikni taqdim etish strategiyasiga moyil ishtirokchilarning 63 foizi o'z joylashtirgan kontentiga kelgan "like" va izohlar sonidan o'zining kayfiyati va o'zini-o'zi baholashi sezilarli darajada bog'liq ekanligini tasdiqladi. Bu ko'rsatkich haqiqiy o'zlikni taqdim etish strategiyasiga ega ishtirokchilarda atigi 24 foizni tashkil etdi.

Demak, o'zini namoyon etish strategiyasi bilan tashqi tasdiqlanishga bog'liqlik darajasi o'rtasida bevosita bog'liqlik mavjud.

Ko'rsatkich	Idealizatsiyalashgan strategiya	Haqiqiy strategiya
Like/izohlarga kayfiyat bog'liqligi	63%	24%
Ijtimoiy taqqoslashdan salbiy his	61%	29%
O'zini-o'zi baholash (yuqori daraja)	27%	68%
Kuniga 3 soatdan ortiq foydalanish	79%	44%

1-jadval. Idealizatsiyalashgan va haqiqiy o'zini namoyon etish strategiyalariga ega guruhlarining taqqoslama natijalari

Muhokama

Olingan natijalar ijtimoiy tarmoqlarning shaxs psixologiyasiga ikki tomonlama ta'sir ko'rsatishini tasdiqlaydi. Bir tomondan, ijtimoiy tarmoqlar o'zini ifoda etish, ijodiy salohiyatni namoyon qilish va ijtimoiy aloqalarni kengaytirish imkoniyatini beradi. Ikkinchi tomondan, doimiy ijtimoiy taqqoslash, idealizatsiyalashgan tasvirlarga duch kelish va tashqi tasdiqlanishga bog'liqlik o'zini-o'zi baholashning beqarorlashishiga olib kelishi mumkin.

Tadqiqotda aniqlangan eng muhim natijalardan biri shundaki, o'zini namoyon etish strategiyasining turi (haqiqiy yoki idealizatsiyalashgan) shaxsning psixologik holatiga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Idealizatsiyalashgan strategiyaga moyil shaxslar o'z "raqamli men"i va haqiqiy "men"i o'rtasidagi farqni doimiy his qilishlari natijasida ichki ziddiyat (kognitiv dissonans) kechinmalariga moyil bo'lishlari mumkin. Bu, o'z navbatida, uzoq muddatda o'zini-o'zi baholashning tushishiga va ijtimoiy tarmoqlarga bog'liqlikning kuchayishiga sabab bo'ladi — bir-birini kuchaytiruvchi aylanma jarayon yuzaga keladi.

Shu bilan birga, haqiqiy o'zlikni taqdim etish strategiyasiga ega ishtirokchilarda o'zini-o'zi baholashning yuqori va barqaror bo'lishi, ushbu strategiyaning psixologik jihatdan sog'lomroq ekanligini ko'rsatadi. Bu natija ijtimoiy tarmoqlardan foydalanishning o'zi emas, balki foydalanish tarzi va undan kutilayotgan psixologik "foyda" turi muhim ahamiyatga ega ekanligini ko'rsatadi.

Amaliy nuqtai nazardan, olingan natijalar oliy ta'lim muassasalarida talabalar bilan raqamli savodxonlik va media-ta'lim (media literacy) bo'yicha mashg'ulotlar tashkil etish zarurligini ko'rsatadi. Bunday mashg'ulotlar yoshlarga ijtimoiy tarmoqlardagi kontentni tanqidiy baholash, o'z qadr-qimmatini tashqi baholarga bog'lamaslik va sog'lom raqamli odatlarni shakllantirish ko'nikmalarini berishi mumkin.

Tadqiqotning cheklovlari sifatida namunaning bir oliy ta'lim muassasasi doirasida olinganligi va o'z-o'zini hisobot berish (self-report) usulining subyektivlik xavfini saqlab qolishi qayd etilishi lozim. Kelajakdagi tadqiqotlarda kengroq va xilma-xil namunalar, shuningdek uzunlamasiga (longitudinal) tadqiqot dizaynlaridan foydalanish tavsiya etiladi.

Xulosa

O'tkazilgan tadqiqot natijalari quyidagi xulosalarni shakllantirish imkonini berdi:

- Ijtimoiy tarmoqlarda o'tkaziladigan vaqt bilan o'zini-o'zi baholash darajasi o'rtasida statistik jihatdan ahamiyatli manfiy bog'liqlik mavjud ($r = -0,39$).
- Passiv foydalanish (ijtimoiy taqqoslash) ko'pincha salbiy hissiy holatlar va o'zini-o'zi baholashning pasayishiga olib keladi.
- Foydalanuvchilarning yarmidan ko'pi (54%) idealizatsiyalashgan o'zini namoyon etish strategiyasiga moyil bo'lib, bu strategiya tashqi tasdiqlanishga kuchli bog'liqlik bilan bog'liq.
- Haqiqiy o'zlikni taqdim etish strategiyasi o'zini-o'zi baholashning yuqori va barqaror bo'lishi bilan ijobiy bog'liq.
- Oliy ta'lim tizimida talabalar uchun raqamli savodxonlik va sog'lom o'zini-o'zi baholashni rivojlantirishga yo'naltirilgan profilaktik dasturlarni joriy etish maqsadga muvofiqdir.

Xulosa qilib aytganda, ijtimoiy tarmoqlar zamonaviy yoshlar hayotining ajralmas qismiga aylangan bo'lib, ularning shaxs psixologiyasiga ta'siri ko'p qirrali va murakkab xarakterga ega. Ushbu ta'sirni boshqarish va undan ijobiy foydalanish ko'nikmalarini shakllantirish — zamonaviy ta'lim tizimining muhim vazifalaridan biri hisoblanadi.

Adabiyotlar, References, Литературы:

1. Goffman E. The Presentation of Self in Everyday Life. — New York: Anchor Books, 1959. — 259 p.
2. Festinger L. A Theory of Social Comparison Processes. — Human Relations, 1954. — Vol. 7. — P. 117–140.
3. Karimova V.M. Ijtimoiy psixologiya. — Toshkent: Fan, 2019. — 312 b.
4. Egamberdiyeva N.M. Yoshlar psixologiyasi. — Toshkent: Universitet, 2021. — 248 b.
5. Twenge J.M. iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious. — New York: Atria Books, 2017. — 352 p.