

GLOBALIZATSIYA VA MUSIQA: MEDIA ORQALI MADANIYATLAR ARALASHUVI

Akbarova Sarvinoz Komiljon qizi

**Nizomiy nomidagi O‘zbekiston davlat milliy
pedagogika universiteti 1-kurs**

<https://doi.org/10.5281/zenodo.20085016>

Annotatsiya: Ushbu maqolada globalizatsiya jarayonida musiqaning ommaviy axborot vositalari va raqamli media orqali tarqalishi, turli xalqlar madaniyatining o‘zaro ta‘siri hamda madaniy aralashuv hodisasi tahlil qilinadi. Bugungi kunda internet, ijtimoiy tarmoqlar, striming platformalari, televideniye, radio, videoklip va raqamli kontentlar musiqa madaniyatining chegaralardan oshib, global maydonda keng tarqalishiga xizmat qilmoqda. Maqolada musiqaning milliy madaniyatni ifodalash vositasi sifatidagi ahamiyati, media ta‘sirida janrlar sintezi, ommaviy madaniyat, madaniy identifikatsiya va yoshlar estetik didining shakllanishi masalalari yoritiladi.

Kalit so‘zlar: globalizatsiya, musiqa, media, madaniyatlar aralashuvi, ommaviy madaniyat, striming platformalari, milliy musiqa, madaniy identifikatsiya, audiovizual madaniyat, madaniy muloqot.

Аннотация. В данной статье анализируется распространение музыки через средства массовой информации и цифровые медиа в процессе глобализации, взаимодействие культур разных народов и феномен культурной интерференции. Сегодня интернет, социальные сети, стриминговые платформы, телевидение, радио, видеоклипы и цифровой контент служат для распространения музыкальной культуры через границы и по всему миру. В статье рассматривается значение музыки как средства выражения национальной культуры, синтез жанров под влиянием медиа, массовая культура, культурная идентификация и формирование эстетических вкусов молодежи.

Ключевые слова: глобализация, музыка, медиа, культурная интерференция, массовая культура, стриминговые платформы, национальная музыка, культурная идентификация, аудиовизуальная культура, культурный диалог.

Annotation. This article analyzes the spread of music through mass media and digital media in the process of globalization, the interaction of cultures of different peoples, and the phenomenon of cultural interference. Today, the Internet, social networks, streaming platforms, television, radio, video clips, and digital content serve to spread musical culture across borders and globally. The article discusses the importance of music as a means of expressing national culture, the synthesis of genres under the influence of media, mass culture, cultural identification, and the formation of aesthetic tastes of youth.

Keywords: globalization, music, media, cultural interference, mass culture, streaming platforms, national music, cultural identification, audiovisual culture, cultural dialogue.

Kirish

Globalizatsiya zamonaviy dunyo taraqqiyotining eng muhim jarayonlaridan biri bo‘lib, u iqtisodiyot, siyosat, texnologiya, ta‘lim va madaniyat sohalariga chuqur ta‘sir ko‘rsatmoqda. Ayniqsa, madaniyat sohasida globalizatsiya milliy chegaralarning nisbatan ochilishi, axborot almashinuvining tezlashuvi, turli xalqlar san‘ati va qadriyatlarining bir-biriga yaqinlashuvi bilan namoyon bo‘ladi. Musiqa esa bu jarayonda eng ta‘sirchan vositalardan biri hisoblanadi. Chunki musiqa til, hudud va millat chegaralaridan tezroq o‘tadi, inson hissiyoti va estetik

idrokiga bevosita ta'sir qiladi. UNESCOning 2005-yildagi “Madaniy ifodalar xilma-xilligini himoya qilish va rag'batlantirish to'g'risida”gi konvensiyasida madaniy ifodalar xilma-xilligini asrash, madaniyatlararo muloqotni rivojlantirish va madaniyatlarning erkin o'zaro aloqasini ta'minlash muhim vazifa sifatida belgilangan.[3] Bu yondashuv globalizatsiya sharoitida milliy madaniyatlarni saqlash bilan birga ularning o'zaro muloqotini ham qo'llab-quvvatlash zarurligini ko'rsatadi.

Asosiy qism

Musiqqa qadimdan insoniyat madaniyatining ajralmas qismi bo'lib kelgan. Har bir xalq o'z tarixi, dunyoqarashi, marosimlari, urf-odatlarini va ruhiy kechinmalarini musiqqa orqali ifodalagan. Masalan, o'zbek maqom san'ati, qozoq dombira kuylari, hind klassik musiqasi, arab maqomlari, koreys pop musiqasi, afro-amerikan jazz va blyuz an'analari o'ziga xos tarixiy-madaniy ildizlarga ega. Biroq globalizatsiya jarayonida bu musiqiy an'analar bir-biridan ajralgan holda emas, balki media vositasida o'zaro ta'sir va aralashuv holatida rivojlanmoqda. Bugungi kunda musiqaning dunyo bo'ylab tarqalishida media asosiy vositaga aylandi. Ilgari bir xalq musiqasi boshqa hududga asosan savdo, migratsiya, urush, diplomatik aloqalar yoki san'atkorlarning safarlari orqali yetib borgan bo'lsa, hozir biror qo'shiq yoki kuy bir necha soat ichida ijtimoiy tarmoqlar orqali millionlab insonlarga yetib borishi mumkin. YouTube, Spotify, Apple Music, TikTok, Instagram, Telegram va boshqa raqamli platformalar musiqiy mahsulotlarning global auditoriyaga chiqish imkoniyatini kengaytirdi. IFPI ma'lumotlariga ko'ra, 2025-yilda global yozib olingan musiqqa daromadlari 31,7 milliard AQSH dollariga yetgan, striming esa global musiqqa daromadining 70 foizini tashkil qilgan.[9] Bu raqamlar musiqaning bugungi kunda asosan raqamli media orqali iste'mol qilinayotganini ko'rsatadi.

Globalizatsiya sharoitida musiqiy madaniyatlar aralashuvi bir necha shaklda namoyon bo'ladi. Birinchidan, janrlar sintezi yuzaga keladi. Masalan, pop musiqqa sharqona ohanglar bilan, rep milliy ritmlar bilan, elektron musiqqa folklor elementlari bilan boyitiladi. Bugungi kunda ko'plab ijrochilar milliy cholg'ularni zamonaviy aranjirovka bilan uyg'unlashtirmoqda. Bu holat bir tomondan milliy musiqaga yangi hayot baxsh etsa, ikkinchi tomondan uning asl shakli va an'anaviy ijro uslublarining o'zgarishiga olib keladi.

Ikkinchidan, media orqali musiqaning vizual shakli kuchaymoqda. Endilikda musiqqa faqat eshitaladigan san'at emas, balki ko'riladigan, baholanadigan va baham ko'riladigan media mahsulotga aylandi. Videoklip, sahna ko'rinishi, libos, raqs, montaj, rang, obraz va hatto ijrochining ijtimoiy tarmoqdagi imiji musiqaning qabul qilinishiga kuchli ta'sir ko'rsatadi. Marshall McLuhanning “medium is the message” - “vositaning o'zi xabardir” degan g'oyasi bu jarayonni tushinishda muhim nazariy asos bo'la oladi.[6] Chunki media musiqani shunchaki tarqatmaydi, balki uning mazmuni, shakli va auditoriya tomonidan qabul qilinish usulini ham o'zgartiradi.

Uchinchidan, global media yoshlar musiqiy didining shakllanishiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Yoshlar ko'pincha musiqqa orqali o'zini ifoda etadi, ma'lum guruh yoki submadaniyatga mansubligini namoyon qiladi. Masalan, K-pop muxlislari, hip-hop tinglovchilari, rok madaniyati vakillari yoki elektron musiqqa ixlosmandlari o'ziga xos kiyinish, so'zlashuv, raqs va internetdagi faollik shakllariga ega bo'lishi mumkin. Bu holat musiqaning oddiy san'at turi emas, balki ijtimoiy identifikatsiya vositasi ekanini ko'rsatadi.

Arjun Appadurai global madaniy oqimlarni tushuntirar ekan, “mediascapes”, ya'ni media manzaralari tushunchasini ilgari suradi. Uning fikricha, zamonaviy inson tasavvuri, dunyoni

anglash shakli va madaniy qarashlari ommaviy axborot vositalari orqali shakllanadi.[4] Musiqa ham aynan mana shu media manzaralari ichida global madaniy almashinuv vositasiga aylanadi. Musiqaning media orqali globallasuvi madaniy muloqotni kuchaytiradi. Masalan, bir mamlakat yoshlari boshqa xalq musiqasi orqali o‘sha xalqning tili, raqsi, urf-odati, kiyinish madaniyati va dunyoqarashi bilan tanishadi. K-pop orqali koreys madaniyatiga, lotin musiqasi orqali ispan tiliga, arab musiqasi orqali Sharq ohanglariga, turk seriallari musiqasi orqali turk madaniyatiga qiziqish kuchaymoqda. Bu jarayon xalqlar o‘rtasida madaniy yaqinlik, qiziqish va muloqot maydonini kengaytiradi. Biroq globalizatsiya va media orqali musiqaning keng tarqalishi faqat ijobiy jarayon emas. Uning ayrim muammoli jihatlari ham mavjud. Eng avvalo, ommaviy madaniyatning kuchayishi natijasida mahalliy va milliy musiqa an‘analari ikkinchi planga tushib qolishi mumkin. Ba’zi hollarda yoshlar milliy kuy-ko‘shiqlardan ko‘ra xorijiy pop, rep yoki elektron musiqani ko‘proq tinglaydi. Bu esa milliy musiqiy xotira, an‘anaviy ijro maktablari va xalq og‘zaki ijodi namunalari bilan bog‘liq qiziqishning kamayishiga olib kelishi mumkin. Stuart Hall madaniy identifikatsiyani doimiy, o‘zgarmas hodisa sifatida emas, balki tarix, madaniyat va ijtimoiy jarayonlar ta‘sirida shakllanadigan murakkab hodisa sifatida talqin qiladi.[5] Shu nuqtayi nazardan qaraganda, global media muhitida yoshlarning musiqiy identifikatsiyasi ham murakkablashadi: ular bir vaqtning o‘zida milliy musiqa merosiga ham, global pop madaniyatga ham mansub bo‘lishi mumkin.

Madaniyatlar aralashuvi natijasida “gibrid madaniyat” hodisasi shakllanadi. Bu bir madaniyatning boshqa madaniyat bilan qo‘shilishi, yangi shakl va mazmun kasb etishi demakdir. Masalan, milliy doira ritmlarining zamonaviy elektron bitlar bilan uyg‘unlashuvi yoki maqom ohanglarining jazz improvizatsiyasi bilan birlashuvi gibrid musiqiy shakllarni yuzaga keltiradi. Bunday ijodiy tajribalar musiqaning rivojlanishiga xizmat qiladi. Ammo bunda asosiy masala milliylikni yo‘qotmaslik, xalq musiqasining ichki ohangi, mazmuni va ruhini saqlab qolishdir. Global media musiqa sanoatini ham tubdan o‘zgartirdi. Ilgari san‘atkorning mashhur bo‘lishi uchun katta studiya, televideniye yoki radio orqali chiqish zarur bo‘lgan bo‘lsa, bugungi kunda mustaqil ijodkor ham internet orqali keng auditoriyaga chiqishi mumkin. Bu ijod erkinligini oshiradi, lekin raqobatni ham kuchaytiradi. Musiqa bozori endi nafaqat san‘at, balki marketing, algoritim, trend va platforma siyosati bilan ham bog‘liq. David Hesmondhalgh madaniy industriyalar, jumladan musiqa sanoati iqtisodiy manfaat, ijodiy mehnat va ommaviy iste‘mol o‘rtasidagi murakkab munosabatlar asosida rivojlanishini ta‘kidlaydi.[7]

Musiqiy madaniyatlar aralashuvida ijtimoiy tarmoqlarning roli ayniqsa katta. TikTok yoki Instagramda mashhur bo‘lgan qisqa musiqa parchalari ko‘pincha butun qo‘shiqning ommalashuviga sabab bo‘ladi. Ayrim hollarda eski qo‘shiqlar ham yangi trendlar orqali qayta mashhur bo‘ladi. Bu jarayon musiqa tarixini yangicha shaklda “qayta aylanish”ga olib keladi. Biroq bunday qisqa formatlar musiqani chuqur tinglash madaniyatiga salbiy ta‘sir qilishi ham mumkin. Chunki foydalanuvchi ko‘pincha asarning to‘liq badiiy mazmunini emas, balki uning trendga aylangan qismini iste‘mol qiladi. Jacques Attali musiqani jamiyatdagi o‘zgarishlarni oldindan sezuvchi va ifodalovchi san‘at turi sifatida talqin qiladi.[8] Haqiqatan ham, bugungi global musiqa jarayonlari jamiyatdagi texnologik, iqtisodiy va madaniy o‘zgarishlarni yaqqol aks ettirmoqda. Musiqa endi faqat ijro yoki tinglash hodisasi emas, balki raqamli kommunikatsiya, madaniy almashinuv, identifikatsiya va bozor munosabatlari bilan bog‘liq murakkab ijtimoiy hodisaga aylandi.

Globalizatsiya sharoitida milliy musiqa madaniyatini asrash uchun media imkoniyatlaridan to‘g‘ri foydalanish zarur. Milliy kuy-qo‘shiqlar, maqom san‘ati, folklor namunalarini zamonaviy raqamli formatlarda targ‘ib qilish, yosh ijrochilarni milliy ohanglardan ijodiy foydalanishga rag‘batlantirish, maktab va oliy ta‘limda musiqiy media savodxonlikni rivojlantirish muhimdir. Bunda milliy musiqani faqat muzeylashgan meros sifatida emas, balki zamonaviy hayot bilan uyg‘un rivojlanuvchi tirik madaniyat sifatida talqin qilish lozim. Shuningdek, media ta‘lim jarayonida o‘quvchi va talabalarga turli xalqlar musiqasini solishtirish, ularning tarixiy ildizi, ritmi, ohangi, matni, ijro uslubi va estetik xususiyatlarini tahlil qilish topshiriqlari berilishi mumkin. Bu nafaqat musiqiy bilimni oshiradi, balki madaniy bag‘rikenglik, estetik did, tanqidiy tafakkur va milliy o‘zlikni anglashni ham rivojlantiradi. Umuman olganda, globalizatsiya va media musiqa madaniyatini yangi bosqichga olib chiqdi. Musiqa endilikda bir xalq doirasida qolmay, global axborot makonida yashaydi. U xalqlarni yaqinlashtiradi, madaniy tajribalarni boyitadi, yangi ijodiy shakllarni yuzaga keltiradi. Shu bilan birga, milliy musiqiy merosni asrash, uni yuzaki ommaviylikdan himoya qilish va yosh avlodga mazmunan chuqur yetkazish dolzarb vazifa bo‘lib qolmoqda.

Xulosa

Globalizatsiya sharoitida musiqa media orqali eng tez tarqaladigan va eng kuchli ta‘sir ko‘rsatadigan madaniy hodisalardan biriga aylandi. Internet, striming platformalari, ijtimoiy tarmoqlar, videokliplar va raqamli kontentlar turli xalqlar musiqasini global auditoriyaga olib chiqmoqda. Bu jarayon madaniyatlararo muloqotni kuchaytiradi, ijodiy hamkorlikni rivojlantiradi va yangi musiqiy janrlar paydo bo‘lishiga xizmat qiladi. Biroq media orqali madaniyatlar aralashuvi milliy musiqa an‘analarining zaiflashuvi, ommaviy madaniyatning ustunlashuvi va musiqiy didning yuzakilashuvi kabi xavflarni ham keltirib chiqarishi mumkin. Shuning uchun global musiqa oqimlarini tanqidiy anglash, milliy musiqiy merosni zamonaviy media vositalari orqali targ‘ib qilish va yosh avlodda musiqiy-media savodxonlikni shakllantirish muhim pedagogik va madaniy vazifa hisoblanadi. Demak, globalizatsiya va musiqa o‘rtasidagi munosabat bir yoqlama emas. U bir vaqtning o‘zida imkoniyat va muammo, yangilanish va xavf, madaniy yaqinlashuv va milliy o‘zlikni saqlash zaruratini yuzaga keltiradi. Media esa bu jarayonning asosiy maydoni sifatida musiqaning ijtimoiy, estetik va madaniy ta‘sir doirasini kengaytiradi.

Adabiyotlar, References, Литературы:

1. Умум таълим мактабларида мусика дарсларини уқитишнинг сифат ва самарадорлигини ошириш масалалари. Панжиев Д. Т. 2016
2. Баркамол авлод тарбиясида миллий мусиканинг урни ва аҳдмияти. Илхомов. М. Современное образование. Т. 2016
3. UNESCO. *Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions*. Paris, 2005.
4. Appadurai A. *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1996.
5. Hall S. *Cultural Identity and Diaspora*. London: Lawrence & Wishart, 1990.
6. McLuhan M. *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill, 1964.
7. Hesmondhalgh D. *The Cultural Industries*. London: SAGE Publications, 2019.

8. Attali J. *Noise: The Political Economy of Music*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1985.
9. IFPI. *Global Music Report 2026: State of the Industry*. London: International Federation of the Phonographic Industry, 2026.