

**Axborot iste'moli va ruhiy salomatlik: OAVning ong ostiga ta'siri****Niyazimbetova Munira Bahodir qizi**

O'zbekiston Jurnalistika va Ommaviy

kommunikatsiyalar universiteti, 4-bosqich talabasi

Annotatsiya: Ushbu maqolada axborot iste'molining inson ruhiyatiga, xususan ong ostiga qanday ta'sir qilishi yoritilgan. Maqolada jurnalistika va psixologiya sohalari kesishmasida olib borilgan kuzatuvlar asosida axborot salbiy va ijobiy oqibatlarga olib kelishi mumkinligi aniqlangan. Maqsad – OAV orqali berilayotgan ma'lumotlarning ruhiy salomatlikka ta'sirini tahlil qilish. Tadqiqotda psixologik manipulyatsiya, infogolimaniya, emotsional charchoq kabi holatlar ko'rib chiqiladi. Analiz jarayonida soxta yangiliklar, dramatik sarlavhalar va stress uyg'otuvchi tasvirlar asosiy e'tiborga olingan. Xulosa sifatida esa OAVdan ongli foydalanish bo'yicha tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: axborot gigiyenasi, ruhiy salomatlik, ong osti, OAV, manipulyatsiya, emotsional differensiallash, stress, emotsiya, infogolimaniya, media

Kirish

"Axborot – bu qurol. U bilan yo'q qilinmaydi, lekin boshqariladi." Bu fikr zamonaviy jamiyatda axborot oqimining kuchini ifodalash uchun yetarli bo'lsa kerak. Mashhur olim Marshall McLuhan OAVni "inson ongining cho'zilmasi" deb ta'riflagan. Darhaqiqat, inson miyasi kun davomida ko'plab axborotlarni iste'mol qiladi va bu jarayon, psixologik jihatdan, charchoq, tashvish, stress, hatto depressiyaga olib kelishi mumkin. Ayniqsa, ijtimoiy tarmoqlar orqali tarqalayotgan yangiliklar, sensatsion sarlavhalar va



manipulyativ materiallar odam ong ostiga ta'sir qilib, unda xavotir, beqarorlik va ortiqcha sezuvchanlikni kuchaytiradi. Ushbu maqola aynan shunday holatlarni ko'rib chiqadi va axborot iste'molining ruhiy salomatlikka ta'sirini jurnalistika hamda psixologiya yondashuvi bilan tahlil qiladi. Axborot gigiyenasi konsepsiyasi shaxsga axborot oqimini boshqarish, ishonchli va sifatli manbalarni tanlash, shuningdek, ma'lum vaqt oralig'ida axborotdan uzilish imkonini beradi. Ushbu mavzu yoshlar, jurnalistlar, kontent yaratuvchilar va psixologlar uchun dolzarb hisoblanadi.

Asosiy qism

Zamonaviy inson uyg'ongandan to uxlagunga qadar minglab axborotlarga duch keladi. Har bir xabar, surat, video yoki maqola ongda muayyan emotsional iz qoldiradi. Shuning uchun psixologiyada "infogolimaniya" – axborotni haddan ortiq iste'mol qilish holati keng o'rganilmoqda. Bu vaziyat odamning emotsional stabil holatini izdan chiqaradi. OAVda tez-tez uchraydigan clickbait (boshqa maqsaddagi) sarlavhalar odam ong ostida xavf, hayajon, qiziqish uyg'otadi. Bu sarlavhalar o'quvchini maqolani ochishga majbur qiladi, lekin ko'pincha ichki bezovtalikni ham orttiradi. Masalan, “Hozir o'qimasangiz afsuslanasiz!” kabi sarlavhalar – ochiq psixologik bosimdir. Shuningdek, OAVdagi dramatik sahnalar, falokatlar tasviri, jinoyat voqealari inson ong ostiga tahdid, xavf hissini keltirib chiqaradi. Bu esa hissiy charchoq va stressni yuzaga keltiradi. Amerikada o'tkazilgan so'rovnomalarda doimiy yangilik iste'molchilari o'rtasida xavotirli buzilishlar 40% ko'proq uchrashi aniqlangan. Bundan tashqari, ijtimoiy tarmoqlardagi filtrlangan hayotlar va sun'iy ideallar – o'zini solishtirish sindromiga olib keladi. Bu sindrom o'ziga past baho berish, tushkunlik va ishsizlik hissi kabi ruhiy muammolarni kuchaytiradi. Jurnalistika sohasi vakillari uchun ham bu masala muhim. Ularning axborotni yetkazish uslubi va tanlagan materiallari jamiyatning ruhiy salomatligiga sezilarli ta'sir ko'rsatadi.

Axborot iste'molining psixologik ta'sirini tahlil qilishda, yomon xabarlarining ham jamiyat uchun muhimligi e'tibordan chetda qolmasligi kerak. Axborot berish jarayonida



haqiqatni oshkor qilish axloqiy majburiyatdir, biroq buning uslubi va hajmi inson ruhiyatiga ta'sir ko'rsatmasligi lozim. Shu maqsadda, axborotni qabul qilishda inson psixologik differensiallashtirish ko'nikmalarini rivojlantirish zarur. Bu ko'nikma — axborotni ongli ravishda saralash va emotsional masofani saqlashni anglatadi, bu esa shaxsga salbiy xabarlar ta'sirini yumshatish imkonini beradi. Jurnalistika va psixologiya sohalarining hamkorligi esa axborotni yetkazishda psixologik xavfsizlikni ta'minlash, ijobiy yechimlar va yordam resurslarini ham targ'ib qilish orqali jamiyatning ruhiy barqarorligini mustahkamlashga xizmat qiladi. Shu bois, axborot yetkazishda etika, haqqoniylik va emotsional ta'sirni hisobga olish zarur. Ijobiy yangiliklar, insonparvarlik voqealari va umid uyg'otuvchi hikoyalar ruhiy holatni yaxshilashga yordam beradi, stress gormonlarini kamaytiradi va ijtimoiy birdamlik hissini oshiradi. Axborot - butunlay yomon narsa emas. U ongli foydalanilsa, motivatsiya, bilim va emotsional barqarorlik manbai bo'la oladi. Muammo – axborotni qanday iste'mol qilayotganimizda. Shuning uchun jurnalistlar axborot berishda etik mezonlarga, foydalanuvchilar esa psixologik differentsiallashtirish ko'nikmasiga ega bo'lishlari muhim.

Xulosa

Axborot zamonaviy inson hayotining ajralmas qismidir. Ammo uning ta'siri nafaqat ongda, balki ong ostida ham aks etadi. Haddan ortiq axborot, manipulyativ yangiliklar va negativ kontent inson ruhiyatini izdan chiqaradi. Shuning uchun axborotdan foydalanishda tanlovchanlik, hushyorlik va hissiy differensiallashtirish muhim ahamiyatga ega. OAV xodimlari esa bu ta'sirni chuqur tushungan holda axborot tarqatishlari, auditoriyani salbiy emotsiyalarga emas, balki ongli fikrlashga undashlari kerak. Shu yo'l bilan axborot ijobiy kuchga aylanishi mumkin.



Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. McLuhan M. Understanding Media: The Extensions of Man. – MIT Press, 1994.
2. G'ulomov Z.B “Formation Opportunities of Information Consumption Culture Among Youth”
3. Askarova D. “Psychological Effects of Smartphone Addicition” 2024
4. <http://www.helpguide.org> – "Self-help strategies for anxiety relief"
5. www.psychologytoday.com – “Information Overload and Anxiety”.