



ИЖТИМОЙ ТАРМОҚЛАРДА ВИЗУАЛ КОНТЕНТ ОРҚАЛИ МИЛЛИЙ ҚАДРИЯТЛАРНИ ТАРҒИБОТ ҚИЛИШНИНГ ПСИХОЛОГИК МЕХАНИЗМЛАРИ

Ахмuroдов Диёрбек Қурбонбой ўғли
тадқиқотчи

Аннотация. Тезисда ижтимоий тармоқларда визуал контент орқали миллий қадриятларни тарғибот қилишнинг когнитив ва психологик механизмлари тадқиқ этилган. Визуал образларнинг матнга нисбатан 60000 марта тезроқ қабул қилиниши, инсон қабул қилаётган ахборотнинг 90% визуал бўлиши ва эмоционал хотиранинг визуал материалларни узоқроқ сақлаши илмий асосланган. Инфографика, мем-маданият, видео-сторителлинг ва рангшунослик принциплари таҳлил қилинган.

Калит сўзлар: визуал контент, когнитив психология, миллий қадриятлар, инфографика, мем-маданият, видео-сторителлинг, ижтимоий тармоқлар.

Долзарблик. Замонавий рақамли муҳитда визуал контент маълумот истеъмолининг асосий шаклига айланди. МІТ тадқиқотлари шуни кўрсатадики, инсон мияси визуал образларни 13 миллисекунда қабул қилади, бу матнни ўқишдан 60000 марта тезроқдир [1]. Ижтимоий тармоқларда визуал контентли постлар одатий матнга нисбатан 94% кўп кўрилади ва 40 марта тезроқ тарқалади [2]. Ўзбекистон контекстида, Instagram ва ТiкТок фойдаланувчилари ўртача кунига 147 минут визуал контент истеъмол қиладилар [3]. Бу рақамлар миллий қадриятларни тарғиботлашда визуал контентнинг стратегик аҳамиятини кўрсатади.

1. Визуал контентнинг когнитив устунлиги: нейропсихологик асослаш

Нейрокогнитив тадқиқотлар шуни исботладики, инсон мияси ахборотнинг 90% визуал каналлар орқали қабул қилади [4]. Визуал маълумотлар вентрал окципитотемпорал кортекс (VOT) томонидан параллел равишда ишланади, бу эса тез ва самарали идрокни таъминлайди [5]. Миллий қадриятлар контекстида бу



жуда муҳим – миллий символлар, тарихий образлар ва маданий элементлар визуал шаклда тақдим этилганда, улар тезроқ ва чуқурроқ эсда қолади.

А.Павионинг икки канали назарияси (Dual Coding Theory) шуни таъкидлайдики, визуал ва вербал ахборот миёда алоҳида кодланади [6]. Агар миллий ғоя бир вақтнинг ўзида ҳам визуал (расм, видео), ҳам вербал (матн, овоз) шаклда тақдим этилса, у икки хил хотира тизимида сақланади ва эсда қолиш эҳтимоли 6 марта ортади [7].

2. Эмоционал резонанс ва визуал образлар: миллий архетиплар

К.Юнг архетип назарияси асосида таъкидлаганидек, маълум визуал образлар коллектив онгостида чуқур маънога эга [8]. Ўзбекистон контекстида миллий архетипларга қуйидагилар киради: Регистон гумбазлари (маънавий марказ архетипи), дастурхон (меҳмондўстлик ва бирлик), чопон (аждодлар мероси), лозазор (ватан табиати). Бу образлар ижтимоий тармоқларда кенг қўлланилганда, улар миллий ўзликни автоматик равишда фаоллаштиради [9].

Рангшунослик нуқтаи назаридан, миллий байроқдаги рангларнинг психологик таъсири алоҳида аҳамиятга эга. Кўк ранг (осмон, тинчлик, орзу), оқ (поклик, ҳалоллик), яшил (Наврўз, янгиланиш), қизил (ҳаёт кучи) – бу рангларнинг комбинацияси эмоционал даражада миллий идентификацияни мустаҳкамлайди [10].

3. Инфографика ва миллий маълумотларни визуаллаштириш

Инфографика – мураккаб маълумотларни оддий визуал шаклга солиш санъати. Тадқиқотларга кўра, инфографика матнга нисбатан 30 марта кўп ўқилади ва 3 марта тезроқ эсда қолади [11]. Миллий қадриятлар тарғиботида инфографика қуйидаги вазифаларни бажаради:

а) Статистик маълумотларни жозибадор қилиш. Мисол: "Мустақиллик йилларида Ўзбекистон" инфографикаси – иқтисодий ўсиш, инфратузилма, таълим, соғлиқни сақлаш соҳасидаги ютуқларни визуал шаклда намойиш этиш. Оддий жадвал ўрнига, рангли диаграммалар, иконкалар ва қисқа рақамлар миллий ғурур туйғусини самаралироқ уйғотади.

б) Тарихий воқеаларни timeline шаклида тақдим этиш. Тарих китобидан фарқли ўлароқ, визуал timeline аждодлар меросини, муҳим саналарни ва шахсларни бир қарашда кўрсатади. Бу ёшларнинг тарихни ўрганишга қизиқишини оширади [12].



4. Мем-маданият ва миллий қадриятлар: виралликнинг янги шакли

Мем – визуал образ ва қисқа матннинг комбинацияси бўлиб, у ижтимоий тармоқларда вирал тарзда тарқалади. Р.Доукинс эволюцион биологиядан "мем" тушунчасини киритган бўлса [13], бугунги кунда у рақамли маданиятнинг асосий элементига айланган. Мемлар юмор орқали маълумот етказди ва бу уларнинг таъсирини кучайтиради [14].

Миллий контекстда мемлар икки йўналишда самарали:

1) Миллий ғурурни кучайтириш. Масалан, "Ўзбекистон ошининг бошқа давлатлар ошидан устунлиги" ҳақидаги ҳазиллар миллий қадриятларни ёш аудитория орасида оммалаштиради.

2) Ташқи маданий босимга ҳазил билан жавоб бериш. Глобал маданиятнинг экспансиясига қарши миллий мемлар ўзликни ҳимоя қилиш ва маънавий иммунитетни кучайтириш воситасига айланади [15].

5. Видео-сторителлинг: эмоционал таъсирнинг энг қудратли шакли

Видео контент ижтимоий тармоқларда энг юқори engagement (жалб қилиш) даражасига эга. Facebook маълумотларига кўра, видео бошқа контент турларига нисбатан 1200% кўп улашилади [16]. TikTok ва Instagram Reels форматлари қисқа (15-60 сонияли) видеоларни оммалаштирди ва бу миллий тарғиботда янги имкониятлар яратди.

Видео-сторителлинг (ҳикоя айтиш) нейропсихологик жиҳатдан жуда таъсирчан. П.Заак тадқиқотлари шуни кўрсатадики, яхши ҳикоя мияда окситоцин (ишонч гормони) ишлаб чиқарилишини 47% га оширади [17]. Миллий қаҳрамонлар ҳақидаги қисқа видеолар, аجدодлар тарихи, замонавий ютуқлар – буларнинг барчаси эмоционал сторителлинг орқали миллий ўзликни кучайтиради.

Самарали видео-сторителлинг формуласи: Hook (3-5 сония: диққатни жалб қилиш) → Story (25-40 сония: ҳикоя ривож) → Value (10-15 сония: хулоса ва қадрият) → CTA (5 сония: ҳаракатга чақирув) [18].

Хулоса

Ижтимоий тармоқларда визуал контент миллий қадриятларни тарғибот қилишнинг энг самарали воситасидир. Когнитив психология, нейробиология ва маданият назариялари синтези шуни кўрсатадики, визуал образлар:

1) 60000 марта тезроқ қабул қилинади ва узоқроқ эсда қолади;



- 2) Эмоционал резонанс орқали миллий ўзликни автоматик фаоллаштиради;
- 3) Инфографика, мем ва видео форматларида вирал тарқалиш имкониятига эга;
- 4) Миллий архетиплар ва символлар орқали коллектив хотирани мустаҳкамлайди.

Келажакда миллий ғоя тарғиботи визуал-марказлашган стратегияларни қўллаши, замонавий платформаларнинг (TikTok, Instagram, YouTube Shorts) имкониятларидан фойдаланиши ва визуал контент яратишда юқори профессионал даражага эришиши зарур.

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Potter M.C., Wyble B., Hagmann C.E. Detecting meaning in RSVP at 13 ms per picture // Attention, Perception, & Psychophysics. – 2014. – Vol. 76. – P. 270-279.
2. BuzzSumo. Visual Content Performance Analysis 2023. – London, 2023. – 89 p.
3. Ўзбекистон Рақамли технологиялар вазирлиги. Ижтимоий медиа статистикаси. – Тошкент, 2023.
4. Medina J. Brain Rules. – Seattle: Pear Press, 2014. – 301 p.
5. Grill-Spector K., Weiner K.S. The functional architecture of the ventral temporal cortex // Nature Reviews Neuroscience. – 2014. – Vol. 15. – P. 536-548.
6. Paivio A. Mental Representations: A Dual Coding Approach. – Oxford: Oxford University Press, 1990. – 322 p.
7. Mayer R.E. Multimedia Learning. – Cambridge: Cambridge University Press, 2009. – 318 p.
8. Jung C.G. The Archetypes and the Collective Unconscious. – Princeton: Princeton University Press, 1981. – 451 p.
9. Абдуллаев Қ. Миллий архетиплар ва замонавий маданият // Санъатшунослик. – 2022. – №3. – Б. 45-56.
10. Elliot A.J., Maier M.A. Color psychology // Advances in Experimental Social Psychology. – 2014. – Vol. 49. – P. 61-125.
11. Smiciklas M. The Power of Infographics. – Indianapolis: Que Publishing, 2012. – 216 p.
12. Раҳмонов С. Визуал таълим ва ёшларда тарихий онг // Педагогика. – 2023. – №1. – Б. 78-84.



13. Dawkins R. The Selfish Gene. – Oxford: Oxford University Press, 1976. – 360 p.
14. Shifman L. Memes in Digital Culture. – Cambridge: MIT Press, 2014. – 187 p.
15. Қахқоров Б. Мем-маданият ва миллий ўзлик // Ижтимоий фанлар. – 2023. – №2. – Б. 112-119.
16. Facebook Business. Video Marketing Statistics and Trends. – Menlo Park, 2023.
17. Zak P.J. Why Your Brain Loves Good Storytelling // Harvard Business Review. – 2014. – October. – P. 2-5.
18. Aaker J., Smith A. The Dragonfly Effect. – San Francisco: Jossey-Bass, 2010. – 227 p.