

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ
ГУЛИСТОН ДАВЛАТ УНИВЕРСИТЕТИ
ПЕДАГОГИКА ВА ПСИХОЛОГИЯ КАФЕДРАСИ

Р е Ф е Р А Т

Мавзу: Ижтимоий психологиянинг методлари

Бажарди: 21-15 гуруҳ талабаси Арзикулов Илёс

ГУЛИСТОН 2016

Мавзу: **Ижтимоий психологиянинг методлари**

1. Асосий методларнинг қисқача тавсифи

Ҳар бир алоҳида фанда бўлгани сингари ижтимоий психологиянинг ўз методлари ва уларни қўллаш воситалари мавжуд. Тўғри, уларнинг аксарияти психология ва социология фанларида қўлланиладиган усулларга яқин, лекин фаннинг предметидаги ўзига хосликни ҳисобга олган ҳолда уларни ишлатиш йўллари ва маълумотларни илмий жиҳатдан таҳлил қилишда фарқлар мавжуд.

Масалан, умумий психологияда бўлгани каби ижтимоий психологияда ҳам **кузатиш методи** қўлланилади, лекин кузатув объекти конкрет шахсдаги психик фаолият эмас, балки шахснинг ижтимоий муносабатлар тизимида бевосита кузатиш мумкин бўлган ижтимоий ҳулқидир. Яъни, кузатувчи аниқ олдиндан белгиланган режа асосида ўзи ўрганаётган гуруҳнинг фаолиятини, вербал ва невербал хатти-ҳаракатларни маълум вақт бирлигида муттасил кузатиб, олинган маълумотларни қайд этиб боради. Бунда замонавий аудио ва видеотехникадан фойдаланиш, у ёки бу ҳаракатларни қайта-қайта кўриш орқали керакли ҳулосаларни чиқариши мумкин. Айниқса, ҳозирда фан ва технологиялар, мобил алоқа воситалари кенг қулоч ёзган шароитда турли ижтимоий вазиятларда одамлар ҳулқ-атворини кузатиш ва қайд этиш унчалик қийин иш эмас. Рақамли ёзиш воситаларининг кўплиги эса кузатиш объектларини компьютер тарқоғига тушириш ва хатти-ҳаракатни бир неча таҳлилчилар ҳукмига ҳавола этиш имконияти ҳам мавжуд. Ижтимоий психологияда қўлланиладиган кузатиш методининг асосан уч шакли мавжуд:

а) **“қўшилиб кузатиш”** – бунда тадқиқотчи кузатилувчилар фаолиятига бевосита аралашиб, улар билан керак бўлса, яшайди ва ишлайди. Бу усулдаги энг муҳим хусусият унинг табиийлиги бўлиб, кузатиш объектлари ўзларининг кузатилаётганликларини сезмайдилар ва кузатувчини гуруҳнинг аъзоси сифатида қабул қиладилар. Ушбу шартнинг бузилиши экспериментнинг самарасиз бўлишига олиб келиши мумкин.

б) **“ташқи кузатиш”** – кузатилувчилар фаолиятига аралашмаган ҳолда улар ташқи ҳулқ-атворини қайд қилишдир. Бу усул муайян вақт ва сабр-тоқат талаб қилиши билан бошқа методлардан фарқ қилади, баъзида қисқа муддат ичида тадқиқотчи ўзини қизиқтираётган предмет хусусида ҳеч нарса қайд қила олмаслиги ёки тасодифан қўлга киритилган маълумот асосида ҳулоса чиқаришга мажбур бўлиши мумкин. Шунинг учун ҳам бу усул бошқа усулларга қўшимча восита сифатида ишлатилади. Масалан, кузатувчи ролида ўқитувчи бўладиган бўлса, у сифндаги етакчилар ёки гуруҳ фаолиятига қўшила олмаётган, доимо бегонасирайдиган болаларнинг ҳулқ-атворини ташқи кузатиш орқали муттасил ўрганиб боради.

в) **“муҳим вазиятларни қайд этиш”** усулида кузатишнинг моҳияти шундаки, алоҳида шахс ёки гуруҳ кутилмаган, тасодифий вазиятга солинади, ва уларнинг вазиятга муносабати, ўзини тутиши, зиддиятли ва қийин ҳолатлардан чиқиш йўллари кузатилади. Масалан, гуруҳни атайлаб олдиндан тузилган сценарий ёрдамида мунозарали вазиятга солиш ва унда ҳар бир гуруҳ аъзосини ўзини қандай тутиши ва баён этган фикрларини зикр этиш бунга ёрқин мисолдир.

Агар кузатиш методи ижтимоий психологияга умумий психологиядан ўтган усул бўлса, **ҳужжатларни таҳлил қилиш** усули социологиядан кириб келгандир. Бу усул ижтимоий фаолиятнинг маҳсулини ўрганишга қаратилган бўлиб, тўпланган маълумотларнинг ишончлилиги, математика ва статистика услублари ёрдамида қайта ишлаш имкониятининг мавжудлиги сабабли маълум афзалликларга эга. Бу усулнинг яна бир номи **контент-таҳлил** бўлиб, таҳлил қилинадиган ҳужжатлар тоифасига асосан оғзаки (сўзланган нутқ матнлари, суҳбатларнинг ёзиб олинган қисмлари, бевосита мулоқот жараёнида қайд этилган манбалар) ёки ёзма (расмий ҳужжатлар, газета-журналлардаги мақолалар, хатлар, маънавий-маърифий адабиётлар матнлари ва шунга ўхшаш) ҳолда тавсия этилган маълумотлар киради.

Контент-таҳлилни қўллашда тадқиқотчи олдида турган асосий муаммо – бу текширув бирликларининг бўлиши, категорияларни аниқлашдир. Кўплаб тадқиқотчилар фикрларини умумлаштирган ҳолда таҳлил қилиш учун унинг бирликлари қуйидагилар бўлиши мумкин, деб ҳисоблаймиз:

а) алоҳида иборалар ёки сўзларда билдирилган тушунчалар (масалан, демократия, фаоллик, ташаббус, ҳамкорлик ва ҳоказо)

б) яхлит абзацлар, матнлар, мақолалар ва шунга ўхшашларда кўтарилган мавзулар (масалан, миллатлараро муносабатлар мавзуси, инсонлардаги миллий қадриятлар, ёшлар маънавияти мавзуси ва ҳоказо)

в) тарихий алломалар, сиёсатшунослар, таниқли шахсларнинг номлари (масалан, Фидокорлар миллий-демократик партияси лидерларининг вақтли оммавий ахборот воситаларида чиқишларини таҳлил этиш, конкрет тарихий шахснинг тарихдаги ўрнини аниқлаш, масалан, Амир Темурнинг шахс сифатидаги образини ўрганишда ва х-зо);

г) ижтимоий ҳодиса, расмий ҳужжат, бирор аниқ факт, асар (масалан, оилавий можаролар, Ўзбекистон Конституциясининг муҳокамаси, янги ёзилган асарга ўқувчиларнинг муносабати ва шунга ўхшаш).

Яхши ўтказилган контент таҳлил – аслида ижтимоий психологик тадқиқотларда жуда муҳим аҳамиятга эга. Лекин олинган маълумотларнинг ишончлилиги шу борада илгари ишлаган шахслар – экспертлар баҳоси, айти шу фактни текшириш учун бошқа методларни ҳам қўллаш ва маълумотларни солиштириш ҳамда айти объектни айти вазиятда қайта таҳлил қилиш йўллари билан эришилади. Тўпланган миқдорий маълумотлар математик статистика методлари ёрдамида қайта ишловдан ўтказилмоғи лозим. Контент – таҳлил тадқиқотчидан каттагина ўқувни талаб қилади, чунки бир томондан у ёки бу матнни тушунишнинг маҳорати бўлиши керак, иккинчидан,

тадқиқот сўнгида қўлга киритилган миқдорий натижаларни яна қайта сифат шаклига келтириш ва тушунтириб бериш лозим.

Сўров методлари. Сўров методлари ижтимоий психологик тадқиқотларда кенг қўлланилади, айниқса, анкета сўрови ва интервью шулар жумласидандир. Бу методларни қўллашда қатор методологик қийинчиликлар вужудга келади, биринчидан, доим шахслараро муносабатлар, ўзаро таъсир шакллари мавжуд, иккинчидан, тадқиқотчининг субъектив муносабатларини ҳам инкор қилиб бўлмайди. Тадқиқот мобайнида шахслараро идрок қилиш ва субъектив бир-бирини тушунишга қаратилган барча қонуниятлар ишлайди. Шунга қарамай, жуда кўп ижтимоий психологик маълумотларни тўплашда сўров методлари энг қулай усуллар сифатида ишлатиб келинмоқда.

Интервью ўтказиш учун одам махсус равишда тайёргарлик кўриши керак, чунки у тадқиқотчидан қатор муҳим шахс сифатларининг бўлишини талаб қилади. Шунинг учун ҳам ижтимоий психологияда “ролли ўйинлар” методи ёрдамида психолог ёки социолог махсус тайёргарлик курсидан ўтади, турли вазиятларда турли тоифали инсонлар билан интервью ўтказиш орқали, ўз малакасини оширади.

Анкета методи ҳаммага таниш бўлган усуллардан бири. Лекин кўпинча анкетани ўтказган одам унинг тузилиши қанчалик қийинлигини ёки олинган маълумотларни қайта ишлаш, уларни тўғри шарҳлаш нақадар мушкул эканлигини тасаввур қилмайди. Анкетага киритилган саволлар маълумотига кўра *анкета очик ва ёпиқ* турларга бўлинади. Очик анкета респондентдан ўз фикрини эркин баён этишни талаб қилади, ёпиқ шаклдаги анкета саволларининг эса жавоблари олдиндан берилган бўлиб, текширилувчи ўзига маъқул бўлган, ўзининг қарашлари, фикрлари билан мос келган жавобни белгилаб беради. Очик саволларнинг камчилиги – респондентларнинг ҳар доим ҳам қўйилган вазифага етарли даражада масъулият билан қарамасликлари ҳамда берилган жавобларни статистик жиҳатдан ишлов беришдаги қийинчиликлар бўлса, ёпиқ анкетада респондентга текширилувчи (томонидан ўз) фикрига эргашишга ўхшаш ҳолатнинг мавжудлиги ёки ҳар доим ҳам ҳамма саволнинг барча жавоб вариантларини топиб билмасликдандир. Шундай ҳолатларда респондент ё умуман жавоб бермаслиги ёки “таваккал” қилиб бир вариантни белгилаб бериши мумкин. Шунинг учун ҳам кейинги пайтларда ярим ёпиқ саволлардан иборат анкеталар тузилмоқдаки, уларда жавоб вариантларидан ташқари қўшимча тарзда фикр билдириш учун қўшимча қаторлар берилади.

Анкетага киритилган саволлар тўғридан-тўғри берилиши мумкин. Масалан, “...хусусида Сизнинг фикрингиз?”, “...эканлигини биласизми?”, “Сизга маъқулми?” ва шунга ўхшаш. Лекин саволлар билвосита берилса ҳам у яхши қабул қилинади. Масалан, “Баъзи одамлар..., деб ҳисоблайдилар. Сизчи?” ёки оилавий даромад тадқиқотчини қизиқтирганда тўғридан-тўғри “Даромадингиз қанча?” демасдан, балки уй-рўзғор буюмлари рўйхати ва бошқа пул билан боғлиқ нарсаларнинг бор ёки йўқлигини сўраш йўли билан ҳам ўрганиш мумкин. Кўпгина тадқиқотларда текширилувчиларга

“проектив” саволлар ҳам берилади. Бунда шахсга бир қанча ҳаётий вазифалар у ёки бу ҳулқ-атвор шакллари таклиф қилиниб, улар ичидан ўзига маъқул, у маъқуллаши мумкин бўлган жавобни танлаш топширилади.

Ижтимоий психологик тестлар. Тестлар психологиянинг махсус усулидир. Улар қисқа синов усули бўлиб, у ёки бу ижтимоий психологик ҳодиса қисқа муддат ичида бир техник восита сифатида унинг ёрдамида текширилади. Тестлар асримизнинг бошида кашф қилинган бўлиб, улар 20-30-йилларда ҳаётга, амалиётга шунчалик шиддат билан кириб келдики, натижада махсус соҳа - **психометрика** юзага келди. Тестларни қўллашнинг қулайлик томони шундаки, бир тест ёрдамида маълум объектнинг у ёки бу хусусиятини бир неча марта, такрор-такрор синаб кўриш мумкин. Лекин уларни универсал деб бўлмайди, чунки у ёки бу тест муайян турдаги объектда синалган бўлса, уни шунга ўхшаш объектлардагина қўллаш мумкин, холос, қолаверса, ундан олинган маълумотлар нисбий хусусият касб этади.

Ижтимоий психологик эксперимент. Ижтимоий психологик эксперимент – бу ижтимоий ҳодисаларни ўрганиш мақсадида текширувчи билан текширилувчи ўртасидаги мақсадга йўналтирилган мулоқотдир. Бундай мулоқотнинг юзага келиши учун экспериментатор, яъни текширувчи махсус шароит яратади ва ана шу шароитда аниқ режа асосида фактлар тўплайди. Умумий психологияда бўлгани сингари, ижтимоий психологияда ҳам унинг табиий ва лаборатория турлари фарқланади.

Лаборатория эксперименти одатда махсус шароитларда, алоҳида хоналарда, зарур асбоб-ускуналар ёрдамида ўтказилади. Чет элларда биринчи марта лаборатория шароитида ижтимоий психологик ҳодисаларни, хусусан, яқка тартибда ва гуруҳ шароитида шахсдаги билиш жараёнлари, тафаккур, сезгирлик ва бошқа қатор жараёнларнинг намаён бўлишини Г.Оллпорт, В.Меде, Майер, К.Левин ва бошқалар ўрганган бўлса, Россияда биринчи лаборатория шароитида ижтимоий психологик тадқиқотни рус олими В.М.Бехтерев ўтказган эди. У махсус асбоблар ёрдамида идрокнинг аниқлигини, хотиранинг сифатини, кузатувчанлик хусусиятларини яқка ҳолда ва гуруҳий шароитида солиштириб ўрганди ҳамда гуруҳнинг борлиги ҳар бир унинг аъзоси психикасига бевосита таъсир этишини исбот қилди.

Лаборатория эксперименти кейинчалик Б.Г.Ананьев, Е.С.Кузьмин, В.С.Мерлин, В.Н.Мясищев, Л.И.Уманский кабилар томонидан янги қирралари ишлаб чиқилди ва ижтимоий психологияда аппаратура услуби кенг қўлланила бошланди. Масалан, инглиз олими Р.Эшби томонидан кашф қилинган, кейинчалик Ф.Д.Горбов ва бошқалар томонидан такомиллаштирилган гомеостат методи, Л.И.Уманский томонидан яратилган гуруҳ учун интеграторлар пайдо бўлди ва амалиётда бир гуруҳ доирасида рўй берадиган ҳодисаларни, хусусан, гуруҳдаги бирдамлик, ўзаро мослик, лидерлик каби ҳодисаларни текширишдан кенг фойдаланила борилди.

Проектив методлар. Улар тест усулларнинг бир кўриниши ҳисобланиб, уларда текширилувчига аниқ тизимга ёки кўринишга эга

бўлмаган ноаниқ нарсалар тавсия этилади ва уларни шарҳлаш топшириғи берилади. Бинобарин, текширилувчига турлича талқин қилиш мумкин бўлган расмлар, тугалланмаган ҳикоялар, бирор аниқ кўриниши мавжуд эмас буюмлар, ёғочлар берилиши, ёки уларга қараб текширилувчи ўзининг ҳиссий кечинмалари, қизиқишлари, дунёқараши нуқтаи назаридан баҳолаши кутилади.

Проектив усуллар қаторига машҳур “Роршахнинг сиёҳ доғлари” тестини киритиш мумкин (1921 й.). Бу – икки томонлама симметрик шаклда берилган 10 хил доғлардан иборат бўлиб, ҳар бир доғ ҳар хил бўёқли фонда кўрсатилади. Текширилувчидан ҳар бир “доғ” ниманинг шаклини эслатиши сўралади. Унинг оғзидан чиққан сўзлар, ассоциацияларга қараб (уларни контент-таҳлил қилиб), шахс хусусиятлари юзасидан хулоса чиқарилади.

Яна бир проектив усул – бу С.Розенцвейгнинг расмли ассоциацияларидир. Бунда турмушда тез-тез учраб турадиган зиддиятли вазиятларни акс эттирган расмлар текширилувчига тавсия қилинади. Бу расмларда бир томонда турган персонажлар нималарнидир гапираётган ҳолда гавдалантирилади, унга қарама-қарши томондаги шахс эса ҳали жавоб қайтариб улгурмаган, текширилувчидан текширувчи тез, қисқа муддат ичида бўш катакларга қайтарилиши кутилаётган жавобни ёзишни сўрайди. Берилган жавобларга қараб шахснинг йўналиши, унинг зиддиятларга муносабати, жаҳолат ҳиссининг хусусиятлари, бу ҳиснинг кимларга қаратилганлиги ва шунга ўхшаш муҳим фактлар тўпланади.

Шундай қилиб, биз ижтимоий психологияда анъанавий қўлланиб келинаётган асосий методларга тўхталиб ўтдик. Лекин ҳозирги даврда ҳаёт фандан татбиқий хусусиятга эга бўлишини талаб қилаётганлиги туфайли бу қаторга бир туркум методларни киритиш лозимки, улар ижтимоий психологиядаги **фаол тайёргарлик методлари** деб аталади. Уларга ижтимоий психологик тренингнинг барча шакллари киритилади. Улар ўз моҳиятига кўра, шахс ва гуруҳнинг маълум сифатларини шакллантирувчи экспериментни эслатади. Лекин уларнинг фаол методлар тоифасига киритилишига асосий сабаб – бу усуллар ёрдамида қисқа фурсатда бевосита мулоқот шароитида кутилаётган самарага эришилишидир. Яъни, таҳлил қилиб чиқилган методлардан фарқли ўлароқ, фаол ижтимоий психологик методлар шахсда ёки гуруҳда шаклланган хусусиятларни қайд қилиш эмас, балки таркиб топтириш лозим хислатларни амалиётчи психолог ёки ижтимоий ходимнинг фаол аралашуви орқали ҳосил қилишга қаратилгандир.

2. Этнопсихологик тадқиқотларда ишлатиладиган методлар ва уларга қўйиладиган методологик талаблар

Миллатлараро муносабатлар тобора яхшиланиб бораётган, ОАВ орқали дунёнинг қайси четидан бўлмасин у ёки бу халққа оид маълумотларга эга бўлиш жуду осон бўлиб қолган бир шароитда турли миллат ва халқларнинг психологиясини ўрганиш, миллаталараро қиёсий тажрибалар ўтказиш фан

манфаатларига тўғри келади. Шу боис ҳам олимлар ижтимоий психологиянинг қайси муаммоси бўлмасин, уни у ёки бу ижтимоий-сиёсий, миллий-маданий муҳит нуқтаи назаридан ўрганишни афзал кўрадилар. Бу этнопсихологик тадқиқотларда репрезентатив, ишончли методлар масаласини долзарб этади.

Чет элларда ва мамлакатимизда амалга оширилган илмий ишларни таҳлил қилар эканмиз, этнопсихологик тадқиқотларда хилма-хил услуб ва методлар қўлланилганининг гувоҳи бўламиз. Чунки бундай тадқиқотларда шахс хусусиятларини ўрганувчи турлича тестлардан тортиб, проектив методлар, экспрементларнинг турлича кўринишлари, сўроқ методлари-анкета, интервью, социометрия, шакл методлари ва бошқалар ишлатилади. Бу методлар ҳозирги кунларда ҳам “маданий муҳит ва шахс”, гуруҳлараро муносабатлар ҳамда қиёсий тадқиқотларда қўлланилмоқда. Бундай ишларни фақатгина ижтимоий психологлар эмас, балки умумий психология билан шуғуланувчи олимлар ҳам ўтказмоқдалар. Лекин шундай бўлишига қарамай, этнопсихологик методларнинг танқислиги кун сайин сезилмоқда. Чунки этнопсихология муоммоси билан шуғуланишни мақсад қилиб қўйган ҳар бир тадқиқотчи ё мавжуд методикалардан бирини қайта ўзгартиришга, ёки бўлмаса, ўзича янги методни кашф қилишга мажбур бўлмоқда. Ниҳоят, этнопсихологик методларни қўллашнинг ноқулайлиги шундаки, масалан, Америкада жуда яхши натижа бериб, ишончи маълумотлар тўпланган методика Осие мамлакатлари ёки бизнинг республикамиз шароитида умуман ҳеч нарсани ўлчамаслиги, аниқламаслиги мумкин. Масалан, Равеннинг матрикс тести ва муҳит таъсирлари дахлсиз, деб ҳисобланган Кеттелнинг интеллект тести ҳам барибир, қисман бўлсада, муҳит шароитларини ҳисобга олишни талаб қиладики, қолаверса уларни шарҳлар масаласида алоҳида эҳтиёткорлик зарур. Шунинг учун ҳам ҳозирда бутун жаҳон олимлари ҳар қандай маданий муҳитдан ҳам юқори турадиган, универсал тест ёки методика яратиш фикрининг асоссизлиги ҳақида умумий фикр билдирмоқдалар.

Этнопсихологик тадқиқотлар ўтказишни мақсад қилиб қўйган ҳар қандай тадқиқотчи асосий принциплар сифатида маданий муҳит шароитларининг хилма-хиллиги ва уларнинг ўзаро бир – бирларига таъсир кўрсатишини инобатга олмоғи зарур. Бу нарса этнопсихологик тадқиқот дастурини тузишда албатта ҳисобга олиниш керак. Мисол учун, Ўзбекистон шароитида тадқиқот ўтказилмоқчи бўлинса, қуйидаги нарсаларга эътиборни қаратиш лозим:

- 1) шу ҳудуд шароитида яшовчи барча миллатларга хос бўлган умумий психологик омиллар ва уларни аниқлаш усуллари;
- 2) фақат ўзбек миллатига хос бўлган психологик сифатлар ва омилларни аниқлаш;
- 3) аниқланган омилларни ёки психологик сифатларни ўлчайдиган ёки экспериментал усулда текширишга имкон берадиган методларни танлаш ва уларни конкрет шароитларга мослаш;

4) тадқиқотчилар гуруҳини текширалаётган миллий гуруҳ тилини, урф – одатини биладиган ходимлар билан таъминлаш. Чунки, тадқиқот объекти ҳисобланган гуруҳда ўша гуруҳ тилида тадқиқот ўтказиш керак, токи текширилувчиларга қўйилган ҳар бир талаб, савол ва топшириқлар улар учун тушунарли бўлсин.

Шуни алоҳида таъкидлаш лозимки, у ёки бу миллий гуруҳ психологиясини, ундаги этник стереотипларни текширишга қаратилган махсус методлар йўқ, шунинг учун ҳам тадқиқотлар мавжуд методлар орасидан керагини танлаб, уларни жой шароитларига мослаш керак бўлса, у тилдан бу тилга таржима қилиш керак. Таржима хусусида шуни айтиш керакки, махсус психологик тестлар ёки методларни (анкеталар, сўроқлар, шкалалар савлоллари) таржима қилиш таржимондан юксак билимдонлик ва професионал сифатларни талаб қилади. Акс ҳолда, методика ўз қимматини йўқотиши ёки керакли сифатни аниқламаслиги ёки ўлчамаслиги мумкин. Ҳаттоки, новербал тестларни турли шароитларда қўллаб, олинган маълумотларни шарҳлаш босқичида унинг мазмуни ёки мақсади ўзгарганлиги кўплаб тадқиқотларда исботланган. Шунинг учун ҳам ҳар қандай методик услубни қўллашдан олдин уни кичикроқ гуруҳ доирасида синаб кўриш ва натижаларни экспертларга бериб ёки бошқа ёрдамчи методлар ёрдамида қайта синовдан ўтказиш йўли билан текшириб олиш мақсадга мувофиқдир.

Конкрет этнопсихологик тадқиқотларга қўйиладиган яна бир талаб – тадқиқотни табиий шароитларда, текширувчилар учун таниш бўлган жойларда қисқа кўрсатмалар бериш йўли билан ўтказишдир. Чунки этнопсихологик тадқиқотларда кўпинча турли ёш, касб ва маълумотга эга бўлган шахслар иштирок этадилар. Шунинг учун ҳам уларнинг барчаси учун тушунарли, аниқ топшириқлар тизимини туза олиш ҳам психологдан қатор профессионал малакаларни талаб қилади.

Бизнинг назаримизда, ҳозирги пайтда этнопсихологик муаммолар орасида энг муҳими у ёки бу миллат вакилларидаги этник стереотипларни тадқиқ қилишдир. Бунда қандай методлардан фойдаланиш мумкин? Рус тадқиқотчиси Г.У. Кцоевнинг ёзишича, бу ерда тўрт гуруҳли методларни кўрсатиш мумкин:

1. **Шкалали ўлчов методлари** – улар асосан миллат вакилларидаги турлича этник установкаларни текширади. Масалан, Богардуснинг машҳур шкаласи: қиёсий фикрлаш йўли билан берилган жуфтликлар – установкаларни ҳар бир текширилувчи томонидан аниқ баҳоланишга асосланган. Ёки Лайкартнинг “баҳолашлар йиғиндиси” методи ҳам у ёки бу миллат вакилига хос установка – фикрларга текширилувчининг эътирози ёки эътирофини аниқлайди. Бу методлар бутун жаҳон миқёсида кўпгина тадқиқотларда ишлатилган ва жой шароитларга мослаштириш жиҳатидан рекорд қўйган десак бўлади.

2. **Кузатиш ва сўроқ методлари** – бунда ўша маданий муҳитга хос бўлган, унинг бевсоита бойликлари ҳисобланган моддий ва маънавий

кадриятлар, маиший шароитлар, одатлар, анъаналар ва ҳоказолар ташқаридан ўрганилади. Сўроқ методлари ичида кўпроқ анкета усули қўлланилади, бунда ҳам миллат вакилининг турмуш тарзи, автобиографик маълумотлари аниқланиб, илмий хулосалар контент – анализ қилинади. Америкалик олимлар Д. Катц ва Брейлилар сўроқ методининг ўзига хос кўринишини этник стереотипларни аниқлашда ишлатишган. Масалан, улар қизиқтираётган масала бўйича имкони борича кўп жавоблар рўёхатини текширилувчига бериб, ундан шу жавоблар ичидан “ўзиникини” танлаб белгилашни сўрашган. Бундан ташқари, 84 хил сифатни ўз ичига олган рўйхатдан ўз миллатига ва бошқа миллатга хос бўлган 5 етакчи сифатни ажратиб бериш топшириғини беришган. Шу йўл билан этник стереотиплар аниқланган.

3. **Проектив методлар** – бу гуруҳга асосан Роршахнинг “сиёҳ доғлари” тести, тематик апперцепцион тест (ТАТ), бошланган жумлаларни тугатиш тести, фотосуратларни баҳолаш тести, Ловенфельднинг мозаикалари тести ва бошқалар киради. Мавҳум берилган топшириқларни бажариш сифати ва жавобларнинг йўналиши бўйича ҳам турли миллатларга оид стереотиплар ўрганилган.

4. **Шахснинг алоҳида сифатларини аниқлашга қаратилган тестлар.** Масалан, Г. Дейкер ва Н. Фрийдларнинг миллий характер хусусиятларини ўрганишга қаратилган тестлари. Улар асосан шахснинг таъсирчанлиги ва ҳиссий реакцияларини ўрганади. Бундан ташқари, шу гуруҳ тестларга алоҳида интеллектни текширувчи, маънавий дунёқарашни ўрганиш, адолат ҳиссини аниқлаш, бадиий дид тестлари ва бошқа тестлар киради. Айниқса, миллий стереотипларни аниқлашда миллатнинг тилини барча тилшунослик услублари билан ўрганиб чиқиш ҳам жуда қимматли маълумотлар тўплаш имконини беради. Чунки, тил у ёки бу миллат вакилининг ўзи мансуб миллатга хос миллий қадриятларни, стереотипларни ўзлаштиришда асосий восита ролини ўйнайди. Шунинг учун ҳам этнопсихологик ўз тадқиқотларини тилшунос, этнограф, этнолог, социолог, тарихчилар ҳамкорлигида ўтказишади.

Юқорида айтиб ўтилган методологик ва методик услублар миллий психологияни ўрганишда фақат асосийлари холос, чунки миллатнинг кўп қирралари психологик ҳолатини ўрганишда яна кўплаб усуллардан фойдаланиш мумкин, бу нарсa тадқиқотнинг мақсадларига, тадқиқотчининг эса услубий тайёргарлик даражасига боғлиқдир. Нима бўлганда ҳам охириги йилларда Ўзбекистонда ўтказилаётган қатор илмий-тадқиқот ишларида энг аввало, айнан миллий-маданий муҳитимизга мос келадиган методикаларни ишлатиш, хорижликлар ишлаб чиққан методикаларни аввал миллий муҳитимизга мослаштиришга алоҳида эътибор қаратилмоқда. Бунда ўша тест ёки методик услуб бир неча минг респондентларда қўлланиб кўрилади, олинган натижалар яна бир бошқа услуб ёрдамида олинган маълумотлар билан экспертлар ёрдамида солиштирилади ва шундай сўнггина катта аудиторияларда қўллаш ва натижаларни шарҳлашга рухсат берилади. Бу

ижтимоий психологик методикаларни қўллашда этика нормаларига риоя қилиш, демакдир.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Каримов И.А. Ўзбекистон XX1 аср бўсағасида: хавфсизликка таҳдид, барқарорлик шартлари ва тараққиёт кафолатлари-Т.: Ўзбекистон, 1997
2. Каримов И.А. Миллий истиклол мафкураси – халқ эътиқоди ва буюк келажакка ишончдир - Т.: Ўзбекистон, 2000
3. Каримов И.А. Ўзбек халқи ҳеч қачон, ҳеч кимга қарам бўлмайди.-Т.: Ўзбекистон, 2005- 160 б.
4. Андреева Г.М. Социальная психология. Учебник для высших учебных заведений / Г.М. Андреева.- 5-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2003.- 364 с.
5. Андреева Г.М., Богомолова Н.Н., Петровская Л.А. Зарубежная социальная психология XX столетия.- М.: Аспект Пресс, 2002
6. Аронсон Э., Пратканис Э. Эпоха пропаганды: механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление.- СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2002 – 384 с.
7. Артур Ребер. Большой толковый психологический словарь.- А-О – М., 2003
8. Базаров Т.Ю. Управление персоналом .- М.: ЮНИТИ, 2002
9. Батаршев А.В. Психодиагностика в управлении: Практическое руководство: Учебно-практич. Пособие.- М.: Дело, 2005- 496 с.
10. Белинская Е.П., Тихомандрицкая О.А. Социальная психология личности – М.: Аспект Пресс, 2001