



## OMMAVIY MADANIYATNING YOSHLAR ONGI VA TARBIYASIGA TA'SIRI

<sup>1</sup>Nasretdinova Oltinoy Po'latovna

Farg'ona viloyati yuridik texnikumi direktorining yoshlar bilan ishlash bõyicha òrinbosari

2-darajali yurist, oltinojnasretdinova5@gmail.com,

<sup>2</sup>Kamolova Shahlo Tirkashevna

Farg'ona viloyati yuridik texnikumi yuristlar uchun rus tili fani òqituvchisi,

3-darajali yurist, @shahlokamolova.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.7413029>

### ARTICLE INFO

Received: 24<sup>th</sup> November 2022

Accepted: 29<sup>th</sup> November 2022

Online: 30<sup>th</sup> November 2022

### KEY WORDS

Madaniyat, "ommaviy madaniyat", tarbiya, yoshlar psixologiyasi, milliy qadriyatlar va h.k.

Globalashuv jarayonlari ommaviy madaniyatni jadallashtirmoqda. Bu niqob ostida ahloqiy buzulqlik, zo'rlik g'oyalarni tarqatish, boshqa xalqlarning asrlar davomida sayqal topib kelayotgan milliy an'ana va qadriyatlariga hurmatsizlik, bepisandlik, ularni yo'q qilishga qaratilgan tahdidlar har qanday ma'naviyati to'kis kishini tashvishga solmay qo'ymaydi. "Ommaviy madaniyat" iborasining keng tarqala boshlashi XIX asr oxiri va XX asr boshlariga to'g'ri keladi. "Ommaviy madaniyat" an'anaviy madaniyatning ma'lum yo'nalishi sifatida emas, balki madaniyatdagi sifat o'zgarishi, hayot taqazosi asosida yuz berdi. Ommaviy axborot va kommunikasiya (radio, kino, televideniye, ko'p nusxali gazetalar, suratli jurnallar, internet) vositalarining keskin rivoji va tarqatilishi bunga sabab bo'ldi. Ma'naviy boyliklarni industrial tijorat ishlab chiqarish va tarqatish, madaniyatni demokratlashtirish, aholi bilim darajasi o'sishi bilan birga uning ma'naviy

### ABSTRACT

*Yurtimizga chetdan kirib kelayotgan axborot oqimi natijasida nafaqat yangiliklardan xabardor bo'layapmiz, balki ularda yashiringan, mentalitetimiz, qadriyatlarimizga zid g'oyalarga ham duch kelayotganimiz bor gap. Oqibatda "Ommaviy madaniyat" san'atimizga, kiyinish madaniyatimizga, tarbiyamizga o'z salbiy ta'sirini ko'rsatmoqda.*

ehtiyojlarida pasayish jarayoni kuzatila boshladi. Tadqiqotchilar ommaviy madaniyatning dastlabki shakli deb, XIX asrning 30-yillarida adabiyotda paydo bo'lgan va ommalashib ketgan sarguzasht janrini ko'rsatishadi. Asr oxirida haftalik ommaviy axborot vositalari ana shunday asarlarni tinimsiz chop eta boshladilar. Vaqt o'tishi bilan ushbu jarayonga "Yurak matbuoti" yoki "qalb industriyasi" deb nom berdilar. Asr oxirida Amerika qo'shma Shtatlarida ommaviy madaniyatning komiks shakli paydo bo'la boshladi. Bu janr boshda faqat bolalar uchun mo'ljallangan bo'lsa, bora-bora kattalar hayotining ham ajralmas qismiga aylandi. Aniqrog'i, "Ommaviy madaniyat"ning keskin rivoji XX asrning o'rtalariga to'g'ri keladi. Shu vaqtdan boshlab u keng qamrov va hujumkorlik bilan tarqala boshladi. Amerikalik atoqli siyosatshunos Zbignev Bjezinskiy: "Agar dunyoga huquqni - Rim, parlamentni - Angliya, madaniyatni - Fransiya bergan bo'lsa,



AQSh - fan va texnologik revolyusiyasi bilan ommaviy madaniyatni berdi” - degan edi. An’anaviy madaniyatda bo’lganidek, ommaviy madaniyatning ham universal xarakteristikasi hamon mavjud emas. Buni shunday tushuntirish mumkin. Gap shundaki, “Ommaviy madaniyat” ilmiy-falsafiy kategoriya sifatida o’ziga yakdil uchta tushunchani qamraydi. Birinchidan, “madaniyat” – alohida xarakterdagi mahsulot. Ikkinchidan, “ommaviylik” – mahsulotni tarqatish me’yori. Uchinchidan, “madaniyat” – ma’naviy boylik.

Ommaviy madaniyat hozir insoniyat hayotining barcha jabhalariga tez kirib bormoqda va o’zi tarqalish uchun qulay makonni shakllantirmoqda. Kommunistik mafkura hukmronligi davrida o’ziga xos komunistikmadaniyat – komunistik Sobiq Ittifoq mintaqasida, mafkuraviy temir devor madaniyatga joy qoldirmas edi. Temir devor yiqilgach, Ommaviy madaniyat sovet respublikalariga seldek bostirib kira boshladi, shu jumladan o’zbekistonga ham. Shuning uchun ommaviy madaniyatning namoyon bo’lish holatlarini ilmiy va amaliy jihatdan tahlil qilish muhim zaruriyatga aylandi. Faylasuf A.Ya.Fliyer taklifiga binoan “ommaviy madaniyat” yo’nalishlarini quyidagicha belgilash mumkin:

- “Yoshlar submadaniyati” industriyasi;

- Ommaviy ijtimoiy mifologiya; odamga murakkab qadriyatlar yo’nalishi tizimini joylashtirish; dunyoni ko’p qirrali tushunishini oddiylashtirish;

- - Ommaviy dam olishning tashkiliy turlarini, turli shoularni, qiziqish va dam olishni sanoat asosiga ko’chirish;

- -Sog’lomlashtirishga qaratilgan dam olish industriyasi;

- -Ehtiyojni qondirishni boshqarish va individual, shuningdek, jamoa foydalanadigan xizmatlar, takliflarni rag’batlantirish tizimini tashkil etish (reklama, imidjmeckerlik va hokazo).

- - Har xil o’yinlar, mexanik o’yinlardan tortib, elektron, kompyuter va boshqa vositalardan foydalanish.

“Ommaviy madaniyat” bugun iqtisodiyotning eng daromadli tarmog’iga aylanib bormoqda. Uni hozir “qiziqishlar industriyasi”, “tijorat madaniyat”, “pop-madaniyat”, “bo’sh vaqtdan foydalanish industriyasi” deb atay boshladilar. Ma’lumki, mehnatkashlarning ma’lum qismida bo’sh vaqt serob. “Ommaviy madaniyat” mazmunini boyitishni taqoza qiladi, chunki mamlakatimizda ishlab chiqarishning tobora sanoatlashishi, avtomatlashtirish jarayonida aholi o’rtasida “bo’sh vaqtni yopish ehtiyoji” ham oshib bormoqda. Ana shu jarayondan hosil bo’ladigan muammolarni hal etish ehtiyoji “ommaviy madaniyatni” yuzaga keltirmoqdaki, bu ayniqsa odamning ongiga, ya’ni adabiyot va san’atning barcha turlariga bevosita bog’liqdir. Keyingi o’n yillikda madaniyatni demokratlashtirishda kino, televideniye, kasseta, sport albatta (uning tomoshabinga taalluqli qismi) juda muhim kanallar hisoblanmoqda. Ular ayni paytda turli toifadagi odamlarning to’planishiga sabab bo’lmoqda. Ko’pincha ularni birlashtirgan istak – o’zlarini psixologik jixatdan bo’shatib olish istagidir.

“Ommaviy madaniyat” madaniy mollar bozoridagi tovarga aylanib, muayyan xususiyatlar kasb etdi. Avvalo u “oddiy” (buni jo’nlik deb atasa ham bo’ladi). Chunki ko’pincha bunday mahsulotlar “ko’cha odami”ga mo’ljallangandir. Ommaviy madaniyat o’z vazifasini to’la bajarishi, ya’ni ishlab chiqarishdagi asabiylklarni



olib tashlashi uchun u eng kamida qiziqarli bo'lishi lozim. Albatta, bunday madaniy mahsulotlar intellektual jihatdan yetarlicha rivojlanmagan odamlar ehtiyojini qondirishi mumkin va inson ongi, kechinmalariga ta'sir etadi. Shuning uchun ham "Ommaviy madaniyat"ning "eng qiziqarli" va hammaga tushunarli mavzulari – muxabbat, oila, karyera, jinoyatchilik va xo'rlash, sarguzasht, qo'rqinch va xokazolardir. Mavzular ekspluatatsiyasidan uning egalari katta daromadlar olmoqdalar. "Ommaviy madaniyat" baynalminal va milliy bo'lishi mumkin. Estrada musiqasi bunga misol bo'ladi: u hammaga tushunarli va barcha yoshdagilarga, bilim darajasidan qat'iy nazar, aholining barcha qatlamlariga o'ng'ay. "Ommaviy madaniyat"ning badiiy qimmati xalq madaniyatidan pastroq bo'ladi. Lekin uning auditoriyasi kengroq, chunki u muallifli, u odamlarning shu daqiqadagi ehtiyojini qondiradi, har qanday yangi voqeya va hodisalarga hozirjavob bo'ladi. Ma'lum vaqt o'tgach, ular o'z dolzarbligini yo'qotadi, eskiradi va modadan qoladi. Yuksak darajadagi asarlar

va xalq madaniyati bunday qismatga uchramaydi.

Yoshlar bilan ularga tushunarli bo'lgan o'rtacha tilda muloqot va munosabat qilinishi ommaviy madaniyat usullarining muhim jihati hisoblanadi, bundan tashqari, boshqa kishi ongiga bevosita bog'liq jihatlar ham bor. Masalan, individning ijtimoiy voqeya va jarayonlarda ma'naviy va intellektual ishtirok etishni hojlamasligi. Boshqacha aytganda, ko'pchilik jamiyat a'zolarining ongi passivligi. Bunga yoshlarning ma'lum qismida madaniyat mahsulotlariga, jumladan, ommaviy madaniyatga so'nggi standart deb qarash istagidir. Axborot texnologiyasi vositalarining roli tobora kuchayib ketganligi bois bo'sh, o'ta sayoz madaniyat mahsulotlari ham bozorga chiqarilmoqdaki, ularning ko'pchiligi ma'naviyatni yuksaltirish maqsadida emas, balki tijorat maqsadida tarqatilmoqda. Natijada an'anaviy madaniyat makonida mumtoz xalq ijodiyoti yonida aholi ongini bilim va tafakkurini o'tmaslashtiradigan ijod mahsullari ham ko'payib bormoqda.

## References:

1. Umurzoqov B., Rahimov M. Mehnat munosabatlari va mentalitet. –Toshkent: O'zbekiston, 2005. 10-bet.
2. Yaxshilikov J., Muxammadiyev N. Milliy g'oya: O'zbekistonni rivojlantirish strategiyasi. – Toshkent: Cho'lpon, 2018. 320-bet.
3. G'aybullayev O. Estetik madaniyat. –Toshkent: Navro'z, 2020. 146-bet.
4. Bekmurodov M.B., Begmatov A. Milliy mentalitet va rahbar ma'naviyati. –Toshkent: 2003. 4- bet.
5. Bekmurodov M. O'zbek mentaliteti. –Toshkent: 2011. 82-bet.
6. Umurzoqov B., Rahimov M. Mehnat munosabatlari va mentalitet. –Toshkent: O'zbekiston, 2005. 11-bet.
7. Mirziyoyev Sh.M. Milliy tiklanishdan – milliy yuksalish sari. –Toshkent: O'zbekiston, 4-jild, 2020. 444-bet.