ГЎЗАЛЛИК ИНДУСТРИЯСИ ВА БОЗОР ИҚТИСОДИЁТИ

Баҳодир Эргашевич Ҳусанов
Тошкент вилояти Чирчиқ давлат педагогика институти доценти.

АННОТАЦИЯ

Мақолада бозор иқтисодиётига ўтиш шароитида гўзалликнинг қиймат касб этувчи механизмга айланиши, гўзаллик индустриясининг оммалашиш механизмлари ҳамда гўзалликнинг эстетик муносабатлардаги аҳамиятига доир мулоҳазалар илмий баён этилган.

Калит сўзлар: гўзаллик, индустрия, қиймат, эстетиклашиш, интеграция, эстетик марказлар.

BEAUTY INDUSTRY AND MARKET ECONOMY

Bahodir Ergashevich Husanov
Associate Professor of Chirchik State Pedagogical Institute of Tashkent region

ABSTRACT

The article scientifically discusses the transformation of beauty into a value-added mechanism in the transition to a market economy, the mechanisms of popularization of beauty industry and the importance of beauty in aesthetic relations.

Keywords: beauty, industry, value, aesthetics, integration, aesthetic centers.

КИРИШ

“Индустрия” ибораси – саноат ва халқ хўжалигининг жамият ишлаб чиқарувчи кучлари тараққиёти даражасига ҳал қилувчи таъсир кўрсатадиган етакчи тармоғига нисбатан қўлланилади. Бу саноатнинг ўзи учун ҳамда халқ хўжалигининг бошқа соҳалари учун меҳнат қуроллари ва бошқа маҳсулотларни ишлаб чиқариш билан банд корхоналар (фабрикалар, заводлар, электростанциялар, шахталар, конлар ва бошқалар) мажмуини назарда тутади.

АДАБИЁТЛАР ТАҲЛИЛИ ВА МЕТОДОЛОГИЯ

Ҳозирги пайтда, жадал ривожланаётган, кенг оммалашаётган, жамоатчилик эътиборига тушган, турмуш тарзига чуқур сингиб бораётган соҳаларга “индустрия” иборасини қўшиб айтиш урфга айланиб бормоқда. Жумладан, “киноиндустрияси”, “тиббиёт индустрияси”, “модалар (fashion)

индустрия”, “байрам индустрияси”, “саломатлик индустрияси”, “хизмат кўрсатиш соҳалари индустрияси”, “кўнгилочар соҳалар индустрияси” ва бошқалар. Булар орасида “гўзаллик индустрияси” тиббиёт, биология ва саломатлик соҳаси билан узвийликда энг кўп тарқалган ва одамлар орасида кенг оммалашган соҳа ҳисобланади.

“Гўзаллик индустрияси”нинг юздан ортиқ турлари мавжуд. Улардан XXI асрнинг дастлабки чорагида Air Art, Anti-age, Biolustre, Абдоминопластика, Аква-аэробика, Аквасайклинг, Акупрессура, Ароматерапия, Бальнеотерапия, Биоэпиляция, Блефаропластика, Ботокс, Броссаж каби турлари ҳозирги пайтда кенг оммалашганлигини кузатиш мумкин. Бу турлар асосан инсонни ташқи гўзаллигини мукаммаллаштириш, чиройлилик, жозибадорлик ва латофатлиликка янгича ёндошув сифатида қабул қилинмоқда.

Ҳозирги пайтда гўзаллик индустриясининг илмий-назарий, илмий-методологик ва илмий-амалий асосларига доир тадқиқотлар кўлами кенгайиб бормоқда. Бу ҳолат айниқса, тиббиёт, мода, реклама, соғломлаштириш, телекоммуникация, моддий товарлар ишлаб чиқариш соҳасида яққол кўзга ташланади. Шунинг учун ҳам, гўзаллик индустрияси ҳақида гап кетганда, кўпроқ замонавий иқтисодиётнинг муҳим тамоғи ҳисобланган косметика маҳсулотлари ва ускуналарини ишлаб чиқарувчи марказлар, соҳалар ва фаолиятлар назарда тутилади. Бироқ, россиялик социолог А.К.Орлова “гўзаллик индустрияси”нинг мазмун-моҳияти фақат косметика маҳсулотлари билан чекланмаслиги кераклигини уқтиради. Унинг фикрича, косметик воситалар гўзаллик индустриясининг ўзига хос хусусияти холос, асосий моҳият эса бу воситалардан гўзалликни яратиш ва идрок этиш йўлида мақсадли фойдаланиш ва уни субьектга профессионал тарзда қўллашдан иборатдир. [1].

Дарҳақиқат, гўзаллик индустрияси нафақат юқори технологиялар асосида яратилган инсон ҳаёти, саломатлиги ва ташқи кўринишини гўзаллаштиришга хизмат қилувчи воситаларни тайёрлаш балки, бу маҳсулотлардан самарали фойдаланиш ва ўринли қўллаш билан эстетик тараққиётни таъминлайди. Бунинг учун яратувчи эстетик билим ва юксак эстетик дидга эга бўлиши зарур. Чунки, инсон танаси ва ташқи кўринишини гўзаллаштирувчи воситалар унинг саломатлигига, ҳаётига, турмуш тарзига салбий таъсир кўрсатмаслиги керак.

Россиялик тадқиқотчи Е.А.Гужа замонавий турмуш эстетикасининг глобал муаммоларини маданиятлар трансформацияси ва воқеликнинг жадал эстетиклашуви ҳодисаси билан боғлайди. У эстетиклашув жараёнини фалсафий-эстетик воқелик сифатида маданиятнинг турли соҳаларида эстетик тажриба ва эстетик мавжудликнинг кенгайиб бориши натижаси сифатида олиб

қарайди. [2]. Шунингдек, эстетиклашув жараёнини финляндиялик нафосатшунос В.Вельш эстетик билимнинг юксалиши ва унинг санъат фалсафаси доирасидан чиқиб кетиши сифатида бахолайди. [3].

Глобаллашув даврида, айниқса, маданиятлар интеграцияси ва модернизация жараёнларининг одамлар турмуш тарзига жадал кириб бориши гўзаллик индустриясининг тез суратларда ривожланишига сабаб бўлади. Бугунги кунда тўртинчи саноат инқилоби - “Индустрия 4.0” деб номланаётган тараққиёт омили – ахборот технологияларини саноатга чуқур интеграциялаштириш (“киберфизик тизимлар” ёки CPS) орқали амалга оширилмоқда. “Индустрия 4.0”нинг асосий хусусияти – ишлаб чиқариш жараёнининг барча таркибий қисмларининг (корхона ускуналари ва унинг ахборот тизимлари – омбор ва логистика ҳисоби, бухгалтерия, бошқарув ва бошқ.) ишида инсоннинг аралашувини борган сари камайтирган ҳолда, муайян мақсадни амалга ошириш учун бошқа тизим ва одамлар билан ўзаро фаолият юритишдан иборатдир. Ишлаб чиқариш соҳасини батамом ўзгартирилишини инқилоб деб аталишининг сабаби – ўзгаришлар юзаки эмас, балки радикал равишда амалга ошиб, индустрия бошидан охиригача қайта қурилади. Бизнес моделлар ўзгаради, янги компаниялар пайдо бўлади, янги “инқилобчилар” сафига киришга улгурмаган, кўп йиллик тарихга эга жаҳонга машҳур брендлар касодга учраб, йўқ бўлиб кетади.

МУҲОКАМА ВА НАТИЖАЛАР

Ҳозирда буюртмачининг ҳам, истеъмолчининг ҳам эҳтиёжи, истаклари ва хатти-ҳаракати ўзгармоқда, улар индивидуал ёндошувни ва ноёб товарларни хоҳламоқдалар, оммабоп молларга эса эҳтиёж камаймоқда. Бир хил нарсаларни ишлаб чиқаришга ўрганган корхоналар ўз ишини қайта ташкил қилишга мажбур бўлмоқда. Буни одамларнинг воқеликка эстетик муносабати ва гўзаллика ёндошувининг ўзгариши билан ҳам изоҳлаш мумкин. Чунончи, “Индустрия 4.0” тамойилларини ҳаётга ва ишлаб чиқариш жараёнларига татбиқ этилиши, анъанавий саноат моделларида бўлмаган бир қанча афзалликларга эга бўлишга ёрдам беради. Масалан, компаниялар мижозларнинг истакларига қараб, буюртмаларга индивидуал ёндошишлари мумкин. Бу жараён эса эстетик билим ва эстетик дидни тақазо этадиган воқелик ҳисобланади.

ХУЛОСА

Дарҳақиқат, бугунги кунда умуман эстетика, хусусан нафосат фалсафасининг тадқиқот доираси кенгайиб бормоқда. У ахборот

технологиялари, коммуникация, мобил алоқаларидан тортиб токи инсон фаолияти билан боғлиқ барча соҳаларга кириб бормоқда. Одамлар яхши яшашга, фаровон ҳаёт кечиришга интилиши билан бирга, бетакрор гўзалликлардан таъсирлана оладиган нозик қалбга ҳам эга бўлиш истаги ҳам кучайиб бормоқда. Буни гўзалликни индустриялашуви билан изоҳлаш мумкин.

Гўзаллик индустрияси гўзалликнинг қиймат касб этувчи механизмга айланиш жараёнини тезлаштиради. Бугунги кунда иқтисодий-молиявий инқироздан қатьий назар “Гўзаллик индустрияси (“Beauty – industry”) бизнеснинг энг даромадли тармоғига айланиб бормоқда. Айниқса, гўзаллик салонлари, косметик хизмат кўрсатиш шаҳобчалари, пластик операцияларни амалга оширувчи клиникаларининг бизнесдаги даромадлари узоқ муддатли ва истиқболли бўлганлиги боис инвесторларнинг қизиқишини орттирмоқда.

REFERENCES

1. Орлова Анна Кареновна. Индустрия красоты (социокультурные аспекты): Дисс. ... канд. социол. наук: Москва, 2005. 186 с.
2. Гужа Екатерина Алексеевна. Эстетика повседневности в современной культуре: мода и стиль жизни: Дисс. ... канд. филос. наук. Москва, МГУ. 2017.- 146 с.
3. Welsch W. Aesthetics beyond Aesthetics // Proceedings of the XHIth International Congress of Aesthetics, Lahti 1995, Vol. Ill: Practical Aesthetics in Practice and Theory, ed. Martti Honkanen, Helsinki 1997. – P. 18-37.
4. Хусанов Б.Э. Гўзаллик индустрияси – эстетик тараққиёт омили. //Этика ва эстетиканинг долзарб масалалари. Илмий даврий тўплам. -Тошкент: “Тафаккур" нашриёти, 2020. – Б.46-48.
5. Shusterman Richard. Rethinking Aesthetics: The Role of Body in Design, Ritu Bhatt (ed.), New York: Routledge. 2013. - 239 p.