



**OBJECTIVE CONDITIONS AND SUBJECTIVE FACTORS SHAPING
THE INFLUENCE OF MASS CULTURE ON YOUNG PEOPLE'S
MORAL AND SPIRITUAL OUTLOOK**

Dilbar Ruzmetova

Acting Professor, Department of Social Sciences

Alfraganus University

Tashkent, Uzbekistan

**YOSHLAR MA'NAVIY DUNYOQARASHIGA OMMAVIY
MADANIYAT TA'SIRINING OBYEKTIV SHART-SHAROITLARI VA
SUBYEKTIV OMILLARI**

Ruzmetova Dilbar

Ijtimoiy fanlar kafedrası professori v.b.

Alfraganus universiteti

Toshkent shahri, O'zbekiston

**ОБЪЕКТИВНЫЕ УСЛОВИЯ И СУБЪЕКТИВНЫЕ ФАКТОРЫ
ВЛИЯНИЯ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ НА ДУХОВНО-
ПРАВСТВЕННОЕ МИРОВОЗЗРЕНИЕ МОЛОДЁЖИ**

Рузметова Дилбар

И. о. профессора кафедры социальных наук

Университет Alfraganus

Ташкент, Узбекистан

Abstract: This article examines the objective conditions and subjective factors shaping the influence of mass culture on young people's moral and spiritual outlook. A theoretical synthesis distinguishes the accessibility and commercial organization of cultural content from personal interpretation, recognition needs and self-regulation. The proposed analytical framework connects exposure, interpretation, value assessment and behavioural choice. Cultural popularity is not treated as evidence of harm: risks are assessed through



manipulation, the erosion of autonomous judgement and the normalization of degrading representations. The article proposes media literacy, intergenerational dialogue and youth cultural participation as complementary educational responses. No original survey or experiment is reported.

Keywords: mass culture, youth, moral and spiritual outlook, cultural identity, media literacy, manipulation, subjective agency, value assessment.

Annotatsiya: Maqolada ommaviy madaniyatning yoshlar ma'naviy dunyoqarashiga ta'sir etishidagi obyektiv shart-sharoitlar va subyektiv omillar nazariy tahlil qilinadi. Madaniy mahsulotlarning ommabopligi ularning zararli ekanini anglatmasligi asoslanib, xavf mezonlari manipulyatsiya, mustaqil mulohazaning zaiflashuvi va inson qadrini kamsituvchi tasvirlarning me'yorlashuvi orqali aniqlashtiriladi. Madaniy ta'sirni tushuntirish uchun axborot bilan uchrashish, talqin, qadriyaviy baholash va xulqiy tanlov bosqichlarini bog'lovchi tahliliy model taklif etiladi. Media savodxonlik, avlodlararo muloqot va yoshlarning madaniy ijodkorligi o'zaro to'ldiruvchi tarbiyaviy yo'nalishlar sifatida ko'rsatiladi. Tadqiqot empirik tekshiruv natijalariga da'vo qilmaydi.

Kalit so'zlar: ommaviy madaniyat, yoshlar, ma'naviy dunyoqarash, madaniy identiklik, media savodxonlik, manipulyatsiya, subyektivlik, qadriyaviy baholash.

Аннотация: В статье теоретически анализируются объективные условия и субъективные факторы влияния массовой культуры на духовно-нравственное мировоззрение молодёжи. Разграничиваются доступность и коммерческая организация культурного содержания, с одной стороны, и его индивидуальная интерпретация, потребность в признании и саморегуляция — с другой. Предлагается аналитическая модель, связывающая контакт с информацией, интерпретацию, ценностную оценку и поведенческий выбор. Популярность культурного продукта не рассматривается как признак его вредности. Риски раскрываются через



манипуляцию, ослабление самостоятельного суждения и нормализацию унижающих человеческое достоинство образов. Обосновывается сочетание медиаграмотности, межпоколенческого диалога и культурного творчества молодёжи. Эмпирическая проверка модели не проводилась.

Ключевые слова: массовая культура, молодёжь, духовно-нравственное мировоззрение, культурная идентичность, медиаграмотность, манипуляция, субъектность, ценностная оценка.

Kirish. Yoshlarning ma'naviy shakllanishi ular yashaydigan axborot va madaniyat muhiti bilan uzviy bog'liq. Shaxs o'z hayotiy maqsadlari, muvaffaqiyat haqidagi tasavvurlari hamda axloqiy mezonlarini faqat oilaviy tarbiya va ta'lim orqali emas, balki kundalik ko'radigan tasvirlar, tinglaydigan hikoyalar va ishtirok etadigan muloqotlar vositasida ham shakllantiradi. Shu sababli ommaviy madaniyat ta'siri masalasini ayrim mahsulotlarni taqiqlash yoki yoshlarning didini tanqid qilish bilan chegaralash yetarli emas. Muammo madaniy mazmun qanday ishlab chiqarilishi, qanday tarqalishi va shaxs tomonidan qanday o'zlashtirilishining o'zaro aloqasida namoyon bo'ladi.

Ushbu maqolada ommaviy madaniyat keng auditoriyaga mo'ljallangan, ommaviy kommunikatsiya vositalari orqali tarqaladigan madaniy mahsulotlar va ramziy andozalar majmui sifatida qo'llanadi. Ma'naviy dunyoqarash esa shaxsning inson qadr-qimmati, mas'uliyat, hayot mazmuni va boshqalar bilan munosabatga doir qarashlari tizimini anglatadi. Bu tushunchalar bir-biriga qarama-qarshi qo'yilmaydi: ommabop asar ham axloqiy tafakkurni boyitishi, kam tarqalgan mahsulot esa zararli qarashlarni targ'ib qilishi mumkin. Binobarin, xavfni auditoriya ko'lamini yoki mahsulotning xorijiy kelib chiqishi bilan belgilash ilmiy jihatdan yetarli emas.

Maqolaning maqsadi ommaviy madaniyat ta'sirining tashqi shartlari va shaxsiy vositachilarini farqlash, ularning o'zaro aloqasini tushuntirish hamda tarbiyaviy faoliyat uchun mazmunli baholash mezonlarini taklif etishdir. Asosiy savol quyidagicha qo'yiladi: o'xshash axborot muhitidagi yoshlar nega bir xil





madaniy mahsulotga turlicha munosabat bildiradi? Mazkur savol ta'sirni bir tomonlama singdirish sifatida emas, balki ijtimoiy muhit va shaxsning faol talqini kesishadigan jarayon sifatida o'rganishni talab qiladi.

Adabiyotlar tahlili. M. Horkhaymer va T. Adorning madaniyat industriyasiga doir tanqidi madaniy ishlab chiqarishning tijoriy tashkil etilishi hamda standartlashuviga e'tibor qaratadi [1]. Mazkur yondashuvning mavzu uchun ahamiyati shundaki, madaniy tanlovni faqat shaxsiy did bilan tushuntirish yetarli bo'lmasligini ko'rsatadi. Biroq ushbu nazariyani bugungi sharoitga qo'llashda auditoriyani butunlay passiv deb tasavvur qilishdan saqlanish kerak. Maqolada bu konsepsiya tashqi ta'sir sharoitlarini tahlil qilish uchun qo'llanadi, har qanday ommabop ijodning qadrini inkor etuvchi umumiy hukm sifatida qabul qilinmaydi.

A. Banduraning ommaviy kommunikatsiyaga oid ijtimoiy-kognitiv yondashuvi ramziy modellar, kuzatish orqali o'rganish va inson faoliyati o'rtasidagi aloqani tushuntiradi [2]. Bu nazariy nuqtayi nazar madaniy obrazning ta'siri shaxsning kutilmalari, tajribasi va o'z xatti-harakatini boshqarishi bilan bog'lanishini tahlil qilishga imkon beradi. Shu asosda mazkur maqola obyektiv shart-sharoit va subyektiv omilni alohida, bir-biridan uzilgan sabablar sifatida emas, o'zaro ta'sirlashuvchi darajalar sifatida ko'radi.

UNESCOning media va axborot savodxonligiga bag'ishlangan qo'llanmasi axborot mazmuni, uni taqdim etuvchi institutlar va raqamli texnologiyalar bilan tanqidiy ishlash kompetensiyalarini birgalikda ko'rib chiqadi [3]. UNICEFning bolalar va raqamli muhit haqidagi hisobotida esa imkoniyatlar bilan xavflar birgalikda baholanadi [4]. Mazkur manbalar ommaviy kommunikatsiyani faqat ma'naviy yo'qotish manbai sifatida tasvirlashning chegaralanganligini ko'rsatadi. Bolalar haqidagi xulosalarni barcha yosh guruhlariga bevosita ko'chirish mumkin emasligi ham e'tiborda tutilishi lozim.



A. Orben va A. K. Przybylski tadqiqotida raqamli texnologiyalardan foydalanish bilan o'smirlar farovonligi o'rtasidagi salbiy bog'liqlik kichik ekani aniqlangan [5]. Bu natija internetdan foydalanishni avtomatik ravishda ma'naviy tanazzul bilan tenglashtirishga asos bermaydi. Shu bilan birga, mazkur tadqiqot aynan ma'naviy dunyoqarashni o'lchamagan: uning natijasi bu maqolada sababiy da'volarga ehtiyotkor munosabat zarurligini ko'rsatish uchun keltiriladi. Mavjud yondashuvlarni birlashtirish tashqi axborot oqimi va ichki qadriyaviy tanlov o'rtasidagi vositachi jarayonlarni aniqlashtirish imkonini beradi.

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqot nazariy-tahliliy xarakterga ega. Unda tushunchaviy aniqlashtirish, qiyosiy tahlil, aksiologik yondashuv va nazariy modellashirish usullaridan foydalanildi. Tadqiqot obyekti yoshlarning ommaviy madaniyat bilan munosabati, predmeti esa ushbu munosabatda tashqi sharoitlarning subyektiv baholash va tanlov orqali ma'naviy dunyoqarashga ta'sir etishidir. Manbalar madaniyat ishlab chiqarishi, shaxsiy faoliyat va media savodxonlikni yoritishiga ko'ra tanlandi. Tahlil tizimli adabiyotlar sharhi sifatida taqdim etilmaydi; manbalar tanlovi mavzuning barcha yo'nalishlarini to'liq qamrab olmaydi.

Obyektiv shart-sharoitlar shaxsning yakka istagidan tashqarida shakllanadigan iqtisodiy, texnologik va institutsional imkoniyat hamda cheklovlar sifatida tushuniladi. Subyektiv omillar esa ehtiyoj, motiv, bilim, hissiy holat, talqin va o'zini boshqarish qobiliyatlarini qamrab oladi. Ommaviy madaniyatga duch kelish, uni ma'qullash va uning ta'sirida xulqni o'zgartirish alohida jarayonlar sifatida farqlanadi. So'rovnoma yoki tajriba o'tkazilmaganligi sababli quyidagi model hamda amaliy takliflar empirik tasdiqlangan natija emas, keyingi tekshiruvga ochiq nazariy xulosalardir.

Natijalar. Birinchi tahliliy natija shundan iboratki, obyektiv sharoitni madaniy mazmunning o'zi bilan tenglashtirmaslik kerak. Aloqa vositalarining mavjudligi kontentga kirishni osonlashtiradi, ammo qanday mazmun ustun kelishi ishlab chiqaruvchilar, tarqatuvchilar, auditoriya talabi va ta'lim muhitiga





ham bog'liq. Reklama bilan moliyalashtiriladigan kommunikatsiyada e'tiborni ushlab turish iqtisodiy ahamiyat kasb etadi. Ushbu sharoitda qisqa, hissiy va tez iste'mol qilinadigan tasvirlar bilan chuqur mushohada talab etadigan materiallar o'rtasidagi raqobatni o'rganish zarur. Biroq ommaboplikning o'zi axloqiy sifatsizlik mezoni bo'la olmaydi.

Ikkinchi obyektiv shart-sharoit mazmunli madaniy ishtirok imkoniyatlarining mavjudligidir. Kutubxona, to'garak, sport, san'at va ochiq muhokama maydonlari shaxsning tanlov ufqini kengaytirishi mumkin. Shuning uchun yoshning faqat tayyor ko'ngilochar mahsulot iste'mol qilishi haqida hukm chiqarishdan oldin unga taklif etilayotgan muqobil faoliyatning sifati va qulayligini baholash kerak. Bu yerda mas'uliyatni to'liq yoshning zimmasiga yuklash muammoning institutsional tomonini yashiradi. Madaniy xizmatga formal kirish bilan undan mazmunli foydalanish imkoniyati o'rtasidagi farq ham nazarda tutilishi lozim.

Uchinchi shart-sharoit tarbiyaviy institutlar o'rtasidagi mazmuniy izchillik bilan bog'liq. Oilada, ta'limda va ommaviy axborot maydonida muvaffaqiyat turlicha talqin qilinishi mumkin. Bir muhit bilim va mehnatni qadrlasa, boshqa muhitda boylik yoki tashqi ko'rinish asosiy e'tirof belgisi sifatida namoyish etiladi. Muallif talqiniga ko'ra, ana shu qarama-qarshilikni yashirish emas, uning sabablarini ochiq muhokama qilish zarur. Yoshlarni muqobil qadriyatlar mavjudligini anglash va o'z qarorini asoslashga o'rgatish tarbiyaviy faoliyatning mazmunini chuqurlashtiradi.

Subyektiv omillar orasida e'tirofga ehtiyoj alohida tahlilni talab qiladi. Yosh shaxs muayyan obrazni unga o'xshash bo'lish istagi, guruhga mansublik yoki o'zini namoyon etish imkoniyati tufayli jozibali deb qabul qilishi mumkin. Bunda taqlid doimo salbiy hodisa emas: u ijod, ta'lim va ijtimoiy ko'nikmalarni o'zlashtirishga ham xizmat qiladi. Xavf tanlangan andozaning mazmuni tekshirilmay, uning mashhurligi axloqiy to'g'rilikning yetarli isboti deb qabul



qilinganda yuzaga keladi. Ushbu farqlash kuzatish orqali o'rganish haqidagi yondashuvni qadriyaviy baholash bilan bog'laydi [2].

Ikkinchi subyektiv omil talqin kompetensiyasidir. Reklama, kinoya, badiiy mubolag'a, shaxsiy fikr va tekshiriladigan xabar bir xil usulda qabul qilinmaydi. Mazmun janri va yaratilish maqsadini farqlay olmagan foydalanuvchi tasvirlangan hayotni oddiy me'yor deb qabul qilishi mumkin. Aksincha, manba, manfaat va dalilni birgalikda tahlil qilish shaxsga mazmun bilan faol munosabat o'rnatish imkonini beradi. Bu jihat UNESCO qo'llanmasidagi tanqidiy kompetensiyalar bilan uyg'un, biroq mazkur maqolada aynan ma'naviy baholash vazifasiga tatbiq etilmoqda [3].

Uchinchi subyektiv omil o'zini boshqarish va qadriyaviy izchillikdir. Inson nimani to'g'ri deb bilishi bilan amalda nimani tanlashi doimo mos kelavermaydi. Qiziqish, hissiy ta'sir yoki guruh bosimi vaziyatida avvalgi qarashlar qayta sinovdan o'tadi. Shu bois ma'naviy barqarorlikni faqat qadriyatlar nomini bilish bilan o'lchash yetarli emas. Uni tanlov sababini tushuntirish, xatoni tan olish va yangi dalil asosida qarorni qayta ko'rib chiqish qobiliyatlari orqali tahlil qilish mumkin. Mazkur mezonlar muallifning nazariy taklifi bo'lib, alohida baholash vositasini ishlab chiqishni talab qiladi.

Obyektiv va subyektiv darajalar o'rtasidagi aloqa to'rt bosqichli model orqali ifodalanadi: madaniy mazmun bilan uchrashish; uni shaxsiy tajriba asosida talqin qilish; qadriyaviy baholash; muayyan xulqiy tanlov. Masalan, hashamatli turmush haqidagi videoga duch kelish uning g'oyasini qabul qilish bilan teng emas. Tomoshabin uni reklama, badiiy tasvir, havas obyekti yoki tanqid material sifatida talqin qilishi mumkin. Mazkur misol kuzatilgan tadqiqot natijasi emas, model bosqichlarini tushuntiruvchi faraziy holatdir. Har bir bosqichda oila, tengdoshlar va ta'lim muloqoti ta'sirining yo'nalishini o'zgartirishi mumkin.

Muhokama. Taklif etilgan yondashuv tahdid tushunchasini aniqlashtirishga xizmat qiladi. Tahdid sifatida muayyan millatga mansublik,



xorijiy uslub yoki avlodlar dididagi tafovut emas, balki shaxsning ongli tanlovini cheklovchi usullar baholanishi kerak. Yashirin manfaatni ochiqqlamaslik, tahqirlashni odatiylashtirish, insonni faqat iste'mol qobiliyati bilan o'lchash va dalilsiz hukmni mutlaq haqiqat sifatida singdirish shunday mezonlarga misol bo'la oladi. Bu mezonlar mahalliy va xorijiy mahsulotlarga birdek tatbiq etilishi zarur. Natijada madaniy o'zlikni saqlash bilan boshqa madaniyatlarni hurmat qilish o'rtasida sun'iy qarama-qarshilik yaratilmaydi.

O'zbekiston ta'lim muhitida ushbu modelni amaliy muhokama topshiriqlari orqali sinash taklif etiladi. Talabalarga muayyan ochiq reklama yoki ommabop videoni tanlab, undagi asosiy da'vo, ko'zlangan auditoriya, manfaat, dalil va axloqiy oqibatni ajratish vazifasi berilishi mumkin. Topshiriqning maqsadi oldindan belgilangan hukmni takrorlatish emas, talabaning dalillangan mustaqil bahosini rivojlantirishdir. Keyingi muhokamada turli xulosalarning asosi solishtiriladi. Baholashda o'qituvchining didiga moslik emas, fikrning mantiqiy izchilligi, manbaga tayanishi va boshqa nuqtayi nazarga hurmat mezon bo'lishi kerak.

Oila va ta'lim hamkorligida yoshning qiziqishini oldindan kamsitmaslik muhim. Ommabop asarni nima uchun yoqtirishini tushuntirish imkoniyati unga o'z ehtiyojlari haqida mulohaza yuritishga yordam berishi mumkin. Shu asosda tayyor mahsulot iste'molidan ijodiy ishtirokka o'tish yo'llari taklif etiladi: mahalliy tarix bo'yicha podkast, badiiy asar yuzasidan videotaqriz, oilaviy xotiralar arxivi yoki ijtimoiy masala bo'yicha muhokama. Bularning samaradorligi ushbu tadqiqotda o'lchanmagan; ular yoshni ma'naviy faoliyatning ishtirokchisi sifatida ko'rishga asoslangan amaliy takliflardir.

Nazariy modelning asosiy cheklovi sababiy aloqalar empirik tekshirilmaganidir. Kelgusi tadqiqotda turli yosh va ta'lim guruhlarida kontent turi, undan foydalanish maqsadi, oilaviy muloqot hamda qadriyaviy tanlov ko'rsatkichlarini birgalikda o'rganish lozim. Faqat ekran qarshisida o'tkazilgan vaqtga tayanish mazmun va kontekst farqlarini yo'qotishi mumkin. Raqamli



foydalanish va farovonlik haqidagi natijalar ham umumlashtirishda ehtiyotkorlikni talab qiladi [5]. Madaniy ta'sirning uzoq muddatli oqibatlarini aniqlash uchun takroriy kuzatish va sifat tahlilini birlashtirgan tadqiqot dizayni maqsadga muvofiq.

Xulosa. Ommaviy madaniyatning yoshlar ma'naviy dunyoqarashiga ta'siri tashqi shart-sharoitlar va ichki talqin jarayonlarining o'zaro aloqasida yuzaga keladi. Tijoriy tashkil etilish, axborotga kirish va madaniy ishtirok imkoniyatlari ta'sirning obyektiv maydonini shakllantiradi; e'tirofga ehtiyoj, tanqidiy tafakkur va o'zini boshqarish esa bu maydondagi shaxsiy tanlovni vositalashtiradi. Shu sababli bir xil mazmun barcha yoshlarda bir xil natijaga olib keladi, degan hukm nazariy jihatdan ham yetarli asosga ega emas.

Maqolada taklif etilgan model madaniy mazmun bilan uchrashishdan xulqiy tanlovgacha bo'lgan bosqichlarni farqlashga imkon beradi. Tarbiyaviy faoliyatda mazmunni tekshirish, qadriyaviy hukmni asoslash va ijodiy ishtirokni qo'llab-quvvatlash o'zaro bog'liq vazifalar sifatida qaralishi kerak. Ma'naviy mustaqillik yoshni barcha tashqi ta'sirlardan ajratishda emas, uning mazmunni tushunish, oqibatni baholash va mas'uliyatli qaror qabul qilish qobiliyatini rivojlantirishda namoyon bo'ladi. Ushbu xulosaning amaliy samaradorligi kelgusi empirik tadqiqotlarda tekshirilishi zarur.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Horkheimer M., Adorno T. W. The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception // Dialectic of Enlightenment. — Stanford: Stanford University Press, 2002. — P. 94–136. DOI: 10.1515/9780804788090-007.
2. Bandura A. Social Cognitive Theory of Mass Communication // Media Psychology. — 2001. — Vol. 3, No. 3. — P. 265–299. DOI: 10.1207/S1532785XMEP0303_03.
3. Grizzle A., Wilson C., Gordon D. (eds.). Media and Information Literate Citizens: Think Critically, Click Wisely! — 2nd ed. — Paris: UNESCO, 2021.



— 403 p. URL: <https://www.unesco.org/en/articles/media-and-information-literate-citizens> (murojaat sanasi: 14.10.2026).

4. UNICEF. The State of the World's Children 2017: Children in a Digital World. — New York: UNICEF, 2017. URL: <https://www.unicef.org/reports/state-worlds-children-2017> (murojaat sanasi: 14.10.2026).

5. Orben A., Przybylski A. K. The association between adolescent well-being and digital technology use // Nature Human Behaviour. — 2019. — Vol. 3. — P. 173–182. DOI: 10.1038/s41562-018-0506-1.

6. Nurmatovna, R. D. (2025). ABU RAYHON BERUNIY QARASHLARI BILAN TASAVVUF FALSAFASIDAGI KOMIL INSON TUSHUNCHASI QIYOSIY TAHLILI. Alfraganus Universiteti Konferensiya Materiallari, 5(1), 324-328.

7. RUZMETOVA, D. (2025). O 'ZBEKISTONDA IJTIMOIIY HIMOYA TIZIMINI MODERNIZATSIYA QILISHNING USTUVOR YO'NALISHLARI. «ACTA NUUZ», 1(1.12. 1), 146-148.

8. Dilbar, R. Z. (2024). BILISHDA HAQIQAT VA AMALIYOT UYG 'UNLIGI MASALASI. News of the NUUZ, 1(1.9. 1), 153-155.