ОСОБЕННОСТИ И ТRENДЫ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ В УСЛОВИЯХ НОВОГО УЗБЕКИСТАНА

Чжен Елена Витальевна

к.п.н., доцент кафедры русского языка и литературы НамГУ

Абдуллаева Нигора Адхамжон кизи

студентка 1 курса магистратуры НамГИИЯ имени И.Ибрата

Аннотация. В современном Узбекистане массовая культура представляет собой процесс, который неизбежно приводит к разрушению традиционных мировоззренческих установок и появлению новых глобальных преобразований в сфере морали. Одной из задач данной статьи является выявление особенностей массовой культуры в нашей стране и рассмотрение актуальных тенденций в данной области. Массовую культуру часто делят на «низкую» и «высокую», однако в настоящее время наблюдается тенденция к стиранию этих различий. Она становится важной частью системы образования, социализации и воспитания. Люди стремятся быть вовлечёнными в значимые культурные процессы и активно участвовать в создании культурных трендов. Современная массовая культура в Узбекистане лишена яркой индивидуальности, что приводит к искажению представлений о гендерных⁷ ролях и образах. Аудитория, потребляющая массовую культуру, принимает идеализированные образы за реальность, а отсутствие фильтрации информации ведёт к поглощению поверхностного контента.

Ключевые слова: массовая культура, особенности и тренды массовой культуры, социология культуры, социализация, воспитание.

YANGI O‘ZBEKISTON SHAROITIDA OMMAVIY MADANIYATNING XUSUSIYATLARI VA YO‘NALISHLARI

Chjen Yelena Vitalyevna

p.f.n., NamDU rus tili va adabiyoti kafedrasi dotsenti

Abdullayeva Nigora Adxamjon qizi

I.Ibrat nomidagi NamDChTI 1-kurs magistratura talabasi

Annotatsiya. Zamonaviy O‘zbekistonda ommaviy madaniyat an’anaviy dunyoqarashlarning barbod bo‘lishiga, axloq sohasida yangi global o‘zgarishlarning yuzaga kelishiga muqarrar ravishda olib keladigan jarayondir. Ushbu tadqiqotning, ushbu maqolaning maqsadi mamlakatimizdagi ommaviy madaniyatning xususiyatlarini aniqlash

⁷ Гендер – это социально сконструированная категория, которая включает в себя роли, поведения, ожидания связанные с полом в обществе

va ushbu sohadagi hozirgi tendentsiyalarni ko'rib chiqishdir. Ommaviy madaniyat ko'pincha "past" va "yuqori" ga bo'linadi, ammo hozirda bu farqlarni xiralashtirish tendentsiyasi mavjud. U ta'lim, ijtimoiylashtirish va tarbiya tizimining muhim qismiga aylanadi. Odamlar muhim madaniy jarayonlarda ishtirok etishga intiladi va madaniy yo'nalishlarni yaratishda faol ishtirok etadi. O'zbekistondagi zamonaviy ommaviy madaniyatda kuchli individuallik tuyg'usi yo'q, bu esa gender rollari va obrazlari haqidagi buzuvchi fikrlarga olib keladi. Ommaviy madaniyatni iste'mol qiladigan tomoshabin ideallashtirilgan tasvirlarni haqiqat sifatida qabul qiladi va ma'lumotni filtrlashning yo'qligi yuzaki tarkibni singdirishga olib keladi.

Kalit so'zlar: ommaviy madaniyat, ommaviy madaniyatning xususiyatlari va yo'nalishlari, madaniyat sotsiologiyasi, ijtimoiylashtirish, tarbiya

FEATURES AND TRENDS OF MASS CULTURE IN UZBEK CONDITIONS

Chjen Yelena Vitalyevna

*PhD, Associate Professor of the Department of Russian
Language and Literature in NamSU*

Abdullayeva Nigora Adxamjon qizi

a first-year graduate student at the NamSIFL

Annotation. *In modern Uzbekistan, mass culture is a process that inevitably leads to the destruction of traditional ideological attitudes and the emergence of new global transformations in the field of morality. The purpose of this study, this article, is to identify the features of mass culture in our country and consider current trends in this area. Mass culture is often divided into "low" and "high", but at present there is a tendency to erase these differences. It is becoming an important part of the education system, socialization and upbringing. People strive to be involved in significant cultural processes and actively participate in the creation of cultural trends. Modern mass culture in Uzbekistan is devoid of bright individuality, which leads to distortion of ideas about gender roles and images. The audience consuming mass culture perceives idealized images for reality, and the lack of filtering information leads to the absorption of superficial content.*

Key words: *mass culture, features and trends of mass culture, sociology of culture, socialization, education.*

Введение. В условиях современного Узбекистана нет единого определения термина «массовая культура». Существует множество различных подходов к его пониманию. В научной электронной библиотеке только в заголовках статей, содержащих фразу «массовая культура», это понятие встречается довольно часто, однако его исследование всё ещё недостаточно глубоко. В то же время, отношение к

массовой культуре в Узбекистане сегодня имеет разнообразные трактовки. Данная статья основывается на результатах исследования, целью которого было выявление характеристик и тенденций массовой культуры в нашей стране с помощью многомерного анализа социологической информации.

Методы и материалы. В течение последних трёх лет был проведён анализ авторефератов и научных статей, относящихся к рассматриваемой теме. Особое внимание уделено исследованиям учёных, в которых детально рассматриваются массовая культура, её теоретическое объяснение, а также особенности этого явления и трансформации, происходящие в данной области.

Нами проанализированы следующие труды:

1. Астафьева О.Н. Коммуникативные стратегии культурной политики : «креативное» управление как маркер модернизации // Современная культурная политика как креативная деятельность; управление и инновации/
2. Боровикова Н.М. Феномен массовой культуры: «реальная» (истинная) культура или псевдокультура?;
3. Гонцов А.С. Массовая культура – прогресс или регресс в жизни современного общества?
4. Ионесов В.И. Феноменология наследия : императивы и инноваций в меняющейся культуре.
5. Кондаков И.В. Между экраном и книгой : к осмыслению интертекстуальности современной культуры.
6. Кейзик А.С. Управление гендерными трендами в российской массовой культуре повседневности;
7. Кейзик А.С. Эпатаж, «перформанс», «китч» и шоу – технологии как элементы управления массовой культурой в популярном искусстве;
8. Носов В.И. Массовая культура и идеология счастья;
9. Хижняченко Н.О. Элитарная и массовая культура: проблема соотношения и взаимодействия;
10. Швецова А.В., Норманская А.В. Массовая культура как проблема современного общества: общетеоретический анализ;

Результаты и обсуждения. Оценка массовой культуры как самостоятельного явления является противоречивой. Существует две основные точки зрения. Представители первой группы рассматривают это феномен с положительной стороны. Массовая культура воспринимается как исторически неизбежная форма культуры, свойственная зрелому индустриальному обществу с высоким уровнем образования, качественной жизнью и развитой системой массовых коммуникаций. Она часто рассматривается как новый феномен в культурологической сфере, явление информационного общества, которое стремится воплотить ключевые характеристики других культур. Этот феномен понятен и доступен каждому человеку, отличается простотой и ясностью образов, ориентирован на различия. В наиболее упрощенных

интерпретациях массовая культура представляется как ведущая культура, креативная индустрия, средство социализации, адаптации к жизни в современном мире, передача культурного опыта предшествующих поколений и важный инструмент борьбы с стрессом.

Сторонники противоположной точки зрения рассматривают массовую культуру как псевдокультуру, упрощенное представление о ней. В то же время подчёркивает, что массовая культура является неотъемлемой частью современного общества, с которой необходимо считается и которую нужно воспринимать, при этом формируя собственное понимание, учитывая культурные реалии.

Типичные формы массовой культуры. Массовая культура в Узбекистане имеет свои особенности, которые формируются под воздействием традиционных культурных ценностей, современного глобализированного мира и процессов модернизации. Одной из ключевых характеристик является синтез элементов восточной традиционной культуры с западными влияниями, что отражается в музыке, кино, театре и других формах массового искусства.

Другие исследователи массовой культуры выделяют такие её формы как event - проекты, креативные индустрии и ремейк.

Event – проекты – это организованные мероприятия, направленные на привлечение внимания и создание значимого культурного, социального, или коммерческого события для широкой аудитории. Эти проекты могут включать концерты, фестивали, выставки, спортивные соревнования, корпоративные мероприятия, театральные постановки и другие массовые события. Event – проекты часто разрабатываются с целью повышения интереса к определённой теме, продукту или бренду, создания ярких впечатлений для участников и создания общественного резонанса. Такие проекты активно используют средства массовой информации, включая социальные сети, для привлечения зрителей и участников, а также для распространения информации о событии.

Креативные индустрии – это отрасли экономики, которые связаны с созданием и распространением культурных, художественных и инновационных продуктов, основанных на творческом подходе. Эти индустрии включают в себя такие сферы, как искусство, дизайн, кино, музыка, мода, архитектура, реклама, литература, медиа, видеоигры и другие формы культурного производства. Важно, что креативные индустрии сочетают элементы творчества и бизнеса, способствуя экономическому росту, инновациям и культурному развитию.

Креативные индустрии играют ключевую роль в создании новых рабочих мест, укреплении культурной идентичности и развитии технологий. Они также активно влияют на формирование современного образа жизни и повседневной культуры.

Ремейк – это основная версия уже существующего произведения искусства, такого как фильм, музыкальная композиция, книга или даже телевизионное шоу. Обычно ремейк сохраняет основные идеи, сюжет или концепцию оригинала, но может быть адаптирован с учётом новых технологий, изменений в культурном контексте или для

другой аудитории. Ремейки могут включать переработку старых произведений с обновлёнными элементами, такими как современные актёры, улучшенные спецэффекты, новый подход к повествованию или даже изменения в жанре. Цель ремейка — предложить новое восприятие знакомого материала, сохранить его актуальность и привлечь внимание нового поколения зрителей.

Уровни массовой культуры. В исследуемых работах массовая культура классифицируется по внутренним характеристикам от «низкого» до «высокого» уровня и по внешним признакам от «мейнстрима» до «периферийных» направлений.

«Низкий» ранг или «кич-культура» - это культурные продукты, которые широко известны и легко воспринимаются упрощенной и стандартной структурой сюжетов, персонажей, что является общей практикой в мировой литературе. Другими словами, это примитивные произведения, не обладающие художественной ценностью, а также вульгарная культура, реклама и «жёлтая» пресса.

«Средний» ранг – это использование интертекстуальности создание внутренних монологов.

«Высокий» или «арт-культура» - это интеграция текста в сложные ценностные и смысловые контексты, создание его новых интерпретаций или особого значения.

«Мейнстрим» - это уровень текстов массовой культуры, объединяющий престижные культурные продукты, признанные общественным мнением в определённый период, такие как «топовые» и «рейтинговые» работы, активно обсуждаемые критиками, исследователями и представителями СМИ.

«Периферийный» ранг – это показатель актуальности произведений, когда статус текста определяется его популярностью у аудитории в зависимости от выбранных образов и сюжетов. Тексты «мейнстрима» со временем теряют свой престиж и переходят в категорию «периферийных», при этом некоторые из них могут быть переработаны в виде ремейком и снова стать частью мейнстрима.

Отношение узбекских современников к феномену массовой культуры

Отношение узбекских современников к феномену массовой культуры можно охарактеризовать как многогранное и разнообразное. С одной стороны, массовая культура воспринимается как неотъемлемая часть глобализации и современной жизни, которая оказывает влияние на молодёжь, представляя ей доступ к мировым трендам, музыкальным и кинематографическим произведениям, а также на формирование массовых вкусов и предпочтений. Это открывает новые возможности для самовыражения и общения.

С другой стороны, существует настороженность и критика в отношении массовой культуры, особенности со стороны более традиционных и консервативных слоёв общества. Некоторые считают её поверхностной и лишённой глубоких культурных ценностей, опасаясь, что она может угрожать национальными традициям и исконным ценностям. В таких случаях массовая культура воспринимается как нечто чуждое, что может ослабить связь с историческим и культурным наследием страны.

Проблема массовой культуры продолжает оставаться актуальной на протяжении всего последнего столетия, и, несмотря на то, многие ключевые аспекты исследования, связанные с массовой культурой, остаются недостаточно изученными. Интерес к этому феномену возник задолго до того, как массовая культура приобрела чёткие очертания. Разнообразие мнений о массовой культуре привело к множеству интерпретаций элитарной и народной культуры, которые существуют наряду с массовой в одном социокультурном контексте.

Таким образом, отношение к массовой культуре в Узбекистане зависит от поколения, социальной группы и мировоззрения, что делает это явление одновременно объектом как принятия, так и критики.

Тренды массовой культуры в Узбекистане

Особенности массовой культуры заключаются в сближении культур разных народов и усилении культурных обменов между странами; расширении возможностей и влияния средств массовой информации и информационных технологий; росте коммерческой составляющей культурной индустрии; а также изменении образа жизни современного человека. Например, значительная часть узбекского населения, особенно молодёжи проявляет интерес к корейской и американской культуре, что выражается в организации различных фестивалей, посвящённых этому направлению в массовой культуре.

Корейская и американская волна проникла в нашу культуру, прежде всего, через корейскую и американскую массовую культуру, такую как дорамы, К-поп⁸, клипы и эстрадные выступления. Однако на сегодняшний день это явление расширилось и охватило такие сферы, как туризм, моду, украшения, сувениры и даже национальную кухню. В интернете появилось множество клубов, онлайн – магазинов, продающих корейскую и американскую одежду, аксессуары и атрибутику с изображениями айдолов (корейских звёзд), активно функционирующих в социальных сетях среди узбекских молодёжь пользователей.

Президент Республики Узбекистан Ш. Мирзиёев отметил негативное влияние массовой культуры на развитие общества.⁹ В Термезе состоялась церемония открытия Международного фестиваля искусства бахши¹⁰. Президент Узбекистана Шавкат Мирзиёев выступил на церемонии торжественного открытия и поздравил собравшихся с этим событием.

По его словам именно фольклорное искусство является источником всех созданных человечеством бесценных сокровищ культуры. Искусство сказителей - бахши, отражающее национальную самобытность разных народов, их язык, образ

⁸ К-поп – корейская поп-музыка – это музыкальный жанр, который возник в Южной Корее

⁹ <https://kun.uz/ru/news/2019/04/07/mirziyoyev-otmetil-negativnoye-vliyaniye-massovoy-kultury-na-razvitiye-obshchestva>

¹⁰ Бахши – это традиционный исполнитель народной музыки и эпосов в некоторых странах Центральной Азии, а также на Кавказе и в Средней Азии

жизни, обычаи и традиции, имеет особое значение как неотъемлемая часть общечеловеческой культуры, отметил он.

«Вместе с тем надо отметить, что сегодня, в эпоху глобализации, когда шоу-бизнес и «массовая культура», превратившись в сферу коммерции, зачастую негативно влияют на духовное развитие общества, к сожалению, ослабевают внимание и интерес к фольклорному искусству – животворящему источнику любой национальной культуры. На самом деле, можно сказать, что фольклорное искусство – это колыбельная песнь человечества», – сказал Мирзиёев.

Сохранить и передать будущим поколениям огромное духовное богатство – классическое искусство, редчайшие образцы народного творчества – является благородной миссией для всех нас, государственных и общественных деятелей, культурной и научной интеллигенции, считает глава государства.

Он призвал всесторонне поддерживать народное творчество и обладателей таланта, называемых в разных краях по-разному – бахши-шоир¹¹, жиров¹², акын¹³, манасчи¹⁴, ашуг¹⁵, одновременно владеющих уникальным мастерством поэта, музыканта и исполнителя.

«Мы должны объединить усилия для решения таких задач, как глубокое изучение и укрепление научно-теоретических и практических основ искусства бахши, его превращение в «визитную карточку» национальной культуры», – подчеркнул президент.

В частности он предложил:

- возродить существовавшие ранее и развивать новые творческие школы бахши, традиции «мастер-ученик» в этой сфере, всесторонне стимулировать творческую и научную деятельность бахши-поэтов, ученых-фольклористов, преподавателей и специалистов;
- создать при учреждениях культуры творческие секции по искусству бахши;
- открыть широкую дорогу творчеству бахши-поэтов и поддерживать их участие в культурных и праздничных мероприятиях;
- усилить международное сотрудничество в этом направлении, наладить взаимный обмен опытом;
- разработать конкретные меры по эффективному использованию информационно-коммуникационных технологий, возможностей телевидения и интернета,

¹¹ Бахши-шоир – это традиционный исполнитель и поэт, который сочетает в себе роль как музыканта, так и поэта

¹² Жиров

¹³ Акын – это традиционный народный поэт и певец, который исполняет стихи, рассказывающие о жизни, героических событиях, любви и природной красоте

¹⁴ Манасчи – это традиционный певец и рассказчик эпоса «Манас», одного из величайших произведений устной литературы, которое является частью культурного наследия киргизского народа

¹⁵ Ашуг – это традиционный певец, поэт и музыкант в культуре народов Кавказа, Турции и некоторых других регионов, таких как Азербайджан, Армения и Иран

тиражированию в аудио- и видеоформате фольклорных произведений для широкой популяризации искусства бахши.

«Если мы сегодня все вместе не предпримем реальных действий для сохранения этого чудесного самобытного искусства, то завтра, к сожалению, может быть уже поздно, и история нас не простит», – подчеркнул президент.

Таким образом, современные медиа в культурном пространстве Узбекистана выступают как ключевой элемент семиотической системы, интегрированный в процесс глобализации, и влияют на содержание общественной жизни, а также на её развитие через коммуникационные взаимодействия (сетевое детерминирование, манипуляции). Это создаёт потребность в корректировке направленности образовательных и мировоззренческих форматов медиа-культурного пространства.

Заключение. Медиа-культурное пространство, развивающееся в Узбекистане, способствует улучшению культурной поддержки преобразований в различных сферах жизни населения, изменяет менталитет людей и трансформирует личность россиянина, что обеспечивает конструктивное развитие отечественной цивилизации.

Основная цель массовой культуры – формирование потребительского сознания у зрителей, слушателей, читателей, создание типа личности, которой легко манипулировать, воздействуя на её инстинкты и эмоции. Смыслом массовой культуры является формирование потребностей, для удовлетворения которых предназначены её продукты.

Продукты массовой культуры ориентированы на широкую аудиторию и не требуют от потребителя знания моральных, этических или культурных норм. Они не предполагают необходимости специальной подготовки или интеллектуальных усилий для восприятия. Массовая культура проста, доступна и ориентирована на средний и низкий уровни потребностей. Её характерными чертами являются унифицированность, шаблонность, стереотипность. Она способствует упрощенному восприятию множества проблем, стимулирует потребительское сознание и навязывает искусственно созданные стереотипы. Массовая культура также предоставляет выход для негативных эмоций и агрессии человека.

Массовая культура провоцирует процесс разрушения традиционных ценностных, этических, эстетических и мировоззренческих установок в обществе, задает новую систему координат во всех сферах жизнедеятельности индивида. Существует необходимость трансформирования массовой культуры через ее наполнение более возвышенными идеями.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Маланко Ангелина Евгеньевна ФГБОУ ВО «Российский государственный социальный университет», Москва, Россия.
2. Феруза Рузимбаевна Мадрахимова. «Понятие массовой культуры» и «степени» её интеграции в современное общество.
3. Аблеев, С.Р., Кузьминская, С.И. Массовая культура современного общества: теоретический анализ и практические выводы // Ассоциация исследователей психической энергии. – 2002. – С. 41.
4. Касумова, М.Ю. Российская массовая культура: истоки, производство, потребление // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2015. – № 6-2. – С. 221-223.
5. Коробкина, А.Н. Медиа-культурное пространство России: сущностнофункциональный анализ: автореферат дис. кандидата философских наук: 24.00.01 / Коробкина Анна Николаевна; [Место защиты: Моск. Гос. Ин-т культуры]. – Москва, 2016. – 20 с.
6. Шитова, Л.А. Средства массовой коммуникации в массовой культуре // Путь науки. – 2015. – № 11 (21). – С. 199-200.
7. Шлемин, С.С. Качество российского ТВ / Официальный сайт ФОМ. URL: <http://fom.ru/SMI-i-internet/12255>
8. Кудрявцева, Е.С. Феномен «халлю» в современной массовой культуре // Культура народов Причерноморья с древнейших времён до наших дней материалы конференции. XLII Международные научные чтения. Симферополь, – 2017. – С. 150-154.