

**KOMMUNIKATSIYANING IJTIMOY VA PSIXOLOGIK
JIHATLARIGA DOIR**

Shirnova Yekaterina Turakulovna

filologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD),
Alisher Navoiy nomidagi ToshDO'TAU o'qituvchisi
moxi5690@mail.ru; yekaterina@navoiy-uni.uz

ANNOTATSIYA

Mazkur maqolada kommunikatsiya jarayoning ayrim ijtimoiy va psixologik jihatlari xususida fikr yuritiladi. Shaxs, shaxsiyat, o'zlik ("Men" kategoriyasi), identiklik (mansublik), ijtimoiy rol singari tushuncha va kategoriyalar izohlanadi.

KALIT SO'ZLAR

Kommunikatsiya, o'zlik, shaxs, shaxsiyat, mansublik, ijtimoiy rol...

АННОТАЦИЯ

В данной статье речь идёт о некоторых социальных и психологических свойствах коммуникативного процесса. Дается толкование таким понятиям и категориям как: личность, категория «Я», идентичность (принадлежность), социальная роль.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

Коммуникация, личность, категория «Я», идентичность (принадлежность), социальная роль...

ABSTRACT

This article deals with some social and psychological properties of the communicative process. An interpretation is given to such concepts and categories as: personality, category "I", identity, social role.

KEY WORDS

Communication, personality, category "I", identity, social role...

KIRISH

Ma'lumki, insonning har qanday faoliyati zamirida uning atrofdagi olam (boshqa insonlar, tabiat, sun'iy intellekt hosilalari) bilan kommunikatsiyasi yotadi. Shuningdek, inson aql-zakovati, fan-texnika taraqqiyori natijasida mashina va mashina o'rtasidagi kommunikatsiya faollashmoqda (1-rasm).



1-rasm. Kommunikatsiya jarayoni ishtirokchilari

Kommunikatsiya inson hayotini shu qadar qurshab olgani bois ham psixologiya, jamiyatshunoslik, siyosatshunoslik singari ko'plab sohalar nuqtayi nazaridan qiziq va dolzarb bo'lgan tadqiqot ob'yektidir. Ayniqsa, so'nggi yillarda tilshunoslik ilmida barcha muammolar diqqat markaziga insonni qo'yishga doir antroposentrizm yondashuvining faollashuvi kommunikatsiya masalasini har tomonlama va chuqur o'rganishning dolzarbligini belgilab beradi va uni kun tartibidagi masalalar qatoriga olib kiradi.

ADABIYOTLAR TAHLILI VA METODOLOGIYA

Ta'kidlab o'tilganidek, kommunikatsiya masalasi ko'plab sohalar nuqtayi nazaridan katta qiziqish uyg'otadi. Shu bois mazkur tushuncha va u bilan aloqador ko'plab masalalar yoritilgan ilmiy ishlar va adabiyotlar kun sayin ortib bormoqda. Xususan, kommunikatsiya masalasi madaniyatlararo muloqot sohasi doirasida yoritilmoqda. Mazkur masala xorij, ruz va o'zbek tilshunoslarining ishlari [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8]da tahlilga tortilgan. Mazkur ilmiy va o'quv adabiyotlari

kommunikatsiyaning ijtimoiy va psixologik jihatlarini yoritishda metodologik manbalar sifatida xizmat qiladi.

Professor Sh.Usmonova ta`kidlaganidek, kommunikatsiya ilmiy bilim tushunchasi sifatida uzoq tarixga ega bo`lib, uning bir qancha talqinlari mavjud. Masalan, amerikalik psixolog Yu. Ryush (Jurgen Ruesch) kommunikatsiya tushunchasini antropologiya, sotsiologiya, siyosatshunoslik, psixologiya, tilshunoslik va h.k. sohalarida qirqdan ortiq talqini mavjud ekanligini qayd qilgan. Demak, kommunikatsiya muammolari bilan inson faoliyatining turli sohalaridagi mutaxassislarning to`qnashishi tabiiy holdir. Bugungi kunda “kommunikatsiya” ijtimoiy-gumanitar bilimlarning asosiy tushunchalaridan biriga aylangan. Sotsiologiyada kommunikatsiyaning ob`yekti jamiyat va uning tarkibiy qismlari (ommaviy kommunikatsiya), psixologiyada shaxslararo kommunikatsiya, etnografiyada etnik guruhlararo kommunikatsiya tadqiq etiladi. San`at sohasida kommunikatsiya asar yarativchisi – rejissor, aktyor, shoir, rassom, bastakor va h.k. bilan tomoshabin, kitobxon, tinglovchi orasida, ta`lim sohasida o`qituvchi va o`quvchi orasida amalga oshadi. Kommunikatsiya (lot. communication, communis “umumiy”) – xabarni uzatish, fikr va ma`lumotlar almashinuvi, ya`ni muloqot qilishdir [7: 21-bet].

NATIJALAR

Kommunikatsiya, shu jumladan, madaniyatlararo kommunikatsiya birinchi navbatda shaxslararo muloqotdir. Demakki, kommunikatsiya jarayonida muloqot ishtirokchilarining psixologik va ijtimoiy xususiyatlari muhim ahamiyat kasb etadi.

Kommunikatsiyaning ijtimoiy va psixologik jihatlarini yoritishda o`zlik, shaxs, shaxsiyat, mansublik, ijtimoiy rol singari kategoriyalarning izohini berish muhimdir.

O`zlik – shaxsning barqaror xulqi, fel-atvori haqidagi sistema, bu avvalo ijtimoiy kontekst asosida ko`riladi. Shaxsiyatning asosini esa o`z o`zini baholash tashkil etadi, boshqa odamlarning bahosi va baholashlari bu boshqa masaladir.

Shaxsiyat ijtimoiy, psixologik va biologik tamoyillarning o`zaro ta`siri natijasidir. Shaxsga jamiyat mikro va makro darajada ta`sir qiladi. Mikro daraja – ijtimoiy yaqin bo`lgan shaxslar (do`stlari, oilasi, kursdoshlari, ishdagi hamkasblari va boshqalar).

Makro daraja shaxs o'zini mansub deb hisoblaydigan ijtimoiy muhit (muayyan rivojlanish bosqichidagi insoniyat, davlat, uning alohida tarkibi) [6: C.44].

Bularning barchasi shaxsga ta'sir qiladi, u o'zini jamiyatning qismi ekanligini anglaydi, biroq o'zining xulq atvorini nazorat qiluvchi – uning o'zidir. Ya'ni shaxs o'zini qanday ko'rishi va o'z harakatlarini qanday tushuntirishi bu shaxsning o'zligini, ya'ni “Men” kategoriyasini tashkil etadi. Shunga asosan inson o'zining qobiliyatlarini ko'radi.

Shaxsning o'zligini anglash manbalari quyidagilardir:

1. Ilk ijtimoiylashuv: ota-onalar farzandining qobiliyatlari haqida o'ylashlari va bolaning ilk “men”i o'rtasidagi kuchli bog'liqlikning mavjudligi. Bola hayotining ilk kunlaridanoq atrof-muhit bilan kommunikatsiyaga kirishar ekan o'zini o'rab turgan olam sirlarini ochish barobarida o'zligini, o'z menini anglab boradi. Bola dastlab o'zining jismoniy mavjudligini his qilsa, yoshi katta bo'lgani sari o'z o'y-fikrlari, hislarini anglab boradi, jamiyatdagi o'rnini tushunishda davom etadi.

2. Boshqa odamlar bahosi (Charlz Kulining konsepsiyasi: “menning aksi”- odamlar uni qanday qabul qilsa va qanday munosabatda bo'lsa o'zini shunday qabul qiladi (anglaydi). Inson odatda atrofdagi insonlar u haqida qanday fikrda ekanligini bilishga intilib yashaydi. Chunki insonga atropdagilar tomonidan berilgan baho uning ruhiyatiga, ijtimoiy xulq-atvoriga bevosita ta'sir ko'rsatadi (shaxs ga beriluvchi bahoga bog'liq ravishda bu ta'sirlar ijobiy ham, salbiy ham bo'lishi mumkin) va juda ko'p hollarda odamlar o'z “Men”ini atrofdagi bahoga muvofiq shakllantiradi. Shu nuqtayi nazardan pedagogik nuqtayi nazardan yondashilganda insonga uning qobiliyat va imkoniyatlarini bot-bot ta'kidlab turish uning hayot davomida muayyan yutuqlarga erishishiga turtki bo'lishi mumkin.

3. O'zini o'zi kuzatish. Inson antorfdagilarning bahosini mushohada qilish bilan bir qatorda o'z shaxsiyatini o'zi nazorat qila oladi. Bunday jihat insonni ko'plab nojo'ya xatti-harakatlardan, ijtimoiy me'yorlarga zid holatlardan saqlanishda, atrofdagilar bilan taribga solingan tarzda muloqotga kirishishda katta hamiyatga egadir.

4. Ijtimoiy taqqoslash: o'zini o'zi kuzatish va boshqalarning kuzatuv natijalarini taqqoslash. Mazkur badda ikkinchi va uchinchi bandlar uyg'unlashuvini kuzatish mumkin.

5. Turli xil ijtimoiy guruhlariga a'zolik – ijtimoiy o'zlik (идентичность). Inson hayoti davomida muayyan ijtimoiy guruh a'zosi sifatida yashaydi. Mana shu guruh uchun me'yor sanaluvchi xatti-harakatlar, xulq-atvor majmuyi inson o'zligini shakllantirishdagi muhim tashqi omildir.

O'zlikning ikki jihati mavjud:

O'zlik – odamning o'zini o'rab turgan jamiyat va atrof-muhitdan ajratish natijasi.

O'zlik – insonning o'zini o'zi anglashi (o'zini o'zi tarbiyalash va tushunish).

O'zlik shaxsning umri davomida o'zgarishga uchrashi mumkin, u bolaning go'dakligida o'zini dunyodan “alohidaligini” anglaganidan boshlab paydo bo'ladi va bu qarilik davriga kelib o'zgarishi mumkin.

Identiklik (mansublik) hissi bizning “Men”imiz hayotimiz davomida o'zgarishiga qaramasdan bu his aynan “Men”imizga o'xshaydi.

Biroq identiklikni (mansublikni) quyidagicha tushuntirish mumkin: bir shaxs boshqalarni o'zi ma'lum bir jihatlari (qadr-qimmati, obro'si va h.k) ga ko'ra guruhlariga ajratishi va o'zini ham shularning biriga a'zo deb hisoblash hissi. Har bir shaxs bir necha ijtimoiy guruhning a'zosi bo'lishi mumkin. Tabiatiga (xarakteriga) ko'ra mansublik har xil ko'rinishlari mavjud.

Shaxsning ijtimoiy mansubligi – qadr qimmat me'yorlariga ko'ra shaxsni u yoki bu ijtimoiy guruhlariga bo'lish, bunda shaxs odamlarni guruhlariga ajratadi: “biznikilar” va “o'zgalar” guruhi. Shaxs o'zgalar guruhini sinchiklab o'rganib guruhlariga ajratadi va o'zi ham mansub guruh “biznikilar”ga bo'ladi. “Biznikilar” toifasiga kiruvchilar shaxs uchun muhim ahamiyatga ega bo'lgan yaqin kishilaridir.

Masalan, uning oilasi, hamkasblari “biznikilar” guruhiga mansubdir. O'zgalar, masalan raqobatchi korxonalar ishchisi, oila a'zosi bo'lmaganlar va begonalar “o'zgalar” guruhiga kiradi. “Biznikilar” toifasiga kiruvchilar, biz uchun mansublikning bir qismi hisoblanadi [6: C.46].

Ijtimoiy mansublik o'zlikning ajralmas qismi hisoblanadi. "Biznikilar" guruhidagilarni muvafaqqiyatli va muvaffaqiyatsizlarga bo'lamiz, shunga ko'ra ularni qisman o'zimiznikilarga qo'shamiz. Bu kabi ajratish nisbiy xarakterga ega bo'lib, ayni vaqtda qaysidir mezonga ko'ra "o'zgalar" guruhiga mansub bo'lib turgan inson boshqa bir mezonga ko'ra "biznikilar" guruhiga tegishli bo'lishi mumkin. Masalan, muayyan kasb egalari (shifokorlar va o'qituvchilar) kasbiy mansublikka ko'ra turli guruhlarga mansub bo'lgani bois "o'zgalar" sifatida baholanib turgan bir vaqtda ular hududiy jihatdan bir mamlakatda yashovchilar, vatandoshlar sifatida "biznikilar" sifatida qabul qilinishi mumkin.

Biz o'zimizni shunchaki jamiyat azosi deb emas uning ajralmas qismi deb bilamiz. Xarakteriga ko'ra mansublikka ajratish turlicha ko'rinishda bo'ladi:

Gender kategoriyasiga ko'ra mansublik – erkaklik va ayollik haqidagi tasavvurlarga asosan ajratilgan, madaniy me'yorlarga ko'ra ajratilgan shaxsiy guruhlash. Gender bu aynan biologik jins emas. Gender bu - erkaklik va ayollikning madaniy me'yorlarig ega, insonning xatti-harakatlarini belgilaydigan "ijtimoiy jins" ni ta'riflaydigan tushunchadir [6: C.46].

Yosh mansubligi – avlod-ajdod va yoshiga qarab odamlarni ma'lum guruhlarga ajratish.

Etnik mansublik – shaxslarni ma'lum etnik guruhlarga ajratish. Bunga bir necha omillar ta'sir etadi:

Diniy mansublik – ma'lum diniy guruhga dahldorlik hissi.

Sinfiy mansublik – ma'lum ijtimoiy iqtisodiy yoki kasbiy jihatdan guruhlarga ajratish. Bunda u yoki bu guruhga mansublik doim ham tushunilmaydi, biroq xush ko'ruvchi odatlari haqida aytishadi. (masalan san'atda yoki sportda)

Milliy mansublik - Shaxs o'zini biror bir davlat fuqarosiga tenglashtirish (eskimos o'zini Rossiya Federatsiyasi fuqarosiga tenglashtirishi mumkin)

Hududiy mansublik (AQSHdagi shimolliklar va janubliklar)

Tabiatiga ko'ra mansublik 2 ko'rinishli bo'ladi:

Tabiiy mansublik – o'zgartirish va almashtirish mumkin bo'lmagan mansublik, uni o'zgartirib ham, berib ham bo'lmaydi. Masalan, etnik, irqiy va boshqalar.

Sun'iy mansublik – ijtimoiy guruh va jamiyat tomonidan shakllantirilgan va saqlanadigan mansublik. Masalan: sinfiy, diniy va boshqalar.

Har bir odam muayyan ijtimoiy guruhda o'z o'rniga ega bo'ladi, ijtimoiy aloqalarni shu guruh orqali amalga oshiradi. Natijada u muayyan ijtimoiy rolda harakatlanadi.

Ijtimoiy rol – shaxsning ijtimoiy statusiga bog'liq me'yoriy harakatlar sistemasi. Har bir shaxs bir nechta ijtimoiy guruhlarga kiradi, shu bilan birga bir nechta ijtimoiy rollarni bajaradi: kimdir talaba, o'g'il, er, aka, va boshqalar. Boshqa ijtimoiy rollarni bajarish bilan birga kommunikativ xususiyatlarni ham birgalikda olib boradi. Odam "bajarayotgan" ijtimoiy rollarining boshqalari bilan aloqasini ijtimoiy mansublik amalga oshiradi. Bir ijtimoiy rol boshqa-boshqa jamiyatlarda turlicha "o'ynaladi".

U yoki bu ijtimoiy rolni muvaffaqiyatli bajarish uchun quyidagilar darkor:

1. Rolning talab qilinadigan tushunchalari haqida ma'lumotga ega bo'lish.
2. Rolning talablari bilan hamjihatlilik.
3. Shaxs "Men"ining xususiyatlari va ijtimoiy o'zlikning talablariga moslik.
4. Motivatsiya (Motivatsiyalarni muvaffaqiyatli bajarish qiyin bo'ladi, masalan, talaba roli).

Shuni unutmaslik kerakki, ijtimoiy rolni bajarish shaxsning "men"iga qarama qarshi bo'lishi mumkin. Masalan, prakurorda rahmdillik va yumshoqlik tabiati bo'lishi mumkin, lekin uning kasbiy roli uni qat'iyatli va qattiqqo'l bo'lishini talab etadi [6: C.48-49].

MUHOKAMA

Yuqorida sanab o'tilgan va izohlangan o'zlik, mansublik, ijtimoiy rol singari pozitsiyalar ayni bir vaqtning o'zida insonning atrofdagilar bilan muloqotga kirishishini va kommunikatsiya jarayonida qay darajda muvaffaqiyatli ishtirok etishini belgilab beradi. Chunonchi, o'zligini, o'zining qaysi ijtimoiy guruhga mansubligini va ayni vaqtda qaysi ijtimoiy rolni o'ynayotganidan xabardor bo'lgan inson atrofdagilar bilan to'g'ri va natijali kommunikatsiyaga kirisha oladi. Qolaversa, mazkur masalalar insonning yana bir qator ijtimoiy va psixologik jihatlari (temperamenti, bilim darajasi, xarakteri va hokazolar)ga ham aloqador bo'lib, bu alohida tadqiqot predmetidir.

XULOSA

Xulosa qilib aytish mumkinki, inson atrofdagi olamni anglagani sari o'zini taniydi, o'zligini tanigani sari esa butun borliqni o'zgacha ko'ra boshlaydi. Bu jarayonlarning barchasi bevosita kommunikatsiya jarayonida yuz beradi.

ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Hirsch E. D., Joseph F. Kett, Trefil J.. The New Dictionary of Cultural Literacy. –Boston, NY.: Houghton Mifflin Company, 2002.
2. Hofstede G. & Hofstede G. J. Cultures and organizations: Software of the mind (2nd ed.). –Boston: McGraw-Hill, 2004.
3. Judith Martin, Thomas Nakayama. Intercultural communication in contexts. 5th ed. –New York: McGraw-Hill, 2010. -528 p.
4. Садохин А. П. Введение в теорию межкультурной коммуникации / а.п.садохин. М. : высш. шк., 2005. 310 с.
5. Болдырев В.Е. Введение в теорию межкультурной коммуникации. Курс лекций. –М.: Русский язык, 2009. -141 с.
6. Гузикова М. О. Основы теории межкультурной коммуникации : [учеб. пособие] / М. О. Гузикова, П. Ю. Фофанова; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. — Екатеринбург : Изд-во Урал.ун-та, 2015. — 124 с.
7. Usmonova Sh., Rixsiyeva G. Madaniyatlararo muloqot. O'quv qo'llanma. – T. 2017.
8. Shirinova Y.T. Madaniyatlararo kommunikatsiya xususida//INTERNATIONAL CONFERENCE DEDICATED TO THE ROLE AND IMPORTANCE OF INNOVATIVE EDUCATION IN THE 21ST CENTURY. September 2022.