



halol.uz

Халол косметика: бьюти-сегмент хусусиятлари ва брендлар, дуч келаётган қийинчиликлар

«Халол» атамаси кўпроқ таомларга – мусулмонлар истеъмол қилиши мумкин бўлган озиқ-овқат маҳсулотларига нисбатан қўлланилади. Аслида эса халол – бу жуда кенг тушунча бўлиб, «исломда рухсат этилган ва йўл қўйиш мумкин бўлган ҳар қандай нарса»ни англатади. Бу ҳаётнинг исталган жабҳасига тегишли – бошқа одамлар билан муносабатлардан тортиб косметика воситаларини танлашгача.

Халол косметика гўзаллик бозорида пайдо бўлганига анча бўлди, шунчаки у ҳақида кўп гапирилмас эди. Ҳозир эса ушбу бозор сегментининг оммавийлиги ўсиб бормокда ва бунинг бир нечта сабаблари бор.

Ислом — дунёдаги энг тарқалган динлардан бўлиб, 2 миллиардга яқин одам ислом динига эътикод қилади (бу рақам йилига 3 фоизга ошмоқда). Мусулмонлар жамоати –

йирик косметика истеъмолчисидир. 2017 йил учун статистика маълумотларига кўра, ислом динига эътикод килувчилар йилига косметика воситаларига 30 миллиард доллардан ортиқ сарфлар экан. Тўғри мусулмон косметикасига ўсиб бораётган эҳтиёж ва талабни ҳисобга олиб, кўплаб брендлар харидорларнинг эҳтиёжларига мос келишни истайди.

Estee Lauder ва Shiseido ўз маҳсулотлари учун «халол» сертификатини олиб бўлган. Orly тирнок учун лак маркаси ҳам ўзи учун мусулмонлар доирси томон йўл очмоқда — улар MuslimGirl платформаси билан ҳамкорлик қиляпти ва халол лаклар коллекциясини ишлаб чиқяпти.

Йирик брендларнинг кизикиши 2025 йилга келиб халол косметика бозори киймати 2,5 млрд долларга баҳоланиши ҳақидаги башоратларни бемалол оклаши мумкин.

Халол косметика машҳурлиги гўзаллик саноатидаги бошқа тенденциялар билан ҳам боғлиқ. Савдо юкорилигига нафакат мусулмон аудиторияси, балки исломдан узок бўлган истеъмолчилар ҳам ўз ҳиссасини қўшади. Бу ерда cruelty free (ингл. — бешафкатликсиз) ва «веган» белгилари бўлган табиий косметика трендлари ўзини кўрсатади.

Исломда халолга қарама-қарши тушунча — «харом» ҳам мавжуд. У косметика маҳсулотларига ҳам тааллуқлидир: спирт ва ҳайвонлардан олинадиган таркибий қисмлар, болалар меҳнатидан фойдаланиш ва маҳсулотларни ҳайвонларда синаб кўриш тақиқланган. Исломда ҳашаротлар ҳам ҳайвон ҳисобланади, шунинг учун қошенилдан олинган бўёқ — яъни, қарминли косметика ҳам тақиқланади.

Халол косметика фойдаланиш бўйича ҳеч қандай тақиқлар йўқ - у мусулмонлар томонидан ҳам, бошқа дин вакиллари томонидан ҳам, маҳсулотлар этикаси ва таркиби ҳақида ҳавотирда бўлган истеъмолчилар томонидан ҳам сотиб олиниши мумкин.

Халол косметикани оммалаштиришда интернет ва ижтимоий тармоқлар муҳим роль ўйнади. Замонавий мусулмон аёллар ислом тарафдорларининг янги қиёфасини намоиш этиш учун инстаграмда пайдо бўлди. Улар ҳижобни тўғри в қиройли қилиб ўрайди, муқаммал мақияж қилади, терисини диққат билан парвариш қилади ва косметика воситалари уларнинг диний эътиқодларига тўлиқ жавоб беришига ишонч ҳосил қилади. Индонезиянинг Wardāh бренди айнан «мусулмон-миллениаллар учун тўғри кеосметика» ўйналиши билан пайдо бўлди. У исломнинг жихатларини қайта кўриб чиқишга уринадиган ёш ва масъулиятли мусулмон аёллар имиджини игари суради.

Халол косметика муаммолари

Халол косметика дуч қеладиған муаммолардан энг асосийси истеъмолчилар ҳабарсизлиги ҳисобланади. Кўплаб онлайн-майдонларда халол маҳсулотлар таркибида ҳайвонлардан олинган моддалар йўқлиги сабабли қўпинча вегалар учун косметика билан битта бўлимга жойлаштирилади. Гап шундаки, халол бундай таркибий қисмларни мутлақ рад қилмайди — агар жонивор шариатда руҳсат этилган ва қоидаларга мувофиқ сўйилган бўлса, у косметика маҳсулотлари учун ингредиентлар манбаси бўлиб хизмат қилиши мумкин. Бошқа томондан, халол косметикада спирт тақиқланган бир пайтда веганлар учун маҳсулотлар таркибида учраши мумкин. Халол косметика танлашда ҳам,

веганлар учун косметика танлашда ҳам харид олдида махсулот таркибий қисмлари рўйхатини диққат билан ўқиш керак.

Яна бир муаммо — «халол» сертификати олиш. Бу жуда мураккаб жараён бўлиб, қўп вақт ва маблағлар талаб қилади. Сертификат берувчи компаниялар бренд ишлаб чиқаришни текширади ва ҳар бир ингредиент шариат талабларига жавоб беришини назорат қилади. Ҳар бир сертификатланган марка бир неча йилда бир марта барча текширув босқичларини қайта ўтади, бундан ташқари, махсулот таркибидаги ўзгаришлар ҳақида тегишли органлари ўз вақтида хабардор қилиши талаб этилади. Табиийки, барча брендлар ҳам бу жараёнга вақт ва маблағлар сарфлашни истамайди, шу сабабли ўзини мустақил сертификатлайди, бу эса харидорлар ишончи тушиб кетишига сабабчи бўлади. Халол косметика савдо ошириш учун бир хийла ёки тренд эмаслигини тушуниш муҳим аҳамиятга эга. Бу турмуш тарзининг бир қисми ва онгли равишда қабул қилинадиган қарордир. Ҳақиқий халол брендлар мавсумий тўпламларга камроқ эътибор қаратишади ва ҳеч қандай гўзаллик тенденциялари таъсирига учрамайди - улар эътиқодлари ўзгармайдиган ва дин ақидалари билан боғлиқ бўлган мижозларга қаратилади. Халол косметика таркибидаги моддалар ва «тень» палитраси рангидан катъи назар, ҳар доим талабга эга бўлади.

Абу Муслим таржимаси