DOI:10.26104/NNTIK.2023.37.76.041

Жунушова Г.М.

МАССАЛЫК МААЛЫМАТ КАРАЖАТТАРЫ АРКЫЛУУ МАССАЛЫК МАДАНИЯТТЫН ЖАЙЫЛЫШЫ

Жунушова Г.М.

РАСПРОСТРАНЕНИЕ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ ЧЕРЕЗ СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

G. Junushova

DISSEMINATION OF POPULAR CULTURE THROUGH THE MEDIA

УДК: 316.35

Массалык маданиятты жайылтуу жана трансляция кылуу үчүн массалык маалымат каражаттары негизги медиа платформа болуп эсептелет. Массалык маданияттын коммерциялык багытта болгондуктан тез өнүгүп, тез жайылып маданияттын башка түрлөрүн сүрүп чыгарууда. Массалык маалымат каражаттарынын негизги медиаплатформасы болгон телевидение зор маданий кубулуш. Коомдун маданиятын, жалпы рухий аң сезимин, таанып билүүсүн калыптанышына эбегейсиз салым кошууда. Адам дайыма рухий азыкка муктаж, бул азыкты интернет, телевидение жана радио, жалпы эле массалык маалымат каражаттары берип турат. Телевидениеден ар түрдүү жанрдагы, ар кандай формадагы, темадагы, ар кимдин табитине жана жаш өзгөчөлүгүнө ылайык келген программалар берилет. Андан баардык жанрды көрүүгө болот: детективдер, кылмыштуу окуялар, мелодрама, комедия, түгөнгүс сериалдар, эстрада, бийлер, белгилүү адамдардын жеке турмушуна кийлигишүү, тарыхый окуяларга кайрылуу ж.б.

Негизги сөздөр: *массалык маданият, телевидение, аң-сезим, эстетикалык табит.*

Развитие средств массой информации привело к формированию так называемой массовой культуры, упрощенной в смысловом и художественном отношении, технологически доступной для всех. Массовая культура, особенно при ее сильной коммерциализации, способна вытеснять и высокую, и народную культуры. Но в целом отношение к массовой культуре не столь однозначно. Телевидение, как основная медиа платформа представляет собой огромный культурный феномен. Он вносит большой вклад в формирование культуры общества. Человеку всегда нужно духовная пища, и эту пищу дают Интернет, телевидение и радио, СМИ в целом. Телевидение показывает программы разных жанров, в разной форме, на разные темы, подходящие на любой вкус и возраст. В нем просматриваются все жанры: детективы, криминальные истории, мелодрамы, комедии, бесконечные сериалы, попса, танцы.

Ключевые слова: *массовая культура, телевидение, сознание, эстетический вкус.*

The development of mass media has led to the formation of the so-called mass culture, simplified in semantic and artistic terms, technologically accessible to all. Mass culture, especially with its strong commercialization, is capable of crowding out both high and folk culture. But in general, the attitude towards mass culture is not so unambiguous. Television, as a major media platform, is a hue cultural phenomenon. He makes a hue contribution to shaping the culture of society. A person always needs spiritual food, and this food is provided by the internet, television and radio, and the media in the village. Television shows programs of different genres, in different forms, on different topics, suitable for every taste and age. It covers all genres: detective stories, crime stories, melodramas, comedies, endless series, pop music, dance.

Key words: *mass culture, television, consciousness, aesthetic taste.*

Илимий-техникалык революциянын жетишкендиктери жана ММК массалык маданияттын дүйнөнүн бардык бурчуна оңой жайылышына шарт түзөт. ММКнын негизги медиа платформасы бологон телевидение зор маданий кубулуш. Коомдун маданиятын, жалпы рухий аң сезимин, таанып билүүсүн калыптанышына эбегейсиз салым кошууда. Адам дайыма рухий азыкка муктаж, бул азыкты телевидение жана радио, жалпы эле массалык маалымат каражаттары берип турат. Телевидениеден ар түрдүү жанрдагы, ар кандай формадагы, темадагы, ар кимдин табитине жана жаш өзгөчөлүгүнө ылайык келген программалар берилет. Андан баардык жанрды көрүүгө болот: детективдер, кылмыштуу окуялар, мелодрама, комедия, түгөнгүс сериалдар, эстрада, бийлер, белгилүү адамдардын жеке турмушуна кийлигишүү, тарыхый окуяларга кайрылуу ж.б. Натыйжада коомдун рухий-эстетикалык аң-сезимине таасир берет. Ар кайсы улуттун маданияты башка улутардын маданиятына таркап, натыйжада окшошуу жана унификациялашуу процесси жүрөт.

Француз телевидениесинин директору Луи Марлен «Телевидениенин бардык фактылары» деген китебинде мындай деп жазат: «бийликтин үч классикалык формасы: закон чыгаруучу, аткаруучу жана сот бийликтери менен бирдикте эч кандай революциясыз, эч кандай конституцияны өзгөртпөй эле баардыгыбызды багындырган жаны бийлик келди – бул телевидение… Бизди кооптондурган суроо бул күчтүү саясий рычаг кимдин колуна тийет? Эгер ал жеке адамдардын колуна тийсе акча табуунун бийлигинде калбайбы?». Бүгүнкү реалийлер көрсөтүп жаткандай телевидение бул күчтүү курал. Биз каалайбызбы, каалабайбызбы телевидение мамлекеттик же улуттук маанидеги ММК болуудан тышкары жеке менчик да болууда. XX кылымдын башында көпчүлүк сынчылар жана элитардык маданияттын өкүлдөрү кинону искусство катары кабыл алуудан баш тартышып, ал сапатсыз көңүл ачуучу продукция катары гана караш-

кан. Азыркы күндө телевидение жана киноискусствого карата мамиле такыр башка. Ал жашообуздун негизги бөлүгүн ээлеп калуу менен эстетикалык маданиятыбызды, дүйнөнү аңдап билүүбүздү кеңейтүүдө.

Бирок биз телевидение жалаң эле оң сапаттарга ээ дегенден алыспыз. Бул өзгөчө коммерциялык максатты гана көздөгөн ар кандай көңүл ачуучу шоу программалар, мааниси тайкы, бирок адамды алаксыткан, эрмек болгон түгөнгүс сериалдар, порнографиялык фильмдер, триллер деп аталуучу жанрдагы кинолордун басымдулуулары адамдын, өзгөчө жаш балдардын, өспүрүмдөрдүн психологиясына терс таасир тийгизет, анткени кандуу окуялар, адамды кыйноо, өлтүрүү ачыктан ачык пропагандаланып жаткандай, бул балдардын тарбиясына, демек келечек тагдырына жаман таасир бериши мүмкүн. Мындай фильмдерди тыюу маселеси кээде коомчулук тарабынан да айтылып жатканы менен эч майнап чыкпай келүүдө.

Телевидениенин программалардын саны жана масштабы абдан кеңири. Адам өзүнө жакканын, табитине туура келгенин тандап көргөнгө акысы бар, ал үчүн каналды гана которуу жетиштүү. Телевидениенин жана ал аркылуу таркатылып жаткан массалык маданияттын жаралышы бул учурдун талабы, муну каалайбызды каалабайбызбы бул күчтүү тарыхый процессти токтотууга мүмкүн эмес.

Совет доорунда массалык маданият капиталистик өлкөлөрдө гана орун алуучу көрүнүш катары айтып да, жазып да келишкен. Бүгүнкү күндө бул биздин коомубуздун актуалдуу маселеси болууда. Батыш өлкөлөрү XX кылымдын 50-жылдарында эле мындай көрүнүштөрдү баштарынан кечиришсе, азыр алар сапаттык жактан мыкты деңгээлге көтөрүлүштү. Буга Голливуддун фильмдери ачык мисал боло алат, дүйнөлүк прокаттын басымдуу бөлүгүн дал ушул кинокомпаниянын продукциясы ээлейт. Россияда да бүгүнкү күндүн так эле ушундай маданий көрүнүштөр орун алууда. Мезгилдин талабына ылайык көптөгөн сериалдарды, ар кандай көңүл ачуучу программалар массалык түрдө чыгарылып калды. Ал тургай көрүүчүлөрүн контингентине жараша көрсөтүүлөрдү беришет, мисалы, күндүз үй кожейкелерге же болбосо бош отурган адамдарга ылайыктап түгөнгүс сериалдар коюулат, кечке маал орчунду программалар көрсөтүлөт ж.б. Демек советтик эстетиктер карандай каршы болуп жаткан маданий революция азыркы күндө мурдагы союздун курамына кирген мамлекеттердин баарында болуп жатат. Ааламдашуу процессинин маданиятка тигизген таасирине кайрылган дагы бир изилдөөчүнүн пикирин келтирели: «Глобализация изменяет локальные культуры. Локальный процесс, в свою очередь, оказывает влияние на глобальный мир, чутко реагирует на культурные потребности определенных стран и строит программы культурных коммуникаций для их удовлетворения. Например, преобладание «мыльных опер» на российском телевидении в дневное время, когда телевидение смотрят преимущественно домохозяйки, является политикой телекомпаний и, одновременно, социальным заказом, который успешно выполняется даже в США («Санта Барбара», «Даллас»), не говоря о Латинской Америке, в которой «мыльная опера» – основной продукт массовой культуры» [1, 134-б.].

Бирок массалык маданияттын баары жаман деп айтуудан алыс болушубуз керек. Алардын арасында да абдан сапаттуу адамды ойлондурган, жан дүйнөнүн тереңинде жаткан сырларын ойготкон эң сонун фильмдер, чыгармалар, эмгектер бар, алардын сапатын баалабай коюуга болбойт. Массалык маданият көп кырдуу кубулуш. Бул кубулушту кеңири изилдеген философ А.Кукарин XX кылымдын башында чет өлкөлөрдө орун алган маданий процесс тууралуу көп жазган эле, бирок анын айткандары бизде азыркы учурда болуп жаткан процесстерге түздөн-түз тиешелүү. Эмесе цитата келтирели: «В начале – с конца XIX в. до первой мировой войны – ведущей силой выступала массовая буржазная пресса, прозванная «желтой» и культивировавшая скандальные сенсации, интерес к интимной жизни знаменитостей, доходчиво упрощенную (но тенденциозную) подачу новостей. Затем особое значение приобрели радио и кинематограф. Именно в кино вырабатывались принципы эстетики эскапизма, т.е. увода зрителей от действительности в вымышленный мир мелодраматических и романтических героев, нереальных мечтаний и надуманных проблем… получили широкое распространение телевидение, комиксы и дешевые издания в мягких обложках, что завершило эволюцию экономических и организационных методов функционирования всего сложного механизма массовой культуры и еще отчетливее выявило идейно-пропагандистские и коммерческие цели конвейерного производства художественных произведений» [2, 257-б.].

Баса белгилеп кетүүчү нерсе көпчүлүккө кеңири жайылган көркөм чыгармалар да өз кезегине абдан кирешелүү болгон. Алсак Ч. Чаплиндин фильмдери, Маргарет Митчелдин романынын негизинде тартылган «Шамалга алдыргандар» фильми кассалуулугу жагынан рекорд койгон. Ал эми Толстойдун, Хэмингуейдин, Драйзердин, Горькийдин чыгармалары да абдан популярдуу жана кирешелүү болуп, көпчүлүк өлкөлөргө тараган. Бирок буларды коммерциялык продукция деп атоого эч болбойт. Булар дүйнөлүк рухий маданияттын өнүгүшүнө опол тоодой салымын кошкон көркөм шедеврлар. Алар чыныгы искусствонун талаптарына жооп берип, дүйнөнү жана андагы адамдын ээлеген ордун чагылдырууда таланттуу сүрөткерлердин эргүүсүнөн, чыгармачылык изденүүсүнөн, толгосунан жаралган.

Коммерциялык чыгарма болсо биринчи кезекте

киреше алып келүүчү товар катары жаралат. Буга ылайык жанры, сюжети, актердук состав ж.б. аныкталат. Коммерциялык «маданияттын» элдин табитине жана эстетикалык аң-сезиминине терс таасир тийгизип жаткандыгын көпчүлүк изилдөөчүлөр бир ооздон баса белгилешүүдө.

Белгилүү изилдөөчү О. Лармин мындай чыгармаларды «кич» деген түшүнүк менен белгилеген. Бул термин жөнүндө кеңири айта кете турган болсок, ал XX кылымдын экинчи жарымында пайда болгон. Сөздүн мааниси немец тилинен которулганда «арзан», «барксыз» же «сапаты төмөн» деген түшүнүктү берет. Азыр бул термин менен сапатсыз, көркөмдүк баалуулугу төмөн ар кандай жанрдагы чыгармаларды, фильмдерди атап келишүүдө. Ошондой эле мындай сапаттагы продукцияны көргөн адамдары «кичмен» деген термин менен аташат. Коммерциялык искусствонун көпчүлүгү дал ушул «кич» деген түшүнүккө такалат.

Кыргызстан да ааламдашуу шартында башка улуттардын маданиятын, модасын кабыл алууда. Мисалы, кино жаатын ала турган болсок коммерциялык багыттагы көптөгө фильмдер чыгарылып жатат. Режиссерлорунан тартып сценарист, операторлору, актердук составы белгисиз адамдар, алар жөн гана үйрөнчүктөр же каражаты бар адамдар тарабынан тартылган, сапаты да көркөм-эстетикалык талаптарга жооп бербейт. Акыркы жылдарда криминалдык дүйнөнү чагылдырган фильмдер абдан популярдуу болууда. Мисал катары «Аят», «Аят-2», «Ууруну махабаты», «Аманат» фильмдерин алууга болот, криминалдык дүйнөгө, аларын жашоосуна суктануучулук бардай сезилет. Мындай фильмдер өзгөчө жаштарды абдан кызыктырууда, бул келечек муунду дал ушундай жолго түшүшүнө таасир бериши толук мүмкүн. Фильмдер прокатка арналып тартылганы айтпаса да белгилүү, бирок алардын сапатына, тарбиялык жагына көңүл бөлүү зарыл. ММКлар аркылуу тараган массалык маданият кыргыз коомунун руханий жандүйнөсүнө, дуйнөтаанымына зор өзгөрүүлөрдү алып келди.

Корутунду. Жогоруда айткандай эле бүгүнкү күндүн талабы жана ааламдашуунун закон ченеми ушундай болууда, маданиятта жана коомдун рухий турмушунда интеграцилык процесстер жүрүүдө. Информациялык системага кабылуу менен салттуу коомдо интеграциялык процесстер тездик менен жүрүүдө. Башка улуттардын маданияты салттуу маданиятыбызга жана адабиятыбызга сүңгүп кирип өз таасирин тийгизип жатат. Массалык маданият коомго болуп көрбөгөндөй масштабда жана өтө тездик менен жайылууда. Бул улуттун көркөм аң-сезимин өгөртүп эстетикалык баалоо принциптерине таасир берүүдө. Кунарсыз, жарды, жеңил-желпи мүнөздөгү көркөм продуктуларды эстетизациялоо аракети жүрүүдө. Натыйжада «жаңы рухий баалуулуктар», «жаңы эстетика» жаралып жатат. Маданият көңүл ачуунун куралы болуп калды. Ааламдашуу шартында искусство, маданият да мезгилдин жана коомдук-тарыхый процесстерге жараша ыңгайлашууда. Демек, биздин оюубузча, сындын актуалдуулугун жогорулатуу керек. Жаштарга массалык продукциялардын жакшы жаманын иргеп кабыл алууга тарбиялоо зарыл. Аларга чыныгы искусство гана коомдун аң-сезимин, руханий маданиятын өнүктүрө тургандыгын жеткирүү керек.

Адабияттар:

1. Кукаркин А. По ту сторону расцвета. Буржуазное общество: культура и идеология. - М.: Политиздат, 1977. - С. 134.
2. Мезенцева А. На пути к единению человечества. Философские перспективы человечества: Сб. ст. - М., 1993. - С. 257.
3. Научно-техническая революция: социализм, культура, человек. - М.: Наука, 1981.
4. Савелеева Н.Т. Мода и массовый вкус. - М.: Легкая индустрия, 1966.
5. Чернова А.С. Китайский бестселлер западного коммерческого типа в эпоху глобализации. // Культурное разнообразие в эпоху глобализации: Материалы Межд. конф. - март, 2006. - Мурманск, 2006.