



## SOCIAL CHARACTERISTICS OF MASS AND SPECIALIZED READING IN THE CONTEXT OF A DIGITALIZED SOCIETY

*Oygul Dulanboyeva*

*Doctor of Philosophy (PhD) in Sociology*

*Senior Lecturer, Department of Sociology, Faculty of Social Sciences*

*National University of Uzbekistan named after Mirzo Ulugbek*

*Tashkent, Uzbekistan*

---

### ABOUT ARTICLE

**Key words:** mass mutolaaa, elite art, fiction, social layer, social groups, social stratification, types of culture.

**Abstract:** In this article, the social characteristics of the mass and specific mutation are revealed based on scientific theoretical conclusions. It has also been shown that the discrepancies between public and elitist Mutola stem from the separation of works of art into public and specific art. In addition, the article also cites the sociological features of mutola culture.

**Received:** 20.05.26

**Accepted:** 21.05.26

**Published:** 22.05.26

---

## RAQAMLASHGAN JAMIYAT SHAROITIDA OMMAVIY VA XOS MUTOLAANING SOTSIAL XUSUSIYATLARI

*Oygul Dulanboyeva*

*Mirzo Ulug'bek nomidagi O'zbekiston Milliy universiteti Ijtimoiy fanlar fakulteti*

*Sotsiologiya kafedrasida katta o'qituvchisi*

*Sotsiologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)*

*Toshkent, O'zbekiston*

---

### MAQOLA HAQIDA

**Kalit so'zlar:** ommaviy mutolaaa, elitar san'at, badiiy adabiyot, ijtimoiy qatlam, ijtimoiy guruhlar, sotsial stratifikatsiya, madaniyat turlari.

**Annotatsiya:** Mazkur maqolada ommaviy va xos mutolaaning sotsial xususiyatlari ilmiy nazariy xulosalarga asoslangan holda ochib berilgan. Shuningdek, ommaviy va elitar mutolaaning o'zaro tafovutlari san'at asarlarining omma va xos san'atga ajralishidan kelib chiqishi ko'rsatilgan. Bundan tashqari, maqolada

mutola madaniyatining sotsiologik  
xususiyatlari ham keltirib o'tilgan.

## СОЦИАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ МАССОВОГО И СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОГО ЧТЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗИРОВАННОГО ОБЩЕСТВА

*Ойгуль Дуланбоева*

*Старший преподаватель кафедры социологии факультета социальных наук  
Национального университета Узбекистана имени Мирзо Улугбека*

*Доктор философии (PhD) по социологическим наукам*

*Ташкент, Узбекистан*

### О СТАТЬЕ

<p><b>Ключевые слова:</b> публичное чтение, элитарное искусство, Художественная литература, класс, социальные группы, стратификация, типы культуры.</p>	<p><b>Аннотация:</b> В данной статье раскрыты социальные особенности публичного и конкретного чтения, основанные на научных теоретических выводах. Также показано, что различия между публичным и элитарным чтением проистекают из разделения произведений искусства на публичное и конкретное искусство. Кроме того, в статье представлены социологические особенности культуры чтения.</p>
---	--

**Kirish.** Mutolaa avvalambor ma'naviy hodisa bo'lib, u inson fenomeni bilan bevosita bog'liq kontekstual voqelik hisoblanadi. Aytish mumkinki mutolaa, keng ma'noda madaniyat – faqat insonga xos hodisa hamdir. Ayni paytda, ular insonni tabiatdan ajralib chiqqan va endi faqat sun'iy madaniy muhitda yashovchi noyob mavjudot sifatida belgilaydi. Bu muhitdan tashqarida inson mavjud bo'la olmaydi.

Har qanday inson normal hayot kechirishi uchun oziq-ovqat, kiyim-kechak, uy-joy singari zarur bo'lgan axloqiy me'yorlar va qadriyatlarga muhtojdir. Hayotni faqat moddiy ne'matlarga ega bo'lishga intilish bilangina cheklab bo'lmaydi, chunki buyumlar faqat ma'lum bir vaziyatda ramzlar va belgilar vazifasini bajarishi mumkin, ammo o'z-o'zicha hech qanday ma'noga ega emas.

Shu bois mutolaa, muayyan shakl, hajmga ega bo'lgan belgilar bilan bir qatorda ma'naviy, ruhiy ahamiyat kasb etadi.

**Muhokama va natijalar.** Insoniyat tafakkur tarixidan ma'lumki, aksariyat mutafakkirlar mutolaa hodisasini ikki turga, aniqrog'i, omma va xos mutolaa shakliga ajratadilar. Bu ajratish avvalambor umuman san'atning omma va xos doiralariga bo'linishi bilan shartlanadi. Zotan san'at

dunyoni idrok qilishning o'ziga xos shakli hisoblanadi. Bu ma'noda u jamiyatda ustun bo'lgan dunyo qarashiga bog'liq va o'zi ham unga kuchli ta'sir ko'rsatadi. Olam manzarasi badiiy axborotning negizini tashkil etib, san'at mazmuniga singib ketadi va uni o'ziga xos tarzda shakllantiradi [1]. Olam manzarasi san'at asarini idrok etishning muayyan yo'lini ham belgilaydi. Badiiy ong orqali olam manzarasi badiiy madaniyatning tuzilmaviy tizimiga bilvosita ta'sir o'tkazadi. San'at olamining hozirgi davrdagi differentsiyasi ma'lum ma'noda bir paytlar sodda va tartibli bo'lgan koinot manzarasining murakkablashuvi va nomutanosiblashuvi oqibati саналади.

“Bu ma'noda mualliflik strategiyasi ijodkor ongini, hatti-harakatini namoyon qilish shakli bo'lib, u ochiq yoki yashirin tarzda boshqa tafakkur tarzi bilan to'qnashganda yuzaga keladi” [2]. Muallif strategiyasining namoyon bo'lish mezonlari ijodkorning o'ziga, boshqalarga, olamga munosabati nuqtai nazaridan belgilanadi.

“Ijod jarayonida muallif strategiyasini o'rganish uning axloqiy pozitsiyasini o'zi yashab turgan zamon va makonga kommunikativ munosabatlar orqaliniqlash mumkin. Shuningdek, muallifning: “klassisizm”, “romantizm”, “realizm”, “modernizm”, “postmodernizm” kabi estetik tizimlardagi o'rnini ham ko'rsatishga imkon beradi” [3].

Muallif strategiyasi asosida doim tanlov bo'ladi. Bu tanlovi ijodkorni jamiyatdagi statusi nuqtai nazaridan kelib chiqadi. Ijodkorni o'rab turgan ijtimoiy madaniy hayot, iqtisodiy omillar, uni muayyan dunyoqarashni talab etadigan auditoriya tanlashga yoki xech bir sohaga ixtisoslashmagan ommaviy pozitsiyani tanlashni taqazo etadi. Bu ma'noda muallif strategiyasi zaruratining yana bir omillaridan biri bu ommaviy adabiyot doirasida o'z auditoriyasiga ega bo'lish istagidir.

“Muallif strategiyasi muayyan maqsadga erishish yo'lida u yoki bu vositalarni ongli tarzda tanlashni nazarda tutadi” [4]. Muallif strategiyasining to'g'ri yoki noto'g'ri tanlanganligi tabiiyki, muvaffaqiyatga erishish bilan belgilanadi. Bu o'rinda “ijodiy muvaffaqiyat” tushunchasini adabiyot misolida ko'rib chiqish maqsadga muvofiq, zero, zero XX va XXI asrlarda aynan mazkur tushuncha san'at, madaniyat doirasida deyarli mashhur bo'lmagan sohalarning ommalashishiga sabab bo'ldi.

Bugun shoir yoki yozuvchilarni biror taniqli jurnalda asar chop etish muvaffaqiyat bilan ta'minlamaydi. Chunki, adabiy jurnal, gazetalarning o'zi legitimasiya funksiyasini bajarmaydi. Ya'ni jurnallar avvalgidek shoir, yozuvchilarni yaratmaydi. Sobiq Ittifoq davridagi adabiy tizim qaysidir ma'noda legitimasiya funksiyasidan holi zamonaviy andegraundning analogi sifatida baholanadi. Bu erda har bir auditoriyani o'zining kumirlari, o'zining estetik baxosi, o'zining

modasi, o'zining adabiy kurashlari mavjud, ular ham ijodkorni tanitishga xizmat qiladi, biroq shuhrat va muvaffaqiyatni mutlaqo boshqa omillar ta'minlaydi.

1. Xos doiradagi muvaffaqiyat;
2. Horijiydagi muvaffaqiyat;

Ko'p hollarda bu ikki vaziyat bir-birini taqazo qiladi. Unga ko'ra, muallif doiradagi nashriyotlar, saytlar, mediya dasturlar bilan chegaralanishga majbur bo'ladi" [5].

Ijodiy muvaffaqiyatni belgilovchi omillardan biri sifatida jamoatchilik e'tirofini ham keltirish mumkin. G.Moskoga ko'ra "jamoatchilik fikri, faqat bir qismigina suv yuzida turganmuz tog'iga o'xshaydi. U yuqori va quyi qismining o'zaro mutanosibli tufayli muvozanatda turadi. Bu muz tog'ining yuqori qismini tabiiyki, siyosiy, iqtisodiy, madaniy elitalar tashkil qiladi. Bu elita o'z kuchidan boshqa narsaga tayanmaydi.

Bugungi kunda o'z asarlarini kitobxonlarga ilgarilari kuzatilmagan yangilik sifatida taqdim qila olishi jodiy muvaffaqiyatning asosiy belgilaridan biri bo'lib qolmoqda. Bu ma'noda har qanday mualliflik strategiyasi ijodiy muvaffaqiyatning doirasida quyidagi ko'rsatgichlarning mavjudligi nazarda tutiladi:

1. O'z-o'zidan qoniqish yoki ruhiy-tarixiy burchni his qilish: unga ko'ra, muallif muayyan tarixiy voqeilikda ruhiy muvozanat izlashga urinadi, natijada u o'ziga xos tarzda madaniy kapital yaratadi [6];
2. Moddiy ko'rinishdagi iqtisodiy kapital;
3. Shon-shuhrat, e'tirof etilish: sosial kapital;

Bu kabi mezonlarga ajratish shartli sanaladi. Zero e'tirof, shuhrat ko'rinishidagi sotsial kapital nafaqat ijtimoiy statusni belgilaydi, balki mazkur kapitalni iqtisodiy kapitalga aylantirishga ham imkon yaratadi. O'z navbatida madaniy kapital yaratish esa iqtisodiy va sosial kapitalni taqazo etadi.

Bu ma'noda adabiyot axborot texnologiyalarining ta'siriga tusharkan, mualliflik strategiyasi ijodkor uchun o'z ijodini amalga oshirishda muhim omil hisoblanadi. Zotan, muallif strategiyasining o'zi ham axborot texnologiyalarining bir qismiga aynanib qoldi. Masalan, shoir yozuvchining muayyan asari nashr bo'lishga ulgurmay, ijtimoiy tarmoqlarda uzatiladi. So'ngra talabga ko'ra, qayta tarqatilib, elektron kutubxonalarga joylashtiriladi va audio kitob shaklida taqdim qilinadi. Natijada yangi asarlarni ijtimoiy mediya orqali tarqatuvchi tarmoqlar yaratiladi.

Madaniy tizimdagi yangi statusiga ko'ra, adabiyot quyidagi xususiyatlarga ega bo'lishi kerak:

1. Raqobatbardoshlik. Adabiyot madaniy sohaning boshqa turlari bilan raqobatga kirishadi. Mutolaa bo'sh vaqtni o'tkazish nuqtai nazaridan kino, roliklar, musiqakabi san'at turlari bilan taqqoslanadi. Bu o'rinda E.V.Kazlov "Ekranli mediyaning tez sura'tlar bilan taraqqiy etishi, madaniy sanoat doirasida mutolaa statusini pasayib borishiga sabab bo'ldi [7].

2. Adabiyotni tijoratlashtirish. Tabiiyki, bu omil ko'p talqinlilik xususiyatiga ega. Masalan, Sidorovaga ko'ra, -"tijoratlashtirish adabiyotni faqat kitobxonning talabiga moslashtirishga sabab bo'ladi" [8].

Ommaviy kommunikasiya tizimidagi zamonaviy adabiy jarayonlarda badiiy matn xaqidagi tasavvurlar ham o'zgarib bormoqda. Sosiologik adabiyotlarda matn, yozma, audio, vizual, axborot qayd etilganzim sifatida qabul qilinadi. Badiiy asarlar tahlili nuqtai nazaridan matnlar birlamchi va ikkilamchi turlarga ajratiladi. Bu ma'noda badiiy asarlarning o'zi birlamchi matn, u xaqidagi tanqidiy, reklama, targ'ibot materiallari ikkilamchi matn sanaladi. Rossiyada 2008 yil "Kitob sanoati" nashriyoti tomonidan "kitoblarni tarqatish usullari" mavzusida o'tkazilgan tadqiqotlarda bugungi kunda noshirlar quyidagi omillarga e'tibor qaratmoqdalar: mualliflarning turli mavzularda markaziy televidiniya va radio kannalardagi ishtiroki; ijtimoiy tarmoqlardagi fotosesiyalari; ijodkorlarning hayoti bilan bog'liq turli voqealarni ijtimoiy tarmoqlarda tarqatilishi; ijodkorlarning turli ijodiy kechalar, konferensiyalarda ishtirok etishi; internet tarmoqlaridagi reklamalar, banerlar, intervyularda tez-tez namoyon bo'lishi;

Ijod namunalarini targ'ib qilishda internet saytlari, ijtimoiy tarmoqlar, ommaviy mediya vositalaridan foydalanmaslik ko'zlangan natijaga olib kelmasligi ta'kidlanadi. Bundan tashqari ijod namunalarini targ'ib qilishda samarali bo'lgan quyidagi omillarni ham keltirib o'tish mumkin:

Muallif ijodiy namunalarini vizuallashtirish, (klip yoki roliklar misolida); San'at tarixini durdonalar tarixi sifatida tasvirlash odat tusiga kirgan. Biroq sotsiologik nuqtai nazardan bu maqbul emas: jamiyatning badiiy hayoti faqat cho'qqidagi yutuqlardan iborat emas [9]. San'at barcha ijtimoiy qatlamlarning talab va didlariga juda moslashuvchan tarzda javob beradi hamda kundalik ongning ko'plab ehtiyojlarini qondirish, turmush va bo'sh vaqtni badiiy shakllar bilan boyitishga qaratilgan asarlarni yaratadi. Bu ehtiyojlar bir-birini almashtiruvchi etnik xulq-atvor stereotiplari, an'analar, turmush tarzi va boshqalarga bog'liq. Durdonalar - madaniyatning "oltin xazinasi" bo'lib, ustuvor yo'nalishlar va umuminsoniy ma'naviy qadriyatlarining ma'lum darajada davomiyligi bilan tavsiflanadi. Ommaviy san'at bunday davomiylikka ega emas. U funksional bo'lib, ijtimoiy kayfiyatlarining ustunligi va o'zgarishiga moslashuvchan javob beradi, an'anaviy ijtimoiy-psixologik qarashlarni, odatiy ramziylikni qo'llab-quvvatlaydi, ijtimoiy va shaxsiy hayot stereotiplarining takrorlanishini ta'minlaydi. Ammo ommaviy va yuksak san'at o'zaro ta'sir

ko'rsatadi. Ommaviy san'at durdona asarlar paydo bo'lishining asosi, poydevoridir. Agar san'at asariga faqat estetik mezonlar (til yangiligi, o'ziga xosligi, muallif uslubi va boshqalar) nuqtai nazaridan emas, balki unda o'z davrining ijtimoiy psixologiyasi hodisasini ko'rishga harakat qilinsa, u (san'at asari) tasodifiy yoki ahamiyatsiz bo'lib ko'rinmaydi.

San'at azaldan elitar ya'ni, xos doiralarga mo'ljallangan va ommaviy turlarga bo'linib kelgan. Elitar san'at nozik didli bilimdonlar uchun yaratiladi. Uning hayotiyligi yorqin ta'sirlarga bog'liq emas. U dunyoni uning tanish va notanish, noaniq tomonlarining uyg'unligida chuqur anglashga qaratilgan [10]. Bunday turdagi asarning mazmunini oldindan aytib bo'lmaydi, u xotirada ko'plab assotsiatsiyalar, nozikliklar va ramzlarni jamlashni talab etadi. O'qib bo'lingach, ko'plab muammolar yechilmay qolishi mumkin, bu esa yangi muammolar va unga yechimlarni keltirib chiqaradi.

Ommaviy san'at oddiy o'quvchi, tinglovchi va tomoshabinlarga mo'ljallangan. Ommaviy aloqa vositalari (kino, televideniye, radio) paydo bo'lishi bilan u keng tarqaldi. Bu vositalar tobora ko'proq odamlarga madaniyatga qo'shilish imkonini bermoqda. Natijada, ommaviy adabiyotning ulkan tirajlari va ommaviy auditoriyaning didini o'rganish zarurati paydo bo'ldi.

Ommaviy san'at asarlari folklor, mifologik va xalq og'zaki ijodi na'munalari bilan chambarchas bog'liq. Barqaror ommaviy janrlar asosida ma'lum arxetiplarga borib taqaladigan va umumahamiyatli formulalar, badiiy universalialarni o'z ichiga olgan syujet tuzilmalari yotadi [11]. Bunday syujet qurilmalarini elitar san'atda ham ko'rish mumkin, ammo u yerda ular ommaviy san'atdagi kabi pasaytirilmagan, balki yuksaltirilgan.

Sotsiologlar ommaviy o'quvchilarga yoqadigan mavzu va syujetlarni quyidagicha tavsiflaydilar. Misol uchun, Rossiyadagi dastlabki o'qish tadqiqotchilari ham dehqonlarga romanlarda quyidagilar yoqishini ta'kidlaganlar: vatanparvarlik, dinga, podshohga, vatanga muhabbat, burchga sadoqat, qahramonlik, jasorat, urushda mardlik, rus qahramonligi va hokazo [12]. Ommaviy san'at asarlari tuzilishining bir xilligi qadimiy maishiy, diniy yoki boshqa faoliyatga borib taqaladi. Bunday kuzatishlar bir turdagi hikoyalarning tarixiy ildizlarini o'rganish va jamoaviy fantaziyalar rivojlanishidagi ma'lum qonuniyatlarni aniqlash asosida amalga oshirildi. Yuqori darajadagi standartlashtirish tabiiy ehtiyojidan kelib chiqadi.

Ommaviy san'at - eskapistik xususiyatga ega, ya'ni real dunyo ziddiyatlari va qarama-qarshiliklarini chuqur tahlil qilishdan qochadigan san'atdir. Bundan tashqari, tanish tuzilmalar kutish hissini uyg'otadi, u oqlanganda esa tanish shakllarni anglashdan qoniqish va qulaylik hissi paydo bo'ladi. Rasmiylik tamoyili mavzuning badiiy variatsiyasi bilan uyg'unlashadi. O'ziga xoslik, agar u kutilgan tajribalarni sezilarli darajada o'zgartirmasa, qabul qilinadi. Individual talqin

noyob va takrorlanmas xususiyatlarga ega bo'lishi lozim. Stereotiplarni jonlantirish usullari mavjud: qahramonga stereotipga zid xususiyatlarni kiritish. Variantlar syujetni buzmasligi kerak. Bu yangi shaklning ma'lum bir davrdan tashqariga chiqishi va keyingi avlodlarning unga bo'lgan qiziqishini saqlab qolishi orqali namoyon bo'ladi.

Ommaviy san'at asarlari darhol va yorqin hissiy kechinmalarni uyg'otadi. Biroq ommaviy san'atni past sifatli deb bo'lmaydi. U shunchaki boshqa vazifalarni bajaradi. Qoliqli hikoya noaniqlikdan xayoliy, ammo baribir aniqlikka o'tishga yordam beradi. San'at olamidagi hayot o'zining yashirin sabablarini anglashni talab qilmaydi, ularni niqoblaydi yoki yashirin istaklarni tan olishga to'sqinlik qiluvchi to'siqlarni kuchaytiradi. Ommaviy janrlar ko'plab muammolarning hal etilmasligi va noaniqligini badiiy modellashtirish bilan almashtirib, mavjud ijtimoiy yo'nalishlar va qarashlarni mustahkamlaydi.

Elitar adabiyot esa ko'pincha ommaviy o'quvchi uchun ma'nosiz so'zlar to'plami bo'lib tuyuladi. Uning elitarligi ozchilik uchun mo'ljallanganligida emas, balki ko'pchilik uchun tushunarsizligidadir. Bu yerda muammo ikki yoqlama mazmunga ega. Chunki, ommaviy kitobxon avvalo estetik vazifalarni hal etuvchi asarlardan yuz o'girdi (ularni hal etmay turib, eng muhim hayotiy muammolarni chuqur o'rganib bo'lmashligini tushunmadi). Ikkinchi tomondan, "ilg'or" yozuvchi omma uchun tushunarli bo'lishni o'ziga or deb biladi. Bunday sharoitda hatto "haqiqiylik"ning ko'pchilik o'zini "oliy"ga daxldor deb hisoblaydigan yashirin mezonni qaror topdi: qanchalik tushunarsiz bo'lsa, shunchalik mukammal hisoblanadi. Ko'pchilik uchun haqiqiy adabiyot, birinchidan, juda zerikarli (maktab xotiralaridan), ikkinchidan, mutlaqo hayotdan yiroq, tushunarsiz narsadir.

**Xulosa.** Shu bilan birga, elitar adabiyot vaqt o'tishi bilan ommaviy adabiyot toifasiga o'tishi mumkin, ya'ni uni maxsus tayyorgarliksiz (masalan, oliy gumanitar ma'lumotsiz) odamlar ham bemalol tushuna oladilar. Bu esa, o'z navbatida omma va elitar asarlar o'rtasidagi chegara g'oyat shartli ekanligini bildiradi.

#### **Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:**

1. Введение в социологию искусства / Е.В.Дуков, В.С.Жидков, Ю.В.Осокин, К.Б.Соколов, Н.А.Хренов. – СПб., 2001.
2. <https://elibrary.ru/item.asp?id=22838011>
3. <https://www.gramota.net/materials/2/2015/2-1/1.html>
4. <https://elibrary.ru/item.asp?id=22838011>
5. Берг М. Литературократия. Проблема присвоения и перераспределения власти в литературе / М. Берг. М.: Новое литературное обозрение, 2000. - 60с.

6. <https://elibrary.ru/item.asp?id=22838011>
7. Козлов С. Социология литературного успеха (от редактора) // М.: Новое литературное обозрение, № 25, 1997.
8. Сидорова А. Коммуникативные стратегии и культурные практики в поле литературы / А. Г. Сидорова. - Барнаул, 2009. – 14 с.
9. Горомов Е.С. Природа художественного творчества. — М., 2002.
10. Книга и чтение в зеркале социологии / Сост. В.Д.Стельмах. — М., 2004.
11. Кривцун О.А. Эстетика. — М., 2001.
12. Миронова М.В. Психология и социология чтения: Учеб. пособие для студ. 3 курса специальности 021500 «Издательское дело и редактирование». — Ульяновск, 2003. — 67 с.