



SOCIO-PHILOSOPHICAL ANALYSIS OF THE PHENOMENON OF MASS CONSCIOUSNESS

Iroda Ziyatova

Independent Researcher

Samarkand State Institute of Foreign Languages

E-mail: i.ziyatova@gmail.com

Samarkand, Uzbekistan

ABOUT ARTICLE

Key words: Objective and subjective quality, damage and developmental effects, social consciousness of youth, information age, influence of social networks, safety, social consciousness of youth, globalization, consciousness.

Received: 24.11.25

Accepted: 25.11.25

Published: 26.11.25

Abstract: This article provides a comprehensive analysis of the concept of youth social consciousness, examining the factors that shape mass consciousness among young people, as well as the positive and negative impacts and significance of both objective and subjective influences. Additionally, the paper discusses current global challenges faced by youth in the context of globalization and the rapid development of modern information technologies. It explores the causes of changes in social consciousness and outlines practical measures aimed at preventing undesirable outcomes.

OMMAVIY ONG FENOMENINING IJTIMOYIY-FALSAFIY TAHLILI

Iroda Ziyatova

Samarqand davlat chet tillar instituti mustaqil tadqiqotchisi

i.ziyatova@gmail.com

Samarqand, O'zbekiston

MAQOLA HAQIDA

Kalit so'zlar: ob'ektiv va sub'ektiv omillar, salbiy va ijobiy ta'sirlar, yoshlar ijtimoiy ongi, axborot asri, ijtimoiy tarmoqlarning ta'siri, tahdidlar, ijtimoiy ongini shakli, yoshlar, globallashuv, ong.

Annotatsiya: Mazkur maqolada yoshlar ijtimoiy ongiga oid tushuncha har tomonlama tahlil qilinib, ularning ommaviy ongini shakllantiruvchi omillar, ob'ektiv va sub'ektiv sabablarning ijobiy hamda salbiy ta'siri va ahamiyati haqida fikr yuritiladi. Shuningdek, bugungi globallashuv sharoitida va zamonaviy axborot texnologiyalari rivoji fonida, dunyo miqyosida yoshlar hayotida uchrayotgan

muammolar, ularning yechimlari, ijtimoiy ong'dagi o'zgarishlarga sabab bo'layotgan omillar va bunday holatlarning oldini olishga yo'naltirilgan amaliy chora-tadbirlar muhokama qilinadi.

СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИЙ АНАЛИЗ ФЕНОМЕНА МАССОВОГО СОЗНАНИЯ

Ирода Зиятова

Независимый исследователь

Самаркандский государственный институт иностранных языков,

E-mail: i.ziyatova@gmail.com

Самарканд, Узбекистан

О СТАТЬЕ

Ключевые слова: объективные и субъективные факторы, отрицательные и положительные воздействия, социальное сознание молодежи, информационная эпоха, влияние социальных сетей, угрозы, формы социального сознания, молодежь, глобализация, сознание.

Аннотация: В данной статье всесторонне анализируется понятие социального сознания молодежи, рассматриваются факторы, формирующие массовое сознание, а также объективные и субъективные причины их положительного и отрицательного воздействия. Кроме того, обсуждается значение данных процессов. Особое внимание уделяется проблемам, возникающим в жизни молодежи в условиях современной глобализации и стремительного развития информационных технологий, а также путям их решения. Анализируются факторы, вызывающие изменения в социальном сознании, и рассматриваются практические меры, направленные на предотвращение подобных ситуаций.

Kirish. Zamonaviy globallashuv sharoitida inson ongining shakllanish jarayoniga ta'sir etuvchi omillar keskin o'zgarib bormoqda. Ayniqsa, ommaviy kommunikatsiya vositalari, raqamli texnologiyalar, ijtimoiy tarmoqlar va global axborot maydonining kengayishi natijasida jamiyat ongida turli ijtimoiy jarayonlarni tezkor idrok etish, qayta ishlab chiqish va baholash mexanizmlari tubdan yangilanmoqda. Ana shu jarayonlar markazida ommaviy ong fenomeni turibdi. U faqat bir guruh kishilarning umumiy tasavvurlari yig'indisi emas, balki ijtimoiy haqiqatni aks ettirishning dinamik mexanizmi, ijtimoiy munosabatlarni tartibga soluvchi kuchli madaniy va kommunikativ tizim sifatida namoyon bo'ladi.

Ommaviy ongni falsafiy tahlil qilishning dolzarbligi shundaki, u jamiyatning ma'naviy hayoti, qadriyatlari, ideallari va ijtimoiy xulq-atvorini shakllantiruvchi asosiy omillardan biridir.

Bugungi kunda ommaviy ong nafaqat an'anaviy vositalar — matbuot, radio va televideniye orqali, balki internet, ijtimoiy tarmoqlar, ommaviy madaniyat mahsulotlari, reklama, virtual kommunikatsiya tizimlari orqali ham shakllanadi. Shu bois uni o'rganish zamonaviy ijtimoiy-falsafiy fikrning eng muhim yo'nalishlaridan biriga aylanmoqda.

Ommaviy ong fenomenining shakllanishida ob'ektiv (ijtimoiy tuzum, siyosiy tizim, iqtisodiy munosabatlar, madaniy an'analar, texnologik taraqqiyot) va sub'ektiv (insonning shaxsiy dunyoqarashi, motivlari, ehtiyojlari, psixologik xususiyatlari) omillar o'zaro dialektik bog'langan. Shu dialektika ommaviy ongning mazmuni, shakli va rivojlanish tendensiyalarini belgilaydi. Ommaviy ongning evolyutsiyasi ayniqsa yoshlar ongida faol namoyon bo'lib[1], raqamli axborot oqimlari va ijtimoiy tarmoqlarning kuchli ta'siri ostida yangi identitet, yangi qadriyatlar tizimi, yangi kommunikativ xulq shakllanmoqda.

Hozirgi axborot asrida ommaviy ongning o'ziga xos xususiyatlaridan biri bu — uning tezkorligi, manipulyatsiyaga moyilligi, virtual muhit bilan uzviy bog'langanligi va global ijtimoiy tendensiyalarga sezgirligidir. Shu bois ommaviy ongni o'rganish nafaqat ilmiy, balki amaliy manfaatga ham ega: u siyosiy qarorlar qabul qilishdan tortib, ta'lim-tarbiya jarayoni, ijtimoiy xavfsizlik, ma'naviy yetuklik, yoshlar siyosati va axborot madaniyati kabi jarayonlar bilan bevosita bog'liq.

Asosiy qism. Hozirgi kunda insoniyat globallashuv davrining jadal sur'atlari va tezkor axborot asrining intensiv muhitida hayot kechirmoqda. Endilikda inson bir lahzada dunyoning istalgan nuqtasidagi ma'lumotdan soniyalar ichida xabardor bo'lish imkoniyatiga ega. Internet texnologiyalari bugun shunday imkoniyatlarni butun dunyo aholisi uchun taqdim etmoqda.

XXI asrda axborot texnologiyalari taraqqiyotining jadallashuvi va ommaviy axborot vositalarining jamoatchilik tafakkuriga bo'lgan ta'siri tobora kuchayib borayotganligini kuzatish mumkin. Jamiyatdagi ommaviy ong tushunchasiga to'xtalganimizda, bu tushuncha bevosita axborot-psixologik ta'sir bilan bog'liq bo'lib, shaxs va jamoaning ruhiy holatiga qaratilgan bosimlar, axborot vositalarida berilayotgan mavzularni tanqidsiz qabul qilish, shuningdek, ongga ma'lum stereotiplarni singdirish orqali shakllanishi ehtimoldan holi emas.

Jamoaviy ong muammolari falsafiy-gnoseologik hamda ijtimoiy-psixologik tadqiqotlar uchun an'anaviy hisoblanadi. Shu bilan birga, ommaviy ong fenomeni tobora ko'proq jamiyat va insonni turli jihatlar bilan o'rganuvchi barcha fanlarning metodologik va uslubiy imkoniyatlarini integratsiyalashni talab qiladigan murakkab tadqiqotlarning alohida muhim, tizim hosil qiluvchi obyekt sifatida ko'rilmogda. Aynan ommaviy ong jamiyatda jiddiy sifat o'zgarishlari ro'y beradigan davrlarda elitalar va mafkuralarning omma uchun kurash maydoni sifatida,

shuningdek, tarixiy alternativalarining haqiqiy hayotiyliigi va samaradorligini baholovchi mezon sifatida eng ko'p e'tibor markaziga aylanadi [2. 86].

«Jamiyat», «madaniyat», «ijtimoiy ong» kabi makrosistemalardan ma'lum darajada mustaqilligiga qaramay, ijtimoiy-ommaviy hodisa sifatidagi «ommaviy ong» pastroq darajadagi tizim bo'lib, uning ko'plab parametrlarini ijtimoiy va madaniy omillar hamda ijtimoiy ong sohasidagi o'zgarishlar belgilab beradi.

Ommaviy ong tushunchasining mazmunini tarixiy tahlil orqali aniqlash maqsadga muvofiqdir. Bu borada qayd etish joizki, ommaviy ongning ijtimoiy hayot fenomeni sifatidagi tarixi ham, ommaviy ongning o'rganish tarixi ham murakkab va qarama-qarshiliklarga boydir. Tadqiqot manbalarida qayd etilishicha, «ommaviy ong» iborasi ilk bor XIX asr o'rtalarida ishlatila boshlangan bo'lib, bu tushuncha ko'proq obrazli mazmunga ega bo'lgan (G. Lebon). E'tiborga loyiq jihati shundaki, ongning asosiy boshqaruvchilari sifatida ommaviy axborot vositalari ko'rsatiladi.

Real «ommaviy ong»ning mavjudligi, uning subyeksi bo'lgan maxsus «ommaviy inson» haqidagi muammo XVIII–XIX asrlar chegarasida ilmiy muhokamalarda paydo bo'lgan [3, 136]. XVIII asrgacha jamiyatni mustaqil ravishda harakat qiladigan, o'z aql va his-tuyg'ulariga tayanuvchi avtonom individlar yig'indisi sifatida talqin qilgan konsepsiyalar ustunlik qilgan [4, 25].

Tuzilishiga ko'ra, ommaviy ong asosiy (birlamchi) — emotsional-amaliy hamda ikkilamchi — ratsional darajalarni o'z ichiga oladi. Ommaviy ongning negizida odatda jamiyatda umumiy tashvish uyg'otuvchi muayyan ijtimoiy muammo bilan bog'liq kuchli hissiy kechinma yotadi. Mazkur muammoning nihoyatda keskin hissiy idrok etilishi ommaviy ongning tizim hosil qiluvchi omili sifatida namoyon bo'ladi [4. 20]. Hissiy-obrazli tafakkurning mantiqan asoslangan fikrlashdan ustunligi ommaviy tafakkurning eng xarakterli belgilaridan biridir [5, 2].

«Yadroviy», ya'ni bazaviy emotsional-amaliy daraja asosida asta-sekin yanada ratsional daraja shakllanadi. Bu bosqich turli kognitiv komponentlarni, avvalo omma uchun ochiq bo'lgan bilimlar hamda keng muhokama qilinadigan va ko'pchilik tomonidan qabul qilinadigan axborotni o'z ichiga oladi. Ommaviy ongning ratsional darajasi, odatda, mish-mishlar yoki rasmiy ommaviy axborot vositalari orqali tarqatiladigan «ommaviy ehtiyojga ega» ma'lumotlarning aksidir [4. 21].

«Ommaviy ong mavjud ong shakllaridan — individual yoki ijtimoiy, sinfiy yoki neyt–ral, nazariy yoki oddiy, diniy yoki siyosiy, rasmiy yoki norasmiy ongdan — birortasiga to'liq mos kelmaydi... chunki u o'z mohiyatiga ko'ra maxsus, professional hamda o'ziga xos (individuallashtirilgan) ongga qarshi qo'yilish orqali ajralib turadi» [6, 261].

Ommaviy ong o'z tarkibida uni oddiy (kundalik) ongga yaqinlashtiruvchi unsurlarni mujassamlashtiradi, biroq u kundalik ong bilan aynan bir xil emas. Chunki bu fenomen tuzilmasida kundalik hayot doirasidan tashqariga chiqadigan komponentlar ham mavjud. Masalan, inqilobiy kayfiyat — u oddiy, kundalik voqealardan emas, balki noodatiy, keskin hodisalardan tug'iladi.

Kundalik bilish — bu voqelikni ruhiy o'zlashtirishning o'ziga xos usuli bo'lib, u kundalik ongning asosini tashkil etadi. Kundalik ong — bu insonning har qanday bilimning obyektivligini baholashda murojaat qilmay iloji bo'lmaydigan ruhiy faoliyat sohasi. Insonning har kuni olib boradigan faoliyatida nazariy va amaliy tajriba uzluksiz qayta ishlanadi, turli hayotiy vaziyatlarda yo'nalish topish uchun zarur bo'lgan amaliy bilimlar shakllanadi. Kundalik ongning vazifasi — jamiyat hayoti va unda shakllanayotgan munosabatlarning butun boyligini kundalik bilim shakllarida qayta tiklashdir. Shunday qilib, kundalik ong jamiyatning bevosita ma'naviy asosini tashkil etadi; aynan shu jarayonda dunyoqarash shakllanadi, turli bilimlar, axloqiy me'yorlar va baholar o'zlashtiriladi.

Demak, ommaviy ong va kundalik ong bir-biriga qisman o'xshash bo'lsa-da, ikkisi nisbatan mustaqil hodisalardir. Masalan, ommaviy ong ham ma'lum darajada hayotiy tajriba, amaliy donolik va bilishga doir salohiyatni o'z ichiga oladi. Uning o'ziga xos jihati — irratsionallik, yoki yanada aniqlasak, o'ziga xos ratsionallik shaklining mavjudligi bo'lib, bu qarama-qarshilik, parchalanish, mantiqsizlikka moyillikda namoyon bo'ladi. Ommaviy ong nazariy bilimlarni o'zlashtirar ekan, ularni ichki mantiqini buzish orqali ma'lum darajada qayta ishlaydi.

Aslida, ommaviy ongning o'ziga xosligi shundaki, u omma ruhiyatiga axborot va ruhiy bosimlar orqali ta'sir ko'rsatib, ma'lum mafkuraviy qarashlarni shakllantirishga xizmat qiladi. Axborot davrida stereotiplarning saqlanib qolishi yoki ularning yangicha shaklga kirishi ana shu ommaviy ong doirasidagi jarayonlarga kiradi. Ommaviy ong keng talqinda jamiyatning katta qatlamlariga xos tafakkur tizimi sifatida talqin qilinadi, tor ma'noda esa – ommaviy axborot vositalari ta'siri ostida shakllanuvchi kundalik ongning o'ziga xos ifodasidir.

Angliyalik J. Braysning ommaviy axborot vositalari borasida o'tgan asr oxirida yozgan asarlarida jamoatchilik fikrini shakllantirish va boshqarishning an'anaviy mexanizmlari haqida so'z yuritiladi. Unga ko'ra, fikrni boshqarish to'rt asosiy bosqichni o'z ichiga oladi:

Birinchi bosqichda – muayyan voqea haqida “faktlar va hikoyalar” tarzida turli fikrlar bildiriladi, neytral munosabatlar ifodalanib, “har kim o'z fikrini bildirayotgandek” taassurot paydo qilinadi.

Ikkinchi bosqichda – gazeta va boshqa manbalar orqali yanada aniqroq yondashuv taklif qilinadi, natijalar muhokama qilinadi. Shu orqali jamoatchilik fikri muayyan yo‘nalishga burilishi kuzatiladi.

Uchinchi bosqichda – muhokamalarda kerakli pozitsiyani qo‘llab-quvvatlash uchun boshqa fikrlar chetga suriladi.

To‘rtinchi bosqichda esa – yakuniy xulosa keng jamoaning manfaatidan kelib chiqqan umumiy qaror sifatida ko‘rsatiladi. Bu jarayon davomida ma‘lumotlar oqimi manfaatdor guruhlar nuqtai nazaridan yetkaziladi, shuningdek, qarama-qarshi yoki noqulay axborotlarni qasddan e‘tibordan chetda qoldirish orqali jamoatchilik idrokiga ta‘sir o‘tkazishga intilish kuzatiladi[7]. Shu bilan birga, jamiyat a‘zolaridan muhim ma‘lumotlarni yashirish, ularni muhokama mavzusiga aylantirmaslik holatlari ham ayni manipulyativ mexanizmlarning bir ko‘rinishidir.

Dunyoda har kuni millionlab hodisalar sodir bo‘ladi. Ommaviy axborot vositalari bu voqealarni yoritishda asosiy yo‘nalishlarni belgilab, ma‘lumotlarni qanday taqdim etish, tahlil qilish, baholash va tarqatish orqali fuqarolarda zarur xulosa va qarorlar shakllantirishiga vositachilik qiladi. Bu esa, ommaviy axborot vositalari ijtimoiy ongni kerakli yo‘nalishda boshqarishi va unga ta‘sir ko‘rsatish imkoniyatiga ega ekanligini anglatadi[5]. Jarayon davomida yolg‘on, soxta yoki ataylab to‘qilgan axborotlar haqiqat sifatida ko‘rsatilishi, voqelik bir tomonlama talqin qilinishi va muhim jihatlar ataylab yashirilishi holatlariga ham alohida e‘tibor qaratish kerak.

“Ijtimoiy stereotip” atamasi dastlab V. Lippman tomonidan “Jamoatchilik fikri” asarida qo‘llanilgan[6, 89]. U, ommaviy ong va jamoatchilik fikrini boshqarishda matbuotning o‘rni muhim ekanligini ta‘kidlagan. Stereotiplar – oldindan shakllangan qarashlar bo‘lib, inson idrokini boshqarish vositasi sifatida xizmat qiladi. “Stereotip” so‘zining o‘zi yunon tilidan “barqaror iz” degan ma‘noni anglatadi. Bu holat ayrim olimlar tomonidan “idrokiy sustkashlik” deb ham talqin qilinadi[7, 43].

XXI asrda faqat texnologiya emas, balki inson tafakkuri ham o‘zgarib bormoqda. Shu bilan birga, stereotiplar orqali odamlarning borliqni to‘g‘ri qabul qilishdagi qiyinchiliklari ko‘paymoqda. Shaxsiy fikrni aniq va asosli ifodalash – har qanday rivojlanayotgan insonning ajralmas xususiyatidir. Ammo stereotiplar tufayli inson voqelikni ob‘yektiv baholay olmaydi. Guvohlarning voqeani qayta hikoya qilishi davomida unga muqarrar ravishda nimadir qo‘shiladi. Natijada voqeaning bayoni, aslida, uning o‘zgartirilgan ko‘rinishiga aylanadi.

Xulosa. Yuqorida bayon etilgan ilmiy mulohazalar ommaviy ong tushunchasini chuqurroq anglash uchun muhim tahlillar bo‘lib xizmat qiladi. Bugungi globallashuv va ilg‘or axborot

texnologiyalari sharoitida inson ongiga turli g'oyalarni singdirishga qaratilgan xavflar kuchayib bormoqda. Bunga qarshi kurashishda ommaviy ongni mustahkamlash, axborotga nisbatan immunitet shakllantirish zarur. Ommaviy ong aslida insoniyat hayotida axloqiy qadriyatlar, milliy an'analar va o'zlikni anglashning asosiy poydevori bo'lishi kerak. Tashqaridan kirib keluvchi buzg'unchi g'oyalarga qarshi kurashda ommaviy ong – bu kuchli ma'naviy pozitsiya va fuqarolik ongining ifodasi bo'lishi dolzarb masala sifatida ko'rilmogda.

Terminologiya borasida shuni ta'kidlash joizki, mazkur yondashuv doirasida «ommaviy ong» atamasini yanada aniqroq mazmunni ifoda etuvchi «ommaviy psixologiya» kategoriyasi bilan almashtirish maqsadga muvofiqdir. Chunki u psixik jarayonlarning mohiyatini hamda ushbu jarayonlarning ongli va ongsiz komponentlarining murakkab tuzilmasini aniqroq aks ettiradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyevning «Yoshlarga oid davlat siyosati samaradorligini oshirish va O'zbekiston yoshlar ittifoqi faoliyatini qo'llab-quvvatlash to'g'risida»gi farmoni. 05.07.2017y. www.lex.uz
2. Марченя П.П. Современные подходы к изучению масс и массового сознания в истории: тенденции и результаты // Современные исследования социальных проблем. 2010. № 3(03). С. 86-90.
3. Радченко О.Е., Власова С.А. Толерантность, массовое сознание, общество, государство // Известия Томского политехнического университета. 2008. № 6. Т. 313. С. 136-140.
4. Ольшанский Д.В. Психология масс. - СПб.: Питер, 2002.
5. Рубанов А.В. Рациональность и массовое сознание. /Философия и рациональность в культуре глобализирующегося мира // Материалы международной научной конференции. г. Минск, 22-23 октября 2009 г. С. 1-4.
6. Грушин Б.А. Массовое сознание: Опыт определения и проблемы исследования. - М.: Политиздат, 1987.
7. Grushin B. A. Dunyo va fikrlar dunyosi haqidagi fikrlar. -M., 1967.