

TORSTEYN VEBLENNING SOTSIOLOGIK G'OYALARI

Qurbonboyeva Farzona

O'zbekiston Milliy universiteti

Ijtimoiy fanlar fakulteti Sotsiologiya yo'nalishi 1-kurs talabasi.

e-mail: farzonaqurbonboyeva123@gmail.com

Ilhomov U.

Ilmiy rahbar: O'zbekiston milliy universiteti o'qituvchisi.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.15293939>

Annotatsiya. Ushbu maqolada amerikalik sotsiolog va iqtisodchi Tornsteyn Veblenning sotsiologik qarashlari yoritilgan. Asosan, u o'zining "bemaza iste'mol" (ya'ni, namoyishkorona iste'mol) nazariyasi bilan mashhurdir. Veblen sanoat jamiyatida ijtimoiy tabaqalarning shakllanishi, iste'mol madaniyati va iqtisodiy ongning evolyutsiyasini chuqur tahlil qilgan. U jamiyatdagi iqtisodiy va ijtimoiy tengsizliklarni tanqid qilgan holda, yuqori tabaqaning boylikni ko'z-ko'z qilishga asoslangan hayot tarzini o'rganadi. Mazkur mavzu doirasida Veblenning "bo'sh sinf" tushunchasi, uning ilm-fan va texnologiyaga bo'lgan munosabati, shuningdek, uning g'oyalari zamonaviy sotsiologik fikr taraqqiyotiga ta'siri muhokama qilinadi.

Kalit so'zlar: Tornsteyn Veblen, namoyishkorona iste'mol, bo'sh sinf, ijtimoiy tabaqalanish, iste'mol madaniyati, iqtisodiy ong, sanoat jamiyati, sotsiologik nazariya, tengsizlik, modern jamiyat.

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ИДЕИ ТОРСТЕЙНА ВЕБЛЕНА

Аннотация. Эта статья иллюстрирует социологические взгляды американских социологов и бизнес-бизнес. По сути, он известен своей «бессмысленной» (то есть теорией потребления). Формирование социальных классов в промышленном обществе Веблена проанализировало потребительскую культуру и эволюцию экономического сознания. Он изучает высокий буквальный образ жизни, критикуя экономическое и социальное неравенство в обществе, основываясь на глазах богатства. В этой теме также обсуждается концепция Webslen, ее отношение к науке и технике, а также влияние его идей на развитие современного социологического мнения.

Ключевые слова: Торстейн Веблен, демонстративное потребление, праздный класс, социальная стратификация, культура потребления, экономическое сознание, индустриальное общество, социологическая теория, неравенство, модерное общество.

THORSTEIN VEBLER'S SOCIOLOGICAL IDEAS

Abstract. This article illustrates the sociological views of American Sociologists and Business Business. Basically, it is famous for its "nonsense" (i.e., consumption) theory. The formation of social classes in the Weblen Industrial Society has an analyzed the consumer

culture and evolution of economic consciousness. He learns the high literal lifestyle, criticizing the economic and social inequality in society, based on the eyes of wealth. Within this topic, the concept of weble and its attitude towards science and technology will also be discussed, as well as the impact of its ideas on the development of modern sociological opinion.

Keywords: Thorstein Veblen, conspicuous consumption, leisure class, social stratification, consumer culture, economic consciousness, industrial society, sociological theory, inequality, modern society.

Torshteyn Bunde Veblen - amerikalik sotsiolog, iqtisodchi, futurolog va publitsist, PhD.

U siyosiy iqtisodda institutsional yo'nalishning asoschisi bo'lgan.

Torshteyn Bunde Veblen XIX asrda AQShga hijrat qilgan norvegiyalik fermerlarning oilasida Viskonsinda tug'ilgan. Torshteyn Tomas Veblen va uning rafiqasi Ketining oltinchi farzandi edi.

Torshteyn 17 yoshida yigit Norfilddagi Karleton kollejiga o'qishga kirdi va uni bir yil erta tugatib, imtihonlarni tashqi talaba sifatida topshirdi. Veblen qisqa muddat o'qituvchi bo'lib ishladi. 1881-yilda u Xopkins universitetiga o'qishga kirdi va u erda bir semestrda kamroq vaqt davomida falsafa va siyosiy iqtisodni o'rgandi. Ta'limning keyingi bosqichi Yel universiteti bo'lib, Veblen uni 1884-yilda imtiyozli diplom bilan tugatib, Kant axloqi bo'yicha "Qasos ta'limotining axloqiy asoslari" dissertatsiyasini himoya qildi va doktorlik darajasini oldi.

1888-yilda Torshteyn Veblen Karleton kollejida tanishgan Ellen Rolfga uylandi.

Torshteyn Bunde Veblen bir qator fundamental iqtisodiy va sotsiologik asarlar yozgan. 1895-yilda olim o'zining birinchi kitobi "Bo'sh vaqt sinfi nazariyasi" ustida ishlay boshladi.

Asar o'sha davrdagi Chikago va Yevropa haqiqatiga asoslangan. Muallif Karl Marks, Charlz Darvin va Gerbert Spenser asarlaridan ilhomlangan. Birinchi kitobi nashr etilgandan so'ng, Torshteyn ilmiy doiralarda katta e'tirofga sazovor bo'ldi.

1904-yilda yozuvchining "Tadbirkorlik nazariyasi" ikkinchi kitobi nashr etildi, ammo bu asar muallifga kerakli muvaffaqiyatni keltirmadi. Muvaffaqiyatsizlikka qaramay, Torshteynning mashhurligi tez o'sdi. Olim iqtisodiy nazariyaga "ko'zga tashlanadigan iste'mol", "bo'sh vaqt sinfi", "Veblen effekti" atamalarini kiritdi.

1910-yildan Torshteyn nafaqat ilm-fan bilan, balki o'qituvchilik bilan ham shug'ullanadi.

U quyidagi muassasalarda dars bergan:

Chikago universiteti;

Stenford universiteti;

Missuri universiteti.

XX asr boshlarida Torshteyn Bunde Veblen Nyu-Yorkdagi Ijtimoiy tadqiqotlar uchun yangi maktab asoschilaridan biriga aylandi. Veblen umrining qolgan qismini Kaliforniyada qashshoqlikda o'tkazdi[1].

Torsteyn Veblen o'zi sotsiolog bo'lmasada, iqtisodchi sifatida shunday sotsial nazariyani yaratdiki, u bir qator fanlar singari sotsiologiyaga ham sezilarli va muhim ta'sir o'tkazdi.

Veblen uchun asosiy muammo «biznes» i «sanoatchilar» o'rtasidagi

nizo edi. Biznes deganda, Veblen o'z kompaniyalari foyda haqida g'amxo'rlik qiluvchi sanoat egalari, rahbarlarini tushungan, lekin ular narx va foydani yuqori darajada ushlab turish maqsadida, ko'pincha ishlab chiqarish cheklashga harakat qiladilar.

Bu bilan ular sanoat tizimining ishlashiga to'sqinlik qiladilar va butun bir jamiyatga salbiy ta'sir (misol uchun, ishsizlikni keltirib chiqarish) ko'rsatadilar. Jamiyat uchun esa eng yaxshi yordam sanoat ishlab chiqarish jarayoniga aralashmaslikdir. Shunday qilib, rahbarlar Veblenga ko'ra, jamiyatning ko'plab ichki muammolari sababchilari bo'lib qoladi. Aslida esa buni sanoat tizimini va uning qanday ishlashini tushunadigan (masalan, muhandislar), shuningdek umumiy farovonlik manfaatini ko'zlaydigan kishilar boshqarishi kerak. Veblenning "Bo'sh vaqt sinf nazariyasi" (1899-1994) nomli kitobi uning bugungi kundagi muhim ahamiyatini belgilab beradi. Veblen bo'sh ishbilarmonlik sinfmi (biznes bilan yaqindan bog'liq) isrofgarchilik iste'molini rag'batlantirishdagi roli uchun tanqid qiladi. Jamiyatning qolgan qismida taassurot qoldirish uchun bo'sh vaqt sinfi "namoyishkorona dam olish"ga (vaqtni bekorga sarflash) va "namoyishkorona iste'mol"ga (mahsulotlarga o'z narxlaridan ko'ra ko'proq pul harajat qilish) berilib ketadi. Bu boshqa sotsial sinf vakillariga ta'sir ko'rsatadi va ular bevosita yoki bilvosita bo'sh vaqt sinfiga taqlid qilishga harakat qila boshlaydilar. Natijada "vaqt va pulni" bekorga sarflaydigan jamiyat shakllanadi. Veblenning bu ishidagi juda muhim bo'lgan jihat ushbu davrdagi boshqa sotsiologik ishlardan farqli ravishda (shuningdek, Veblen boshqa asarlari kabi), "Bo'sh vaqt sinfi nazariyasi" sotsiologik vaqt asarlari farqli o'laroq, asosiy e'tiborni ishlab chiqarishga emas, balki iste'molga qaratadi. Shunday qilib, bu asar bugungi sotsial nazariyaning ishlab chiqarishdari iste'molga tomon burilishini oldindan ko'ra bilgan, deyish mumkin[2].

Veblenning ta'kidlashicha, monopoliyalarning mavjudligi ishlab chiqarish hajmini sezilarli darajada kamaytiradi va jiddiy inqirozga olib keladigan aksiyalar va boshqa narxlarning sun'iy o'sishiga olib keladi (u bashorat qilgan inqiroz, Buyuk Depressiya 1929-yilda vafotidan uch oy o'tgach sodir bo'lgan). Veblenning fikricha, oqilona tartiblangan jamiyatni muhandislar va texnologlar sinfi yaratishi mumkin. Bu jamiyatda umumiy shtat va ishlab chiqarish jarayonlari ustidan yagona nazorat bo'lishi kerak edi.

Veblen texnokratiyasi uning xalq ongi va ijtimoiy institutlarining fan-texnika taraqqiyotidan orqada qolishi haqidagi kontsepsiyasida ham ifodalangan. Ushbu kechikish natijasida, Veblenning fikriga ko'ra, XX asrda ijtimoiy taraqqiyot asosan ob'ektiv ravishda sodir bo'ladigan texnologik taraqqiyotga individual moslashishga qisqardi[3].

Xulosa qilib aytсам, Torsteyn Veblen nazariyasi bizga iste'mol faqat ehtiyoj natijasi emas, balki ijtimoiy ko'rinish, obro'-e'tibor bilan chambarchas bog'liqligini ko'rsatadi. Bu, ijtimoiy tengsizlikni tushunishda, marketing va iqtisodiy siyosat yuritishda muhim tahliliy vosita bo'lib xizmat qiladi. Unga ko'ra, odamlar ko'pincha mahsulot yoki xizmatni zarur bo'lgani uchun emas, balki ijtimoiy mavqeini ko'rsatish uchun xarid qiladi. Bu g'oya bugungi zamonaviy jamiyatda ham dolzarb, ayniqsa brendga, hashamatga asoslangan iste'mol madaniyatida yaqqol ko'rinadi.

REFERENCES

1. <https://ru.wikipedia.org>
2. "Sotsiologiya tarixi", Jiyanmuratova G, 2020
3. <https://redhill-kemerovo.ru>