

## MODA DƏYƏRLƏRİNİN PSIXOLOJİ TƏHLİLİ

*İbrahimova Diyanə Rəşid qızı*  
*BDU, Sosial və pedaqoji psixologiya*  
*kafedrasının dissertantı*

**Açar sözlər:** moda psixologiyası, moda standartları, moda obyektləri, moda dəyərləri, atributiv dəyərlər və denotativ moda dəyərləri, iştirakçıların davranışı, müasirlik, universallıq, nümayişkəranəlik, oyun

**Key words:** fashion psychology, fashion standards, fashion objects, fashion values, attributive and denotative values, behavior of participants, modernity, universality, demonstration, game

**Ключевые слова:** психология моды, модные стандарты, модные объекты, ценности моды, атрибутивные и денотативные ценности моды, поведение участников, современность, универсальность, демонстративность, игра.

Elmi ədəbiyyatda XVII əsrdə istifadə edilməyə başlanmış moda termini “modus” latın sözündən götürülmüş – ölçü, hədd, tərz, qayda, təlimat mənasını verir. Cəmiyyətlərin, ənənələrin, hadisələrin sehirlə aynası olan moda dövrlər boyu insanları öz təsiri altına almış, insanların dəyişiklik etmək arzusundan yaranan və cəmiyyətin yaşayış tərzinə təsir edərək həyat tərzini hərəkətə gətirən müvəqqəti yeniliklərdir.

Moda həqiqətdə ancaq dəyişikliyə inanan cəmiyyətlərdə ortaya çıxan bir fenomendir. Uzun vaxt ərzində, moda əhalinin yalnız çox az hissəsini maraqlandıran bir fenomen olaraq qalmış və elit təbəqəyə xas olmuşdur. Modanın yalnız parça trendlərindən, ilin aksesuarlarından, rənglərindən, kimin necə geyindiyini, televiziya kanalları və ya jurnal səhifələrindən meydana gələcək qədər məhdud, dar çərçivədə bir mövzu olması mümkün deyil. Moda - ifadə forması, mədəniyyət və dünyagörüşünün, duyğuların, həyatın və bir çox şeyin şərhidir.

Moda geniş mənada mədəniyyətin müxtəlif xarici formalarına nəzərən – həyat üslubu, adətlər və davranış vərdisləri, məişət predmetləri, avtomaşınlar, geyimlər – müəyyən zamanda və müəyyən mühitlə bu və ya digər zövqlərin hökmranlığı və həmin zövqlərin olduqca tez-tez dəyişməsi kimi başa düşülür. Dar mənada moda (dəb) – geyim formalarının tez-tez dəyişməsidir. Modanın əsas əlaməti olan dəyişkənliyə görə onu çox zaman “yüngülxasiyyətli” adlandırır və ciddi öyrənilmə obyektini hesab etmirlər. Fikrimcə belə mövqə tamamilə yanlışdır. Məhz dəyişkənliyi sayəsində moda insanı darıxmaqdan və cansıxıcılıqdan xilas edir. İnsanların daxili və xarici dəyişikliklərə can atması müəyyən mənada insanın da bir hissəsi olduğu təbiətin özündəki dəyişikliklərin əks olunmasıdır.

Moda öz dövrünün aynası olmaqla insanların ictimai-siyasi həyatını, iqtisadiyyatda məhsuldar qüvvələrin səviyyə və xarakterini, dövrün daha parlaq hadisələrini, müasir insanın ən mühüm mədəni və elmi nailiyyətlərini, vərdişlərini və psixologiyasını, onun estetik ideal barədə təsəvvürlərini əks etdirir. Cəmiyyətin maddi mədəniyyətinin bir hissəsi olan və insanların estetik görüşlərini əks etdirən modanın yaranması olduqca mürəkkəb prosesdir [1].

Moda cəmiyyətin inkişaf dinamikasını müəyyən edən müasir insan cəmiyyətinin əsas komponenti kimi nəzərdən keçirilir. Moda tədqiqatçılarının çoxu modanı kütləvi davranışla əlaqələndirərək izahını verirlər. Psixoloq Z.Petrovun fikrincə, moda - sosial informasiyanın işlənməsinin xüsusi üsulu, yeni meyarıdır [2, s.156]. Sosial psixoloq E.Boqdanus isə modanı insanların əksəriyyətinə xas olan yeniliklərə münasibət bildirmənin növü kimi qeyd edərək, yeni hərəkət və düşüncə tərzini kimi seçim obyektlərinin vaxtaşırı dəyişməsində özünü büruzə verdiyini bildirir [3, s.16]. Məşhur filosof B. Spinozaya görə isə “moda” subyektin bütün vəziyyətini əhatə edir. Bununla belə əşyaların sonsuz çoxluğu və dəyişən keyfiyyətləri var. Daha sonra bu terminlə gündəlik həyat, davranış, geyim, saç düzümü və s. kimi dəyişikliklərin təzahürünü müəyyən etməyə başlanmışdır [4, s.98] Sosioloq A.Qofmanın fikrincə isə moda adət və sosial institutlarda yanaşı davranışın sosial tənzimləmə forması və bu tənzimləmənin sosial və psixoloji mexanizmidir. Moda – vaxtaşırı dəyişik və kütləvi davranış nümunələrinin dövrü xüsusiyyətinə səbəb olan tənzimləyicidir [2, s.16].

Nəzəri model yaratmaqla alimlər modanın strukturunun aşağıdakı elementlərini fərqləndirirlər:

1. Moda 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 obyektə dəbə düşürsə o dəbdə olur, moda dəyərini itirdikdə “dəbdən düşür”.
4. Dəbli davranış. Davranış standart, obyekt və moda dəyərlərinə yönəlmiş axırıncı moda elementidir.

Modanın strukturu üç dəyər səviyyəsi ilə təmsil oluna bilər:

- a) Standartların və obyektlərin dəyər aspektləri;
- b) Atributiv ("daxili") dəyərlərin səviyyəsi;
- c) Əhəmiyyətli ("xarici") dəyərlər səviyyəsidir.

Modanın atributiv dəyərləri arasında müasirlik, universallıq (və ya diffuzluq) və nümayişkəranalıq fərqləndirilir. Modanın fəaliyyət göstərdiyi sosial sistemlərin xarakterik xüsusiyyətləri dinamizm, açıqlıq, zəiflik, sosial fərqlilik və hərəkətlilikdir [3, s.45].

Moda dəyərinin atribut (daxili) mahiyyətini daha geniş şəkildə nəzərdən keçirdikdə görə bilərik ki, modanın strukturunda əsaslı dəyər müasirlik sayılır. “Müasir” kimi dəyərləndirilən hər hansı bir şey, adətən təsəvvürümüzdə müsbət assosiasiyalar yaradır. Müasirlik mütərəqqilik ilə yanaşı dəyişməyə və yaradıcılığın dəyişməsinə

hazırlıq kimi assosiasiya olunur. Lakin müasirliyin yüksək qiyməti heç də universal deyildir, o tarixi məhsulu təmsil edir. Demək olar ki, müasirliyin dəyəri tarixin vərəsəsidir.

Ümumiyyətlə, mədəni ənənə modalı standartların aldığı əsas mənbələrdən biridir, lakin standartların ənənədən əldə etdiyi yuxarıda göstərilən moda dəyərləri, xüsusən də müasirlik dəyərlərini işarə edir. Xapuçınanın “müasirlikdən geri qalmaq üçün mən köhnənin dalınca qaçıram” sözlərilə müvafiq situasiyanı daha dəqiq ifadə etmək olar [4, s. 73].

Müasirliyin dəyərləri sayəsində “köhnə” aktuallaşır, “keçmiş”i ifadə etməklə “hazırkı” işarə edilir. Belə işarə etmənin imkan dərəcəsi, modanın spesifikliyinin sosial və mədəni dövrü ilə izah edilir. Əgər ənənə vasitəsilə davranışın nizamlanması nümunələri arasıkəsilmədən meydana gəlsə, demək moda vaxtaşırıdır. Belə hallarda dövrün iki tipi ilə rastlaşmaq olar: ənənədə – arası kəsilməyən və modada – vaxtaşırı dövrlər. Modalı dövrün vaxtaşırı olması modada sosial yaddaşın xüsusiyyəti ilə bağlıdır, buna əvvəlki moda standartların “yaddan çıxması” və moda dəyərlərinin yada düşməsi təsir göstərir. Bu moda iştirakçılarında təkcə köhnələrin qəbul olunmasına deyil, həm də yaddan çıxmış mədəni nümunələrdən yenidən istifadə edilməsinə imkan yaradır. Əgər standart və obyektlər sahəsində, “köhnə”, atribut dəyərlər sferasına daxil olaraq oradan müasirliyi sıxışdırıb çıxarırsa, moda standartları ənənə standartına, moda isə transformasiyaya çevrilir.

Müasir dövrdə tarixi xassəli dəyərin qəbul edilməsi, insanın “təbii” yeniliyə meyl etməsi kimi moda traktovkasının əleyhinədir. Buna bənzər traktovka kifayət qədər geniş yayılmışdır. Belə ki, sosial psixoloq E. Boqardusun fikrincə: “Modada insanın yeni təcrübəyə meyl etməsinin mühüm əhəmiyyəti vardır. İnsanlar köhnədən bezir və ehtirasla yeniliyə can atır” [2, s. 278]. Alman sosioloqu R. Kening insanın yeniliyə cəhd göstərməsini ona xas olan xassə kimi təsvir edərək, modanın insanların maraqlarını təzahür edən formalardan biri olmasını qeyd edir [4, s. 123]. Əlbəttə, yeniliyə doğru meylin insanların həyat fəaliyyətindəki mühüm rolunu, eləcə də monotonluğun əsəb sisteminə və psixologiyaya göstərdiyi mənfi təsirləri inkar etmək olmaz. Modanın meydana gəlməsində bu faktorların müəyyən əhəmiyyəti vardır. Lakin bunlar modanı izah edə bilmirlər.

Modada “yeniliyə” müasirlik dəyərinin bir ifadəsi kimi, modalı davranış motivi səviyyəsində baxılmalıdır. Bundan başqa moda iştirakçıları müasirlik dəyərinin ifadəsi və bilavasitə dərk edilən dəyər kimi, həmçinin “mütərəqqilik”, zövqün təkmilləşdirilməsi və s. formalarda iştirak edirlər. Əgər ənənə keçmiş söykənersə, onda modada müasirliyə müraciət etmək bu və ya digər formada, bu və ya digər davranış nümunəsinin qəbul edilməsi və ya əks etdirilməsi üçün əsas argument kimi çıxış edə bilər. Əslində müasir olmaq – öz dövrü ilə birgə addımlamaq deməkdir.

Modanın digər daxili dəyəri onun universallığı və ya diffuzluğudur. Daxili dəyərin müasirliyin dəyəri ilə eyni olmasına baxmayaraq o geniş yayılmamışdır. Fransız sosial - psixoloq Qabriel Tard modanın universallıq dəyərinin müasirliyin dəyərinə olan nisbətinin təhlilinə xüsusi diqqət yetirərək, apardığı təhlil zamanı “universallıq”

terminindən istifadə etməmiş, hadisəni digər kontekstdə təhlil etmişdir. Belə ki, “nə yenidirsə, o, yaxşıdır”, “nə köhnədirsə, o yaxşıdır” qaydalarına əməl edənlərin qapalı daxili aləmdə yaşadıklarını qeyd edirdi [5, s.74].

Müxtəlif siniflərin iştirak etdiyi sosial təbəqələrin, sənət qruplarının, demoqrafiklik kateqoriyalarının və s. daxil olduğu universallıq modanın kütləvilik əlamətidir. Moda müxtəlif sosial sistemlərə məxsus olub qlobal xassə daşıyır.

Universallıq elə bir ifadədir ki, “moda”nın hərəkətində hansısa kütlə ilə bağlı olmasından asılı olmayaraq dövlətlərarası sərhədləri yaxşı qət edir. Bu da öz növbəsində müasir kütləvi istehsal, kommunikasiya vasitələrinin inkisafı, mədəni əlaqələr və s. ilə bağlıdır.

Müasirlikdən və universallıqdan fərqli olaraq üçüncü, modanın məkan və zaman çərçivəsində məhdud olmayan davamlı, dəyərli nümayişidir. Müxtəlif mədəniyyətlərin tamamilə fərqli olmasına baxmayaraq onun insanın həyatında bioloji kökləri vardır. Etoqların apardığı çoxsaylı tədqiqatlara əsasən heyvanların davranışının nümayiş etdirilməsinin mühüm əhəmiyyətə malik olduğu məlum olmuşdur. Davranışın nümayiş aspektləri özünü hələ bəşəri tarixin erkən mərhələlərində biruzə vermişdir. Onlar çox saylı tədqiqatlar nəticəsində ibtidai insanın geyimini rəqslərə, bəzək əşyalarına, tatuировkaya istinadən izah etmişlər.

Moda – kommunikasiya və informasiyanın insanlar arasında birindən digərlərinə ötürmə formalarından biridir. Kommunikasiya prosesində moda iştirakçılarının bir-birini tanıması, görməsi, özünü digərinə təqdim etməsi və onlarla tanış olmasına ehtiyac vardır. Bu baxımdan nümayişin mühüm əhəmiyyəti vardır. “Adamı geyiminə görə qarşılayır, ağılına görə yola salırlar” atalar sözünü xatırlamaq yerinə düşərdi. Aydın ki, burada əsas diqqət ikinci hissəyə yönəlmişdir, lakin ikinci hissə özü – özlüyündə məna yükünü daşıyır, bununla belə o geyimə görə qəbul edilir. Bu, geyimin qısa müddətli görünməsi, yəni nümayişin kommunikasiyaya mühüm dərəcədə təsir göstərməsini bir daha təsdiq edir. Buradan da bir tərəfdən ünsiyyət subyektinin tez və adekvat qiymətləndirilməsi, digər tərəfdən isə tez bir zamanda öz “mənliliyinin” ekspressiv nümayişinə olan tələbini aydın görmək olar [4, s.38].

Modanın dəyərlərində nümayişkəranəliliyin olması nəzəriyyəçilərin eləcə də, adi təfəkkürlərdə tamamilə haqlı olaraq insan həyatının səthi tərəflərinə aid edilir. Həqiqətən moda anlayışında “görünmək” və “göstərmək” əslində üst – üstə düşür. Moda dərində və gizli qala bilməz. O, mütləq göz qarşısında olmalıdır. Əgər moda iştirakçısı öz arzusu ilə seçilmək istəyirsə və ya əksinə seçilmək, görünmək istəmirsə, fərqi yoxdur, o, “görünməməzliyi” müəyyən yolla nümayiş etdirməlidir. Çox güman ki, nümayiş dərinləşdikcə, fərdlərlə sosial qruplar arasındakı kommunikasiya vaxtı uzandıqca nümayişin əhəmiyyəti azalır.

Modanın digər “daxili” dəyəri oyundur. Nümayişə oxşar oyun mədəniyyətin universal elementlərini təmin edir. Hələ Platon onun dəyərini sübut edərək qeyd etmişdir ki, insan eyni zamanda oyunçu və oyuncaqdır. O, oyuna təhkim edilmişdir və oynamaq lazımdır. Başqa sözlə, “oynamaqla yaşamaq lazımdır” [2, s.85]. Məlumdur ki, bəzi incəsənət nəzəriyyəçiləri hesab edirlər ki, oyun bədii yaradıcılıq əsiridir. F.Siller

isə bunu insanın fəaliyyətinin spesifikliyi kimi qiymətləndirirdi [3, s. 126]. Holland mədəniyyətsünası I.Xoyzinqanın fikrincə isə, oyun könüllü xassə daşıyır və adi, real həyatdan kənar qalır. Oyun estetik sahəsi ilə bağlıdır və onunla kəşifir. Onun fikrincə, müasir cəmiyyətdə oyunun elementi aşağı düşür. Oyun öz evristik, axtarışlı xassəsi ilə seçilir, onun münasibəti bayram dolu dünya ilə bağlıdır [5, s.239]. Məlumdur ki, ingilis dilində iki müxtəlif görünüşlü oyunları işarə etmək üçün eyni sözdən istifadə edilir: play – heç bir qaydası olmayan sərbəst oyun və məhdud qanun – qaydaya əsaslanan, əvvəlcədən müəyyən edilmiş oyun. Modada bütün qeyd edilən oyun növlərinə və onların əlavələrinə rast gəlmək olar. Modanın strukturunda oyun dəyərlərinin iştirak etməsi, modanın qismən estetik təzahür kimi geniş yayılması və izah olunması ilə bağlıdır. Bu vəziyyətlə bağlı olaraq moda oyunun formasında gənclərin sosial norma və dəyərlər ilə ünsiyyətlərinin yaranmasını əmələ gətirir.

Beləliklə, modanın bütün iştirakçıları eyni standarta əməl edirlər, onlar eyni daxili dəyərlərlə işarə edilir. Lakin bu dəyərlərin vahidliyi arxasında yuxarıda göstəriləni kimi müxtəliflik gizlənilir.

Moda iştirakçılarının kütləsi müxtəlif qlobal mənsubiyyətə bölünmüşdür ki, onlar da müxtəlif dövlətlər, ruhani və milli mədəniyyətlərdən ibarətdir. Bunlara müxtəlif – sosial – iqtisadi, demografik, professional, mədəni və i. a. sosial – qruplar xasdır. Bütün moda iştirakçıları standartların və atributların dəyəri səviyyəsində birləşdirən amorf və diffuz daxilində kütləvi və özünü dərk etmə kimi bütöv denotativ dəyərin son səviyyəsində özünəməxsus cəhdləri və maraqları olan çox sayda dəqiq özünü dərk edən qrupların olması aşkar edilir. Bunlara uyğun olaraq moda iştirakçıları bu və ya digər “moda”nı və işarə edilən atribut dəyərlərini özlərinə məxsus şəkildə başa düşür və izah edirlər.

Modada iştirak edən müxtəlif cəmiyyətlər, bir çox sosial qruplar, nəhayət saysız – hesabsız fərdlər daxili şəxsi dəyərlərə malikdirlər, onlar modada iştirak etməkdən heç də imtina etmirlər. Əksinə onlar “moda”lara tövsiyyələrini əlavə edirlər. Bu yaxınlaşma əlaqəsi modanın daxili dəyərləri ilə sıxışdırılmır, onlara xüsusi ifadələrin izahı verilir. Modanın xarici strukturu üçün təyin olunmuş denotativ dəyərləri, eyni zamanda nisbətən “güclü” motiv qatını və moda iştirakçılarının davranışının güclü hərəkət qüvvəsini təşkil edirlər [6, s.157].

Modada iştirak edilməsilə bağlı olan orientsasiya və motivlər denotativ səviyyəsində bir – birindən mühüm dərəcədə fərqlənirlər. Modanın bir qrup iştirakçıları üçün kütlədən seçilmək, digərləri üçün isə ona qarışmaq vacibdir. Onların bir hissəsi öz iştirakı ilə estetik dəyərlərə, digərləri isə utilitarlığa tərəfdar olduqlarını ifadə edirlər. Adamların bir qrupu modada iştirakları vasitəsilə demokratizmə, digər qrupu isə elitarlığa meyli etdiklərini ifadə edirlər. Moda iştirakçılarının arasında dəyər orientasiyaları və uyğun olaraq motivlərin – öz mənliliyi ilə yüksək cəlbədicilər, sosial qruplara mənsub olanlar, yüksək statusa və ya pristijə mənsub olanlar və s. mövcuddur. Modanın bu xarici dəyərlərinin məzmununu əsasən sosial institutlar, sosial struktur, cəmiyyəti təşkil edən qrupun həyat obrazı, onların ənənələri və s. kimi müxtəlif vəziyyətlər ilə müəyyən edirlər. Bu dəyərlərin müxtəlifliyi və qarşıdurması,

ziddiyyəti əksər hallarda modanın traktovkasının müxtəlifliyini və qarşıdurmasını izah edir, onun bu və ya digər tərəflərinin birinci dərəcəli əhəmiyyətini qeyd edir.

Moda dəyərlərini təhlil etdiyimiz zaman maraqlı bir sual yaranır; ümumiyyətlə denotativ dəyərlər modanın strukturuna daxilirmi? Balzakin “modada yalnız modanı görmək ağılsızlıqdır” fikri ilə sualı cavablandırmaq olar. Əslində yuxarıda qeyd edilənlər və bir çox dəyərlər özü – özlüyündə modaya aid deyildir. Lakin onlar modanın strukturuna və moda davranışına aid qeyd etdiyimiz digər komponentlərlə birgə daxil edilə və çıxarıla bilər.

Bildiyimiz kimi moda cəmiyyətin əksər sahələrinə nüfuz edərək, insanın həyatında müəyyən izlər buraxır. İnsanların modaya münasibəti son dərəcə mürəkkəb olmaqla yanaşı həm də maraqlıdır. Onlar çox vaxt modaya öz həyatı problemlərinin həlli vasitəsi kimi baxırlar.

Moda – vaxtaşırı dəyişik və kütləvi davranış nümunələrinin dövrü xüsusiyyətinə səbəb olan tənzimləyicidir. O, cəmiyyətin inkişaf dinamikasını müəyyən edən müasir insan cəmiyyətinin əsas komponenti kimi nəzərdən keçirilir.

Modanın mahiyyətini daha geniş şəkildə nəzərdən keçirdikdə onun strukturunda dəyərlər və onun komponentləri fərqləndirildiyini görə bilərik.

Moda müxtəlif sosial sistemlərə məxsus olub qlobal xassə daşıyıraq həyat fəaliyyətin sosial fonu kimi çıxış edir. Modanın burada əsas vəzifəsi ictimai sistemi sabitləşdirmə və həyat fəaliyyəti nümunələrinin yayılmasıdır. Lakin moda, özündə əks etdirdiyi dəyərləri digərləri ilə əvəzləyərək, ictimai təbəqəni dağıdan destruktiv element kimi də çıxış edə bilər. Belə olan halda moda əhəmiyyətli dərəcədə aktivləşdirici təsir göstərir. Bu baxımdan moda dəyərlərinin sosial – psixoloji təhlilinin aparılması zəruridir.

### ƏDƏBİYYAT SİYAHISI:

1. E. Qasımova. Dəbin meydana gəlmə yolları // Mədəniyyət dünyası, Elmi-nəzəri məcmuə, XXII buraxılış, Bakı: 2011, s.145-148
2. Килошенко М, Психология моды: теоретический и прикладной аспекты, Москва:2009
3. Гофман А.Б. Модa и люди: новая теория моды и модного поведения.- М.: Наука, 1994.160с.
4. Т.İbrahimov. Müasir moda sənəti. Bakı: 2007, 110s.
5. N. R. Yunusov, Müasir modanın inkişaf tendensiyaları, Bakı: 2006
6. Балдано И.Ц. Модa XX века: энциклопедия. М: «олма-пресс», 2002.

## REZUME

### MODA DƏYƏRLƏRİNİN PSIXOLOJİ TƏHLİLİ

*İbrahimova Diyanə Rəşid qızı*  
*BDU, Sosial və pedaqoji psixologiya*  
*kafedrasının dissertantı*

Müəllif məqalədə moda dəyərləri və onun komponentlərindən ətraflı şəkildə bəhs edərək modanın insanların həyatında nə dərəcə aktual olmasını qeyd edir. Gözəl geyinməyi bacarmaq bu bir sənət və elmdir. Dəbdəbəli geyinməyi bacarmaq isə maddi vəziyyət deyil, məhz zövqdən asılıdır.

Məqalədə moda cəmiyyətin inkişaf dinamikasını müəyyən edən müasir insan cəmiyyətinin əsas komponenti kimi nəzərdən keçirilir. Məqalədə eyni zamanda modanın strukturunun, eləcə də onun elementi olan moda dəyərlərinin təhlil edilərək moda dəyərlərinin komponentlərinin hər biri ayrı –ayrılıqda nəzərdən keçirilmişdir.

## РЕЗЮМЕ

### ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ЦЕННОСТИ МОДЫ

*Ибрагимова Диана Рашид к.*  
*Диссертант Бакинского*  
*Государственного Университета*

Автор статьи рассказывает о ценности моды и её компоненты, подчеркивая актуальность моды в жизни людей. Умение красиво одеваться это наука и искусство, которыми сможет овладеть каждый человек. Модно одеваться не зависит от материального благосостояния, а зависит целиком от вкуса.

В статье рассматривается мода как ключевая составляющая современного человеческого общества, определяющая динамику развития общества. В статье также анализируется структура моды, а также ее элементы, и каждый из компонентов модных ценностей рассматривается отдельно.

**ABSTRACT****PSYCHOLOGICAL ANALYSIS OF FASHION VALUES***Ibrahimova Diyana Rashid*

BSU, dissertant of the Department of Social and Pedagogical Psychology

The author of the article speaks about fashion values, its composers and note`s important role of fashion in the life of people. To be able to wear beautifull is an art and a science. To be able to wear luxury dosen`t depend on the material, but depends on pleasure.

The article considers the fashion industry as a key component of modern human society, which defines the dynamics of society's development. The article also analyzes the fashion structure of fashion as well as its elements, and each of the components of fashion values has been reviewed separately.

**Çapa tövsiyə etdi: p.f.d. M.N.Eyyubova**