

YOSHLAR PSIXOLOGIYASI VA OMMAVIY MADANIYAT

Karimova Bahora Asilbek qizi

Jizzax davlat pedagogika universiteti

Pedagogika va Psixologiya fakulteti talabasi

Annotatsiya: Ushbu maqolada yoshlar psixologiyasi va ommaviy madaniyat o'rtasidagi aloqadorlik tahlil qilingan holda yoshlarning ruhiy holati, o'zini anglash jarayoni va ijtimoiy muhit ta'sirida shakllanadigan xulq-atvori ommaviy madaniyat elementlari bilan chambarchas bog'liq ekanligi yoritiladi. Maqolada ommaviy madaniyatning yoshlar ongiga ta'siri, uning ijobiy va salbiy jihatlari, shuningdek, shaxsiy va milliy qadriyatlar bilan raqobati tahlil qilinadi.

Kalit so'zlar: yoshlar psixologiyasi, M. Xorkxaymer, D. MakDonald ommaviy madaniyat, Muso Toshmuhammad o'g'li Oybek, shaxsiy identifikatsiya, ijtimoiy ta'sir, Faylasuf A.Y.Fliyer, milliy-madaniy qadriyatlar.

Hozirgi globallashuv jarayonida Ommaviy madaniyat jamiyatning barcha qatlamlariga, ayniqsa yoshlar ongiga kuchli ta'sir ko'rsatib kelmoqda. Ommaviy madaniyat tushunchasiga ta'rif beradigan bo'lsak, u berilgan madaniyatning bosh oqimiga kiruvchi g'oya, nuqtai nazar, ko'rsatma, mem, imij va boshqa ijtimoiy fenomenlar to'plamiga aytiladi. Ommaviy madaniyat orqali tarqatilgan g'oyalar va tushunchalar ko'pincha real hayotdagi vaziyatlar bilan bog'lanmaydi, ammo ularning insonlar ongida mustahkam o'rinishi mumkin. Bu esa nafaqat madaniy yoki ijtimoiy ziddiyatlarga olib keladi, balki ongli va tizimli qarorlar qabul qilishni qiyinlashtiradi. Ommaviy madaniyat, xususan, odamlarni o'zlarining haqiqiy ehtiyojlari va qadriyatlaridan chalg'itishi mumkin. Ommaviy madaniyatning ta'siri shaxsiy fikr va mustaqillikni zaiflashtirishi mumkin, odamlarni jamiyatning keng tarqalgan fikrlariga moslashishga majbur qiladi.

Bu tushunchaning vujudga kelish tarixiga to'xtaladigan bo'lsak, Ommaviy madaniyat atamasi birinchi marta 1941-yilda nemis professori M. Xorkxaymer va 1944-yilda amerikalik olim D. MakDonaldlar tomonidan muomalaga kiritilgan. Bu

atamaning mazmuni qarama-qarshilikni o'zida jamlagan. Jumladan, bir tomondan, mashhur madaniyat – “Hamma uchun madaniyat”, boshqa tomondan, bunday madaniyat “ommaviy madaniyat” ostida madaniyatsizlik, axloqsizlik yotadi[1].

Mutaxassislar ya'ni faylasuf va sotsiolog olimlarning fikricha, hali ilm-fanda „antikultura-„g'ayrimadaniyat degan ilmiy tushuncha shakllanmaganligi uchun ommaviy madaniyat tushunchasi, nochorlikdan qo'llanilmoqda. Chunki, ommaviy madaniyat, aslida madaniyatsizlik, ya'ni ma'naviyatsizlik va axloqsizlik sinonimidir. Ommaviy madaniyat— shu boisdan, eng avvalo, yuksak iste'dod va o'lmas ma'naviy-axloqiy g'oyalar bayroqdori bo'lgan mumtoz madaniyatga, san'atga, uning boyliklariga qarshi tish-tirnog'i bilan kurashib, uni inkor etib keladi.

Shu o'rinda, maqtalishga arzigulik Vatanimiz tarixi faoliyatiga nazar solsak, bizning oldimizdagi vazifa xalqimizni, yoshlarimizni ana shu taqlidchilikdan, ko'r-ko'rona ergashuvchanlikdan saqlashga erishmog'imiz zarurdir. Buning uchun esa, avvalo, ziyolilarning o'zi chin va soxta qadriyatlar orasidagi nozik farqni teran anglab ola bilmog'i lozim.

O'zbek xalqining yillar davomida foydalanib kelgan urf-odatlar, udumlar, qadriyatlar, madaniyat va milliylik xususiyati mavjud bolib, taniqli o'zbek adibi Muso Toshmuhammad o'g'li Oybek aytganlaridek —O'zbek xalqi azaldan buyon madaniyat bulog'ining boshida bo'lgan. Bizning buyuk qadriyatlarimizni, madaniyatimizni yo'q bo'lib ketishiga jim qarab turmasligimiz kerak. Chet el madaniyatiga ko'r-ko'rona ergashish orqali yoshlarimizning ma'naviy axloqi buzuvchi bo'lib tarbiya topishiga zamin yaratib bermoqdamiz[3].

Ommaviy madaniyat markazidan biri AQSH bu mafkurani o'ziga xos tarzda targ'ib etib kelmoqda. Buning sababi, barcha Amerikada yashovchilarni bir “Amerikaliklar” degan mafkurani singdirishga urinishdir. AQShning taniqli siyosatshunosi Zbignev Bjezinskiy shunday yozadi: “...Madaniyat sohasida Amerika jahon yoshlari orasida alohida jozibadorligi bilan ajralib turadi. Bu esa AQShga jahonning hech bir davlatiga nasib qilmagan siyosiy ta'sirni ta'minlaydi”[7].

Ommaviy madaniyat hozir insoniyat hayotining barcha jabhalariga tez kirib bormoqda va o'zi tarqalish uchun qulay makonni shakllantirmoqda.

Faylasuf A.Y.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[6].

“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, chunkimamlakatimizda 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’nlilik deb atasa ham bo’ladi)[4]. Chunki ko’pincha bunday mahsulotlar “ko’cha odami”ga mo’ljallangandir.

Ommaviy madaniyat o’z vazifasini to’la bajarishi, ya’ni ishlab chiqarishdagi asabiyliklarni 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 –muhabbat, oila, karyera, jinoyatchilik va xo’rlash, sarguzasht, qo’rqinch va xokazolardir. Mavzular ekspluatatsiyasidan uning egalari katta daromadlar olmoqdalar[5].

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 qimmatini xalq madaniyatidan pastroq bo’ladi. Lekin, uning auditoriyasi kengroq, chunki u muallifli, u odamlarning shu daqiqadagi ehtiyojini qondiradi, har qanday yangi voqea 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 jihatlari 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[2].

Xulosa o'rnida aytadigan bo'lsak, ommaviy madaniyat yosh avlodning dunyoqarashi, qadriyatlari va xulq-atvoriga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Ushbu ta'sir ijobiy bo'lishi mumkin, chunki u yoshlarning bilim olishini, dunyoqarashini kengaytirishini va ijodiy fikrlashini rag'batlantiradi. Biroq, madaniy iste'molning cheklanmaganligi va tanqidiy tafakkurning yetishmovchiligi yoshlar orasida stereotiplarning shakllanishiga, milliy va shaxsiy identifikatsiyaning zaiflashishiga olib kelishi mumkin. Shuning uchun yoshlarni ommaviy madaniyatning zararli ta'siridan himoya qilish uchun ularning tanqidiy tafakkurini rivojlantirish, milliy va umuminsoniy qadriyatlarni targ'ib qilish hamda ma'naviy yetuklikka yo'naltirilgan ta'lim-tarbiyani kuchaytirish zarur. Ommaviy madaniyatning yoshlar psixologiyasiga ta'sirini tahlil qilish natijalari shuni ko'rsatadiki, mazkur jarayonni boshqarish va muvozanatlashtirish jamiyat rivojlanishining muhim shartlaridan biridir.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

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