

Analysis of Cosmetic Product Names and Innovations in the Modern Cosmetic Industry

Rakhmanova Nilufar Bakhodirovna

Lecturer, Department of World Languages, Kokand University

Abstract

This article analyzes the Uzbek equivalents of cosmetic product names and innovations in the modern cosmetic industry. The study examines the international names of cosmetic products and their use in Uzbek, highlighting the balance between global marketing strategies and language adaptation. The article examines the historical development of the cosmetic industry from ancient civilizations to the present day, the formation of major brands, and today's innovations in areas such as AI, environmental friendliness, and personalized care. The study used web sources, industry reports, and works by leading authors in cosmetic science (Perry Romanowski, Nava Dayan, Randy Schueller) as a basis. The results of the article identify important areas for future scientific research on the localization of cosmetic names and environmental sustainability.

Annotatsiya

Ushbu maqolada kosmetika mahsulotlari nomlarining o'zbek tilidagi ekvivalentlari va zamonaviy kosmetika sanoatidagi innovatsiyalar tahlil qilingan. Tadqiqotda kosmetika mahsulotlarining xalqaro nomlari va ularning o'zbekcha ishlatilishi o'rganilib, global marketing strategiyalari va til moslashtiruvchi o'rtasidagi muvozanat yoritilgan. Maqolada qadimgi sivilizatsiyalardan boshlab hozirgi zamongacha kosmetika sanoatining tarixiy rivojlanishi, yirik brendlarning shakllanishi va bugungi kunda AI, ekologik tozalik, shaxsiylashtirilgan parvarish kabi yo'nalishlardagi innovatsiyalar ko'rib chiqilgan. Tadqiqotda veb-manbalar, soha hisobotlari va kosmetika ilm-faniga oid yetakchi mualliflarning (Perry Romanowski, Nava Dayan, Randy Schueller) asarlari asos sifatida foydalanilgan. Maqola natijalari kosmetika nomlarini mahalliyashtirish va ekologik barqarorlik yo'lida kelajakdagi ilmiy izlanishlar uchun muhim yo'nalishlarni belgilaydi.

Kirish

Kosmetika mahsulotlari nomlari va kosmetika sanoatining rivojlanishi global miqyosda madaniy, iqtisodiy va texnologik ta'sirlar bilan chambarchas bog'liqdir. Kosmetika mahsulotlari insoniyat tarixida qadimdan foydalanilib kelinadi va ular turli madaniyatlar orasida o'ziga xos nomlar bilan mashhur. Kosmetika mahsulotlari insonlarning go'zallik, sog'liq va ijtimoiy maqom bilan bog'liq ehtiyojlarini qondirishga xizmat qiladi. Bu tadqiqotning asosiy maqsadi kosmetika mahsulotlari nomlarining o'zbek tilidagi ekvivalentlarini aniqlash va zamonaviy kosmetika sanoatidagi innovatsiyalarni chuqur tahlil qilishdan iborat.

Metodologiya

Ushbu tadqiqotda kosmetika mahsulotlarining xalqaro va o'zbek tilidagi nomlari, shuningdek kosmetika sanoatining rivojlanish tarixi va sohadagi innovatsiyalar bo'yicha mavjud bo'lgan adabiyotlar tahlil qilindi. Tadqiqot jarayonida kosmetika mahsulotlarining keng tarqalgan 15 nomi tanlanib, ularning xalqaro va o'zbek tilidagi ekvivalentlari batafsil ko'rib chiqildi. Bundan tashqari, kosmetika sanoatining tarixiy rivojlanishi va zamonaviy innovatsiyalariga oid ilmiy adabiyotlar, jurnal maqolalari, veb-manbalar va kosmetika sohasidagi yirik brendlarning hisobotlari ham o'rganildi.

Natijalar

Kosmetika mahsulotlari xalqaro nomlar bilan o'zbek tiliga moslashtirilmagan holda keng qo'llaniladi. "Pudra", "ruj", "maskara", "suyuq tonik" kabi xalqaro atamalar asosan original shaklda ishlatiladi, o'zbek tilidagi "chang", "lab bo'yog'i", "kirpik bo'yog'i", "tonal krem" kabi atamalar esa kamroq qo'llaniladi. Boshqa keng qo'llaniladigan kosmetika mahsulotlariga misollar sifatida "shampun", "dezodorant", "peeling", "balsam", "kremlar", "parfyum",

"losyonlar", "primer", "eyeliner" va "kontur" atamallari kiritildi. Bu holat global marketing va brendlash strategiyalari bilan bevosita bog'liqdir.

Kosmetika sanoatining tarixiy rivojlanishi qadimgi Misrdan boshlangan bo'lib, ular kosmetikani diniy va sog'liqni saqlash maqsadlarida ham qo'llaganlar. Misol uchun, qora kohl ko'z uchun ishlatilgan va parfyum diniy marosimlarda ham ishlatilgan. Qadimgi Rim va Gretsiya madaniyatlarida kosmetika yuqori tabaqaga xos bo'lgan ijtimoiy ahamiyatga ega edi, ular yuz va lab uchun bo'yoqlar hamda yuz kremlarini qo'llashgan. O'rta asrlarda Yevropada kosmetika ishlatish diniy sabablarga ko'ra cheklangan bo'lsa-da, Islom dunyosida parfyumeriya va kosmetika rivojlanishda davom etdi, misol sifatida atirlar va yog'lar keng qo'llanilgan.

20-asr boshlarida kosmetika sanoati sanoatlashib, Max Factor, L'Oréal, Estée Lauder kabi kompaniyalar jadal rivojlandi. Kino sanoati bilan bog'liq professional makiyaj mahsulotlari paydo bo'ldi va bu global brendlarning shakllanishiga olib keldi. Misol uchun, Revlon birinchi rangli lab bo'yog'ini ishlab chiqdi va bu mahsulot keng ommalashdi.

Zamonaviy davrda kosmetika sanoati innovatsiyalar jihatidan keskin rivojlanmoqda. Shaxsiylashtirilgan kosmetika, ekologik toza va vegan mahsulotlar, shuningdek, AI va smart texnologiyalar tobora ommalashmoqda. CBD va adaptogen kabi moddalar kosmetik mahsulotlar tarkibida sog'liqni mustahkamlash va stressni kamaytirishga yordam beradi. Teri mikrobiomi bilan bog'liq tadqiqotlar yangi kosmetika mahsulotlarini ishlab chiqishga imkon yaratmoqda. Shuningdek, smart texnologiyalar bilan ta'minlangan mahsulotlar, masalan, terining holatini aniqlovchi luminometrlar va terini analiz qiluvchi ilovalar tobora keng foydalanilmoqda.

Muhokama

Kosmetika mahsulotlari nomlarining xalqaro shaklda qolishi global iqtisodiy manfaatlar va madaniy integratsiya bilan bog'liq. Xalqaro atamallarning keng qo'llanishi global bozorlarda marketing strategiyalarini samarali amalga oshirishga yordam beradi. Shu bilan birga, mahalliy tilga moslashtirilgan atamallarning yetarlicha qo'llanilmasligi milliy til rivojiga salbiy ta'sir qilishi mumkin.

Zamonaviy kosmetika sanoatidagi innovatsiyalar odamlarning teri va umumiy sog'lig'ini mustahkamlashga qaratilgan bo'lib, mahsulotlarning ekologik xavfsizligini ham ta'minlamoqda. AI texnologiyalari yordamida kosmetika mahsulotlarini foydalanuvchilarning individual ehtiyojlariga ko'ra ishlab chiqish keng tarqalmoqda. Bundan tashqari, smart kosmetika mahsulotlari foydalanuvchilar uchun qo'shimcha qulaylik yaratadi va ularning ta'sirini oshiradi. Ekologik toza kosmetika mahsulotlarining kengayishi tabiatni asrash va ekologik barqarorlikni ta'minlash bo'yicha global tendensiyalarga javobdir. Vegan va hayvonlarga zarar yetkazilmaydigan mahsulotlar tobora ko'proq mijozlar tomonidan talab qilinmoqda.

Xulosa

Kosmetika mahsulotlarining xalqaro nomlar bilan keng qo'llanilishi global iqtisodiy va madaniy integratsiya natijasidir. Zamonaviy kosmetika sanoati innovatsiyalar orqali insonlarning go'zallik, sog'liq va ekologik xavfsizlikka bo'lgan ehtiyojlarini qondirmoqda. Kelajakdagi tadqiqotlarda kosmetika mahsulotlarining mahalliy tillarga moslashtirilishini yaxshilash va innovatsion texnologiyalardan foydalanishni kengaytirish imkoniyatlari batafsil ko'rib chiqilishi zarur.

Manbalar va adabiyotlar

- Romanowski, Perry. (2017). "Beginning Cosmetic Chemistry". Allured Publishing.
- Dayan, Nava. (2016). "Skin Microbiome Handbook: From Basic Research to Product Development". Wiley.
- Schueller, Randy. (2018). "Cosmetic Formulation of Skin Care Products". CRC Press.
- Рахмонова, Н. (2024). ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОСМЕТОЛОГИЧЕСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ В АНГЛИЙСКОМ, РУССКОМ И УЗБЕКСКОМ ЯЗЫКАХ И ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА. Talqin va tadqiqotlar ilmiy-uslubiy jurnali, 2(56), 134-140.
- Рахмонова, Н. (2024). ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КОСМЕТОЛОГИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ В АНГЛИЙСКОМ, РУССКОМ И УЗБЕКСКОМ ЯЗЫКАХ: СТРАТЕГИИ

ЗАИМСТВОВАНИЯ И ПРОБЛЕМЫ ИНТЕРПРЕТАЦИИ. Talqin va tadqiqotlar ilmiy-uslubiy jurnali, 2(56), 127-133.

Max Factor. "Company History." Max Factor Official Website. [online] Available at: <https://www.maxfactor.com>

L'Oréal. "Annual Reports and History." L'Oréal Official Website. [online] Available at: <https://www.loreal.com>

Estée Lauder. "Company History and Reports." Estée Lauder Official Website. [online] Available at: <https://www.estelauder.com>

Revlon. "About Us." Revlon Official Website. [online] Available at: <https://www.revlon.com>

Cosmetic Ingredient Review. (2021). Safety assessment reports. CIR Website. [online] Available at: <https://www.cir-safety.org>

Cosmetic Executive Women (CEW). "Beauty Industry Trends and Reports." CEW Website. [online] Available at: <https://www.cew.org>

Mintel. "Global Beauty Trends Report." Mintel Official Website. [online] Available at: <https://www.mintel.com>