



CONSUMER CULTURE AND PROTECTION OF HUMAN INTERESTS

Mukhtasar Olimova

PhD, Associate Professor

Gulistan State University

Gulistan, Uzbekistan

E-mail: mavlanbek.saparov@gmail.com

ABOUT ARTICLE

Key words: protection of human interests, consumer culture, economic stability.

Received: 11.02.25

Accepted: 13.02.25

Published: 15.02.25

Abstract: This article discusses the protection of human interests, the role of consumer culture in ensuring the protection of human interests. The purpose of this article is to substantiate the role of consumer culture in ensuring the protection of human interests. The reforms that are being carried out to ensure the protection of human interests as an object are taken into account.

ISTE'MOL MADANIYATI VA INSON MANFAATLARI HIMOYASI

Muxtasar Olimova

PhD, dotsent v.b.

Guliston davlat universiteti

Guliston, O'zbekiston

E-mail: mavlanbek.saparov@gmail.com

MAQOLA HAQIDA

Kalit so'zlar: inson manfaatlari himoyasi, iste'mol madaniyati, iqtisodiy barqarorlik.

Annotatsiya: Ushbu maqolada inson manfaati himoyasi, inson manfaatlarning himoyasini ta'minlashda iste'mol madaniyatining o'rni borasida so'z yuritiladi. Ushbu maqoladan maqsad inson manfaatlarning himoyasini ta'minlashda iste'mol madaniyatining o'rni ekanligini asoslashdan iborat. Obyekt sifatida inson manfaatlari himoyasini ta'minlashga oid olib borilayotgan islohotlar olingan.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КУЛЬТУРА И ЗАЩИТА ИНТЕРЕСОВ ЧЕЛОВЕКА

*Мухтасар Олимова**PhD, доцент**Гулистанский государственный университет**Гулистан, Узбекистан**E-mail: mavlanbek.saparov@gmail.com*

О СТАТЬЕ

Ключевые слова: защита интересов человека, культура потребления, экономическая стабильность.

Аннотация: В данной статье рассматривается роль культуры потребления в защите интересов человека и обеспечении защиты интересов человека. Целью данной статьи является обоснование роли потребительской культуры в обеспечении защиты интересов человека. Приняты реформы, которые проводятся для обеспечения защиты интересов человека как объекта.

KIRISH. Jahonda inson manfaatlari, huquq va erkinliklarini himoya qilish, uning sog‘ligini asrash va saqlash, ta’lim olish va kasb egallashi uchun sharoitlar yaratilmoqda, barcha davlatlarda kam ta’minlangan oilalar, pensionerlar, nogironlarning ijtimoiy himoyasini ta’minlashning takomillashgan mexanizmlari ishlab chiqilmoqda. Lekin, ba’zi mamlakatlarda aholining ijtimoiy himoyasi maqomi ostida bir jinslilar huquqlarining legallashuvi va ularning davlat boshqaruvi tizimida ishlashi, o‘spirin yoshdagi bolalarning o‘z jinsini almashtirishi uchun targ‘ibotlarning avj olishi jamiyatning muayyan darajada ijtimoiy ma’naviy qiyofasining buzilishiga ta’sir qilmoqda. Shu bois, hozirgi davrda inson manfaatlari himoyasini ta’minlashning aniq maqsadlarini belgilash va uning mafkuraviy ahamiyatini tadqiq etish dolzarb ahamiyat kasb etmoqda.

Dunyoda inson manfaatlari himoyasini ta’minlash yo‘llari, uning ma’naviy qiyofasi, dunyoqarashiga ta’sir etuvchi omillarni, shaxsning tabiatidagi vatanparvarlik va vatanfurushlik, sadoqat va xiyonatning sabablarini aniqlash bo‘yicha ilmiy tadqiqotlar olib borilmoqda. Tarixiy shaxslarning boshqaruv faoliyatidagi manfaatlar mezonlarini aniqlash, yutuq va kamchiliklarni sarhisob qilish, ular faoliyatining mohiyatini hozirgi davr nuqtai-nazaridan tadqiq qilish, ulardan zamonaviy shaxs obrazini yaratish, milliy o‘zligini anglovchi yangi avlod yoshlarini tarbiyalashga oid ilmiy tadqiqotlarga ehtiyoj oshmoqda. Shu bois, inson manfaatlari himoyasini ta’minlashning yo‘nalishlarini aniqlash, bu jarayoning mafkuraviy ahamiyatini asoslash bo‘yicha ilmiy tadqiqot ishlarini takomillashtirishga e’tibor qaratilmoqda.

O‘zbekistonda iqtisodiy barqarorlikga erishish, siyosiy mustaqillik, ijtimoiy himoya, ma’naviy kamolot – inson manfaatlari, huquq va erkinlari himoyasining kafoloti sifatida amal qilmoqda. Mustaqillikning dastlabki yillarida boshlangan xususiylashtirish, kichik va o‘rta biznesni rivojlantirish makroiqtisodiy taraqqiyot darajasiga ko‘tarilib, O‘zbekiston iqtisodiy

barqaror rivojlangan davlatlar qatoriga qo'shilmoqda, bu avtomobil sanoati, yengil sanoat, farmsanoat bilan bir qatorda, yirik yer osti boyliklari zaxiralarining aniqlanishi va ularning eksportida, siyosiy mustaqillik, qo'shni davlatlar bilan ko'p tomonlama hamkorlik bo'yicha shartnomalarning imzolanishi va ularning ijrosini ta'minlashda o'z ifodasini topmoqda. Biroq, ijtimoiy tarmoqlarda odamlarning norozilik ruhdagi turli fikr mulohazalari, kundalik ong darajasidagi kichik muammolardan katta siyosiy vaziyat yaratish, amaldagi barqaror taraqqiyot mexanizmlarini izdan chiqarishga intilish ham avj olmoqda. Shu bois, O'zbekistonda inson manfaatlari, ehtiyojlari, huquq va erkinliklarini himoya qilishning mafkuraviy ahamiyatini tadqiq etish, uning mohiyatini aholi turli qatlamlari ongiga yetkazish ijtimoiy barqarorlikni saqlash omili sifatida muhim ahamiyat kasb etmoqda.

TADQIQOTNING USULLARI. Ushbu maqoladan maqsad inson manfaatlarining himoyasini ta'minlashda iste'mol madaniyatining o'rni ekanligini asoslashdan iborat. Obyekt sifatida inson manfaatlari himoyasini ta'minlashga oid olib borilayotgan islohotlar olingan.

O'zbekistonda J.Tulenov, S.Shermuxamedov, E.Yusupovning asarlarida insonning mehnatini qadrlash uning manfaati himoyasining mexanizmi sifatida talqin etilgan. I.Saifnazarov, ma'naviy barkamollik va siyosiy madaniyat uyg'unligining inson manfaatlari himoyasidagi ahamiyatini, N.Hakimov va D.Amridinova, G.Tulenova komil inson tarbiyasida manfaatlar va ehtiyojlar mutanosibligini, F.Musayev, B.Omonov fuqarolik jamiyati institutlarining inson manfaatlari himoyasini ta'minlashdagi roli, M.Xo'jayev milliy g'oyada xalq manfaatlari himoyasining ifodasini, B.Ochilova milliy qadriyatlarni bilish, S.Agzamxodjayeva jamiyatda ideal obrazlarni yaratish, O.Muxammadiyeva tarixiy shaxslar merosini o'rganish, B.To'ychiyev, U.Bo'taev, U. Tilavov ijtimoiy adolat mezoniga rioya qilish, B.Husanov go'zal xulq atvor, M.Nurmatova shaxs ma'naviy va axloqiy kamolotining, I.Ergashev, J. Yaxshilikov jamiyat mafkurasining inson manfaatlari himoyasini ta'minlashdagi rolini asoslaganlar. Ushbu tadqiqot ishida inson manfaatlari himoyasining mafkuraviy ahamiyatini asoslashga harakat qilingan.

NATIJALAR. Inson manfaatlarining himoyasi an'anaviy iste'mol falsafasining cheklangan manfaatlar tamoyiliga asoslanadi. U tejamkorlik, moddiy boyliklardan foydalanishda oqilonalikga tayanishni taqozo etadi. Bu falsafa insoniyat tarixining dastlabki bosqichda odamlarning moddiy ehtiyojlari, ya'ni ovqat bilan ta'minlanmaganligi, tirikchilik vositalarining yetishmasligi bilan bog'liq davrda hukmronlik qilgan. Ehtiyojlarning qondirilishi jarayonidagi tejamkorlik odamlarga tirik qolish imkonini bergan. Jamiyat taraqqiyotining intensiv rivojlanishi, mafkuraviy jarayonlar odamlar ongida cheksiz iste'mol falsafasining shakllanishiga ta'sir etgan. Masalan, bu tovar ishlab chiqarishning o'sishi va odamlarning manfaatlarida moddiy boylik orttirishga ehtiyojda o'z ifodasini topgan. Asta sekinlik bilan ommaviy iste'mol jamiyati paydo bo'lgan. Mashhur amerikalik iqtisodchi V.Rostov bu jamiyatni iqtisodiy o'sish davri sifatida baho bergan. Uning

fikricha, «sanoat ishlab chiqarishining rivojlanishi jamiyatni muqarrar ravishda ommaviy iste'mol davriga olib kelgan». U ommaviy iste'mol davrini jamiyat taraqqiyotining eng yuqori bosqichi deb hisoblagan, bu esa manfaatlarning keskin ortishi va odamlarning narsalarni sotib olish va to'plashga bo'lgan cheksiz istagi sifatida iste'molchilikning paydo bo'lishiga sabab bo'lgan.

XX asrdan 60- yillarida J.Kato «Hamma qudratli iste'molchi», J.Furaste «Texnologiya va farovonlik», J.Furaste «Iste'molchi jamiyatiga maqto'v» (1969) asarlarida yangi ma'naviy madaniyatning shakllanayotganligini asoslaganlar va uning mafkuraviy jihati jamiyatdagi iqtisodiy barqarorlik bilan bog'liqligini ochib berganlar. Ular asarlarini tahlili asosida biz cheklanmagan iste'mol falsafasi odamlarni iste'molchi istaklarini cheklashdan voz kechishga undashini kuzatishimiz mumkin. Aynan bu jamiyat mafkurasining inson manfaatlari himoyasini ta'minlashga yo'nalgan targ'ibot usuli degan xulosa qilish mumkin. Shu bois, iste'molga sig'inish insoniyat mavjudligining asosiy qadriyatiga aylanib bormoqda. R.Dekartning «Men fikrlayapman, demak men mavjudman»[1] mashhur iborasini biroz o'zgartirib, iste'molchilik falsafasining mohiyatini «Men sotib olaman, shuning uchun men mavjudman» deb o'zgartirish mumkin. Bugungi kunda iste'mol o'z-o'zini tasdiqlash va o'zini-o'zi anglash shakliga aylanib bormoqda va sotib olish jarayoni inson faoliyatining eng muhim turi sifatida inson manfaatlarini namoyon etmoqda.

Bizning fikrimizcha, ushbu falsafani tan olgan kishi narsalarni o'zlashtirish va ularni namoyish qilishni qadrlaydi. Q.Abduraxmonov ta'kidlaganidek «shaxsning manfaati moddiy qadriyatlarga, masalan uy, pul, mashina va boshqalarga egalik qilish mezonlari bilan belgilanadi».[2] Inson ehtiyojlarini qondirishga mo'ljallangan narsalarning qiymati insonning shaxsiy manfaatlarini ifodalaydi va ularga egalik qilish eng muhim zavq manbai hisoblanadi. Buning uchun kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasini jadal rivojlantirish iste'mol madaniyatini tartibga solish vositasi sifatida muhim ahamiyat kasb etadi.

Fikrimizning davomi sifatida, iste'molchilik falsafasi hukmronligining ijtimoiy oqibatlarini nihoyatda salbiydir. Bu tabiatga antropogen va texnogen bosimning kuchayishi, tabiiy resurslarning kamayishi va ekologik halokat yaqinlashib borishining muhim sabablaridan biri sifatida namoyon bo'ladi. Shu ma'noda, global muammolarning yechimini topishda iste'mol falsafasining mohiyatini o'rganish muhim ahamiyat kasb etadi. Bunda, birinchi navbatda, Rim klubi xalqaro tashkilotining faoliyati e'tiborga molikdir. Unda inson manfaatlarining ustuvorligi tabiatning inqirozga olib kelganligi va uni bartaraf etishda xalqaro kuchlarning birlashuviga erishish dolzarb ahamiyat kasb etishi ta'kidlangan. Ikkinchidan, XX asrning 70-yillarida Rim klubining asoschilari va taniqli vakillari Pechchei, Pestel, Mesarovich, King va boshqalar tomonidan aholi sonining o'sishiga chek qo'yish zarurligi to'g'risida insoniyatning mavjudligi istiqbollari uchun muhim bo'lgan sanoat, atrof-muhitning ifloslanishi va tabiatning o'limi kabi

xulosalar ilgari surilgan. Buning uchun inson manfaatlarining o'sishiga chek qo'yish, ularni o'rtacha va asossiz iste'mol qilish oqibatlari uchun javobgarlik tuyg'usini shakllantirish kerak. Biroq, bizning fikrimizcha, inson manfaatlari keyingi 50 yilda uch barobarga oshayotganligi ularning muayyan me'yorini ishlab chiqishni taqozo etmoqda.

Shuni alohida ta'kidlash lozimki, mafkuraviy kurash avj olgan XIX - XX asrlarda iste'mol nazariyasini ishlab chiqishga ehtiyoj oshgan. Bu Karl Marksning «ishlab chiqarish va iste'mol dialektikasi»[3]ga oid nazariyasida o'z ifodasini topgan, unda «iste'mol munosabatlari» tushunchasining mohiyati ochib berilgan va tovar fetishizmi g'oyasi ilgari surilgan, bu manfaatlarining qondirilishi bilan ortib borish qonunini asoslagan.

XIX asrning oxirida amerikalik iqtisodchi T.Veblen «ko'zga ko'rinadigan iste'mol nazariyasi»[4]ni taklif qilgan. Nemis sotsiologi G. Simmel «Moda nazariyasining asosiy g'oyalarini, modaning ishlab chiqarish va iste'mol jarayoniga ta'siri»[5]ni asoslagan. Nemis sotsiologi va iqtisodchisi V.Zombar «dabdabaning inson manfaatlarida namoyon bo'lishini» asoslashga harakat qilgan. Boshqa nemis sotsiologi M.Veber «maqom guruhlari tushunchasini, protestant axloqining mehnatga va iste'molga bo'lgan munosabatiga ta'sirini shakllantirgan va ijtimoiy harakatlarning tasnifini bergan»[3].

Iste'molchilarning xulq-atvori bo'yicha aniqroq tadqiqotlar 20-asrning o'rtalarida paydo bo'lgan. «Iste'molchining xatti-harakati» inson manfaatlarini tartibga solish usuli sifatida amal qilgan. U 1950-yillardan buyon AQSHda tijorat kollejlari va biznes maktablarining marketing bo'limlarining asosiy qoidalari qatorida o'rganilgan. Shimoliy Amerika va Yevropada iste'molchilarning xulq-atvori bo'yicha tadqiqotlar bundan ham oldinroq boshlangan. Shunday qilib, XX asr 1920-yillarning oxiri va 1930-yillarning boshlarida Pol Lazarsfeld va uning Venadagi hamkasblari iste'molchi so'rovlaridan foydalangan holda bir qator iste'mol tovarlari bozorini o'rgangan va ular inson manfaati iste'mol madaniyati bilan bog'liqligini asoslaganlar.

Agar 1950-yillarda Amerikada «motivatsion tadqiqotlar» deb ataladigan narsa chuqur intervyularga asoslangan, Z.Freyd va uning izdoshlarining psixozanaliz an'anasi bilan chambarchas bog'liq ta'limoti birlamchi ahamiyat kasb etsa, 1960-yillarda kognitiv psixologiyadan kelib chiqqan iste'molchilarning xulq-atvorini o'rganishda yangi yondashuvlar paydo bo'lgan va ularda iste'molni axborot jarayoni sifatida tushunish ustuvor ahamiyat kasb etgan. Bu jarayon bizning nazarimizda, jamiyatning mafkuraviy ziddiyatlarini o'zida ifodalovchi iste'molchi tovar yoki xizmatlarni tanlash bo'yicha qaror qabul qilish uchun ma'lumotni qabul qiluvchi va qayta ishlaydigan kompyuterga o'xshatilgan. Iste'molchilarning xulq-atvori bo'yicha birinchi tadqiqotlar asosan ushbu muammoni tushunish doirasida yaratilgan, ammo ularda madaniyat, submadaniyat, ijtimoiy guruhlarning ta'siri, oila va shaxsiyat bilan bog'liq ba'zi mavzular mavjud bo'lganligi bu g'oyaning originalligidan dalolat beradi Inson manfaatlarining muhim tarkibiy qismi

sifatidagi iste'molning yana bir yirik nazariyotchisi fransuz modernist faylasufi J.Bodriyar bo'lib, u «iste'mol jamiyati» tushunchasini ishlab chiqqan va unda shaxs manfaatlarining ehtiyojlarda o'z ifodasini topishini asoslagan.

MUHOKAMA. Hozirgi vaqtda «Iste'molchining xatti-harakati» murakkab amaliy intizomga aylanib bormoqda. Uning muammolarini ishlab chiqishda iqtisodchilar, faylasuflar, psixologlardan tashqari antropologlar, sotsiologlar, filologlar ham ishtirok etmoqda. Bu, albatta, iste'mol va iste'molchi xatti-harakatlariga munosabatni kengaytiradi.

1990-yillarda iste'molchilarning xulq-atvoriga qiziqish O'zbekistonda ham paydo bo'lgan. Unda tadbirkorlar va ishbiarmonlarning faoliyati keng qamrovda rivojlantirilishi bilan bir qatorda oliy ta'lim tizimida iste'mol madaniyatini o'rganilishiga alohida e'tibor qaratilgan.

XX asrning 90-yillarida mustaqil O'zbekistonda iste'mol madaniyatini shakllantirishga alohida e'tibor qaratilgan. Zero, iste'mol – bu juda ko'p qirrali hodisa bo'lib, uning mohiyatini aniqlash uchun uning ba'zi jihatlarini falsafiy tahlil qilish lozim. Avvalo, iste'molni shaxsning maqsadga muvofiq faoliyatining ko'rinishi sifatida qarashga yondashamiz, ya'ni uni faoliyat turi sifatida ko'rib chiqamiz. Bizning fikrimizcha, faoliyat sifatida iste'mol qilish – tovarlardan bir martalik yoki uzoq muddatli foydalanish orqali manfaatlarni qondirish faoliyatini nazarda tutadi. Iste'molning ichki tuzilishi har qanday faoliyatning tuzilishi kabi quyidagi elementlarni o'z ichiga oladi, unda iste'mol subyekti (shaxs, guruh, tashkilot, jamiyat); iste'mol tovarlari (moddiy va ma'naviy qadriyatlar, xizmatlar va boshqalar); iste'mol jarayonining o'zi; iste'mol munosabatlari namoyon bo'ladi. Bizning fikrimizcha, iste'mol ishlab chiqarish bilan uzviy bog'liqdir. Ishlab chiqarish va iste'mol dialektikasini K.Marks chuqur ochib bergan. K.Marks «ishlab chiqarish iste'molni vujudga keltiradi, moddiy qadriyatlar ishlab chiqaradi, iste'molchida yangi manfaatlarni qo'zg'atadi, iste'mol qilish yo'llarini belgilaydi»[6], deb ta'kidlagan. Demak, bu jarayon O'zbekistonda mustaqillik yillarida amal qilayotgan bozor iqtisodiyoti sharoitida ishlab chiqarish va iste'molni rivojlantirishda talab muhim o'rin tutadi. Talabning asosini u yoki bu manfaat tashkil qiladi. Talab - to'lovchi manfaat, ya'ni pul, daromad bilan ta'minlangan manfaatni o'zida namoyon etadi. Biroq, inson manfaati talab manfaatidan iste'molchi nimani xohlashini emas, balki iste'molchi nimani sotib olishi mumkinligini ifodalashi bilan farq qiladi. Talabning ikki tomoni bor, bunda iste'molchi, o'ziga kerak bo'lgan narsa va shu iste'molchi uchun mavjud bo'lgan tovar narxini ifodalovchi to'lovchi komponentni qamrab oladi. Bunga ko'ra talab iste'molni, iste'mol talabni yaratadi, talab ishlab chiqarishni, ishlab chiqarish talabni yaratadi, talabga nafaqat odamlarning manfaatlari, balki moda, reklama, obro'-e'tibor, referent guruhlariga ham ta'sir qiladi. Ayni paytda u funksional xususiyatlari nuqtayi nazaridan iste'mol axborot jarayoni, ramzlarni ishlab chiqarish, identifikatsiyalash jarayoni sifatida ham namoyon bo'ladi.

Bu jarayondagi ijodiy faoliyat esa o'yindir, zero o'z manfaatini qondirish uchun iste'molchi uni qondirishning mavjud vositalari to'g'risidagi katta hajmdagi ma'lumotlarni qayta ishlash va ularning maqsadga muvofiqligi va foydaliligi nuqtayi nazaridan mumkin bo'lgan ko'rinishlarini hisoblash zarurati bilan duch keladi.

Iste'mol madaniyati narsalarning belgilarini ishlab chiqishda ham kuzatiladi. Inson nafaqat instrumental manfaatlarni qondirish uchun, balki hozirgi davr talabi bilan hamqadam bo'lish, boshqalardan kam emasligini, muvaffaqiyatli ekanligini va hokazolarni ko'rsatish uchun ham tovarlar sotib oladi, ya'ni iste'mol subyekti o'zi haqidagi u yoki bu ma'lumotni boshqalarga yetkazishga intiladi va o'zining borligini namoyon etadi, bu bilan shaxsiy manfaatini himoya qiladi. Inson manfaatlarining himoyasiga iste'molning identifikatsiya qilish jarayoni ham kiradi. Ommaviy ishlab chiqarish ijodiy bo'lmagan faoliyat sharoitida ham odam o'zining individualligini izlash uchun tortishish markazini iste'mol sohasiga o'tkazadi, bunda u kiyimda, uyini bezashda va hokazolarda o'ziga xos uslubni topishga harakat qiladi, bu uslub uning iste'mol madaniyati va shaxsiy manfaatini ifoda etadi. Masalan, postsovet makonida aksariyat aholining o'z ixtiyori bilan xorij davlatlariga migratsiyasi ommaviy ishlab chiqarish jarayoni deb atash mumkin. Bunda birinchi manfaat aholining o'zining moddiy ehtiyojlarini qondirish bo'lsa, ikkinchi manfaat ta'lim olish, uchinchi manfaat XX asrning o'rtalarida Markaziy Osiyoga deportatsiya qilingan xalqlarning o'z vataniga qaytish manfaati bilan bog'liqdir. Shu ma'noda Baxtiyor Haydarovning «Falonchi Rossiyadan buncha pul ishlab kelibdi, bundoq uy quribdi, unnay mashina olibdi, uyoqda ishi zo'r emish, aka-ukalarini ham chaqirib olibdi»[7]degan fikrini asosli deb hisoblaymiz.

Fikrimizcha, iste'mol o'yin jarayoniga o'xshaydi. Chunki iste'mol iste'mol subyekti tomonidan moddiy manfaat bilan bog'liq bo'lmagan ijodiy faoliyat sifatida qaraladi va amalga oshiriladi. Iste'mol jarayonida inson o'z didini, estetik manfaatlarini anglab, ijodiy qobiliyatlarini namoyon qiladi va rivojlantiradi. Iste'molning mazmunli jihatini uning tashqi tuzilishini tavsiflash va tahlil qilish orqali ham berilishi mumkin. Iste'molning tashqi tuzilishi uning turlarini o'z ichiga oladi. Instrumental iste'mol - bu odamlarning tabiiy manfaatlarini, ya'ni oziq-ovqat, kiyim-kechak, uy-joy va boshqalar, fiziologik me'yor darajasida zaruriy qondirish deb tushuniladi. Inson manfaatining himoyasi iste'molchi maqomini saqlab qolish va rivojlantirishga qaratilgan. Eng muhim maqom, bu ijtimoiy maqom, kasbiy maqom va boshqalarda o'z ifodasini topadi.

Ko'rgazmali, ya'ni namoyish qilinadigan iste'mol – muayyan obro'ni saqlash, boylik, muvaffaqiyat, individuallikni tasdiqlash vositasiga aylanadi. Uning asosiy maqsadi yuqori ijtimoiy mavqeyini namoyish etishdir. Inson manfaatini himoya qiluvchi iste'mol madaniyati maqomini ko'rsatish vositasi ko'pincha iste'mol qilinadigan narsalarning yuqori narxini o'zida namoyon etadi. Iste'molning bu turini XIX asr oxiri XX asr boshlarida amerikalik iqtisodchi T.Veblen ajratib ko'rsatgan. Shuni alohida ta'kidlash lozimki, urbanizatsiya bilan bog'liq holda,

iste'molning tez o'sishi kuzatilmoqda. Odamlar o'z pullarini kerakli ehtiyojlarini qondirishga sarflaydilar, ko'pincha oziq-ovqat va boshqa muhim xarajatlarni tejashadi. Bu hodisa qishloq aholisiga qaraganda ko'p jihatdan yirik shaharlar aholisiga xosdir, bu yerda qishloqdoshlarning ko'z o'ngida moddiy farovonlik ko'rinishini, illyuziyasini yaratish ancha qiyin, hatto imkonsizdir. Qiymatga yo'naltirilgan iste'mol madaniyati tomonidan yaratilgan manfaatlarni qondirishga qaratilgan, masalan, kitoblar, rasmlar, kolleksiyalar sotib olish va hokazolar shular jumlasidandir. Inson manfaatlari himoyasi turli madaniyatlarda, turli etnik guruhlarda o'ziga xos xususiyatlarga ega. Shu ma'noda biz S.Otamuratovning «millat vakillari ongida milliy mas'uliyatni asrash har bir tarixiy taraqqiyot bosqichida yuzaga keladigan muammolarga qarab o'zgarib, takomillashib borishi»[8] haqidagi g'oyasiga qo'shilishimiz mumkin.

Shuni alohida ta'kidlash lozimki, hozirgi davrda ilmiy va falsafiy adabiyotlarda iste'molchining ma'naviy madaniyati tushunchasi paydo bo'ldi. Iste'molchi ma'naviy madaniyatida qadriyatlarga e'tibor qaratiladi va moddiy narsalarga unchalik ahamiyat berilmaydi. Bunday iste'mol ilm-fanga va boshqa ma'naviy ijod turlariga ixlosmand odamlarda uchraydi. Inson manfaatining yana bir muhim xossalaridan biri patologik iste'mol bo'lib, unda tovar sotib olish jarayoni kasallikka, xarid qilish esa, hayot muammolaridan qutulish vositasiga aylanadi. Bu kasallik «do'konga qaramlik» deb ataladi. Bu atamani kiritgan ingliz iqtisodchisi R.Eliotning fikricha, Buyuk Britaniyada hozirgi kunda yashayotgan aholining uchdan ikki qismi ayollardir. Xarid qilishning o'ziga xos turi - bu Windows-da xarid qilish, iste'mol qilish jarayoni derazalarda ko'rsatilgan tovarlarni tekshirish va sinab ko'rishgacha qisqaradi.

Yangi asrning muhim inson manfaati himoyasi sifatida iste'mol insonning ko'payishi sifatida namoyon bo'ladi. Iste'mol jarayonini antropologik ahamiyati nuqtayi nazaridan ko'rib chiqsak, shuni ta'kidlash kerakki, iste'mol jarayoni bir vaqtning o'zida insonning ko'payish jarayonidir. Shu bilan birga, unda uchta jihatini ajratib ko'rsatish mumkin: o'z hayotini takror ishlab chiqarish, bironing hayotini takror ishlab chiqarish va shaxsning ijtimoiy-madaniy takror ishlab chiqarishini qamrab oladi. Biroq bu jarayonning salbiy jihatlarini ham hisobga olish lozim. Masalan, Xitoy davlatida aholining o'sish sur'atlari tezlashgani bois, uchinchi ming yillikning boshlarida har bir oilaga bitta farzand ko'rish qonun bilan belgilangan. Biroq, bu birinchidan o'sish sur'atini kamaytirgani yo'q, ikkinchidan hozirgi kunda aholining asosiy qismi keksayish yoshidaligi, uchinchidan hozirgi kunda xitoy yigitlarida oila qo'rish katta muammoligi, ya'ni uylanadigan yoshlarga qizlar yo'qligi muammosi paydo bo'ldi.

Fikrimizcha, inson hayotining takror ishlab chiqarilishi instrumental iste'mol jarayonida, inson biologik-hayotiy manfaatlarini qondirganda amalga oshiriladi. Bu manfaatlarining obyektlari inson hayoti va sog'lig'ini ma'lum bir talab darajasida saqlash uchun zarur bo'lgan moddiy ne'matlardir. Bular oziq-ovqat, kiyim-kechak, uy-joy, qulay harorat sharoitlari va boshqalarda o'z

ifodasini topadi. Birovning hayotini ko'paytirish - farzand ko'rish - bu naslga bo'lgan biologik manfaatni qondirish natijasi bo'lib, u jamiyatda ijtimoiy-madaniy shakllarni egallaydi va sevgi, onalik va otalikka bo'lgan ma'naviy manfaatlarni keltirib chiqaradi. Bu «Insonning erkin fikrlash, o'z aql idroki, qobiliyati, olgan bilimlaridan erkin foydalanish imkoniyatiga ega bo'lishi davlatda shaxs erkinligining haqiqiy ifodasidir».

XULOSA. Xulosa sifatida shuni ta'kidlash lozimki, jamiyat, shuningdek, nikoh va oila institutlarini iste'molchi ishlab chiqarish va inson ko'payish shakllari sifatida ruxsat beradi va rivojlantiradi, ularni zarur va imkon qadar ijtimoiy qo'llab-quvvatlaydi. Shaxsning ijtimoiy-madaniy takror ishlab chiqarilishi madaniyat, ma'naviy qadriyatlar, ta'limni iste'mol qilish jarayonida amalga oshiriladi. Bu jarayon tug'ilishdan boshlanadi va butun hayot davomida davom etadi. Uni amalga oshirishda oila, maktab va jamiyatning taraqqiyotga hissa qo'shadigan boshqa institutlari muhim rol o'ynaydi.

Insonning ma'naviy manfaatlari va iste'molning qiymatga yo'naltirilgan va ideal iste'mol kabi turlari. Ijtimoiy-madaniy takror ishlab chiqarish natijasida shaxs madaniyat va ijtimoiy munosabatlarning (axloqiy, estetik, huquqiy, siyosiy, diniy va boshqalar) ongli subyektiga aylanadi.

O'zbekistonda inson manfaatlarinng himoyasini ta'minlash jamiyat taraqqiyotining barcha sohalarida namoyon bo'lmoqda. Bunda eng avvalo kadrlarning ilmiy salohiyati va ularning fidoyilik fazilatlariga alohida e'tibor qaratilmoqda.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Dekart R. (1996). Metod haqida suhbat. - Moskva: Nauka. 1996.
2. Abdurahmonov Q. Mehnat iqtisodiyoti. – Toshkent: Iqtisodiyot. 2011.
3. Weber M. Protestant axloqi va kapitalizm ruhi. - M. 2003.
4. Veblen T. Tadbirkorlik faoliyati nazariyasi. - M.: Delo. 2007.
5. Simmel G. Sevimlilar. - M.: Advokat, 1996. 1-jild.
6. Marks K. Kapital. – Toshkent: Sharq. 1985.
7. Haydarov B. Yana mardikorlar xaqida // O'zbekchilik. – Toshkent: Noshir. 2012.
8. Otamuratov S. (2018). Globallashuv va millatni asrash mas'uliyati. – Toshkent: O'zbekiston.