

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLY VA O'RTA MAXSUS
TA'LIM VAZIRLIGI

QARSHI DAVLAT UNIVERSITETI

TARIX VA IJTIMOY FANLAR FAKULTETI

MILLIY G'OYA, MA'NAVIYAT ASOSLARI VA HUQUQ
TA'LIMI YO'NALISHI

REFERAT

*Mavzu: Ommaviy madaniyat tushunchasi: kelib
chiqishi va shakllanishi*

Bajardi:

A. Avliyorov

Qarshi 2017

Mavzu: Ma'naviyat va ommaviy madaniyat

Reja:

1. Ommaviy madaniyatning kelib chiqishi va shakllanishi
2. Ma'naviyat va ommaviy madaniyat
3. Ommaviy madaniyatning ijtimoiy vazifalari

Ma'lumki, madaniyat ma'naviyatning mavjudlik shakllaridan biri. U ma'naviyatning predmetlashgan, moddiylashgan, voqelashgan ko'rinishidir. Masalan, har qanday badiiy, texnik g'oya san'at asarida yoki texnik qurilmada o'zining moddiy predmetlashgan aksini topadi. Muayyan axloqiy, siyosiy va huquqiy g'oyalar ham tegishli meyorlarda, jamiyat a'zolarining munosabatlarida, xulq-atvori va faoliyatida yuzaga chiqadi.

Ma'naviyat madaniyatning mohiyatli mazmunidir, madaniyat esa ma'naviyatning voqeligidir. Ushbu mushtaraklik nafaqat ma'naviyat va yuksak madaniyatga, shuningdek ma'naviyat va ommaviy madaniyatga ham xos. Zero, ommaviy madaniyat zamonaviy jamiyatning barcha asosiy va xarakterli xususiyatlarini, shu jumladan ziddiyatlarini aks ettiribgina qolmay, ko'p hollarda ularning ijtimoiy-madaniy poydevori va shart-sharoitini tashkil etadi. Hozirgi amon jamiyatining yutuqlari-yu ma'naviy inqirozi, tabiiyki, turli sabablarga borib taqaladi. Ular orasida siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy, ilmiy-texnikaviy, diniy-e'tiqodiy va rang-barang boshqa mafkuraviy-ijtimoiy sabablar bor. Lekin ularning hammasi inson ongi orqali o'tib, uning amaliy xatti-harakatida muayyan tarzda o'zini namoyon etadi. Boshqacha aytganda, madaniyat hodisasiga aylanadi. Shu sababdan biz madaniyatni aniq shakllarga ajratamiz: axloqiy madaniyat, badiiy madaniyat, huquqiy madaniyat, lisoniy madaniyat, iqtisodiy madaniyat, maishiy madaniyat, texnologik madaniyat va h.k. va h.k. Uning turli darajalari, shakllari ma'naviyatni turlicha aks ettiradi va unga turlicha ta'sir ko'rsatadi.

Madaniyat o'zining rang-barangliklar birligi va mushtarakligida tag'in ikkiga bo'linadi: elitar (yuksak) madaniyat va ommaviy (tuban) madaniyat. Binobarin, ma'naviyat va madaniyat dialektikasi hamda ta'lim-tarbiya masalalari tadqiq etilayotganda ushbu holat nazardan qochmasligi lozim.

O'zbekistonning mustaqil taraqqiyoti va jahon hamjamiyatiga integratsiyalashuvining yildan-yil kuchayishi ko'plab yangi iqtisodiy, siyosiy, ijtimoiy va madaniy aloqalarni, shular bilan birga yangi muammolarni vujudga keltirdi. Globallashuv sur'atlari ortayotgan, xalqaro raqobat kuchayayotgan, axborot texnologiyalari jadal rivojlanayotgan, G'arb ommaviy madaniyati tez tarqalayotgan hozirgi sharoitda ona tilimizni, milliy mentalitetimizni, ma'naviy xususiyatlarimizni, madaniyatimizni asrab avaylash, mustahkamlash va rivojlantirish masalasi dolzarflik kasb etmoqda. G'arbning o'zida ommaviy madaniyatga nisbatan ijobiy baholashdan tortib mutlaq qoralashgacha bo'lgan

turlicha qarashlar qaror topgan. Oraliqda hali yana qanchadan-qancha yondashuvlarga duch kelish mumkin.

O‘zbekiston Prezidenti Islom Karimov adolatli ta’kidlaganidek: “Ommaviy madaniyat” degan niqob ostida axloqiy buzuqlik va zo‘ravonlik, individualizm, egotsentrizm g‘oyalarini tarqatish, kerak bo‘lsa, shuning hisobidan boylik orttirish, boshqa xalqlarning necha ming yillik an‘ana va qadriyatlari, turmush tarzining ma’naviy negizlariga bepisandlik, ularni qo‘porishga qaratilgan xatarli tahdidlar odamni tashvishga solmay qo‘ymaydi”. □ Ushbu iqtibos tarbiya muammosining g‘oyat dolzarbligidan, “ommaviy madaniyat” va uni niqob qilib olgan g‘oyaviy buzg‘unchi “madaniy” mahsulotlar mavjudligidan, ularni “ommaviy madaniyat” bilan chalkashtirmaslik zarurligidan dalolat beradi. Davr bilan hamqadam bo‘lishni istagan xalqlarga, mamlakatlarga zamonaviy taraqqiyot tanlash uchun ko‘p imkoniyat qoldirmaydi: eng so‘nggi ilmiy-texnika yutuqlarini ishlab chiqarishga joriy qilish, urbanizatsiya, ommaviy kommunikatsiya vositalarini (OKV) va axborot texnologiyalarini (IT) rivojlantirish, jahon hamjamiyatiga integratsiya bo‘lish. Bular esa har bir xalq, mamlakat hayotiga o‘ziga xos unifikatsiya qiluvchi, ya’ni birxillashtiruvchi, bir qolipga tushiruvchi ta’sir ko‘rsatadi. G‘arb mamlakatlari ijtimoiy-madaniy hayotiga, umuman ma’naviy dunyosiga qarab, ertaga bizni ham nimalar kutayotganini ma’lum darajada bashorat qilish mumkin. Yaponiya, Janubiy Koreya, Gongkong va boshqa qator davlatlar misoli buni tasdiqlaydi. Ularga g‘arbcha turmush tarzi, g‘arbcha qarashlar, g‘arb yuksak madaniyati va qadriyatlari qatorida ommaviy madaniyati, sayoz qadriyatlari, ba’zi hollarda soxta qadriyatlari o‘ta ziddiyatli ta’sir ko‘rsatmoqda. Bu ushbu mamlakatlar aholisi katta avlodida, o‘z xalqi milliy madaniyatiga befarq bo‘lmagan ijodkor ziyolilarda bezovtalik uyg‘otmoqda.

O‘zbekistonning jahon hamjamiyati bilan aloqalari kuchayotgani va raqamli texnologiyalarning xalqimiz turmushiga chuqur kirib borayotgani hayotimizda ommaviy madaniyatning mavqei va nisbatining ham ortib borishiga olib keladi. Uning salbiy jihatlarini minimallashtirish, qulayliklari va ba’zi bir ijobiy jihatlaridan unumli foydalanish yo‘llarini hozirdanoq izlashimiz kerak.

Qadim zamonlardayoq, temir qurollarga o‘tilgach, odamlarning turmush tarzi, farovonligi, o‘z ma’naviy va moddiy ehtiyojlarini qondirish imkoniyatlari o‘rtasida farq kuchayib, ijtimoiy tabaqalashuv yuz berdi. Bu jarayonda tabaqa ularning o‘ziga xos madaniyatlari vujudga keldi. Ijtimoiy notenglik jamiyat a’zolarining bir qismi qo‘lida moddiy boyliklar to‘planishiga olib keldi. Moddiy jihatdan yaxshi ta’minlangan oilalar bolalarini jismoniy mehnatdan ozod qilib, ularni o‘qitish, yaxshi tarbiya berish, ilm-fan, adabiyot va nafis san’at asarlaridan bahramand etish, aqliy mehnat yoki boshqaruv ishlari bilan shug‘ullantirish imkoniga ega bo‘ldilar. Ularning didi, ma’naviy-madaniy ehtiyojlari kambag‘al, zo‘rg‘a kunini o‘tkazadigan oilalarda o‘sgan savodsiz bolalarnikidan farq qildi. Ular jamiyatning elitesini (xos kishilarini, xavosni) tashkil etdi. Elitaning ma’naviy-madaniy ehtiyojlarini qondirish uchun elitar madaniyat vujudga keldi. Bunda birinchi galda aqliy mehnatning jismoniy mehnatdan ajralib chiqishi mulkiy tabaqalanish bilan birga katta rol o‘ynadi. Asta-sekin xos va avom madaniyatlari orasidagi farq kuchayib o‘rta asrlarda Sharqda, keyinchalik G‘arbda olimlar,

mutafakkirlar madaniyatni ikkiga – elita (xos) va omma (avom) madaniyatlariga bo‘la boshladilar.

G‘arb mumtoz falsafasida (I.Kant, F.S.Helling, I.Fixte, Gegel va ulardan ham avval I.Gerder) biz aynan shunday yondashuvni kuzatamiz. Ammo tushunchalarga mumtoz faylasuflar tomonidan batafsil ta‘rif berilmagan, ular ilmiy tahlil etilmagan. Xos – elitar madaniyat jamiyat kiborlari, o‘qimishli ziyolilar didi, ta‘bi, ma‘naviy qiziqish va ehtiyojlariga mo‘ljallangan yuksak professional adabiyot va san‘at namunalari, oliy tabaqalarning ijtimoiy xulq-atvori va muomala-muloqoti bilan bog‘langan. Omma madaniyati esa oddiy xalqning ehtiyojlarini qondiruvchi ma‘naviy mahsulot hisoblangan. Folklor, xalq amaliy-bezak san‘ati, urf-odat va an‘analar ham omma madaniyatiga kiritilgan. Boshqacha aytganda, ommaviy madaniyat va xalq madaniyati bir hodisa deb tushunilgan, ular bir biridan ajratilmagan va qarama-qarshi qo‘yilmagan. Ushbu madaniyatga jo‘n hodisa deb birmuncha bepisand qarashlar uchrasa-da, aslida umumiy munosabat unchalar salbiy bo‘lmagan. Xalq og‘zaki ijodiga esa ko‘p hollarda, ayniqsa mumtoz adabiyotda ijobiy munosabatni kuzatamiz. Masalan, buyuk rus shoiri A.S.Pushkin folklori juda sevgan. U xalq og‘zaki ijodining bir necha namunalarini qayta ishlab, original asarlar yaratgan.

Lekin XIX asrda Yevropada ijtimoiy-sinfy qarama-qarshilik avj olib, inqiloblar yuz bera boshlagach, avom xalqda bunyodkorlikka nisbatan vayronkorlikka moyillik kuchliligi ayon bo‘ldi. XVIII asr oxiri – XIX asr boshlarida ishchilarning ilk kurashi anarxistik ko‘rinishlar kasb etib, ziyolilarni qo‘rqitib qo‘ygan edi. XIX asrda bu tuyg‘u yanada kuchaydi. Masalan, 1830-48-yillarda Yevropada sodir bo‘lgan inqiloblar H.Hayneni cho‘chitib yuborgan. K.Marks “do‘stim” deb murojaat etgan va kommunistik g‘oyalardan durust xabardor bo‘lgan buyuk ijodkor 1854 yilda bunday deb yozadi: “Yo‘q, kommunizm g‘alabasi tufayli ko‘p asrlar davomida ajdodlarimizning olijanob mehnati evaziga qo‘lga kiritilgan bugungi sivilizatsiya yutuqlari xavf ostida qolishini kuzatganda san‘atkor va olimlarda paydo bo‘ladigan ichki qo‘rquv meni ham mag‘lub etmoqda”. □ Bir yil o‘tib esa u yana-da keskinroq fikr bildiradi: “Men qo‘rquv va dahshat ichra bu tund dahriylar hokimiyat tepasiga keladigan damlar haqida o‘ylayman. Ular o‘zining dag‘al qo‘llari bilan mening qalbinga juda yaqin bo‘lgan Go‘zallikning marmar haykallarini shafqatsiz yakson qilajaklar... nilufar gulzorlarni shudgorlab, kartoshka ekajaklar”. □

H.Hayne o‘z gumoni va qarashlarida yakka, yolg‘iz emas edi. Butun XIX asr davomida postklassik falsafada “omma madaniyati”ga salbiy qarashlar kuchayib bordi. Shopenhauer va Nitsche ijodi bunga yaqqol misol bo‘la oladi.

Madaniyatni ikkiga – elitar (yuksak) va ommaviy (tuban) madaniyatga bo‘lish an‘anasi bizning davrgacha saqlanib qoldi. Ammo ommaviy madaniyat tushunchasi mazmuni o‘zgarib, konkretlashdi. Endi u quyi ijtimoiy qatlamlar madaniyatini emas, ko‘proq ommaviy ravishda industrial (sanoat) usullarda ishlab chiqiladigan va ommaviy axborot vositalari yordamida tarqatiladigan, zamonaviy texnologiyalar va qulayliklar sharoitida vujudga kelgan madaniyatni anglata boshladi.

Birinchiidan, madaniy mahsulotlar sanoat usulda iste'mol tovari sifatida ishlab chiqarila boshladi. Ular takrorlanmas individuallikka, originallikka ega emas edi. Ikkinchiidan, ushbu mahsulotlar iste'molchi yashayotgan asl – hayotiy voqelikni emas, balki xayoliy va baxtli gipervoqelikni yaratdi. Bu bilan u iste'molchini ancha ovutadi, xayolan bo'lsa-da, bir dam o'zini baxtiyor sezishiga ko'maklashadi. Uchinchiidan, aholi turli qatlamlarining didi va ehtiyojiga, shu jumladan biologik instinktlariga muvofiq behayolik va zo'ravonlikni namoyish etuvchi mahsulotlarni chiqarishni asta-sekin "qonuniylashtirib" oldi. Ekranlarda va komikslarda aks topgan superqahramonlar mehnat qilib jisman ezilgan, asablari charchagan, o'zini nohaq tahqirlangan va aldangan his etuvchi kishilar uchun taskin vazifasini o'tadi. U xayolan superqahramon bilan birga "dushmanlari"dan o'ch olar, junbushga kelgan hirsini qondirar, shu tariqa yig'ilib qolgan alamlari bir oz tarqagandek bo'lardi. Ushbu tendensiya bugungi kungacha davom etib, hattoki kuchayib bormoqda. Zamonaviy ommaviy madaniyat – iste'mol mahsulotiga aylangan tovar. U jamiyatdan begonalashgan, o'z identligini, individualligini yo'qotgan, o'zi ham ma'lum bir funksiyani bajaruvchi mexanizmga aylangan zamonaviy ommaviy insonning immanenti – ichki xossasi va ehtiyojidir. Individualligidan mahrum, aqli va jismoniy kuchi tovarga aylangan kishiga o'ziga o'xshagan individualligidan mahrum etilgan, ommaviy hisoblangan madaniy mahsulot kerak.

XX asrning 20-yillarida "ommaviy madaniyat" tushunchasi Yevropada dastlab to'liq salbiy mazmun kasb etdi deyish mumkin. Bunga industrial jamiyat rivojlanib, turli mamlakatlar o'rtasida ziddiyatlar kuchaygani, oqibatda Birinchi jahon urushiga olib kelgani, urushdan keyin esa mavjud ziddiyatlar saqlanib qolgani, boz ustiga, Rossiyada sotsialistik inqilob yuz berib, vayronkor "jahon revolyutsiyasi" g'oyalari dunyo bo'ylab tarqalgani, "Proletkult" va "Lef" kabi o'tmish madaniyatini yo'q qilishga chog'langan tashkilotlar vujudga kelgani sabab bo'ldi. Ular mumtoz gumanizm va ratsionalizm chuqur inqirozga uchraganidan, qadriyatlar tizimi ostin-ustun bo'lganidan dalolat edi. Olimlar, ijodkorlar, injener-texnik xodimlar, ziyolilar avom ongi va intilishlarida anarxizmga, buzg'unchilikka, vayron etishga moyillik ustunligini payqadi. "Proletkult" (proletar madaniyati) atamasining o'zi elitar madaniyatga qarshi turadigan yangi, o'ta tajovuzkor sinfiy ommaviy madaniyatni anglatar edi. U hatto xalq (dehqonlar) madaniyatini inkor etardi. Shu o'rinda Lef (leviy front – so'l front) a'zosi, o'zini futurist (kelajakchi) deb e'lon qilgan adabiy oqim a'zosi V.Mayakovskiy kabi ulug' iste'dod egalari ham Rafaellarni va Pushkinlarni kelajakka qarab suzayotgan inqilob kemasidan uloqtirib tashlashga chaqirib she'r bitganini, buyuk rejissor V.Meyrxoldning akademik teatrlar mulkini (dekoratsiya va kostyumlarigacha) musodara qilib xalq teatrlariga bo'lib berishga chaqirib, hukumatga xatlar yozganini eslash kifoya.

Proletar ommaviy madaniyatida stixiyali vayronkorlik, o'zini yuksak madaniyatga qarshi qo'yish, yuksak madaniyatni xalq tashvishlaridan, ehtiyojlaridan uzilib qolganlikda, estetizmda ayblash azaldan mavjud bo'lgan va butun sotsialistik tuzum davomida saqlanib qolgan. "Saroy adabiyoti", "diniy-klerikal adabiyot", "san'at san'at uchun", "salon adabiyoti" va shu kabi yorliqlarni sovet mafkurasi o'z talablariga mos kelmaydigan asarlarga yopishtirishi esa sovet ommaviy

madaniyatining soxta demokratizmini, murosasiz sinfiyligi va partiyaviyligini oziqlantirib turgan.

To'g'ri, madaniyat sohasidagi oktabr inqilobidan keyingi dastlabki yillarda stixiyali vayronkorlikning oldini olishga bolshevik rahbarlar urindi. V.I.Lenin VLKSMning III syezdida o'tmish madaniy merosini o'zlashtirmasdan haqiqiy kommunist bo'lish mumkin emas, "o'qish, o'qish va yana o'qish", deya xitoblar qildi. Agar bolsheviklar hukumatida Lunacharskiy va Chicherin kabi yuksak madaniyatni qadrlaydigan kishilar bo'lmaganida, buning ustiga maorif xalq komissari Lunacharskiy bir vaqtning o'zida madaniyat va ilm-fan ishlarini boshqarmaganda, san'at sohasidagi inqilobiy avangardistlarni bir qadar jilovlab turmaganda, vayronkorlik miqyoslari qanday bo'lishi mumkinligini tasavvur qilish qiyin.

O'sha davrda proletariat nazariyachilari yetakchilaridan hisoblangan N.Buxarinning "Leninizm va madaniy inqilob muammolari" ma'ruzasida, bir qator nutqlari va asarlarida "elitar" va "ommaviy" madaniyat masalalari yuzasidan G'arb olimlari bilan murosasiz siyosiy bahslar olib borilgan. Lekin "ommaviy madaniyat" tushunchasi bugungi mazmunda emas, balki xalq madaniyatini o'z ichiga oladigan an'anaviy mazmunda qo'llangan. Buxarin ham, tabiiyki, safdoshlarini vayronkorlikka undamagan. Aksincha, ozodlikka erishgan xalq eng ilg'or, haqiqiy gumanistik madaniyatni kelajakda yaratajagi to'g'risida ishonch bildirgan. U Leninning sotsialistik qurilish nazariyasida mamlakatni industrilashtirish va qishloq xo'jaligini kollektivlashtirish qatorida madaniy inqilobni amalga oshirish asosiy talablardan ekanligi haqida zavq-shavq bilan yozgan.

Ammo ko'pchilik yevropalik ziyolilarni Birinchi jahon urushi va Oktabr inqilobi oqibatlari tushkunlikka solib qo'ygan edi. Ular omma tashabbuslari va madaniyatining bunyodkorlik kuchiga, jamiyatni tubdan ijobiy mazmunda qayta qurish g'oyalariга ishonmay qo'ygan edilar.

Ommaviy madaniyatga industrial jamiyatdagi shahar turmush tarzi va iste'molchilik psixologiyasi bilan bog'liq hodisa sifatida qarash asosan XX asrning 30-yillarida shakllandi. Mazkur qarashlarning tizimga keltirilishi va ommaviy madaniyatning alohida tadqiqot yo'nalishiga aylanishi "ommaviy jamiyat" nazariyasi ta'sirida keyinchalik yuz berdi. Industrial jamiyat kapitalizm rivojlanishi jarayonida o'rta asrlar jamiyatiga xos tuzilmalar – ijtimoiy tabaqalanish va tabaqaviy imtiyozlarni, hunarmand-kosiblarning kasbiy guruhlari, korporativ tashkilotlari va shu kabilarni yakson etdi. Aristokratiya (zodagonlar, kiborlar) va ruhoniylar o'z imtiyozlarini, jamiyatning xos qatlami mavqeini yo'qotdi. Ular qonun oldida boshqalarga teng kishilarga aylandi. Aristokratiya daromadlarini tadbirkorlikdan topa boshladi. Tadbirkorlik qo'lidan kelmaydigan, jamiyatga moslasha olmaganlari tezda ota-bobolaridan qolgan merosni yeb bitirdi, yerlarini, mulkini sotishga majbur bo'ldi. Zamonga moslasha olganlari burjuazlashdi. Mehnatkash xalq o'rtasida ham jiddiy o'zgarishlar yuz berdi. Zavod va fabrikalarda endi bir biridan ajratilgan individlar ommasi mehnat qila boshladi. Shahar aholisi ilgargidek biror kasbga ixtisoslashgan mahallalarda emas, ko'p qavatli uylardan iborat ishchi kvartallarda istiqomat qilardi. Kasbiy jihatdan

birlashgan mahalla jamoalari bir biridan alohidalashgan individlar ommasi bilan almashdi.

Shunday qilib, ommaviy jamiyatning asosiy birlamchi belgilari – bu, birinchidan, sinfiy-tabaqaviy imtiyozlarning bekor qilinishi, hammaning qonun oldida tengligi tamoyilining asta-sekin tatbiq etilishi, ikkinchidan, sanoat ishlab chiqarishning oilaviy va mahalla darajasidan oʻsib chiqib, zavod va fabrikalarda toʻplanishi natijasida turli kasb-hunar egalarining aralashib yashay boshlashi, turmush tarzining birxillashuvi, uchinchidan kasbiy xususiyatlarni aks ettiruvchi professional etikalar ahamiyatining pasayib ketishi va asta-sekin yoʻqolishidir.

Keyinchalik ommaviy jamiyatning yangi-yangi belgilari paydo boʻlib, rivojlana bordi. Demokratiya, demokratik saylovlar, mashhur kishilar hayotining oshkorlashuvi, OAVning toʻrtinchi hokimiyatga aylanishi shular jumlasidandir. Bugun esa globallashtirish va internet jamiyatni yanada ommalashtirib yubordi. Jamiyatning ommaviylashuvi, jamoaviylik tamoyilining individualizm tamoyili bilan almashishi boshlandi. Ushbu holat tanqidi E.Byork, J. de Mestr, L.T.A. Bonald asarlarida XIX asrning birinchi yarmidayoq oʻz aksini topdi. Ularning asarlarida ommaviy jamiyat konsepsiyasining ilk namunalarini uchratamiz. Ommaviy jamiyat xuddi oʻziga oʻxshagan bir xil andozali, bir xil qiyofali ommaviy madaniy mahsulotlarga, bir qolipli turmush tarziga ehtiyoj tugʻdirdi. Ilgari har bir usta yasagan buyum takrorlanmas boʻlib, ustaning mahoratini, didini, dunyoqarashini oʻzida aks ettirar edi. Endi esa fabrikada ishlab chiqilgan buyumlar bir biridan farq qilmas, ustaning hech qanday mahoratini yoki didini ifodalamas edi. Moddiy madaniyatda boshlangan ommaviylik maʼnaviy madaniyatga ham tezda kirib keldi. Fanda ommaviy madaniyat ommaviy jamiyatning ichki xususiy belgisidir (immanentidir), degan qarash qaror topdi. F.Nitsche, O.Shpengler, Ortega-i-Gasset, T.Adorno, N.Berdyayev kabi faylasuflar oʻz davri madaniyatini ommaviy jamiyat konsepsiyasi bilan bogʻladilar. Ularning xulosasi tushkun edi – yuksak madaniyat omma va olomon bilan toʻqnashuvda vayron boʻladi!

Taʼkidlash joizki, kapitalizm rivojlanishi jarayonida ommaviy jamiyat nazariyasi ham rivojlandi. Oʻta keskin sinfiy kurash, siyosiy va global iqtisodiy inqirozlar, inqiloblar ortda qolib, kapitalistik jamiyat ancha barqarorlashdi. Oʻtgan asrning 50-yillari oxiri – 60-yillari, ayniqsa 70-80 yillarda Gʻarbda aholi turmush farovonligi, yashash sifati ancha yuksaldi. Aholining moddiy va madaniy mahsulotlarni, xizmatlarni isteʼmol qilishi juda tez oʻsdi. Boʻsh vaqti koʻpaydi. Bu dam olish va koʻngil ochish ehtiyojlarini yanada kuchaytirdi. Ularni faqat industrial usullarda, ommaviy adamlarda ishlab chiqiladigan mahsulotlar yordamida qondirish mumkin edi. Shu sababdan ommaviy madaniyat endi ijobiy talqin qilina boshladi (D.Martindeyl, D.Bell, E.Shills). Nazariya “xalq kapitalizmi”, “umumiy farovonlik davlati”, “yagona oʻrta sinf” konsepsiyalari taʼsirida oʻzgardi. Ushbu konsepsiyalarga binoan, ommaviy jamiyatda ijtimoiy-sinfiy farqlar asta-sekin yoʻqoladi, odamlarga teng imkoniyatlar yaratiladi. Kapitalistik jamiyatda aristokratiya va boshqa elitar tabaqalarning siyosiy va ijtimoiy-iqtisodiy mavqei, yuqorida taʼkidlanganidek, oʻzgaradi. Natijada “elitar madaniyat” tushunchasi odamlar ongida sobiq aristokratiya madaniyatini

anglatuvchi atamaga aylandi. Shu bois endi fanda ko‘proq “yuksak madaniyat” tushunchasi qo‘llanilmoqda.

Ommaviy madaniyat atamasi mazmuni ham o‘zgardi. Yuqorida ta’kidlanganidek, u endi zamonaviy texnologiyalar va OAV yordamida yaratiladigan madaniyatni, ko‘ngilochar industriya va hordiq chiqarish hamda zarur axborot olish (birja kotirovkalari, narx-navo, jahondagi iqtisodiy va ijtimoiy-siyosiy yangiliklar, tovarlar va xizmatlar reklamasi, turli “yulduzlar” va siyosatchilar hayoti, sport yangiliklari va h.k.), aloqa o‘rnatish, muloqot va turmushning boshqa qulayliklarini anglata boshladi.

Ommaviy madaniyatni bugungi kundagidek tushunishning shakllanish bosqichlari, elitar va ommaviy madaniyatga doir klassik, postklassik va zamonaviy falsafayu sotsiologiyadagi turli oqimlarga mansub qarashlar A.Kostinaning “Ommaviy madaniyat postindustrial jamiyat fenomeni sifatida” degan kitobida ancha batafsil va ilmiy jihatdan xolis yoritilgan.

Shunday qilib, mumtoz va zamonaviy olimlar qarashlari nazarda tutilsa, ilm-fanda “ommaviy madaniyat” tushunchasi keng (an’anaviy) va tor (zamonaviy) mazmunda qo‘llaniladi deyish mumkin. Keng an’anaviy mazmunda “ommaviy madaniyat” – bu jamiyatning barcha tabaqalari birday o‘z ma’naviy ehtiyojlarini qondirish, ijtimoiy munosabatlarni tartibga solish uchun foydalanadigan (iste’mol qiladigan) axloqiy, estetik, siyosiy, huquqiy, diniy va boshqa g‘oyalar, meyorlar, qoidalar, adabiyot va san’at asarlari, boshqa madaniy mahsulotlardir. U xalq madaniyatini, milliy urf-odatlar, an’analar, marosimlarni, folklor, xalq amaliy-bezak san’atini va turli ijtimoiy guruhlarning submadaniyatini o‘z ichiga oladi.

Zamonaviy tor mazmundagi ommaviy madaniyatga esa hozirgi davr sivilizatsiyasi vujudga keltirgan mazmunan sayoz, milliy va ijodiy-individual xususiyatlari haminqadar, shaklan va mazmunan standartlashgan, sxematik, iste’mol tovariga aylangan madaniyat mahsulotlari, OAV yordamida jamiyatda keng tarqalgan, aholi ongiga singdirilgan stereotip (andozaviy) g‘oyalar, qarashlar mansubdir. Zamonaviy mazmundagi ommaviy madaniyatga xalq madaniyati kirmaydi, chunki unga yorqin ifodalangan milliylik va ijodiy individuallik xos. Xalq madaniyati o‘zi mansub bo‘lgan mamlakat yoki mintaqadagina tarqaladi. Zamonaviy ommaviy madaniyat milliy va mintaqaviy chegaralardan osongina oshib o‘tib, global miqyosda tarqalishga intiladi, kosmopolitik tabiatga ega bo‘ladi. U bir qolipdan chiqadi va cheksiz adadlarda ko‘paytiriladi. Bu mahsulotni ushbu sohaga ixtisoslashgan professionallar guruhi – yozuvchi, ssenariynavis, rejissor, bastakor, reklamachi, dizaynchi, aktyor va hokazolar yaratsa-da, u o‘zining betakror ijodiy qiyofasiga ega emas, balki seriyalab chiqarilgan mahsulotdir.

Xalq og‘zaki ijodining esa aniq muallifi yo‘q. Folklor asarlari asrdan-asrga, avloddan-avlodga o‘tib keladi. Har bir avlod uni o‘zicha talqin qiladi. O‘z davri va ijtimoiy-tarixiy zaruratga ma’qul variantlarini yaratadi. Umumiy mohiyat-mazmun, syujet barqaror qolaveradi. Bunday asarlar turli versiyalarda tarqalsa-da, ularning har biri boshqasidan ozmi-ko‘pmi farq qiladi, takrorlanmas xususiyatlarga ega bo‘ladi, chunki o‘zida baxshining, ijrochining ijodiy individualligini aks ettiradi. Shu bois folklorning har bir varianti va versiyasi nusxa emas, original asar

hisoblanadi. Ommaviy madaniyat mahsulotlari esa faqat oddiy nusxa bo'lib, hech qachon asllikka da'vo qilolmaydi.

Ommaviy kommunikatsiya vositalari – matbuot, radio, kino (keyinchalik televideniye, internet va hokazolar) vujudga kelishi, komikslar, ko'ngilochar asarlar, gramplastinkalar (keyinchalik video va audiodisklar) hamda boshqa madaniy iste'mol buyumlarining sanoat usulida ulkan miqdorda ishlab chiqarilishi oqibatida moddiy buyumlar qatorida ma'naviy mahsulotlarning ham standartlashuvi yuz berdi. Ma'naviy-madaniy mahsulotlar iste'mol tovariga aylandi. Ularning shakli va mazmuni mahalliy, mintaqaviy va milliy qiyofalarini, xususiyatlarini yo'qota boshladi.

Zamonaviy ommaviy madaniyatning shakllanishi industrial jamiyatda boshlanib, alohida ijtimoiy fenomenga (hodisaga) aylanishi postindustrial jamiyatda ijtimoiy-iqtisodiy barqarorlik va turmush farovonligi o'sishi sharoitida yuz berdi. Uning vujudga kelishining, tabiiyki, o'z moddiy-iqtisodiy, ijtimoiy, siyosiy, mafkuraviy omillari bor. Eng avvalo bu jarayonga jamiyat rivojlanishining umumiy tendensiyalari ta'siri to'g'risida gapirish lozim. Kapital milliy chegaralardan chiqib, transmilliy kompaniyalar vujudga keldi. Bank-kredit, savdo-sotiq, statistik va buxgalter hisobotlarining, ishlab chiqarish texnologiyalarining, iste'mol buyumlarining bixillashuvi, standartlashuvi yuz berdi. Bu dunyo miqyosida odamlar turmush tarziga, jamiyat hayotining boshqa sohalariga, jumladan madaniy hayotga ta'sir ko'rsatdi, jahon miqyosida urbanizatsiyaning kuchayishiga olib keldi. Shaharlarda standartlashgan turmush tarzi qaror topa boshladi. Turmush uchun zarur ro'zg'or buyumlarning standart jamlanmasi bo'lishiga ehtiyoj tug'ildi. Hozir deyarli barcha shaharlar kvartiralarida va qishloq xonadonlarining aksariyatida shunday jamlanmalar – mebel, muzlatgich, gaz (elektr) plitasi, mikroto'lqinli pech, TV, radio, telefon, kompyuter va h.k.lar bor. Bixillashgan turmush tarzi, sanoat usulida behisob miqdorda ishlab chiqiladigan rang-barang standart tovarlarni, xizmatlarni iste'mol qilish ommaviy jamiyatni, u bilan birga zamonaviy ommaviy madaniyatni vujudga keltirdi. Ushbu madaniyatning asosiy belgilari - uning mahsulotlari sanoat usulida ko'pnusxada ishlab chiqiladi, texnologik jihatdan qulay; standartlashgan; mazmunan sodda va sayoz, shaklan ixcham, yaltiroq va ommabop; milliy va ijodiy individual xususiyatlari o'ta zaif yoki tamomila yo'q. Ommaviy axborot va kommunikatsiya vositalari orqali tarqatishga moslashtirilgan. Deyarli barcha olimlar bugungi kundagi ommaviy madaniyatning vujudga kelishi, yashashi, faoliyat ko'rsatishi, o'zgarib borishi va rivojlanishini bevosita ommaviy axborot vositalari, axborot texnologiyalari shakllanishi va rivojlanishi bilan bog'laydilar.

Ommaviy madaniyat mahsulotlari ko'proq bir marta foydalanishga mo'ljallangan. Tez unutiladi, bozor va moda talabi asosida o'zgarib turadi. Shu sababdan tinimsiz yangilanib, ko'payib, texnologik jihatdan zamonaviylashib, modernizatsiyalashib boraveradi. Uning ushbu jihati ham moddiy buyumlarnikiga o'xshaydi. Texnologik eskirganlari yoki modadan chiqqanlari ikkilanmasdan tashlab yuboriladi. Masalan, bugungi kunda gramplastinkalarning, patefon va radiolalarning, tasmali magnitofon va plyonkali fotoapparatlarning, mexanik yozuv mashinkalarining vaqti o'tdi. Ular o'rnini raqamli texnologiyalardan

foydalanadigan yangi buyumlar egalladi. Bugungi uyali telefon apparatlarining axborot saqlash xotirasi va har xil operatsiyalarni bajarish tezligi o'n-o'n ikki yil burungi kompyuterlarnikidan qolishmaydi.

Ommaviy madaniyat vujudga kelishi va rivojlanishining siyosiy sabablari demokratiyaning, teng huquqlik va inson huquqlarining rivojlanishi, ijtimoiy-siyosiy imtiyozlarning bekor qilinishidir. Qonun ustuvorligi va qonun oldida hammaning tengli, hokimiyat uchun kurashda saroy fitnalari, guruhbozlik kelishuvlari emas, balki ochiq-oshkora, yopiq-yashirin ovoz uchun kurash ommaviy madaniyatning iajtimoiy-siyosiy va huquqiy yuridik omillarini va ayni paytda alohida namoyon bo'ladigan shakllarini tashkil qildi. Chunki madaniyat siyosiy va huquqiy madaniyat shaklida ham mavjuddir.

Demokratiyaning muqobili – diktaturalar ham industrial va postindustrial jamiyatda ommaviy madaniyatning o'ziga xos shaklini vujudga keltiradi. Bunga Stalin va Gitler hamda boshqa fashistik va kommunistik diktaturalar davridagi mamlakatlar madaniyatini misol qilib olish mumkin.

Diktaturalar sharoitida davlat mafkurasi mavjudligi va davlat tomonidan tashkil qilingan targ'ibot-tashviqot tizimi, "tashqi" va "ichki" dushmanlarning o'ylab topishi va ularga qarshi kurashga butun millat chorlanishi, "safarbar qilinishi" o'sha andozaviylikni, sxematizmni, mazmunan sayozlikni keltirib chiqaradi. Demokratik jamiyatdagidan farqli diktaturalar sharoitida ommaviy madaniyat mafkuraviy murosasizlik va g'oyaviy tajavuzkorlik, kurashchanlik xususiyatlari kasb etadi, mafkuraviy, siyosiy va g'oyaviy-estetik muxoliflariga qarshi ayovsiz kurash olib boradi. Bugun radikal va diniy-ekstrimistik oqimlar, harakatlar hammani bir xil fikrlash, bir xil o'zlari belgilab bergan andozalar asosida yashashga da'vat etib, uni amalga oshirishga intilmoqdalar.

O'zbekistonda ommaviy madaniyat tushunchasini ko'pchilik kishilar faqat salbiy mazmunda qo'llaydilar. Urg'u asosan ommaviy madaniyatning kamchiliklariga beriladi, yoki ommaviy madaniyat uni niqob qilib olgan aksilmadaniyat bilan chalkashtiriladi. Ba'zi olimlar ommaviy madaniyat tushunchasiga shunchalik tor va salbiy yondashadilarki, uni olomon, to'da madaniyati, hatto shayton vasvasasi sifatida talqin qiladilar. Bu mutlaqo xato yondashuv. Keyingi holatga bir misol keltiramiz. Olimlarimizdan biri shunday mulohazalarni bildirdi: Siz yo'ldan bir kampirni o'tkazib qo'ydingiz. Ommaviy madaniyat sizga noto'g'ri qilding, 2-3 daqiqa vaqtingni yo'qotding, deb shipshiydi. Metroda, tramvayda siz bir qariyaga joy berdingiz, ommaviy madaniyat sizga yana noto'g'ri qilding, axir sen ishga boryapsan, kuchingni, energiyangni tejashing kerak, pensiyaga chiqqan qariya uyida o'tirsin, yoki tik turib ketaversin deydi. Ommaviy madaniyat ayniqsa yoshlarni yo'ldan uradi: aysh ishrat qilib qol, hayot bir marta beriladi va h.k.

Bunday qarashlar ilgari ham uchrab turgan. Xalqimiz ularni ommaviy madaniyati yoki boshqacha "ilmiy" va balandparvoz atamalarni, so'zlarni qo'llamasdan, oddiygina odobsizlik, hurmatsizlik, mehr-oqibat yetishmasligi, maishiy buzuqlik yoki nafs balosiga giriftor bo'lish, shayton vasvasasiga uchish deb baholagan. Bunday qarashlarning ommaviy madaniyatga bevosita aloqasi yo'q. U maishatparastlik va ochko'zlik emas. U hozirgi zamon sivilizatsiyasining

ijtimoiy hayotda voqe bo'lishining, faoliyat ko'rsatishining asosiy shaklidir. Radio, TV, internet, zamonaviy axborot vositalari, texnika vositalar yordamida muloqot, aloqa, hisob-kitob qulayliklari va h.k. va h.k. barchasi zamonaviy ommaviy madaniyatga daxldor.

Ommaviy madaniyatning o'z kamchiliklari va tug'dirayotgan xavf-xatarlari bor. Lekin unga barcha illatlarni keltirib taqashning hech hojati yo'q – bunday yondashuv ilmiy emas. Ommaviy madaniyatda uch qatlam ajralib turadi: birinchisi – kich madaniyat, ikkinchisi – mid madaniyat, uchinchi – art madaniyati. “Kich” nemischa kitch – arzon, qimmat past, jo'n, primitiv so'zidan, mid – inglizcha midl – o'rtaliq, o'rtacha, art – lotincha san'at so'zidan kelib chiqqan. Kich madaniyat ba'zan dag'allikka, hirslarni va insonning biofiziologik mayllarini ochiq ko'rsatishga moyillik bildiradi, ammo aksilmadaniyat emas. Art esa ijrochilik mahorati, professionallik darajasi bilan yuksak madaniyatga borib tutashadi. Shu sababdan ommaviy madaniyat mahsulotlari va hodisalariga konkret yondashish lozim. Ularning hammasini yoppasiga bir qolipga, savatga tiqib bir xil baholab bo'lmaydi.

Olomon, to'da madaniyati tushunchasining ham ommaviy madaniyatga aloqasi yo'q. Olomon, to'da – barqaror ijtimoiy guruh yoki birlik emas. Ijtimoiy jihatdan rang-barang. U qisqa muddatga va ayni damda tasodifan shakllanadi. Unga turli ijtimoiy tabaqalarga, guruhlarga mansub kishilar kirib qolishi mumkin. Masalan, metro yoki avtobus bekatida to'planib qolgan yo'lovchilar, futbol matchini ko'rishga kelgan ishqibozlar, teatr spektakli tomoshabinlari bunga misol bo'la oladi. Ularni faqat muayyan xizmat turidan foydalanish ehtiyoji to'plagan. Ko'rinib turibdiki, olomonda yoki to'dada barqaror tizimli manfaatlar, strategik ijtimoiy maqsad va vazifalar bo'lmaydi. Binobarin, ularni qondirish, yuzaga chiqarish, amalga oshirish kabi tizimli g'oyalar, qarashlar, mafkuraviy va madaniy vositalar ham bo'lmaydi. Bu yerda gap jamiyat a'zolari, fuqarolarning umuman ehtiyojlari, qiziqishlari haqida ketmayapti. Jamiyatga futbol ham kerak, futbol ishqibozlari ushbu sport turi rivojlanishidan ma'naviy manfaatdor. Teatr yoki transport rivjlanishi haqida ham shunday deyish mumkin. Bu yerda gap bekatda, stadionda, teatrdamda o'sha damda to'plangan kishilar yig'indisi haqida ketmoqda. Ommaviy madaniyatning olomon va to'da madaniyati emasligi zamonaviy sivilizatsiya, zamonaviy jamiyatning usiz faoliyat ko'rsata olmasligida yaqqol ko'rinadi.

Ommaviy madaniyat nafaqat zamonaviy sivilizatsiyaning mahsuli, shuningdek uning ijtimoiy-madaniy negizi hamdir. Ommaviy madaniyat tushunchasining ilmiy mazmuni aynan ushbu yo'nalishda, ya'ni postindustrial jamiyat, axborot texnologiyalari, globallashuv asri hodisasi sifatida konkretlashib, barqarorlashib bormoqda.

2. Dunyodagi har bir xalqning o'ziga xos an'analari, urf-odatlari milliy qadriyatlar bor. Shu jihatlarga ko'ra xalqlar biri ikkinchisidan farqlanadi, ularning ijtimoiy hayotida o'ziga xoslik kuzatiladi. Muayyan zaminda yuzaga kelgan,

necha yuz yillar davomida shakllangan va sayqal topgan ma'naviy mezon va meyorlar, madaniy meros shu millatning, shu xalqning bebaho boyligi hisoblanadi. Zamonaviy taraqqiyot va davlatlar o'rtasidagi har tomonlama (iqtisodiy, siyosiy, makkuraviy, madaniy va h.k) yaqinlashishning tezlashuvi mumtoz madaniyatga va ma'naviy qadriyatlar sistemasiga sezirali ta'sir ko'rsatmoqda. Hayotimizga shiddat bilan kirib kelayotgan texnika va texnologiyalar, globallashtirish jarayonlari bunday boylikning mohiyatini yanada chuqurroq anglashni taqazo etmoqda. Ma'naviy va mafkuraviy tahdidlar turli ko'rinish, shakl va mazmunda namoyon bo'layotganini hisobga olsak, keskin choralar ko'rib, ularning oldini olish zaruratga aylandi. Ommaviy madaniyatning ayrim yo'nalishlari va hodisalarining salbiy ta'siri ham ma'naviy tahdidlar qatoriga kiradi.

Ommaviy madaniyat nimani tarqatishni va ommalashtirishni maqsad qilsa, uning asosiga maqsadiga mos g'oyani qo'yadi, o'z urinishlarini turli usullar yordamida niqoblaydi. Bugungi kunda ma'naviyatning birlamchi asosini tashkil etuvchi axloqiy meyorlarning zaiflashib, qashshoqlashib borishi ko'zga tashlanmoqda. Axloqiy buzqlik va zo'ravonlikni targ'ib qiluvchi ayrim "ijodkor" guruhlar o'z urinishlarini yaratgan maxsulotlarini inson huquqlari, erkinligi, ozodligi, demokratiya bilan bog'lab oqlamoqdalar va aksar hollarda buning ustidan ham chiqmoqdalar. Axloq meyorlarining huquq normalariga bo'ysundirilishi esa bu boradagi fikrlovchilarning "tegirmoniga suv quymoqda". Misol uchun bugun ayrim G'arb davlatlarida bir jinsli nikohlarning legallashtirilganini (qonuniylashtirilishi) va ularga farzand asrab olishga ham ruxsat berilayotganini aytish mumkin. Bu kabi hamda oila-nikoh masalasidagi an'anaviy qadriyatlarga bepisandlik, ayol va erkak aloqalarini, birgalikda turmush kechirishni o'ta erkinlashtirish axloqiy qadriyatlar deformatsiyaga uchrashiga va ayrim holatlarda ularning yo'qolishiga ham sabab bo'lmoqda. Oilaning jamiyat oldidagi vazifasi nisbiy bo'lib qolmoqda, uning avlodlar davomiyligini ta'minlashdek eng muhim fundamental vazifasiga befarq qaralmoqda. Bu esa ba'zi bir G'arb davlatlarida demografik muammolarni keskinlashtirmoqda. Mazkur xolatlar nafaqat ma'naviy tanzulga balki, moddiy- iqtisodiy hayotga ham sezirali ta'sir ko'rsatadi, mehnatga yaroqli aholining kamligi esa ishlab chiqarishga salohiyatiga va shu asosda mamlakatning iqtisodiy quvvatining pasayishiga olib kelishi mumkin. Ishchi kuchiga bo'lgan talabning oshishi mehnat migratsiyasi asosida muhojirlarning yoppasiga kirib borishi madaniy munosabatlarda sezirali o'zgarishlarni yuzaga keltirmoqda. Yangi muhitga tez moslashib, o'zini yerli aholi kabi his qilish uchun muhojirlar jamiyatdagi mavjud meyorlarni qabul qilishlari zarur. Bu esa milliy madaniyatlar diffuziyasiga, ya'ni bir-birining tarkibiga kirib borishiga zamin yaratmoqda. Aslini olganda ommaviy madaniyat niqobida kirib kelayotgan axloqsizlik, behayollik, zo'ravonlik va buzqlik kabi illatlarning hech biri xalqning milliy madaniyatiga, umumbashariy qadriyatlarga to'g'ri kelmaydi. Bu xususda Prezidentimiz Islom Karimov shunday degan edi: "Ommaviy madaniyat" degan niqob ostida axloqiy buzqlik va zo'ravonlik, individualizm, egotsentirizm g'oyalarini tarqatish, kerak bo'lsa uning hisobidan boylik orttirish, boshqa xalqlarning necha ming yillik an'ana va qadriyatlari, turmush tarzining ma'naviy

negizlariga bepisandlik, ularni qo'porishga qaratilgan xatarli tahdidlar odamni tashvishga solmay qo'ymaydi. Hozirgi vaqtda axloqsizlikni madaniyat deb bilish va aksincha, asl ma'naviy qadriyatlarni mensimasdan eskilik sarqiti deb qarash bilan bog'liq holatlar bugungi taraqqiyotga, inson hayoti, oila muqaddasligi va yoshlar tarbiyasiga katta xavf solmoqda".

Darhaqiqat, globallashuv sharoitida mamlakatimiz yoshlari ongini zaharlaydigan, ma'naviy dunyosiga xavf soladigan mafkuraviy tahdidlar kirib kelishi kuchaymoqda. Natijada ayrim yoshlarimiz to'g'ri yo'ldan chalg'ib, adashib qolmoqdalar. Ular ma'naviyatini izdan chiqarib, o'zlarini xudbin va johil qilib qo'yayotgan ommaviy madaniyat nima va u qachon paydo bo'ldi? Aslini olganda ommaviy madaniyatga nisbatan o'ta salbiy va bir tomonlama munosabatda bo'lish, nazarimizda, nohaqlik bo'ladi. Ommaviy madaniyat ma'lum madaniy hodisalarning, shu jumladan qadr-qimmatini yoki shubhali g'oyalarning, mahsulotlarning omma tomonidan notanqidiy iste'mol qilinishida, qo'llanilishida namoyon bo'ladi. Ommaviy madaniyatni kelib chiqishiga oid fikrlarni turli faylasuf va olimlar, jamiyatshunoslar har qaysi davrda o'sha davr nuqati nazariga asosan taxlil qilgan. Kimdir ommaviy madaniyatni yaqin davrda paydo bo'ldi (Yelena Smolskaya) deb hisoblasa, yana qaysidir olimlar uning tarixini ming yilliklarga (D.Uayt) taqaydilar.

Hozirgi davr nuqtai nazaridan qaraganda, ommaviy madaniyat zamonaviy jamiyat mahsuli deyish mumkin. Gap uning kelib chiqish tarixi va shakllanishi haqida ham emas, aslida davr o'tishi bilan ommaviy madaniyatning asosini ijobiy jihatlardan ko'ra salbiy jihatlar ko'proq tashkil etayotganidadir. Ilgarilari uning milliy mintalitetga moslashishi kuzatilgan, bugun esa uning aksi kuzatilmoqda. Ommaviy madaniyat milliy madaniy chegaralardan osongina o'tib, odamlar ongi va ma'naviy hayotini o'ziga moslashtirishga, ikkinchi darajaga tushirishga, hatto ba'zi hollarda an'anaviy qadriyatlar yo'qolishiga olib kelmoqda. Chunki u inson ongini, turmush tarzini, butun jamiyatni standartlashtirishni ko'zlaydi. Bugun ko'p narsa ommaviylik kasb etmoqda. Misol uchun hamma mobil telefon ishlatadi, bir xilda kiyinadi. Bunga asosan texnika va texnologiyalarning rivojlanishi, mahsulotlarning sanoat usulida ishlab chiqarilishi sabab bo'lmoqda. Uzoqqa bormaylik, bundan 30-40 yillar burun kabelli telefonlar sanoqli odamlar xonadonida bo'lgan. Zamonaviy texnologiya tuhfa sifatida qulaylik nuqtai nazaridan osongina qabul qilamiz va ular ishimiz bir necha barobar tez va samarli bo'lishiga yordam beradi. Ammo ommaviy madaniyat ijtimoiy hodisa sifatida ma'naviyat rivojiga ayrim hollarda ziddiyatli ta'sir ko'rsatadi. Bir tomondan, ommaviy madaniyat milliy madaniyatning boyishiga ham xizmat qiladi. Har qanday madaniyatga qotib qolgan narsa sifatida qaramaslik lozim. Taraqqiyot zamon bilan hamnafas bo'lishni, u yaratgan yangiliklarga moslashishni talab qiladi. U yaratgan mahsulotlar universalligi, ommabopligi, ixchamligi, bozor talablariga tez moslashishi bilan odamlar e'tiborni jalb qiladi, qiziqtiradi va o'ziga o'rgatadi. Yaratilgan mahsulotlar qulaylik jihatidan tez qabul qilinadi, insonning bo'sh vaqtini to'ldirishga, dam olishiga yordam beradi. Boshqa tomondan, uning mazmunan sayoz va katta qimmatga ega bo'lmagan mahsulotlari odamlar ma'naviy yuksalishiga foyda bermaydi, ularning ongini boyitishga emas,

boshqarishga qaratilgan bo'ladi. Iste'molchilik psixologiyasining ta'sirida ayni paytda urfda bo'lgan mahsulotlarni xarid qilishga o'rganadi. Reklama qilinayotgan mahsulotni xarid qilgan kishi o'zini zamonaviy inson, davr bilan hamnafas deya his qila boshlaydi va aksincha bo'lganda o'zini zamondan ortda qolganday sezadi. Mahsulotga bo'lgan zaruriy ehtiyoj va uning sifati hisobga olinmasdan, e'tirozsiz qabul qilinadi.

Ommaviy madaniyat mahsulotlarida milliy belgilarning zaifligi yoki mutlaqo yo'qligi milliy ma'naviyatga aks ta'sir ko'rsatadigan tahdidlardan biridir. Ma'naviy tahdidlar inson ichki olamiga qarshi qaratilgan bo'lib, uning ongini, dunyoqarashini, ruhiyatini izdan chiqaradi. Qizig'i shundaki, bu tahdidlar yosh, millat, til, din, irq, xalq tanlamaydi. Lekin ko'proq hayotiy tajribasi va bilimi kam yoshlar ongiga xavf tug'diradi. Mamlakatimiz aholisining katta qismini yoshlar tashkil etishini hisobga oladigan bo'lsak, turli shakl va mazmundagi ma'naviy tahdidlarga qarshi tura olish dolzarb ahamiyat kasb etayotir. Internetning, ayniqsa undagi ijtimoiy tarmoqning jadallashuvi tufayli turli mazmundagi axborot har bir xonadon, har bir kishi hayotiga kirib kelayotir va ularning uchun zaruriy ehtiyojiga aylanmoqda. Internet xizmatlari mobil telefonning asosiy funksiyalaridan biriga aylanib ulgurdi. Bu esa internet xabarlariga to'siq va chegara qo'yish imkonini yo'qqa chiqardi. Zamonaviy sivilizatsiya in'om etayotgan qulaylik va imkoniyatlardan, internetdan voz kechib bo'lmaydi. Lekin masalaning boshqa ziddiyatli va inson ma'naviyatiga salbiy ta'sir ko'rsatadigan tomonlari ham bor, insonni o'ylashga, mushohada yuritishga va amaliy ishlar qilishga undaydi. Yoshlarimiz ma'naviyatini boyitish, ayrim kamchiliklarni bartaraf etish bugun keng jamotchilikning vazifasiga aylanmog'i kerak. E'tibor berdigan bo'lsak, har qanday madaniyat to'satadan yuzaga kelib qolmaydi, u asta-sekinlik bilan shakllanadi. Kichik, bir qaraganda arzimas ko'ringan voqealar orqali ommaviy madaniyat odamlarni qiziqtiradi, o'ziga o'rgatadi, ko'niktiradi va ongini egallaydi. Eng xavfli tomoni ham shunda. Ommaviy madaniyat taklif etayotgan oson qabul qilinadigan yengil va mazmunan sayoz har qanday namunalar inson bilimi, dunyoqarashi, ma'naviyatini boyitishga xizmat qila olmaydi. Tuturuqsiz qo'shiqlar, filmlar, suratlar, turli xildagi roliklar "usti yaltiroq ichi qaltiroq" mazmundagi mahsulotlar xolos. Bu kabi "madaniy mahsulotlar" insonga bilim bema'ni, ma'naviyatining boyishiga xizmat qilmaydi. Aksincha, insonda nafs va hirsni rag'batlantiradi, asl qadriyatlarga befarqlik va loqaydlikni shakllantiradi, fikr qaramligiga va milliy ruhning yo'qolishiga olib keladi. Shunday ekan, millatimiz, xalqimiz madaniyatiga zid bo'lgan yengil-yelpi "madaniy mahsulotlar" ga tanqidiy munosabatni kuchaytirish kerak. Garchand ularni taqiqlashning imkoni bo'lmasada. Xalqimiz tabiatiga, mintalitetiga begona bo'lgan, ayrim kishilar "zamon zayli" deb nomlayotgan ma'naviy tanazullga boshlaydigan illatlarga qarshi turishda har bir kishida avallo mafkuraviy, ma'naviy- madaniy immunitetni, yuksak vatanparvarlik hissini, chuqur bilim va e'tiqodni shallantirmoq kerak. Shundagina biz ko'zlayotgan kelajagi buyuk ozod va obod vatan qurishdek olijanob maqsadlarimizga to'la-to'kis erishmog'miz mumkin. Bu jarayonda ma'naviyat millatni yuksalishga, mamlakatni taraqqiyotga boshlaydigan omilga

aylanadi. Ma'naviy qudrati kuchli bo'lgan xalqda bunyodkorlik, ezgulik va vatanparvarlik hissi yanada rivojlanadi, tinchlik va osoyishtalik hukm suradi.

3. Ma'lumki, madaniyat umuminsoniy hodisa, faqat bir xalqqa tegishli bo'lgan, faqat bir xalqning o'zi yaratgan sof madaniyat bo'lmaydi va bo'lishi ham mumkin emas. Har bir milliy madaniyatning asosiy qismini o'zi yaratgan bo'lsa-da, unda jahon xalqlari yaratgan umuminsoniy madaniyatning ulushi va ta'siri bo'ladi, albatta. U barchaga baravar xizmat qiladi. Masalan san'at va adabiyot durdonalari, me'morchilik obidalari, maqomlar, fan yutuqlari va boshqalar barchaga tegishli. Madaniyatni ikkiga-elitar (yuksak) va ommaviy (tuban) madaniyatga bo'lish mumkin. Yuqoridagi fikrlar yuksak madaniyatga xosdir. Unda umuminsoniy g'oyalar, qarashlar, nazariyalar va ta'limotlar asosiy negiz vazifasini bajaradi. Shu ma'noda asl madaniyat odamlarga ruhiy quvvat, ma'naviy ozuqa beradi ularning bilimlarini yanada boyitadi.

“Ommaviy madaniyat” esa odamlarning kundalik o'tkinchi ehtiyojlariga mo'ljallangan sayoz mazmunli mahsulotlar yaratadi. Ular bir qolipdan chiqqan, standartlashgan ommaviy nusxalarda industrial usullarda ishlab chiqilgan. Ular insoning iste'molchilik psixologiyasiga mos. Ular insonni jonli hayotdan uzoqlashtirib, virtual olamida bekinib olishga yordam beradi. Buning uchun u gepervoqelikni ya'ni shaxsning bo'rtirilgan, sun'iy kichik olamini yaratadi. Ommaviy madaniyatning asosiy xususiyatlari sirasiga individual xarakterga ega ekanligi, milliylikning deyarli yo'qligi, OAV orqali tarqatilishiga mo'ljallanganligini kiritish mumkin. Shu ma'noda ommaviy madaniyatning bajaradigan ijtimoiy vazifasini ham keng keng ko'lamda talqin qilish biroz mushkul. Har qanday madaniyat ijtimoiy hodisa sifatida ma'lum bir vazifani bajaradi. Ommaviy davr ta madaniyat zamonaviy jamiyatning ichki xususiyati sifatida ko'plab vazifalarni bajaradi. U odamlardan davr talabiga javob berishni taraqqiyot bilan hamqadam bo'lishni taqozo qilmoqda. Ya'ni “Zamonaviy odamni” shakllantirishga harakat qilmoqda.

Rivojlanish sur'atlarining o'sib borishi odamlarda o'ylab ko'rishga imkon qoldirmasdan tezlik bilan moslashish (adaptatsiya) zaruratini yuzaga keltirmoqda.

Masalan, zamonaviy aloqa vositalarini, kompyuter va ATV ni ishlatishni bilmagan odamlar o'zlarini zamondan orqada qolgan deb hisoblanadi va hozirgi zamon talabiga yetarlicha moslasha olmaydilar. Yoki bo'lmasa moda talabidan kelib chiqib haqiqiy ehtiyoj bilan hisoblashmasdan, reklama orqali ongiga sindirilgan buyumlarni xarid qilmoqdalar. Bu kabi xolatlar faqat maishiy hayotda, balki ma'naviy hayotda ham kuzatilmoqda. Odob-axloq, adabiyot va san'at, kiyinish madaniyatida bunday misollarni ko'plab keltirish mumkin. Masalan, jamoat joylari va ta'lim muassasalarida kiyinish madaniyatiga amal qilmaslik, estetik qoidalarni chetlab o'tish kabi xolatlar bizga ko'proq ma'lum. Albatta, taraqqiyot talabi bilan bog'liq bo'lgan zarurtdan voz kecha olmaymiz lekin ommaviy madaniyat taklif qilayotgan "madaniyat massulotlarini" to'liq qabul qila olmaymiz. Biznigcha, madaniyatda ham axloq va nafosat mezonlariga amal qilmoq kerak.

Ommaviy madaniyat odamlarni real hayotdan uzoqlashtirib, ularni xayollar (illyuziya) olamiga yetaklaydi. Aldamchi va soxta tuyg'ularni baxsh etib turmush tashvishlaridan chalg'itgandek bo'ladi. Aslida esa bularning hammasi aldamchi his-tuyg'ular – sarob. Bu odamlarda xayolot va real hayot o'rtasidagi tafovutning yo'qolib borishiga olib kelmoqda. Turmush muammolari, orzu- istaklarning yechimi faqat xayoliy olmda aks etib real hayotda unga amaliy harakat qilishga yo'l bermayapti. Mazkur xolatni "Ajoyib xayolparast" filmidagi bosh qahramonni eslash orqali yorqin tasavvur qilish mumkin. Dedektiv asarni o'qigan, jangari filmlarni muntazam ko'rib brogan o'quvchi yoki tomoshabin o'zini super qahramon timsolida tasavvur qila boshlaydi.

Bo'sh vaqtlardan unumli foydalana olgan kishi har jixatdan o'sadi, rivojlanadi xulqida ijobiy xususiyatlar shakllanib boradi. Shu boisdan. Odamlarning bo'sh vaqtini mazmunli o'tkazish ularni turli illatlar ta'siridan himoyalash imkonini beradi. Har biro dam qalbida uni muntazam harakatga undan turuvchi kuch- qiziquvchanlik mavjud. Shu tufayli turli xildagi virtual o'yinlar odamlar, ayniqsa yoshlar e'tiborini tortib, bo'sh vaqtni o'tkazish va dam olish uchun ermak bo'lmoqda. Kompyuter o'yinlarini o'ynash nafaqat bo'sh vaqtni sarflash, balki dam olish hamdir.

Bizning nazarimizda, bosh vaqt ma'naviy kamolot vaqtidir. Masalan, kitob o'qish, shaxmat o'ynash, film tomosha qilish, muzey va spektakllarga tushish odamga yangi bilimlar berish bilan bir vaqtda dam olishi uchun ham imkon yaratadi. Kitob o'qigan kishi voqealar rivojini ongidan o'tkazib, tasavvur qilib o'zicha taxlil qilib boradi. Kino ko'rayotgan odam biroz chalg'isa voqeadan uzilib qoladi, shuning uchun u asosiy e'tiborni tasvirlar ketma-ketligiga qaratadi. Ayni vaqtda voqeani tahlil qilishga imkon qolmaydi, chunki voqealar uzluksiz davom etadi.

Ommaviy madaniyatning yana bir vazifasi odamlarni va jamiyatni real ijtimoiy-siyosiy muammolardan chalg'itish va uning ongini boshqarish (manipulatsiya)dir. Bu orqali odamlarda davlat va jamiyat ishlariga nisbatan loqaytlik, Ommaviy madaniyat odamlarda va jamiyatda iste'molchilik psixologiyasini rivojlantiradi. Ehtiyojlar uzliksiz o'sib borgan sayin iste'molga bo'lgan talab ham o'zgaradi. Radio, televideniye va internet orqali tarqatilayotgan reklama materiallari, ko'cha va xiyobonlardagi bannerlarda namoyish etilayotgan ko'rgazmalarda "Faqat siz uchun", "Baxtinga erish", "Xizmat kafolatlangan" kabi chaqiriqlar odamlar ongini boshqarmoqda. Reklamalarning takrorlanaverishi odamlarda shu to'g'ri ekan, sifatli va kafolatli degan fikrni yuzaga keltirmoqda. Shu orqali odamlar va jamiyat ongiga ta'sir o'tkadi.

Bugungi kunda odamlarning ijtimoiy turmush darajasi birxillashib bormoqda. Iste'molga bo'lgan ham xuddi shunday asosga ega. Iste'molchi zaruriy ehtiyojga qarab emas, davr va moda talabiga qarab harakat qiladigan bo'lib bormoqda. Masalan, talab darajasidagi mashinasi bor odam yangi markadagi mashina chiqsa olishga harakat qiladi. Garchi unda bunga ehtiyoj bo'lmasada. Yo'qsa u o'zini zamondan orqada qolgan, qoloq iste'molchi sifatida his qiladisiyosiy va iqtisodiy jarayonlarga befaqlik kabi munosabat shakllanadi. Boshqacha aytganda, ommaviy madaniyat odamlarni asl maqsad va muddaolaridan uzoqlashtirmoqda. Muammoli masalarni hal etish, ularning yechimini izlash o'rniga "Mening nima ish bor, qornim to'q, ustum but" qabilida ish yiritish taklif etmoqda.

Biz ommaviy madaniyatning ayrim kamchiliklari haqida fikr yuritdik. Maqsad uni qoralash emas, balki uning ijtimoiy foydali tomonlarini ajratib ko'rsatish bilan birgalikda asl madaniy qadriyatlarni hurmat qilish, asrab-avaylash va boyitishdir.

Ommaviy madaniyat turmush tarzimizda tobora katta o'rin egallamoqda. Unga ma'lum bir cheklov qo'yish imkoni yo'q. Davr odamlardan ommaviy madaniyatga nisbatan to'g'ri munosabatni shakllantirishni, uni ta'lim-tarbiya tizimida xolis va tanqidiy o'rganishni talab qilmoqda. Ommaviy madaniyat deganda, faqat uning salbiy ta'sirlarini izlash emas, balki undan himoyalash va foydalanishni ham hisobga olishimiz lozim.

Xulosa:

Mamlakatimizda amalga oshirilayotgan isloxlarning pirovard maqsadi huquqiy demokratik davlat va ochiq fuqarolik jamiyati qurishdan iborat. Bu jarayonda moddiy va ma'naviy hayot uyg'unligi erishishga aloxida e'tibor qaratilmoqda Chunki Birinchi Prezidentimiz Islom Karimov "Yuksak ma'naviyat – yengilmas kuch" asrida "insonga xos orzu-intilishlarni ro'yobga chiqarish, uning ongli hayot kechirishi uchun zarur bo'lgan moddiy va ma'naviy olamni bamisoli parvoz qilayotgan qushning iki qanotiga qiyoslasak, o'ylaymanki o'rinli bo'ladi." – deya ta'kidlaganlaridek, ular uyg'un va mutanosib rivojlanmas ekan jamiyat taraqqiyoti bir yoqlama bo'ladi va turli kamchiliklarga olib keladi.

Ilm-fan, texnika taraqqiyoti jadallashishi bilan birga, ming afsuski, insoniylik qoidalariga zid bo'lgan "ommaviy madaniyat" niqobi ostidagi turli illatlar ham kuchayib borayotgani bugungi kunda hech kimga sir emas. Mustqillik yillarida milliy madaniyatimiz tarixini o'rganish, rivojlantirish va yosh avlodaga sof holatda yetkazish maqsadida ko'plab ishlar amalga oshirilmoqda. O'tgan davr mobaynida ommaviy madaniyatga umuman olgan madaniyat soxasiga oid ko'plab monografiyalar, risola va maqolalar chop etildi. Hatto Islom Karimovning "Yuksak ma'naviyat – yengilmas kuch" asarida "ommaviy madaniyat degan niqob ostida axloqiy buzuvchi va zo'ravonlik, individualizm, egosentizm g'oyalarini tarqatish,

kerak bo'lsa, shuning hisobidan boyluk orttirish, boshqa xalqlarning necha ming yillik an'ana va qadriyatlarini, turmush tarzining ma'naviy negizlariga bepisandlik, ularni qo'parishga qaratilgan tahdidlar odamni tashvishga solmay qo'ymaydigan teran fikrlar bildirildi. Ammo bugungi kunda ommaviy madaniyatni kelib chiqishi va shakllanishini, uning ijtimoiy fenominga aylanishi, uning vazifalari, diffuziyasi va interfirensiyasiga e'tibor qaratadigan bo'lsak juda ko'plab noxolis fikrlarga chalkash munosabatga va hattoki biri ikkinchisini inkor etadigan fikrlarga ham duch kelamiz.

Birinchidan, "ommaviy madaniyat" tushunchasining kelib chiqishi va shakllanish jarayoni haqida tugal fikrlar haligacha mavhulik kasb etmoqda. Turli taqdidoqlar natijasida yuzaga kelayotgan tariflar turli ikkilanish va chalkashliklarni yuzaga ketirmoqda;

Ikkinchidan, Ommaviy madaniyat unsurlari hayotimizning barcha sohalariga kirib kelib ulagurgan bir paytda unga nisbatan ko'p xollarda salbiy munosabatning uchrayotgani ya'ni bir yoqlam munosabatning kuzatilayotgani;

Uchunchidan, Ommaviy madaniyatning insonni real voqelikdan, hayotning real, muammolaridan chalg'itida. Bunday insonda vatan va jamiyat taraqqiyoti mkelajak avlaod oldidagim yuksak ma'suliyat hissi pasyadi yoki batammom yo'qolishi ham mumkin.

To'rtinchidan, bugun madaniyatimiz diffuziya va interfirensiya jarayonini boshdan kechirmoqda. Zamonaviy sivilizatsiya yaratgan texnik yutuqlardan voz kechib bo'lmaganidek, u yaratgan ommaviy madaniyatning qulaylik turlaridan va mahsulotlaridan ham voz kechib bo'lmaydi.

Adabiyotlar ro'yxati

1. Islom Karimov. "Yuksak ma'naviyat – yengilmas kuch" T., "Ma'naviyat" nashriyoti 2008 y. 118-bet.

2. A. Erkayev. "Ma'naviyat millat nishoni" T., "Ma'naviyat" nashriyoti., 1999 y.

3. A. Erkayev. “Ma’naviyat va taraqqiyot” T., “Ma’naviyat” nashriyoti.,
1999 y.