GLOBALLASHUV JARAYONI VA TEXNOLOGIYALAR TA'SIRIDA YOSHLAR TAOMLANISH MADANIYATIDAGI O'ZGARISHLAR

Yodgorova Sarvinoz Musalimxon qizi
Toshkent Shahar Olmazor tumani 134-sonli maktab
yodgorovasarvinoz@gmail.com

Annotatsiya: *Ushbu maqolada globallashuv jarayonlari, axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining jadal rivojlanishi hamda urbanizatsiya ta'sirida Farg'ona vodiysi yoshlarining taomlanish madaniyatida kechayotgan sotsiokulturaviy transformatsiyalar ixcham va kompleks tahlil qilingan. Maqolada yoshlarning ovqatlanish ratsioni, ularning ijtimoiy-iqtisodiy holati, byudjet cheklovlari hamda virtual makondagi faolligi asosida tipologik guruhlar va xulq-atvor o'zgarishlari yoritiladi. Asrlar davomida shakllangan an'anaviy taomlanish tizimidagi ushbu tezkor o'zgarishlarning jamiyat uchun keltirib chiqarayotgan ijtimoiy ("atomizatsiya" fojiasi), iqtisodiy ("namoyishkorona iste'mol" effekti), biologik (tibbiy inqirozlar) hamda madaniy oqibatlari empirik dalillar yordamida isbotlanadi. Tadqiqotda kuchli globallashuv fonida yoshlar orasida an'anaviy qadriyatlar batamom yo'qolmaganligi, aksincha, "glokalizatsiya" (global shakl va lokal mazmun) sharoitida o'ziga xos madaniy gibridlashuv bosqichi kechayotgani tadqiq etilgan.*

Kalit so'zlar: *globallashuv, taomlanish madaniyati, yoshlar ratsioni, transformatsiya oqibatlari, raqamli ishtaha, gastronomik millatchilik, atomizatsiya, namoyishkorona iste'mol, Farg'ona vodiysi, glokalizatsiya.*

XX asrning oxiri va XXI asrning boshlariga kelib, jamiyatda taomlanish tizimini ilmiy asosda o'rganish obyektiv zaruratga aylandi. Hozirgi davrda oziq-ovqat masalalari sog'lom ovqatlanishni o'rganuvchi tabiiy fanlar, milliy qadriyatlarni tahlil qiluvchi etnografiya hamda insonlarning jamoaviy va ijtimoiy munosabatlarini tadqiq etuvchi sotsiologiya kesimida keng o'rganilmoqda. Zamonaviy ilm-fanda taom endilikda jismoniy sog'liqni ta'minlovchi manba, etnik qadriyatning moddiy ifodasi, ijtimoiy muloqotni shakllantiruvchi odat hamda shaxsning jamiyatdagi ijtimoiy maqomini belgilovchi qudratli vosita hisoblanadi. G'arb sotsiologiyasidagi "iste'mol farovonligi" va "menyu sotsiologiyasi" kabi tushunchalar globallashuvning shiddatli to'lqinlari orqali O'zbekistonga ham jadal kirib keldi. Natijada, ovqatlanish amaliyoti qorin to'ydirish doirasidan chiqib, shaxsning zamonaviy hayot tarzini namoyish qilish va yangi global trendlarga tezkor moslashish kabi murakkab sotsial jarayoniga aylanib bormoqda. Farg'ona vodiysi yoshlarining ratsionida azaliy an'anaviy taomlar o'rnini asta-sekin import qilinadigan globallashgan oziq-ovqat mahsulotlari egallamoqda.

Yoshlik, xususan o'smirlikdan keyingi talabalik davri insonning taomlanish odatlari eng keskin va mustaqil tarzda o'zgaradigan o'tish bosqichidir. Shved sotsiologi Per Mensonning "park xiyobonlaridagi qayiq" metaforasiga ko'ra, yoshlar o'z ratsionini erkin tanlayotgandek tuyulsa ham, amalda ularning harakat yo'nalishi jamiyatdagi mavjud moda, internet reklamasi va bozor takliflari doirasida oldindan qat'iy belgilab qo'yilgan bo'ladi. Dala tadqiqotlariga

ko‘ra, Farg‘ona vodiysi talaba yoshlarining ovqatlanish xulq-atvori asosan to‘rtta tipologik guruhga bo‘linadi. Birinchi guruh kaloriya va foydaga e‘tibor qaratib, an’anaviy yog‘li ovqatlardan voz kechuvchi “Sog‘lom turmush tarzi” tarafdorlari (18%) hisoblanadi. Ikkinchi o‘rinda moliyaviy cheklovlar sababli sifatdan ko‘ra arzonligiga e'tibor berib, “gumma”, “perashki” kabi taomlarni tanlashga majbur “Iqtisodiy tejamkor” qatlam (24%) turadi. Uchinchi guruhni o‘qish va ish yuklamalari sababli eng tez tayyor bo‘ladigan fast-fud yoki yo‘l-yo‘lakay yeguliklarni afzal ko‘ruvchi “Vaqt tig‘izligi” guruhi (30%) tashkil etadi. To‘rtinchi qatlam esa zamonaviy ko‘cha taomlaridan shubhalanib, uy taomlari va sof milliy oshxonalarni tanlaydigan “An’anaviy-konservativ yondashuv” vakillaridir (28%).

Shu bilan birga, sotsiologik fakt sifatida qayd etish lozimki, Farg‘ona vodiysi yoshlarining 78,7 foizi hamon o‘z oilasining yaqin a’zolari (ota-ona, bobo-buvilar) bilan birgalikda istiqomat qiladi. Jamoaviy muhitning kuchliligi sababli, so‘rovnomalarda qatnashgan yoshlarning 65,6 foizi ota-bobolardan qolgan azaliy taomlanish an’analariga doimiy ravishda amal qilib kelishini iftixor bilan ta’kidlagan. Qolaversa, vodiydagi yoshlar orasida “erkaklar oshxonasi” fenomeni juda kuchli saqlangan bo‘lib, so‘ralgan o‘g‘il bolalarning 72 foizi o‘choq boshida murakkab milliy taomlarni (palov, shashlik) mustaqil pishirishni xush ko‘rishini bildirgan. Bu holat Farg‘ona yoshlari, ayniqsa Chust va Yangiqo‘rg‘on tumanlari misolida yigitlarni o‘zaro ijtimoiy birlashtiruvchi muhim omil ekanligidan dalolat beradi.

XXI asrda Internet hamda ijtimoiy tarmoqlarning (Instagram, TikTok) keskin rivojlanishi yoshlarning ovqatlanish xulq-atvoriga mutlaqo yangi yo‘nalish bermoqda. Taomni ijtimoiy tarmoqlar uchun chiroyli kontent manbai deb biluvchi “vizual trend izdoshlari” ta’mning qandayligidan ko‘ra taomning tashqi ko‘rinishiga (servirovka) katta e’tibor qaratadilar va fud-blogerlarning tavsiyalariga ergashadilar. Tadqiqotchi Aida Alimbayeva “Palov va Beshbarmoq millatlari” nomli asarida tahlil qilganidek, Internet bugungi kunda o‘ziga xos “gastronomik millatchilik” (gastronomic nationalism) maydoniga aylanib ulgurgan. Yoshlar ijtimoiy tarmoqlarda milliy taomlar haqidagi rasmlar e'lon qilish orqali o‘zlarining milliy guruhiga mansubligini namoyish etadilar va globallashgan makonda “bizning taom – bizning o‘zligimiz” g‘oyasini ilgari suradilar. Biroq, raqamli muhit zararli tendensiyalarni ham olib kirdi; yoshlar orasida fud-blogerlarning pullik tavsiyalariga ishonish kuchayib, ovqatlanish tabiiy biologik ehtiyojdan chiqib, “trenddagi joyda bo‘lish” (check-in qilish) va ijtimoiy maqom belgisiga aylanib qoldi. Janubiy Koreyadan kirib kelgan “Mukbang” va “ASMR” videolari esa yoshlarda mutlaqo sun’iy “vizual ochlik”ni keltirib chiqarmoqda.

Farg‘ona vodiysi yoshlarining kundalik iste’mol ratsionida “madaniy o‘zlashtirishlar” jarayoni jadallashgani kuzatilmoqda. O‘zbek milliy pazandaligining asosi qadimdan “yaxlitlik” tamoyiliga (taom o‘zida go‘sht, xamir, sabzavotlarni bir butun holda jamlashiga) asoslangan bo‘lsa-da, bugungi kunda G‘arb madaniyati ta’sirida yoshlar taomni qismlarga bo‘lingan formatida (alohida go‘sht steyki, garnir, sous) iste‘mol qilishni ancha afzal ko‘rishmoqda. Biroq, antropolog Sidney Cheung ta’kidlaganidek, xorijiy taomlarni kundalik hayotda iste‘mol qilish yoshlar uchun milliy o‘zlikdan voz kechish emas, balki shunchaki zamonaviy urbanistik turmush tarziga moslashish jarayoni hisoblanadi. Ular kafelarda burger

yesalar-da, uyga qaytgach yoki dam olish kunlari oilaviy jamoaviy yig‘inlarda an’anaviy taomlarga qaytish orqali madaniy gibridlashuvni amalda namoyish etadilar. Shuningdek, antropolog J. Maklin Qozog‘iston misolida ko‘rsatganidek, urbanizatsiyalashgan shahar aholisi qishloqdan keltirilgan, sof “yaylov” (zhailau) tabiatiga ega mahsulotlarga alohida ma’naviy qiymat yuklaydilar. Farg‘ona yoshlari ham zavodda qadoqlangan qurtdan ko‘ra, bozordagi qo‘lda yasalgan an’anaviy sho‘r qurtni yoki uzoq yo‘l bosib tog‘li hududlardagi “So‘qoq somsasi”ni izlab borishni afzal biladilar, chunki tayyorlovchining “qo‘l izlari” (fingerprints of the cook) haqiqiylik (authenticity) kafolati deb qadrlanadi. Yoshlar qadriyatlarining saqlanib qolishida sovet etnograflari ta’riflagan “Bayram va Karnaval effekti” ham muhim ijtimoiy himoya mexanizmi vazifasini o‘tamoqda. Respondentlarning 92 foizi Navro‘z, Ramazon va Qurbon Hayiti kabi ulug‘ bayramlarda ko‘cha ovqatidan voz kechib, oilaviy dasturxonda milliy taomlarni (osh, sumalak) tayyorlashda ishtirok etishni va iste‘mol qilishni o‘zlari uchun sharafli o‘zbekchilik burchi deb bilishlarini ta’kidlashgan.

Ushbu transformatsiya jarayonlari jamiyat uchun qator yashirin va ziddiyatli oqibatlarni ham keltirib chiqarmoqda. Eng jiddiy ijtimoiy xatarlardan biri – bu ovqatlanish stoli atrofida ro‘y berayotgan “Atomizatsiya” jarayonidir. Dala kuzatuvlarida kafelardagi yigit-qizlarning 74 foizi ovqatlanish paytida o‘z hamrohlari bilan suhbatlashish o‘rniga muttasil smartfondan foydalanishdan bosh ko‘tarmasligi, shuningdek, yoshlarning 62 foizi uyda oilaviy kechki dasturxon atrofida ota-onasi bilan o‘tirganda ham virtual dunyoga sho‘ng‘ib o‘tirishlari tasdiqlandi. 45 daqiqalik davomli tushlik paytida bor-yo‘g‘i 3-4 daqiqagina jonli muloqot bo‘lishi yoshlarning kommunikativ jihatdan bir-birlariga mutlaqo begonalashish fenomenini yuzaga keltirmoqda. Biologik va tibbiy nuqtai nazardan, olim I.V. Pavlovskiyning “Hududiy-biologik moslashuv” nazariyasiga zid ravishda, yoshlarning 48 foizi issiq tushlik o‘rniga to‘liq “quruq” va oshqozon uchun og‘ir bo‘lgan fast-food iste’mol qilishga o‘tgani aniqlandi. Mahalliy iqlimga yot bo‘lgan bunday taomlar iste’molining oshishi oqibatida so‘nggi besh yil ichida yoshlar orasida oshqozon-ichak trakti kasalliklari va surunkali gastritning qayd etilishi 2,5 barobarga fojiali ravishda ortdi. Shu bilan parallel ravishda, oliy o‘quv yurtlari atrofida har 10 nafar talabadan 6 nafari qisqa tanaffusda an’anaviy choy o‘rniga asabni qo‘zg‘atuvchi energetik ichimliklarni xarid qilishi ularda asabiylikni va tajovuzkor xulq-atvorni kuchaytirmoqda.

Iqtisodiy nuqtai nazardan, amerikalik sotsiolog-iqtisodchi Torsteyn Veblenning “Namoyishkorona iste’mol” nazariyasi bugungi jamiyatimizda to‘laqonli tasdiqlanmoqda. Zamonaviy yoshlar ko‘pincha qornini to‘ydirish ehtiyojidan ko‘ra, ijtimoiy tarmoqlardagi vizual statusini boshqalarga ko‘rsatish uchungina mantiqsiz pul sarflamoqdalar. Bunga misol tariqasida, bozor narxi talaba oylik stipendiyasining qariyb yarmiga teng (250.000 - 300.000 so‘m) bo‘lishiga qaramay keng ommalashgan “Dubay shokoladi” fenomenini keltirish mumkin. Respondentlarning 55 foizi ushbu shokoladni uning favqulodda ta’mi uchun emas, balki aynan Instagramga maqtanib video qilib joylash uchun sotib olganligini ochiq tan olgan. Qo‘qon hamda Farg‘ona shaharlaridagi qahvaxonalarda kuzatiladigan “Qahva effekti”da ham yoshlar oshxonadagi 500 so‘mlik non narxini qimmat deb shikoyat qilib, xorijiy brend qahvasi uchun bir o‘tirishda bemalol 30.000-35.000 so‘m sarflashni normal holat deb bilishadi. Biroq, globallashuvning ijobiy iqtisodiy ta’siri sifatida Farg‘ona vodiysida ichki

Gastronomik turizm rivojlanayotgani, yoshlarning internetda ko‘rgan toza va chiroyli joylarni izlab uzoq qishloqlarga borishi oqibatida mahalliy aholi va tadbirkorlik uchun yangi daromad manbalari paydo bo‘layotganini e‘tirof etish lozim.

Farg‘ona vodiysi yoshlarining o‘zi hududiy joylashuvi va urbanizatsiya darajasiga ko‘ra urbanistik (shahar) va an’anaviy (qishloq) madaniy qutblarga bo‘linadi. Farg‘ona, Qo‘qon va Namangan kabi yirik shaharlarda yoshlar zamonaviy qahvaxonalar va restoranlarda qadimiy mehmondo‘stlikka xos bo‘lgan to‘r yoki poygak qoidasiga mutlaqo amal qilmasdan erkin o‘tiradilar, shuningdek, to‘y va aqiqa kabi marosimlarni bevosita xizmat ko‘rsatish industriyasi obyekti deb bilib, og‘ir ishlarni katering ofitsiantlariga topshiradilar. Buning aksi o‘laroq, Oltiariq, Quva yoki Namanganning chekka tog‘ oldi qishloq hududlarida yoshlar uchun qadimiy “Xudoyi mehmon” tushunchasi hamon muqaddas hisoblanadi; qishloqlarda hamon bayram va hashar kunlari bitta katta lagandan hamtovoq bo‘lib ovqatlanish qoidalari saqlangan. Bu yerdagi to‘y marosimlarida yoshlarning do‘stining to‘ylarida beliga qiyiqcha bog‘lab sahardan o‘choq boshida xizmat qilishlari yigitlik g‘ururi va el oldidagi obro‘ orttirish belgisi hisoblanishda davom etmoqda.

Xulosa o‘rnida aytish mumkinki, bugungi o‘zbek yoshlari mutlaq globallashuv botqog‘iga yuz tutib, asrlar davomida xalq qonida saqlanib kelgan milliy an’analarini batamom yo‘qotib qo‘yayotgani yo‘q. Aksincha, ular murakkab va serqirra madaniy gibridlashuv hamda zamon talablariga moslashuv (glokalizatsiya) evolyutsion bosqichini boshidan kechirmoqda. Hozirgi avlod yoshlari zamonaviy g‘arb shahar hayot tarzi taklif qilayotgan qulayliklardan juda keng va erkin foydalansalar-da, ularning chuqur ichki ruhiyati va qadriyatlar miqyosida baribir sharqonalik ustunlik qilmoqda. Milliy bayramlar, oilaviy marosimlar va tabiiy, inson qo‘l mehnati saqlanib qolgan sof milliy taomlarga bo‘lgan qiziqish ularni doimo o‘zligiga, milliy ildiziga qaytaruvchi mustahkam himoya langari vazifasini o‘tamoqda. Shu bilan birga, yoshlar ratsionida yuzaga kelgan ovqatlanishdagi ruhan uzoqlashish (atomizatsiya), tezkor kimyoviy taomlar tufayli kasalliklar ortishi va iqtisodiy namoyishkorona soxta iste’mol kabi inqirozli xatarlar butun jamiyat oldida jiddiy vazifani belgilab beradi. Kelajakda yoshlar o‘rtasida o‘ziga xos “gastronomik immunitetni”, ya’ni bozor iqtisodiyotining takliflari ichidan o‘ziga nima tibbiy foydali va nima madaniy zarar ekanligini erkin, tahliliy anglash qobiliyatini ongli ravishda rivojlantirish o‘ta zarurdir. An’analarni hozirgi zamonaviy yoshlarning texnologik va estetik talablariga moslashtirish, qadoqlash va taqdim etish san’atini o‘rgatish orqali milliy taomlanish madaniyatimizni barqaror saqlab qolish eng to‘g‘ri va oqilona strategiyadir.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Bourdieu P. Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste. – London: Routledge, 1984. – P. 176.

2. Хакназаров Х.Д. Ўзбекистон ёшларининг кундалик турмуш тарзи. Тарих фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси. – Тошкент, 2019. – Б. 24.

3. Muhammad N. H., Ab. Karim M. S., Hamzah H. Intention to Eat Traditional Food among Boys and Girls in Malaysia // International Journal of Social Science and Humanity. – 2015. – Vol. 5. – No. 5. – P. 450-453.
4. Dala yozuvi. Namangan viloyati, Chust va Yangiqo‘rg‘on tumani, 2025 yil.
5. Dala yozuvi. Toshkent shahar, Olmazor tumani, Paxta MFY, 2025 yil.
6. Монсон П. Лодка на аллеях парка: Введение в социологию / Пер. с швед. – М.: Весь Мир, 1994. – С. 24.
7. Cheung Sidney C.H. Introduction: Food and Foodways in Asia // Food and Foodways in Asia: Resource, Tradition and Cooking. – London: Routledge, 2007. – P. 3-4.
8. Jabborov I. O‘zbek xalqi etnografiyasi. – Toshkent: O‘qituvchi, 1994. – B. 173.
9. Aslanova D., Xudayshukurova T., Mo‘minova N. Dunyo xalqlari ovqatlanishining o‘ziga xos xususiyatlari: Darslik. – T.: “Iqtisod-moliya”, 2011. – B. 336.
10. McLean, Julia Elizabeth. The Taste of Place and the Nature of Trust: Natural and Heritage Foods in Post-Socialist Kazakhstan: Master’s thesis. – Los Angeles: University of California, 2017. – P. 1-2.
11. Alymbaeva Aida. Nations of Plov and Beshbarmak: Central Asian Food and National Identity on the Internet. – Halle: Max Planck Institute for Social Anthropology, 2017. – P. 1.
12. Сметанина К. Ю. Гастрономические традиции в пространстве массовой культуры // II Симпозиум по истории еды. – М.: МГУ, 2015. – С. 396.
13. Павловский И. В. Еда как атрибут культурно-пространственных координат. – М.: МГУ, 2015. – С. 348–349.