

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI

Əlyazması hüququnda

MODA HƏYAT TƏRZİNİ FORMALAŞDIRAN VƏ SOSIAL DƏYİŞİKLİKLƏRİ İFADƏ EDƏN SOSIAL-PSIXOLOJİ AMİL KİMİ

İxtisas: 6114.01 - Sosial psixologiya

Elm sahəsi: Psixologiya

İddiaçı: **Diyanə Rəşid qızı İbrahimova**

Fəlsəfə doktoru elmi dərəcəsi
almaq üçün təqdim edilmiş dissertasiyanın

AVTOREFERATI

BAKI - 2022

Dissertasiya işi Bakı Dövlət Universitetinin "Sosial və pedaqoji psixologiya" kafedrasında yerinə yetirilmişdir.

Elmi rəhbər: Psixologiya elmləri doktoru, professor
Kamilə Ramiz qızı Əliyeva

Rəsmi opponentlər: Psixologiya elmləri doktoru, professor
Ramiz İbrahim oğlu Əliyev

Psixologiya üzrə fəlsəfə doktoru, dosent
Elnarə Əhməd qızı Əhmədova

Psixologiya üzrə fəlsəfə doktoru, dosent
Sevər Sərvət qızı Mirzəyeva

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Ali Attestasiya Komissiyasının Bakı Dövlət Universitetinin nəzdində fəaliyyət göstərən FD.2.43 Dissertasiya Şurası

Dissertasiya Şurasının sədri:

Psixologiya elmləri doktoru, professor
Kamilə Ramiz qızı Əliyeva

(imza)

Dissertasiya Şurasının elmi katibi:

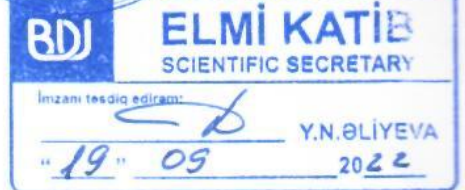
Psixologiya üzrə fəlsəfə doktoru
Müşviq Hüseyn oğlu Mustafayev

(imza)

Elmi seminarın sədri:

Psixologiya elmləri doktoru, professor
Elnarə İbrahim qızı Səfiyeva

(imza)



İŞİN ÜMUMİ MƏZMUNU

Mövzunun aktuallığı və işlənmə dərəcəsi. Moda insanın tələbatları ilə bağlı yaranaraq eyni zamanda çoxluğun üstünlük verdiyi yeniliyin, tərzin müvəqqəti hakimiyyətidir. Bu anlayış bütün əsrlər boyu kor – təbii surətdə mövcud olmuş, ayrı – ayrı dövrlərdə cəmiyyətin zövqünə uyğun dəyişmiş və inkişaf etmişdir. Moda köhnə sosial formaların daxilində daim inkişaf edən özünəməxsus prosesdir.

Moda günü-gündən inkişaf edən cəmiyyətdə baş verən proseslər üçün katalizator rolunda çıxış edir. Bu proses qısa zaman kəsiyində yaranır, yayılır və dəbdən düşür. Beləliklə, moda insanların dəyişməz həyat şərtlərinə uyğunlaşmasına və sonrakı ehtiyaclarını müəyyənləşdirməyə yardımçı olur.

Müəyyən zamanlarda var olan dəb, çoxluq tərəfindən qəbul olunmuş mədəniyyətin xarici təzühürlərinə (həyat tərz, adətlər, davranış vərdişləri, məişət və s.) münasibəti ifadə etsə də, bədi izahı daha çox geyimdə göstərmişdir. Geyimlər insanın daxili aləmini əks etdirərək sosial tənzimlənməyə vəsilə olaraq, eyni zamanda təbəqələr-arası əlaqələri də tənzimləyir. Müasir dövrə iyerarxik şəkildə baxdıqda görürük ki, dəb insanın sosial mövqeyini, müəyyən təbəqənin üzvü olduğunu göstərmə vasitələri arasında biridir. Başqa sözlə bu cür ifadə edə bilirik ki, fərdlər bu sahədə öz şəxsiyyətlərini seçmək azadlığına sahib olurlar. Moda ictimai müstəvidə bütün insanlara açıq bir dəniz kimidir və fərdlər bu yolla həm də şəxsiyyətləri ilə uyğunluq təşkil edən üslubları təyin edə bilirlər.

Sosial – psixoloji fenomen olan moda yüksək səviyyədə inkişaf etmiş cəmiyyətlər üçün xasdır. Cəmiyyətin davranışını tənzimləyən normalar kimi moda fərdin zahirini görünüşünü müəyyən edərək cəmiyyətdə onun iştirakçılarının istehlakçı davranışının müəyyən modelini təklif edir.

T.Parsonsun “İnsan – Şəxsiyyət – Cəmiyyət – Moda” sxeminə istifadə edərək modanın, bütöv və universal olaraq insanın həyat fəaliyyətinin - iqtisadi, psixoloji, estetik və digər sahələrini əhatə etdiyini qeyd edə bilirik. Şəxsiyyət özündə həyatın müxtəlif fəaliyyəti prosesində reallaşan, bir – biri ilə əlaqədə olan bioloji, psixoloji,

sosial sistemi əks etdirir. Bu sistemin hər bir elementi də eyni zamanda mürəkkəbdir və özündə müxtəlif struktur komponentləri əks etdirir. Bütövlükdə bu sistemin fəaliyyətinin nəticəsi - şəxsiyyətin sosiallaşmasına xidmət edir.

Moda və həyat tərzinin qarşılıqlı əlaqəsinin tələbə gənclərin həyatındakı rolunu nəzərdən keçirmək olduqca maraqlı və əhəmiyyətlidir. İndiki zamanda inkişaf etmiş ölkələrdə gənclik yaş əlamətləri və xarakterik dəyərlər əsasında formalaşmış və insan həyatının uzun bir mərhələsini əhatə edən xüsusi yaş qrupudur. Gənclər öz dəyərləri, istəkləri, quruluşları, xüsusi özünüdərk etmə və öz submədəniyyətləri ilə xüsusi sosial-psixoloji kateqoriyaya çevrilmişlər.

Modanın tədqiqinə dair işlərin retrospektiv təhlili göstərir ki, problemi öyrənilməsi bütün dövrlərdə aktual olmuş və problem müxtəlif istiqamətlərdə yerli və xarici ədəbiyyatlarda təhlil olunmuşdur. Lakin bir məsələni diqqətə çatdırmaq istərdim ki, moda yerli ədəbiyyatlarda müxtəlif istiqamətlərdə işlənsə də psixoloji baxımdan təhlili çox səthi aparılmışdır. Bu baxımdan modanın müxtəlif istiqamətlərdə təhlili ilə yanaşı tələbə gənclərin sosiallaşma prosesində həyat tərzini formalaşdıran sosial -psixoloji amil kimi, eyni zamanda dərinlən psixoloji baxımdan təhlilini məqsədəuyğun hesab edirik.

Modanın müxtəlif istiqamətlərdən təhlilinə həsr olunmuş ədəbiyyatların təhlili onun haqqında aşağıdakı yanaşmaları müəyyən etməyə imkan vermişdir:

1. Antropoloji yanaşma: Bloch, D.Flügel, E.Fuchs, A.İ.Bleyz, A.Y.Andreeva, Q.İ.Moqomlova, L.Orlova, V.Bruna və M.Tilke, A.M.Qorbaçev, Q.P.Dudnikav, E.Till və b.

2. Sosioloji yanaşma: B.Barber, E.Qoblo, Q.Zimmel, E.Kats, R.Keniq, P.Lazerkfelt, L.Lobel, D.Rismen, E.Sepir, N.Smelzer, Borev, A.V.Kovalenko, J.B.Petrova, M.N.Topalov, T.Veblen, Q.Zimmel, Q.Tard, Q.Spenser, V.M.Krasnovanın işlərində rast gəlinir.

3. Modaya psixoloji yanaşma: Q.Blumer, E.Boqardus, A.Dişer, N.Reynhardt, V.Sunner, E.Şeftsberi, N.K.Mixailovski, B.O.Parigin, L.İ.Yatina və B.F.Poşnev, O.E.Beglar, E.Fromun, G.M.Andreyev, İ.V.Griqoriev və M.İ.Kiloşenko, Z.Freyd, M.İ.Kiloşenko, J.Flügel, İ.Blox, E.Fuksun işlərində öz əksini tapmışdır.

4. Modanın semantik –işarələr sistemi kimi təhlili R.Bart, T.Veblen, J.Leopardi, T.Reedin və J.Bodriyar, Lotman və başqalarının işlərində rast gəlinir.

5. Tarixi yanaşma: K.Bell, D.Gerd, A.Kreber, A.Lavera, D.Riçardson, N.M.Kominskaya, M.Mertsalova və b.

6. İqtisadi yanaşma: V.Zombart, K.Mark, P.Nystram, D.Robinson və b.

7.Arxeoloji yanaşma: A.B.Qofman, T.B.Lyubimaya, A.B.Qofman və b.

8.Estetik yanaşma: T.Aderno, V.Kazerinova, O.D.Kaşenko, T.V.Korlova, E.Kirelva, İ.Kant, J.J.Russo, M.F.Volter, T.V.Kozlov, Sorina bacıları, T.Evseev, V.İ.Tolstıx, K.M.Kantorun işlərində əks olunmuşdur.

9.Fəlsəfə yanaşma: J.Lipovetski, J.Bodriyar, P.Bart, L.Svenson tərəfindən nəzərdən keçirilir.

10. Müasir moda mədəniyyət fenomeni kimi J.F.Liotar, E.Qiddens, Y.Xeyzinq, K.Yaspers, İ.İ.Zaslavskinin işlərində təhlil olunur.

Respublikamızda moda fenomeni ilə bağlı aparılan tədqiqatlar kifayət qədər olsa da onun psixoloji aspektdən təhlili demək olar ki, çox səthi şəkildə aparılmışdır. Moda fenomeninə ümumi aspektdən yanaşmaya S.S.Dünyamaliyeva, N.R.Yunusov, T.İ.İbrahimov, R.Əfəndiyev, B.S.Paşayev, Y.Ç.Ağamaliyev, L.H.Məmmədova, E.Qasıмова və başqalarının işlərində rast gəlmək mümkündür. Moda fenomeni eyni zamanda Azərbaycan psixoloqlarından Ə.Bayramov, Ə.Əlizadə, M.Həmzəyev, S.F.Əmiraslanova, M.İsmayılovanın işlərində də rast gəlmək mümkündür. Lakin əvvəldə də qeyd etdiyimiz kimi problemə çox səthi yanaşılmışdır. Bu baxımdan da mövzunun aktual olduğunu bir daha qeyd edə bilərik.

Dissertasiya işində eyni zamanda həyat tərzi probleminə də toxunulmuşdur ki, bu anlayış ilk dəfə M.Veber tərəfindən işlənmiş və daha sonralar psixologiya elminə A.Adler tərəfindən gətirilmişdir. Adlerdən sonra həyat tərzi anlayışı həyat üslubu və buna bənzər anlayışlarla əvəz olunmuşdur. İnsanın həyat üslubu xüsusilə son illər ərzində yerli və xarici ədəbiyyatın öyrənilmə mövzusu olmuşdur:

R.Cabbarov, L.Qurbanova, A.Mustafayev, A.Adler, K.Q.Yunq, E.Bern, L.S.Rubinşteyn, V.Frankl, D.A.Leontyev, P.Burde, M.Veber, T.Veblen, S.Kostes, F.Toffler, V.Uorner, X.Ansbaxer, Q.Olport, T.Liloviç, Y.A.Stebbinq, L.Steynberq, R.S.Alen, A.Bandura, M.Eslin, T.F.Hartneqel və b. adlarını çəkə bilər. və b.

Tədqiqatın obyektı və predmeti. Moda sosial - psixoloji fenomen kimi tədqiqatın obyektı, modanın tələbə gənclərin həyat tərzinə təsirinin sosial-psixoloji təhlili isə tədqiqatın predmetini təşkil edir.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri. Müasir sosial-psixoloji mühitdə modanın nəzəri-metodoloji əsaslarını təhlil etməklə onun mahiyyətini, əsas xüsusiyyətlərini, sosial-psixoloji mexanizmlərini, ona təsir edən amilləri müəyyənləşdirmək, moda və həyat tərzinin qarşılıqlı əlaqəsinin psixoloji müstəvidə araşdırmaq, eləcə də modanın tələbə gənclərə, onların həyat tərzinə təsirini psixoloji təhlilini aparmaq tədqiqatımızın məqsədidir.

Tədqiqatda qarşıya qoyulmuş məqsədin həyata keçirilməsi üçün aşağıdakı vəzifələr müəyyənləşdirilmişdir:

- Moda problemi ilə bağlı mövcud nəzəri mənbələri araşdıraraq bu sahədə olan psixoloji, sosial, fəlsəfi, incəsənətlə bağlı ədəbiyyatı təhlil etmək, problemin elmi-nəzəri, praktik vəziyyətini öyrənmək;
- Moda fenomeninin öyrənilməsinə nəzəri yanaşmaları sistemləşdirmək və əsas xüsusiyyətlərini müəyyənləşdirmək;
- Dəbin strukturunu açmaq, onun sosial-psixoloji xüsusiyyətlərini, mərhələlərini və funksiyalarını nəzərdən keçirmək, onların sosial münasibətlər sistemində təzahür xüsusiyyətlərini təhlil etmək;
- Moda və həyat tərzinin qarşılıqlı əlaqəsinin psixoloji mahiyyətini açmaq, onu müxtəlif aspektlərdən təhlil etmək;
- Modanın şəxsiyyətin sosiallaşması prosesinə təsirinin sosial-psixoloji xüsusiyyətlərini müəyyənləşdirmək;
- Dəbli davranış subyektı kimi tələbə gənclərin davranışına modanın təsirinin sosial-psixoloji təhlilini aparmaq.

Tədqiqatın metodları. Qarşıya qoyulan vəzifələrin həlli və fərziyyənin yoxlanılması üçün kompleks tədqiqat üsullarından istifadə olunmuşdur. Bu kompleks üsullar özündə aşağıdakıları ehtiva edir: tədqiqatın probleminə dair elmi ədəbiyyatın nəzəri təhlili; müşahidə, müsahibə və testləşdirmə metodları, moda haqqında tərəfimizdən təşkil olunmuş sorğu, A.Şostromun “Şəxsiyyətin özünüaktuallaşdırması” sorğusu, D.A.Leontyev tərəfindən adaptasiya olunmuş C.Krambo və L.Maxolikin “Həyatın mənasına orientasiya” metodikası, eyni zamanda köməkçi metodika kimi E.A.Petrovanın “Şəxsiyyətin geyimdə özünütəqdim etmə” anketindən istifadə edilmişdir. Eyni zamanda keçirilmiş tədqiqatın daha dərinlən təhlili üçün SPSS proqramı vasitəsilə statistik təhlil aparılmışdır.

Müdafiəyə çıxarılan əsas müddəalar:

- Müasir dövrdə peşəyönümündən asılı olmayaraq müxtəlif sahədə təhsil alan tələbələrdə moda özünüifadə üsulu kimi çıxış edərək onun həyat tərzini ifadə edir.
- Müasir dövrdə tələbə gənclərin modaya münasibətində cins kateqoriyası üzrə əhəmiyyətli fərq yoxdur.
- Özünügerçəkləşdirmə ilə moda arasında tərs mütənəsb əlaqə vardır. Yəni özünügerçəkləşdirməyən gənclər modanı bir növ özünüifadə etmə, özünütəqdim etmə üsulu kimi istifadə edirlər.

Tədqiqatın elmi yeniliyi. Dissertasiya işində moda sosial-psixoloji fenomen kimi sistem struktur yanaşma prinsipinə əsaslanaraq kompleks şəkildə tədqiq edilmiş, modanın yaranmasına təsir edən amillər təhlil olunmuşdur. Bununla yanaşı tədqiqat işində həyat təzi anlayışı, moda və həyat tərzinin qarşılıqlı əlaqəsi, modanın tələbə gənclərin həyat təzinə təsiri, sosial dəyişikliklər fonunda sosiallaşma prosesinin modaya təsiri, eyni zamanda modanın tələbə gənclərdə gender aspektləri ətraflı təhlil edilmişdir. İlk dəfə olaraq ölkəmiz üzrə moda psixologiyası sistemli şəkildə araşdırılmışdır. Tədqiqat işində tələbə gənclərin modadan özünütəsdiqləmə vasitəsi kimi istifadə etmələri göstərilmişdir.

Tədqiqatın nəzəri və praktik əhəmiyyəti. Tədqiqatdan alınmış nəticələrdən sosial psixologiya, şəxsiyyət psixologiyası, ümumi psixologiyada irəli sürülmüş nəzəriyyələrin zənginləşməsində,

xarici ölkə psixoloqlarının ideya və nəzəriyyələrinin Azərbaycan psixologiya elmində tətbiqində istifadə oluna bilər. Dissertasiyada əldə olunan nəticələr, verilən təkliflər psixoloqlar, müəllimlər, tələbələr və eyni zamanda moda sahəsi üzrə çalışan mütəxəssislərin nəzəri və praktik biliklərinin artırılmasında yardımçı ola bilər.

Aprobasiya və tətbiqi. Tədqiqatın nəticələrinin aprobasiyası məqalə və tezislərin çapı, regional və beynəlxalq elmi – praktik konfranslarda iştirakla həyata keçirilmişdir.

Dissertasiya işinin yerinə yetirildiyi təşkilatın adı. Dissertasiya işi Bakı Dövlət Universitetinin Sosial elmlər və psixologiya fakültəsinin Sosial və pedaqoji psixologiya kafedrasında yerinə yetirilmişdir.

Dissertasiyanın struktur bölmələrinin ayrılıqda həcmi qeyd olunmaqla dissertasiyanın işarə ilə ümumi həcmi. Dissertasiya işi giriş, 3 fəsil (6 yarımfəsil), nəticə, istifadə edilmiş ədəbiyyat siyahısı və əlavələrdən ibarətdir. Giriş 8 (14809), I fəsil 67 (135444), II fəsil 25 (51071), III fəsil 31 (43823), nəticə 3 (5211), istifadə edilmiş ədəbiyyat siyahısı 8 (11332) səhifədən, ümumilikdə dissertasiya işi 261690 işarədən ibarətdir.

DİSSERTASIYANIN ƏSAS MƏZMUNU

Dissertasiya işinin **Giriş** hissəsində mövzunun aktuallığı və işlənmə dərəcəsindən bəhs edilmiş, tədqiqatın məqsəd və vəzifələri, metodları müəyyənləşdirilmiş, müdafiyyə çıxarılan əsas müddəalar göstərilmiş, dissertasiya işinin elmi yeniliyi, nəzəri və praktiki əhəmiyyəti əsaslandırılmışdır.

“Moda və həyat tərzini problemlərinin tədqiqinin nəzəri-metodoloji əsasları” adlı birinci fəsil 2 yarımfəsildən ibarətdir. **“Moda fenomeninin psixoloji mahiyyəti və tədqiqinin əsas istiqamətləri”** adlanan birinci yarımfəsildə moda fenomeninin sosial-psixoloji mahiyyəti təhlil edilmiş, onun strukturu ətraflı izah olunmuşdur. Elmi ədəbiyyatda XVII əsrdə istifadə edilməyə başlanmış moda termininin müxtəlif dillərdə ifadə etdiyi mənası, müxtəlif alimlərin moda haqqında fikirləri ətraflı izah olunmuşdur.

Psixoloji təsir vasitəsi olan moda kütləvi davranışın spesifik və son dərəcə dinamik forması olmaqla müəyyən zaman kəsiyində həyatın və ya mədəniyyətin müəyyən sahəsində qəbul olunmuş tərzin, ideyanın müvəqqəti hakimiyyətidir.

Psixoloji tədqiqatlarda moda fərdiliyə yönəlmə olaraq qəbul edilir. Fərqli olmaq duyğusunun altında isə başqalarının heyranlıq dolu baxışlarını çəkmək istəyi yatır. İnsanların geyim seçimləri daxili aləmlərinin xarici təzahürləridir. Eyni vaxtda seçim etdikləri geyimlər, rənglər də fikir və duyğu dünyalarını formalaşdırmaqda təsirli ola bilər. Və hətta qarşımızdakı insanın bizimlə bağlı fikirlərinə və hərəkətlərinə belə istiqamət verə bilər. İnsanı geyiminə görə qarşılayıb, ağına görə yola salarlar atalar sözündə də bu vəziyyət dilə gətirilir. Məhz bu vəziyyət göstərir ki, moda ilə psixologiya bir-birlə ilə qarşılıqlı təsir içərisində olan sahə və muasir həyatda inkişaf edən elmin də bir parçasıdır.

Bu yarımfəsildə, modanın yaranmasına təsir edən amillər də ətraflı izah olunmuşdur. Belə ki, modanın yaranmasına təsir edən amillər içərisində iqlim, sosioloji, iqtisadi, siyasi və başqa digər amillər təsir edir.

Tarixən moda nəzəriyyəsinin yaradılmasını şərti olaraq 3 dövrünü fərqləndirmişlər. Moda probleminə tədqiqatçıların böyük marağı XIX əsrin sonu - XX əsrin əvvəllərində müşahidə olunur. XX əsrin ortaları qismən modanı sosial – psixoloji fenomen kimi öyrənən və geyim psixologiyasına həsr olunmuş bir neçə fundamental tədqiqatlarla yadda qalır. XX əsrin sonlarında tədqiqatçılar moda fenomeninin müxtəlif aspektlərini öyrənməyə çalışmışlar: sosial, iqtisadi, estetik, psixoloji və s. Modanın bir sıra nəzəriyyələrini fərqləndirirlər: avtoritativ, motivasiya, hadisə, ideoloji səbəblər, təkamül və multi-faktorlu nəzəriyyə. Bir məqamı da qeyd etmək lazımdır ki, moda kimi mürəkkəb sosial-psixoloji fenomen haqqında vahid fikir yoxdur. Bütün seçilmiş inkişaf determinantları ayrı-ayrılıqda moda dinamikası və sirayətinin adekvat izahını verə bilmir. Bundan əlavə, hər bir nəzəriyyənin mübahisəli məqamları vardır.

Nəzəri model yaratmaqda alimlər modanın strukturunun bir sıra elementlərini fərqləndirirlər: 1.Modanın standartları (moda obyektləri

vasitəsilə reallaşan standartlar-davranışın, hərəkətin üsulu və ya nümunəsidir); 2. Moda obyektləri (moda obyektləri material və qeyri-material ola bilər. Bura əşyalar, ideyalar, sözlərin və onların xüsusiyyəti daxildir); 3) Moda dəyərləri (moda standartı və ya obyekt moda düşürsə o mod olur, moda dəyərini itirdikdə “dəbdən düşür”). Davranış standart, obyekt və moda dəyərlərinə yönəlmiş axıncı moda elementidir.

Bu yarımfəsildə, həmçinin, modanın yaranma tarixi, modanın mexanizmləri, modanın funksiyaları, modanın yaranması mərhələləri ətraflı şəkildə izah olunmuşdur.

“Moda və həyat tərzinin qarşılıqlı əlaqəsinin psixoloji interpretasiyası” adlı ikinci yarımfəsildə həyat təzi problemi ilk növbədə tarixi aspektdə tədqiq edilmişdir. Müxtəlif alimlərin əsərlərinə əsasən həyat təzi probleminin ətraflı izahı verilmişdir.

Həyat təzi (latınca modus vivendi)- ünsiyyət, davranış, vərdişlər, düşüncələri özündə birləşdirməklə insanın fərdi həyatı fəaliyyət formasını, yaşama üslubunu əks etdirir. Başqa sözlə, həyat təzi fəaliyyət, maraqlar, fikirlərdə təzahür edən insanın dünyada mövcud olma formasıdır. Həyat təzi anlayışı ilk dəfə M. Veber tərəfindən işlənilmiş və daha sonralar psixologiya elminə A. Adler tərəfindən gətirilmişdir. "Həyat üslubu" anlayışı vasitəsilə ənənəvi olaraq insanın şəxsi xüsusiyyətləri ilə əlaqədar insan fəaliyyətinin fərqli xüsusiyyətləri təsvir edilir. İnsanın həyat üslubu xüsusilə son illər ərzində yerli və xarici ədəbiyyatın öyrənilmə mövzusu olmuşdur: L. Qurbanova, A. Mustafayev, A. Adler, P. Burde, M. Veber, T. Veblen, S. Kostas, F. Toffler, V. Uorner və b. adlarını çəkmə bilərik. Qərb sosiologiya məktəbi üçün həyat təzi problemini cəmiyyətin sosial strukturunun xüsusiyyətləri ilə əlaqələndirən fikirlər, ilk növbədə fərdin müəyyən bir sosial qrup, sinif, qata aid olması fikirləri xarakterikdir (P. Burde, M. Veber, T. Veblen). Digər tədqiqatçılar həyat üslubu anlayışını şəxsiyyətin bütövlüyü, onun daxili və xarici təzahürləri, həyat yolunu formalaşdırma prosesi baxımından təhlil edirdilər (A. Adler, X. Ansbacher, Q. Olport). Müasir dövrdə həyat üslubu anlayışı aktiv həyat təzi və istehlakçı üslubunun xüsusiyyətləri, asudə vaxtla əlaqəli şəkildə təhlil edilir (T. Liloviç, Y. A. Stebbinq, L. Steynberq və b.). Başqa

tədqiqatçılar isə KİV-in kütləvi auditoriyaya təsir ilə həyat tərzinin formalaşmasında rolunu xüsusi qeyd edirlər (R.S.Alen, A.Bandura, M.Eslin, T.F.Hartneqel və b.). Ənənəvi olaraq, həyat üslubu anlayışı elmdə "həyat tərzinin" tədqiqi və bu anlayışın müəyyənləşdirilməsi ilə əlaqədar nəzərdən keçirildi.

XX əsrdə tədqiqatçılar modaya yeni tərzin yaranması, yeni stil əsrinin başlanğıcı kimi baxırdılar. Artıq moda və stil (tərz) deyil, insanın həyat təzi qiymətləndirilməyə başlanmışdır. 60-70-ci illərdə tədqiqatçılar modanı ayrıca meyar kimi öyrəndikləri halda, indiki zamanda moda daha geniş çərçivədə öyrənilir. Belə ki, moda təkcə geyimi deyil, mədəniyyətin, insan həyatının bütün sahələrini əhatə edir. Bu isə modanın insanın həyat təzinə çevrilməsi deməkdir. Artıq 80-ci illərdə modelyerdən təkcə geyimdə deyil, eləcə də insanın həyat tərzini əks etdirəcək hər bir sahədə yaradıcı fəaliyyət tələb olunurdu.

Moda, dəyişkən cəmiyyətdə daim işləyən mexanizm kimi sosial tələbata cavabdehdir və dəyərlər kimi nəzərdən keçirilir. O, cəmiyyətin fəaliyyət prinsipinin obyektivləşdirilməsidir. Hansı ki, moda prosesində iştirakçıların motivləri və modanın estetik dəyərlərinin inkişafı ilə davranış normalarını və həyat tərzini formalaşdırır.

Dissertasiyanın **“Müasir cəmiyyətdə moda sosial dəyişiklikləri simvolizə edən sosial-psixoloji amil kimi”** adlı II fəslə 2 yarımfəslə özündə əks etdirir. **“Modanın şəxsiyyətin sosiallaşması prosesinə təsirinin sosial-psixoloji aspektləri”** adlı birinci yarımfəsilə sosiallaşma prosesi, modanın şəxsiyyətin sosiallaşmasına təsiri və müxtəlif yaş dövrlərində olan insanların modaya münasibəti şərh edilmişdir. Bu yarımfəsilə modanın günü-gündən inkişaf edən cəmiyyətdə baş verən proseslər üçün katalizator rolunda çıxış etdiyi xüsusi vurğulanır. Bu proses özü qısa zaman kəsiyində yaranır, yayılır və dəbdən düşür. Beləliklə, moda insanların dəyişməz həyat şərtlərinə uyğunlaşmasına və sonrakı ehtiyaclarını müəyyənləşdirməyə yardımçı olur.

Psixoloji ədəbiyyatlarda sosiallaşma prosesinin müxtəlif təsnifatları vardır. Bu təsnifatlarda sosiallaşmanın dörd başlıca sistemi - mikro; - mezo; -ekzo və makrosistemləri fərqləndirilir. Sosiallaşmanın

müxtəlif səviyyələrdə sistem üzrə bölgüsünə əsasən modanın inkişafına təsir edəcək amillərin səviyyələr üzrə bölgüsünü apara bilərik. Burada makrosəviyyə; mezosəviyyə; mikrosəviyyələri fərqləndirə bilərik.

İqlim şəraiti, sosial - siyasi şərait, dini və əxlaqi, iqtisadi inkişaf, tarixi və mədəni amillər birlikdə makrosəviyyəni yaradır. Sözügedən moda fenomeni müasir təsəvvürlərdə yalnız cəmiyyətin inkişafını müəyyən mərhələsində yarana bilər. Onun mövcud olması üçün modanın siyasi şəraitə, urbanizasiyaya uyğun gələn müəyyən səviyyədə sosial-iqtisadi inkişafı mütləqdir. Moda kütləvi hadisə kimi deyil müəyyən ölkənin müəyyən norma şərtlərinin bir parçası kimi cəmiyyətə təqdim olunurdu.

Mezosəviyyə isə modaya birbaşa deyil, bilavasitə təsir edən amilləri ifadə edir. Bura müxtəlif insanların motiv və tələbatlarını aid etmək olar: estetik, özünü təsdiq etmə tələbatı, identifikasiya, fərdləşmə, yenilikçi və s. Modaya dolaysı ilə təsir edən amillərə isə aşağıdakıları misal göstərmək olar: müxtəlif ixtiraları, yeni materialların yaradılması və ixracı.

Mikrosəviyyədə isə müxtəlif insanların, eləcə də modaya təsir edə biləcək təsadüfləri aid etmək olar. Məsələn: pencəklərin yaranması tarixinə nəzər salsaq görə bilərik ki, Lord Spenserin təsadüfən fraqını yandırması nəticəsində qısalması yeni nəticəsində qısalması yeni pencək dəbini gətirmişdir.

Sosial dəyişikliklər dedikdə müşahidə olunan sosial obyektin xarakteristikasının hər hansı cür dəyişməsi kimi başa düşülür. Dəyişikliklər planlaşdırılmış və ya planlaşdırılmamış, anlaşılan və ya anlaşılmayan ola bilərlər. Təşkil olunmuş dəyişiklikləri kortəbii özünü təşkil etmə proseslərinin təsiri altında yaranan dəyişikliklərdən fərqləndirmək daha məqsədə uyğundur. Modanın sosial dəyişiklikləri ifadə edən sosial-psixoloji amil kimi təhlilinə müxtəlif humanitar elmlər çərçivəsində rast gəlinə də, ümumi-ideya, eləcə də elmi ilkin təsəvvürlərə çox az hallarda rast gəlmək mümkündür.

“Modanın tələbə gənclərin davranışına təsirinin sosial-psixoloji xüsusiyyətləri” adlı 2-ci yarım fəslində isə dəbin tələbə gənclərin davranışına təsiri öyrənilmişdir. Burada eyni zamanda moda

istirakçıları (moda subyektləri) haqqında da ətraflı məlumat verilmiş, moda subyektlərinin tipologiyası təsvir olunmuşdur. Belə ki, moda subyektlərini 5 qrupda fərqləndirmək olar: innovatorlar, erkən mənimsəyənlər, ilkin əksəriyyətlər, ləngiyən çoxluq, ənənəyə sadıq qalanlar. Moda iştirakçıları proses kimi öz tərkibinə görə homogen deyildir. Dəb prosesi iştirakçıları şərti olaraq iki qrupa bölmək olar: “moda yaradıcıları” və “moda istehlakçıları”.

Modanın inkişaf prosesi – daimi yürüş kimi səciyyəlidir. Referent qruplar kütlədən qaçırırlar, kütlə isə onlara çatmağa cəhd göstərir. Bir çox hallarda bu yürüşün trayektoriyası dairəvi xarakterə malik olur.

Burada eyni zamanda dəbin yaranması fazaları da fərqləndirirdi: 1-ci faza – modanın istehsalı – buraya bir neçə mərhələ daxildir. 2-ci faza –dəbli əşyaların və davranış standartlarının yayılmasıdır ki, bu da moda modellərinin geniş ictimaiyyətə çatdırılmasını nəzərdə tutur. 3-cü faza - moda istehlakçıları tərəfindən nümayiş üçün istifadə olunan dəb əşyalarının istehlakıdır.

Dissertasiya işinin III fəslə “**Modanın tələbə gənclərin həyat tərzinə təsirinin eksperimental –psixoloji tədqiqi**” adlanır. İki yarım fəsildən ibarətdir. “**Tədqiqatın metodikasının təsviri və tədqiqatın təşkili məsələləri**” adlı birinci yarım fəsildə tədqiqatda istifadə olunan sorğu və metodikalar, tədqiqatla bağlı icra olunan işlər əks olunub.

Tədqiqat Bakı şəhərində modayla bağlı sahədə və digər sahələrdə təhsil alan tələbələr arasında təsadüfi seçim əsasında aparılmışdır. Tədqiqat zamanı 328 nəfər respondent iştirak etsə də nəticələrin təhlili zamanı 287 nəfərin nəticələrindən istifadə edilmişdir. Tədqiqatda təqdim edilən sualları bu və ya digər səbəbdən cavablandırmaqdan imtina edən, eyni zamanda təqdim olunan metodikaların tələblərini doğru yerinə yetirməyən 41 respondentin nəticələri qənaətbəxş olmadığından təhlil olunmamışdır. 287 respondentlərdən 145 nəfəri qız, 142 nəfəri oğlan olmaqla 136 nəfəri modayla bağlı sahədə, 151 nəfəri isə digər fakültələrdə təhsil alırlar. Eyni zamanda tədqiqatda iştirak edən tələbələrdən 128 nəfəri Bakı şəhərində yaşayan, 159 nəfəri isə daimi olaraq ölkəmizin müxtəlif regionlarında

yaşayıb təhsil üçün Bakı şəhərinə üz tutan tələbələrdir. Bu meyarı əlavə meyar olaraq tədqiqatımızda bəzi sualların təhlili zamanı istifadə etməyi nəzərdə tutmuşuq.

Tədqiqat zamanı tətbiq edilən metodikaların təhlili zamanı respondentlərin peşə yönümü, (modayla bağlı sahə (nəticələrin izahında incəsənət adlandırılacaqdır) və digərləri), cinsi əsas meyar, yaşayış yeri isə əlavə köməkçi meyar kimi götürülmüşdür.

“Alınan nəticələrin təhlili” adlı III fəslin ikinci yarım fəslində tədqiqatın fərziyyələrinin yoxlanılması məqsədilə nəticələr kəmiyyət və keyfiyyət baxımından təhlil edilmişdir. Müxtəlif dəyişənlər və əlamətlər üzrə iki müstəqil qrup (incəsənət və digər sahəsində təhsil alan tələbələr) arasında fərqin olub-olmadığını müəyyənləşdirmək və iki qrup arasında müxtəlif dəyişənlər üzrə müqayisə aparmaq məqsədi ilə SPSS proqramında “T.test” analizindən istifadə edilmişdir. Sorğu 15 sualdan ibarətdir. Sorğu zamanı təqdim olunan: “Moda sizin üçün nədir?” sualına tədqiqatda iştirak edən 287 tələbənin cavabı hər iki qrup üzrə aşağıdakı kimi olmuşdur:

Cədvəl 1.

“Moda sizin üçün nədir?” sualının peşə yönümü üzrə təhlili

Moda sizin üçün nədir?							
Cavab variantları		Peşə yönümü				Total	
		İncəsənət		Digər			
1	Həyat tərzi (həyatın mənası)	32	23,5%	38	25,1%	70	24,3%
2	Özünüifadə üsulu	27	19,8%	31	20,5%	58	20.2%
3	Geyim tərzi	16	11,7%	20	13,2%	36	12.5%
4	Davranış tərzi	7	5,1%	0	0	7	2.4%
5	Bütün yeniliklər	14	10,2%	13	8.6%	27	9.4%
6	Fərqlənmək	11	8%	18	11,9%	29	10.1%
7	Xüsusi görünmə	6	4,4%	18	11.9%	24	8.3%
8	İncəsənət	23	16.9%	9	5.9%	32	11.1%
9	Digər	0	0	4	2.6%	4	1.3%

Cədvəldən də aydın göründüyü kimi hər iki qrupda daha çox üstünlük həyat tərzini, özünüifadə formasını və geyim tərzində olmuşdur. Qrupların ayrı-ayrılıqda təhlilində isə incəsənət sahəsində oxuyan tələbələr üçün moda həyat tərzini, özünüifadə üsulu, incəsənət olduğu halda digər fakültələrdə oxuyan tələbələrdə həyat tərzini, özünüifadə üsulu, geyim tərzini ifadə olunmuşdur. Digər fakültələrdə oxuyan tələbələrdə moda eyni zamanda fərqlənmək, xüsusi görünmə kimi də ifadə olunmuşdur. Eyni sualı cins meyarına əsasən təhlil etdikdə aşağıdakı kimi nəticələr alınmışdır: Cins meyarına əsasən təhlil etdikdə qızlarda moda həyatının mənasını, özünüifadə üsulu, geyim tərzini cavabları üzrə üstünlük təşkil etdiyi halda oğlanlarda ilk iki cavab üst-üstə düşsə də incəsənət cavabı digərlərinə nisbətə daha çox seçilmişdir. Cədvəldən də aydın görünür ki, oğlanlar da qızlar qədər modayla maraqlanırlar.

Cədvəl 2.

“Moda sizin üçün nədir?” sualının cins meyarı üzrə təhlili

Moda sizin üçün nədir?							
Cavab variantları		Cinsi				Total	
		Qız		Oğlan			
1	Həyat tərzini (həyatın mənasını)	36	24.4 %	34	23.9%	70	24,3%
2	Özünüifadə üsulu	29	20 %	29	20.4%	58	20.2%
3	Geyim tərzini	20	13.7 %	16	11.2%	36	12.5%
4	Davranış tərzini	1	0.6 %	6	4.2%	7	2.4%
5	Bütün yeniliklər	15	10.3%	12	8.4%	27	9.4%
6	Fərqlənmək	16	11.03%	13	9.1%	29	10.1%
7	Xüsusi görünmə	12	8.2%	12	8.4%	24	8.3%
8	İncəsənət	13	8.9%	19	13.3%	32	11.1%
9	Digər	3	2.06%	1	0.7%	4	1.3%
	Total	145	100%	142	100%	287	100%

Sorğunun ilk sualını həm də yaşayış yeri meyarı üzrə də təhlili aparılmışdır. Yaşayış yeri üzrə fərqli nəticələr əldə olunmuşdur. Daimi yaşayış yeri şəhərdə olan respondentlər sualın cavabı olaraq həyat tərzini, özünüifadə üsulu, geyim tərzini və incəsənəti ardıcıl olaraq fərqləndirdikləri halda, rayonda yaşayanlar daha çox özünüifadə üsulu, geyim tərzini, bütün yeniliklər və həyat tərzini eyni sırada tutmaqla bu ardıcılıqla seçmişlər. Cavablar aşağıdakı cədvəldə öz əksini tapmışdır.

Cədvəl 3.

“Moda sizin üçün nədir?” sualının yaşayış yeri meyarı üzrə təhlili

Moda sizin üçün nədir?							
Cavab variantları		Yaşayış yeri				Total	
		Şəhər		Rayon			
1	Həyat tərzini (həyatın mənası)	49	38.2 %	21	13.2 %	70	24,3%
2	Özünüifadə üsulu	31	24.2 %	27	16.9 %	58	20.2%
3	Geyim tərzini	12	9.3 %	24	15.09 %	36	12.5%
4	Davranış tərzini	2	1.5 %	5	3.1 %	7	2.4%
5	Bütün yeniliklər	6	4.68 %	21	13.2 %	27	9.4%
6	Fərqlənmək	10	7.8 %	19	11.9 %	29	10.1%
7	Xüsusi görünmə	7	5.4 %	17	10.7 %	24	8.3%
8	İncəsənət	11	8.5 %	21	13.2 %	32	11.1%
9	Digər	0	0	4	2.5 %	4	1.3%
	Total	128	100%	159	100%	287	100%

Sorğunun digər sualı olan “Sizə görə tələbələrə modanı izləmək üçün nə təsir edir?” sualına respondentlərin cavablarına nəzərən demək olar ki, hər iki qrupun fikrincə tələbələr özünüitədiq məqsədi ilə modanı izləyirlər.

Cədvəl 4.

“Sizə görə tələbələrə modanı izləmək üçün nə təsir edir?” sualının peşəyönümü meyarı üzrə təhlili

Sizə görə tələbələrə modanı izləmək üçün nə təsir edir?			
Cavab variantları	Peşə yönümü		Total
	İncəsənət	Digər	
Digər (E)	17	8	25
Yeniliyə sevgisi (D)	21	28	49
Özünü təsdiq (C)	49	47	96
Baxışlarını bölüşdüyü insanlar qrupuna mənsubluğu (B)	21	33	54
Öz qruplarında prestijin qazanılması və saxlanması (A)	28	35	63
Total	136	151	287

“Modayla bağlı aşağıda göstərilmiş sizə uyğun fikirlərdən birini seçin” təklif edildikdə respondentlərin seçdiyi cavablar aşağıdakı kimi olmuşdur.

Cədvəl 5.

“Modayla bağlı aşağıda göstərilmiş sizə uyğun olan fikirlərdən birini seçin” sualının peşəyönümü və cins meyarı üzrə təhlili

Modayla bağlı aşağıda göstərilmiş sizə uyğun olan fikirlərdən birini seçin.					
Cavab variantları	Total	Peşə yönümü (%)		Cins (%)	
		İncəsənət	Digər	Qız	Oğlan
Digər	4,45	3,1	5,8	0,8	8,1
Dəb tendensiyalarını izləsəm də reallaşdırmıram	16,15	9,3	23,0	12,6	19,7
Mənə aid olduqda mütəmadi olaraq modaya maraq göstərirəm.	39,45	41,7	37,2	40,1	38,8

Cədvəl 5. davamı

Moda ilə bağlı hər şey mənə əhəmiyyətlidir	39,25	45,9	32,6	46,2	32,3
Moda ümumiyyətlə nədir?	0,7	0	1,4	0,3	1,1

Cədvəldən də göründüyü kimi respondentlərə təqdim olunan sualının cavablarının arasında müxtəlif meyarlar üzrə elə də ciddi fərq yoxdur. Belə ki, peşəyönümü və cins meyarı üzrə hər iki qrup üzrə təhsil alan tələbələr “Mənə aid olduqda mütəmadi olaraq modaya maraq göstərirəm”, “moda ilə bağlı hər şey mənə əhəmiyyətlidir” cavablarını vermişlər. Tədqiq olunan qrupun çox az bir hissəsi 0,7% (digər fakültələr üzrə, 0.3% qız, 1.1% oğlan) “Moda ümumiyyətlə nədir” cavabını vermişlər. Maraqlısı budur ki sorğu təşkil olunan zaman cavab variantlarında bu cavabı yerləşdirilməmişdir. Digər cavabların içərisində çoxluq təşkil etdiyi üçün cavab variantı kimi faiz göstəricilərini təqdim edirik. Sorğunun bu sualının müxtəlif meyarlar üzrə statistik baxımdan “mənalı” olub-olmamasını yoxlamaq üçün T.testi cədvəlində “Sig” göstəricisinin hansı səviyyədə olduğu yoxlanılmışdı.

Tədqiqatımızın növbəti mərhələsində müəllifi D.A.Leontyev olan “Həyatın mənasına orientasiyası testi (HMO)” təhlil edilmişdir. Metodikada iki qrup üzvlərinin topladığı balların təhlili göstərir ki, HMO testinin beş əlaməti üzrə qruplar arasında ciddi bir fərq müşahidə edilmir. Bu beş əlamətlə əlaqədar statistik cədvəldə ədədi orta və standart deviasiya göstəricilərinin müqayisəsi qruplararası fərqin olmadığını deməyə əsas verir.

Cədvəl 6.

“Həyatın mənasına orientasiya testi (HMO)” üzrə iki müstəqil qrupun statistikasi

Grup statistikasi				
	Grup	N	Ədədi orta	Std. Deviasiya
Məqsəd	İncəsənət	136	32.50	6.449
	Digər	151	33.25	5.869

Cədvəl 6. Davamı

Proses	İncəsənət	136	28.65	7.234
	Digər	151	28.20	6.521
Nəticə	İncəsənət	136	24.55	5.813
	Digər	151	23.85	3.655
Lokus kontrol – mən	İncəsənət	136	20.80	4.525
	Digər	151	20.65	5.147
Lokus kontrol – Həyat	İncəsənət	136	29.80	5.543
	Digər	151	29.95	7.005

Qruplararası daha dəqiq ölçülməsi və statistik baxımdan “mənalı” olub-olmamasını yoxlamaq üçün T.testi cədvəlində “Sig” göstəricisinin hansı səviyyədə olduğu yoxlanılmışdı. Cədvələ nəzərən aydın olur ki, “məqsəd” əlaməti üzrə “P qiyməti” yaxud $Sig=0.588$, “proses” əlaməti üzrə 0.771 , “nəticə əlaməti üzrə 0.521 , “lokus-kontrol mən” əlaməti üzrə 0.890 və “lokus-kontrol Həyat” əlaməti üzrə 0.916 olubdur. Hər beş əlamət üzrə əldə edilmiş “P qiyməti” yaxud $Sig>0.05$ olduğundan demək olar ki, qeyd edilən əlamətlər üzrə iki qrup arasındakı fərq 0.05 səviyyəsində “mənalı deyil” və qruplararası fərq əhəmiyyətli dərəcədə deyil. Qeyd edilməlidir ki, T.testi analizində $Sig\leq 0.05$ olduqda qruplararası fərqi 0.05 səviyyəsində mənalı olduğunu, əks təqdirdə mövcud fərqi 0.05 səviyyəsində mənalı olmadığını söyləmək olar .

Metodikanın 5 şkalası üzrə təhlillər aparılsa da korrelyativ əlaqəni yoxlamaq üçün 3 şkaladan istifadə edəcəyik. Bunlar “Proses”, “həyatın nəticəliliyi”, “lokus kontrol -həyat” şkalalarıdır.

Tədqiqatın növbəti mərhələsində görkəmli Amerika psixoloqu E.Şostromun “Şəxsiyyətin özünüaktuallaşdırması” sorğusu vasitəsi ilə ölçülmüş müxtəlif əlamətlər üzrə iki qrupa aid qiymətlərin statistik təhlili aparılmışdır. Təhlillər göstərir ki, bəzi əlamətlər üzrə iki qrup arasındakı fərq ciddi və mənalı olsa da, bir sıra əlamətlər üzrə qruplararası fərq cüzdür.

“Şəxsiyyətin özünüaktuallaşdırması” sorğusu vasitəsi ilə ölçülmüş 14 əlamət üzrə “P qiyməti” yaxud Sig əmsalının təhlili göstərir

ki, yalnız 5 əlamət üzrə (davranışın möhkəmləndirilməsi, aqressiya, əlaqə, idraki tələbat və kreativlik şkalaları) üzrə iki qrup arasındakı fərq 0.05 səviyyəsində mənalıdır ($\text{sig} \leq 0.05$). Qalan 9 əlamət üzrə fərq mənalı deyil ($\text{siq} > 0.05$).

Hər iki metodikanın (Həyatın mənasına oriyentasiya, Özünüaktuallaşdırma) peşə yönümü meyarına əsasən aparılmış statistik təhlildə qruplar arasında fərqin mənalı olmadığı müəyyən edilmişdir. Sorğu nəticəsində əldə edilmiş təhlillərə əsasən respondentlərin modaya münasibəti ilə hər iki metodika arasında korrelyativ əlaqənin olub olmadığını müəyyən etməyə imkan verir.

Sorğu zamanı istifadə olunan sualların nəticəsi ilə (modayla bağlı hər şey mənə əhəmiyyətlidir) müəyyən etmək üçün də həyatın mənasına oriyentasiya metodikasının proses, həyatın nəticəliliyi, lokus kontrol həyat şkalaları üzrə korrelyativ əlaqə təhlil edilmişdir: proses şkalasından başqa digər iki şkala (həyatın nəticəliliyi, lokus kontrol həyat) üzrə korrelyativ əlaqə mövcuddur.

E.Şostromun “Özünüaktuallaşdırma” metodikasının hər bir şkalası hər iki qrup üzrə ətraflı təhlil olunsa da modayla arasında korrelyativ əlaqəni müəyyən etmək üçün yalnız iki baza şkala üzrə təhlil aparacağıq. Beləki, tələbə gənclərin modaya münasibətini müəyyən etmək ünvanlanan suallar arasında “modayla bağlı hər şey mənə əhəmiyyətlidir” şkalası ilə “Özünüaktuallaşdırma” metodikasının “Zamana bələdləşmə” və “dəstək” göstərici arasında korrelyativ əlaqəni müəyyən etməyə çalışacağıq. Alınan nəticələr aşağıdakı kimidir. modaya müsbət münasibətlə zamana bələdləşmə şkalası arasında korrelyativ əlaqə olduğu halda, dəstək şkalası ilə bu əlaqə yoxdur.

Özünüaktuallaşdırmanın zamana bələdləşmə şkalası ilə “Moda özünü təsdiq üsuludur” cavabı arasında korrelyativ əlaqəni aşağıdakı kimidir:

Cədvəl 7.

“Zamana bələdləşmə” şkalası və “Moda özünü təsdiq üsuludur” sualı arasındakı korrelyativ əlaqə

Özünüaktuallaşdırma Şkalaları		Zamana bələdləşmə
Moda özünü təsdiq üsuludur	İncəsənət	0,317**
	Digər	0,283**

Qeyd: ** $p < 0,01$ səviyyəsində əhəmiyyətlidir.

Cədvəldən də görüldüyü kimi korrelyativ əlaqə mövcuddur.

Tədqiqat zamanı istifadə olunan növbəti metodika “Geyimdə özünü təsdiq edir”dir. Metodikanın təhlilindən aşağıdakı nəticələr əldə edilmişdir. Hər iki qrupda üç sferada (iş və ya təhsil, dünyəvi aləm, istirahət) özünü təsdiq problem öyrənilmişdir. Verilənlərin (respondentlərin cavablarının) statistik təhlili göstərir ki, “dünyəvi aləm” variant istisna olmaqla digər sferalar üzrə qruplararası fərq ciddi deyil.

“Geyimdə özünü təsdiq edir” dəyişəni üzrə üç sferada qruplar arasındakı fərqi statistik baxımdan mənalı olub-olmamasını daha dəqiq yoxlamaq üçün T-testi analizi həyata keçirilmiş və “P qiyməti”nin miqdarına əsasən demək olar ki, “iş və ya təhsil” və “istirahət” sferasında $\text{Sig} > 0.05$ olduğunu nəzərə alaraq bu iki sferada qruplararası fərqi 0.05 səviyyəsində mənalı olmadığını söyləmək olar. Lakin “dünyəvi aləm” sferasında $\text{Sig} = 0.008$ olmuşdur ki bu da qruplararası fərqi 0.05 səviyyəsində mənalı olduğunu deməyə əsas verir.

Əvvəlcə də qeyd etdiyimiz kimi, “geyimdə özünü təsdiq edir” dəyişəninə aid üç əlamət (iş-təhsil, dünyəvi aləm, istirahət) iki nəzəriyyə əsasında ifadə olunur: “əzizlənmə” və “özünükonstruksiya”. Verilənlərin (məlumatın) statistik təhlili göstərir ki, əzizlənmə və özünükonstruksiya nəzəriyyələri əsasında “iş və ya təhsil”, “dünyəvi aləm” və “istirahət” əlamətləri üzrə qruplar arasında ciddi fərq müşahidə edilmir.

**E.A.Petrovanın “Şəxsiyyətin geyimdə özünüdəqdiməmə”
anketinin qrup statistikasi**

Group Statistics					
	Pese yonumu	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Əzizleme (iş-təhsil)	Incesenet	136	.15	.362	.057
	diger	151	.30	.464	.073
Özunukonstruksiya (iş-təhsil)	Incesenet	136	.85	.362	.057
	diger	151	.70	.464	.073
Əzizleme (dünyəvi aləm)	Incesenet	136	.10	.304	.048
	diger	151	.20	.405	.064
Özunukonstruksiya (dünyəvi aləm)	Incesenet	136	.90	.304	.048
	diger	151	.80	.405	.064
Əzizleme (istirahət)	Incesenet	136	.05	.221	.035
	diger	151	.05	.221	.035
Özunukonstruksiya (istirahət)	Incesenet	136	.95	.221	.035
	diger	151	.95	.221	.035

Apardığımız tədqiqat göstərdi ki, irəli sürdüyümüz fərziyyə, incəsənət və digər fakültələrdə təhsil alan tələbələrin modaya münasibəti və həyat tərzləri arasında əhəmiyyətli fərqlər yoxdur. Tədqiqatın fərziyyəsi demək olar ki, təsdiqləndi. Belə ki, Lokus kontrol həyat tərzini göstəricisi aşağı olan respondentlərin modaya münasibəti müsbətdir, modanı həyatlarının mənası kimi görürlər. Həyatın nəticəliliyi şkalası üzrə - özünügerçəkləşdirən insanların modaya münasibəti mənfidir. Bu da onu göstərir ki, özünügerçəkləşdirmə ilə moda arasında tərs mütənəsb əlaqə vardır. Yəni özünügerçəkləşdirməyə gənclər modanı bir növ özünüifadə etmə, özünüdəqdiməmə üsulu kimi seçirlər. Proses şkalası üzrə nəticələri yüksək respondentlər geyimi həyata rəng qatan vasitə kimi qiymətləndirirlər. Digər metodikada Zamana bələdləşmə şkalası üzrə az bal yığanlar modaya üstünlük verənlərdir. Belə ki, bu şkala üzrə yüksək nəticə özünüak-

tuallaşdırmanın göstəricisidir. Aşağı nəticə toplayanlar modaya özünütəqdim etmə üsulu kimi baxırlar. Dəstək göstərici üzrə isə yüksək bal toplayanlar modaya münasibəti mənfi olduqları halda, bu şkala üzrə az bal modanın təsiri altına düşməyi göstərir.

Dissertasiyanın “Nəticə” hissəsində tədqiqatdan alınan nəticələr şərh olunmuşdur.

Müxtəlif elm sahələrində aparılmış tədqiqatlara əsasən deyərək ki, moda – həyatın müxtəlif hadisələr, ziddiyyətlər, sosial perspektivlərlə zəngin olan sahəsidir ki, bu da yüksək inkişaf səviyyəsi ilə xarakterizə olunur. Modadan istifadə etməklə insan fəal şəkildə ətraf mühitlə əlaqədə olmaq imkanı əldə edir, həyatın yüksək ritminə sahib olur və bunun nəticəsində inkişaf edir. Başqa sözlə, moda şəxsiyyətin formalaşmasının sosial mexanizminin əhəmiyyətli hissəsini təşkil edir: ya onda bütövlük və yaradıcılığa canatma əldə edir və ya onda tipik sosial reaksiyaları qazanaraq birləşdirici kimi çıxış edir.

Moda güclü psixoloji təsir vasitəsidir və o, kütləvi davranışın spesifik və dinamik forması olub müəyyən zaman kəsiyində həyatın və ya mədəniyyətin müəyyən sahəsində qəbul olunmuş tərzin, ideyanın müvəqqəti hakimiyyətidir.

Moda subyektlərinin müasirlik dəyərləri əsasında, nümayişlik, universallıq və oyun əsasında şəxsiyyətin tələbatlarını daimi yenilənmə yolu ilə həyata keçirməyə imkan verən qarşılıqlı əlaqə prosesidir.

Apardığımız tədqiqatın nəticələri göstərdi ki, gənclərin modaya münasibəti, modanı həyat təzi kimi qəbul etmələri özünüifadə üsuluna təsir edir. Onların modanı həyat təzi kimi qəbul edərək özlərini təqdim etməyə çalışırlar.

Adət etdiyimiz düşüncədən fərqli olaraq tədqiqatımızın nəticəsinə əsasən qeyd edərək ki, müasir dövrdə oğlanların qızlar qədər modaya münasibəti müsbətdir və onunla yetəri qədər maraqlanırlar.

Nəzəri araşdırmalara əsasən qeyd edərək ki, moda haqqında tədqiqatların spesifik xüsusiyyəti fikir və mövqelərin kəskin toqquşmalarının olmamasıdır. Bu sahədə müzakirələr daha çox qarşılıqlı əlavələr və dəqiqləşdirmələr xarakteri daşıyır. Buna görə də

dəblə bağlı əsərlərdə təqdim olunan yanaşmalar arasında aydın xətt çəkmək bəzən çətin ola bilər.

Dəb müəyyən zaman kəsiyində çoxluq tərəfindən satın alınır və istifadə edilir. Əsrlər boyu təsirli olan geyim geyim stilləri və moda davamlı olaraq dəyişikliklərə uğramış və fərqli üslub, biçimləri yaratmışdır. Bu terminə hər tərəfli nəzər saldıqda və isə apardığımızın tədqiqatına əsasən düşünürəm ki, modaya belə bir tərif verə bilərik: “Psixoloji təsir vasitəsi olan moda müəyyən zaman kəsiyində insanların yaşayış tərzinə təsir edərək həyat tərzini hərəkətə gətirən müxtəliflik axtarışı, yenilik sərgiləmə istəyi, özünüdəqiqləndirmə üsuludur. Bu tərifdən görünür ki, moda özündə aşağıdakı əlamətləri birləşdirir:

Moda :

- Psixoloji təsir vasitəsidir;
- Müəyyən zaman kəsiyində insanların yaşayış tərzinə təsir
- Müəyyən zaman kəsiyində müxtəlif sahələrdə yaradılan, əhali tərəfindən qəbul edilmiş yeniliklərdir;
- İnsanların müxtəliflik axtarışı və yenilik nümayiş etdirmə istəyidir;
- Həyat tərzini hərəkətə gətirən yenilik sərgiləmə istəyidir.
- Özünüdəqiqləndirmə vasitəsidir;

Moda insanın daxili aləminin xarici təzahür formasıdır. Başqa sözlə moda insanın daxili aləminin ifadəsidir. Daxildən gələn zövq birbaşa insanın, davranışına, düşüncəsinə, xarici görünüşünə, geyiminə də təsir edir.

Dissertasiyanın əsas məzmunu iddiaçının aşağıdakı əsərlərində öz əksini tapmışdır:

1. Dəbli geyimlərin seçilməsinin psixoloji xüsusiyyətləri // - Bakı: “Psixologiya” jurnalı, - 2016. №3, - s.47-57
2. Moda sosial – psixoloji fenomen kimi. Gənc tədqiqatçıların Respublika Elmi-praktik konfransının materialları, BDU: - 2016, 27 aprel. - s.12-16

3. Müasir cəmiyyətdə moda fenomeninin psixoloji təhlilinə dair. BDU, SEP fakültəsinin 25 illik yubileyinə həsr olunmuş “Çağdaş dövr və sosial elmlərin aktual problemləri” mövzusunda Ümumrespublika praktik konfrans materialları, BDU: - 2016, 19 dekabr. - s.96-99
4. Влияние моды на социализацию личности. Современный пр: теория, практика, образование\ \ Материалы XI Международной научно-практической конференции, посвященной 20 летию профессионального образования по связям с общественностью в Республике Башкортостан. - 2017, 12 апрел. - s.121-123
5. Modanın sosiallaşması prosesində roluna dair. Doktorantların və gənc tədqiqatçıların XXI respublika elmi konfransı. – Bakı. – 2017, 24-25 oktyabr. - №1. - s.200-201
6. Moda psixologiyasında gender fərqləri // - Bakı: “Psixologiya” jurnalı. – 2017. №1. - s.66-72
7. Moda şəxsiyyətin sosiallaşma elementi kimi // - Bakı: Bakı Qızlar Universitetinin Elmi xəbərləri. – 2017. №4. - s.347-351
8. Modada gender fərqlərinin psixoloji təhlili. "Gender problemi və müasir Azərbaycan" respublika elmi konfransı, Bakı: 2017. - s. 226-230
9. Moda dəyərləri və onun komponentləri // - Bakı: Azərbaycan Dillər Universitetinin elmi xəbərləri. - 2017. №4. s. 105-110
10. Moda dəyərlərinin psixoloji təhlili // - Bakı: BDU-İlahiyyət fakültəsinin elmi məcmusu. – 2017. №4. - s.321-328
11. Moda və həyat tərzinin qarşılıqlı əlaqəsinin psixoloji xüsusiyyətləri // - Bakı: Bakı Qızlar Universiteti Elmi əsərlər. – 2018. №3. s.270-274
12. Həyat təzi anlayışının sosial-psixoloji təhlilinə dair. Ümummillə liderimiz H.Əliyevin anadan olmasının 95-ci il dönmünə həsr olunmuş “Təhsildə tarixilik və müasirlik” mövzusunda X Ümumrespublika elmi-praktik konfransının materialları. - Bakı: 2018, 8 may s.260-261
13. Moda dəyərlərinin sosial - psixoloji təhlilinə dair. International Conference on SUSTAINABLE DEVELOPMENT AND

ACTUAL PROBLEMS OF HUMANITARIAN SCIENCES, dedicated to the 95th anniversary of the National Leader Haydar Aliyev, May 14-15, 2018 Baku, Azerbaijan. 2018, 14-15 may. s.212-217

14. Modanın yaranmasına təsir edən amillərin təhlili // - Bakı: “Psixologiya” jurnalı. – 2018. №4. s.50-57
15. Modanın sosial-psixoloji mexanizmlərinin təhlilinə dair. Təhsil: klassik və müasir yanaşmalar, Gənc tədqiqatçıların respublika elmi-praktik konfransının materialları. Bakı. - 2019, 19 aprel. s.361-364
16. Moda nəzəriyyələrinin təhlili // - Bakı: “Psixologiya” jurnalı. – 2019-№1. - s.54-61
17. Həyat tərzi anlayışının psixoloji təhlili // - Bakı: Bakı Qızlar Universiteti Elmi xəbərləri. – 2020. - s.244-245
18. Psychological aspects of fashion`s influence on lifestyle formation // Revista *Conrado* [online]. 2020, vol.16, n.77. pp.42-49.
19. Modanın inkişaf mərhələlərinin təhlilinə dair. “Dövlətçilik və şəxsiyyət”adlı Ümumrespublika elmi-praktik konfransının materialları. Bakı.-2021, 20 oktyabr. s.181-183
20. Moda subyektlərinin sosial – psixoloji xüsusiyyətlərinə dair. Dövlətçilik və şəxsiyyət, Ümumrespublika elmi – praktik konfransının materialları. Bakı. – 2021, 3 noyabr. s.80-84

Dissertasiyanın müdafiəsi 28 oktyabr 2022-ci il saat 14:00-da Bakı Dövlət Universitetinin nəzdində fəaliyyət göstərən FD. 2.43 Dissertasiya şurasının iclasında keçiriləcək.

Ünvan: AZ1148, Bakı şəhəri, Z.Xəlilov küçəsi 23, Əsas bina.

Dissertasiya ilə bağlı Bakı Dövlət Universitetinin kitabxanasında tanış olmaq mümkündür.

Dissertasiya və avtoreferatın elektron versiyaları Bakı Dövlət Universitetinin rəsmi internet saytında yerləşdirilmişdir.

Avtoreferat 26 sentyabr 2022-ci il tarixində zəruri ünvanlara göndərilmişdir.

Çapa imzalanıb: _____

Kağızın formatı: _____

Həcm: _____

Tiraj: _____