

МУТОЛАА МАДАНИЯТИДА МОДА ВА УНИНГ ХУСУСИЯТЛАРИ

Абдулазизов Абдулвоҳид Ҳабибуллаевич,
Наманган давлат университети доценти, с.ф.н.
e-mail: abdulazizov60@mail.ru

АННОТАЦИЯ. Маълумки, инсон ҳаётининг барча жабхаларида янгиликка интилиб яшайди. Киши замондошларидан ортда қолмасликка ҳаракат қилади. Ушбу мақолада мода ва унинг мутолаа маданиятида тутган аҳамияти ҳақида муаллифнинг айрим фикрлари баён этилган.

Калим сўзлар: Мутолаа маданияти, мода, ижтимоий-фалсафий ва психологик механизмлар, моддий фаровонлик, жамиятнинг юқори қатламлари, муҳитига шўнгиши истаги.

МОДА И ЕЕ ОСОБЕННОСТИ В КУЛЬТУРЕ ЧТЕНИЯ

Абдулазизов Абдулваҳид Ҳабибуллаевич
доцент Наманганского государственного университета к.с.н.
электронная почта: abdulazizov60@mail.ru

АННОТАЦИЯ. Известно, что человек стремится к новшеству во всех аспектах своей жизни. Он старается не отставать от своих современников. В статье представлены некоторые мнения автора о моде и ее значении в культуре чтения.

Ключевые слова: культура чтения, мода, социально-философских и психологических механизмов, материальное благополучие, стремления погрузиться в среду верхних слоев общества.

FASHION AND ITS FEATURES IN READING CULTURE

Abdulazizov Abdolvakhid Khabibullaevich,
Associate Professor of Namangan State University
e-mail: abdulazizov60@mail.ru

ABSTRACT. It is known that a person strives for innovation in all aspects of his life. He tries to keep up with his contemporaries. The article presents some of the author's opinions about fashion and its importance in the culture of reading.

Key words: reading culture, fashion, socio-philosophical and psychological mechanisms, material well-being, desire to immerse oneself in the environment of the upper strata of society.

КИРИШ. Асрлар давомида турли олимлар ва тадқиқотчилар моданинг моҳияти ва динамикасини очиб беришга, унинг таъсир доирасидаги одамларнинг хулқ-атвор намуналарини олишга ҳаракат қилишди. Анъанавий босма китобларга бўлган қизиқиш сезиларли даражада пасайган ва мутолаа қадрият ҳисобланмасдан қолган бир вазиятда, мутолаа учун энг муҳим рағбатлантирувчи рол ўйнаши мумкин бўлган мода феноменини ўрганиш айниқса долзарб бўлиб қолмоқда. Анъанага кўра, олимлар универсал ижтимоий-маданий ҳодиса сифатида мода тушунчасининг пайдо бўлиш тарихини Уйғониш даврига боғлайдилар. Ўз навбатида, "мода" (франтсузча "режим") атамаси латинча "модус" дан келиб чиққан бўлиб - ўлчов, қоида, ретсепт, усул, тасвир маъноларини англатади. Ўрта асрлар маданиятидан янги давр маданиятига ўтиш даври моданинг бошланишини - феодал-диний ғояларнинг йўқ қилиниши ва буржуа жамиятининг пайдо бўлиши билан бирга келган ҳодисани таъминлади [1]. "Мода" сўзи рус жамиятига 18-асрда Пётр даврида кириб келган "намуна", "одоб" ва маъносини англатади. Кенг ижтимоий миқёсда мода Европа жамиятида 19-асрда пайдо бўлиб, маданий ҳодиса сифатида тез пайдо бўлди ва товар сифатида такомиллаштирилди. Шунинг учун сотсиологлар ва иқтисодчиларнинг позитсиялари биринчи ўринга чиқарилади, улар орасида модани ижтимоий форматсиянинг капиталистик томонга ўзгариши натижасида пайдо бўлган ижтимоий-иқтисодий тартиб ҳодисаси деб ҳисоблаган В. Сомбарт [2].

Г.Тард модани тақлиднинг асосий тури деб ҳисоблаган. Модага эргашадиган ёки унга қарши чиққан шахс ё унга ўхшаб қолади, ўзини ҳар қандай ижтимоий гуруҳ билан таништиради, ўзи учун янги мақом олади ёки ундан ажралиб чиқади [3].

АДАБИЁТЛАР ТАХЛИЛИ ВА МЕТОДЛАР.

Адабиёт ва мутолаа соҳасида мода тарафдорлари ва танқидчиларига бўлиниш бор мавжуд бўлиб, танқидчилар кўпроқ бўлиб, асосан ўша давр ёзувчилари бу ҳодисанинг салбий рангли хусусиятларини пайдо бўлишига олиб келди. Хусусан, К. С. Аксаков моданинг рус адабиёти учун аҳамиятини шарҳлар экан, у адабий ижоднинг кўрсаткичи бўлиб, маълум бир муаллифнинг мутолаа қобиляти рейтингини белгилайди, деб ёзган эди. Бу, албатта, асарни баҳолаш мезонларининг пайдо бўлишига олиб келади. Шунинг учун мода, унинг нуқтаи назари бўйича, адабиётнинг таназзулига сабаб бўлади [4].

Ф. М. Достоевский асарларида мода жамиятда ижтимоий номутаносибликнинг юзага келишига, инсон ахлоқининг таназзулга учрашига ёрдам берувчи салбий ҳодиса сифатида ҳам талқин этилади. Шу билан бирга,

ёзувчи ўз қахрамони номидан “..мода ҳақиқатан ҳам дунёда малика эмас”, деб таъкидлайди [5].

"Евгений Онегин" романида А. С. Пушкин модани замонавий жамиятининг касаллиги билан таққослайди, бу эса одамларни кийим-кечак, хулқ-атвор, мулоқот ва ҳоказоларда маълум қоидаларга риоя қилишни талаб қилади. [6].

Л.Н.Толстой ўз даври маданиятини „..инсоннинг ахлоқий ва жисмоний хусусиятларига эътибор бермаслигини танқид қилиб, модани инсон моҳиятида ғайритабиий ҳодиса сифатида ҳам тилга олади. Мода - бу оддий одамлар ҳисобига моддий фаровонликда яшайдиган жамиятнинг юқори қатламлари учун мўлжалланган маҳсулотдир. Шунга кўра, мода муҳитига шўнғиш истагини ёзувчи халқдан, меҳнат ҳаётидан, инсоннинг асл моҳиятидан узоқлашиш истаги сифатида тушунган“ [7].

Ва фақат 20-асрда. маълум ижтимоий-маданий ўзгаришлар таъсирида ва ижтимоий ҳаёт тарзидаги ўзгаришлар фонида мода маданий ҳодиса, ижтимоий тузилманинг ижобий элементи сифатида талқин қилина бошлайди, бу одамларнинг хатти-ҳаракатлари ва турмуш тарзи стандартларига таъсир қилади. турли маданият соҳалари: адабиёт, санъат, мусиқа, расм ва бошқаларда.

Олимларнинг 20-асрнинг ижтимоий-фалсафий соҳада мода ривожланиши феномени бўйича тадқиқотлари. назарий ва амалий илмий базанинг муҳим қатламини ифодалайди. С. А. Вангородскаянинг фикрича, “...ҳозирги кунга қадар енг чуқур ва ҳар томонлама о‘рганилгани мода ҳодисасининг ижтимоий келиб чиқиши масалалари, шунингдек, классиклар асарларида ўз аксини топган моданинг тузилиши ва функцияларини кўриб чиқиш муаммоларидир. ” [8]

Мода асосий элементлардан бири ҳисобланган оммавий маданият контекстида В. Бенжамин, Ж. Бодрия, П. Голдинг, Г. Мердок, Н. Постмен, А. Тойнби, В. Эко ва бошқаларнинг тадқиқотлари алоҳида қизиқиш уйғотади. Мода мулоқоти контекстидаги оммавий маданиятнинг индивидуал ҳодисалари П.Бурдье, П.С.Гуревич, С.Зизек, Л.Г.Ионин, Г.Р.Миллз, В.П.Римский, А.Б.Толстих, Э.Фромм ва бошқ асарларида ўз аксини топган.

НАТИЖАЛАР.

Шундай қилиб, бугунги кунда моданинг кўплаб талқинлари мавжуд бўлиб, уларнинг кўпчилиги қарама-қарши ёки тўлиқ эмас, бу жамиятда доимий равишда рўй бераётган ўзгаришлар ва ижтимоий-гуманитар билимларнинг ҳолати билан изоҳланади. Бироқ, замонавий тадқиқотчилар моданинг ижтимоий ҳаёт, маданият ва инсон хатти-ҳаракатларининг турли соҳаларини тўлиқ қамраб олиш ҳақиқатини бир овоздан тан олишади. А. Б. Гоффман [9] позитсиясига мувофиқ,

ушбу тадқиқотда модани одамлар томонидан сунъий равишда яратилган ва бошқариладиган, асосий фазилатлари (мўртлик ва тез машҳурлик), хусусиятлар (тўсикликлик, тақлид, оммавий характер) ва қадриятлар (замонавийлик, стандартлаштириш ва ўйин), мулоқотнинг ижтимоий-фалсафий механизмлари бўлиб оммавий мулоқот орқали ишлайди.

Маълумки, алоқа жараёни сигнал ва маъноларнинг онгли ёки онгсиз равишда узатилишидан иборат. Шунинг учун ҳеч қандай белги воситаларисиз алоқа қилиш мумкин эмас. Мода учун бундай воситалар мода стандартлари ва объектлари бўлиб, улар моҳиятан ўзига хос маълумот хабарларини ташкил қилади - "мода алоқаси" жараёнида узатиладиган нарса. Маданиятшунослар, педагоглар ва ижтимоий психологларнинг (А. Б. Гоффман, М. И. Килошенко, Б. Д. Парыгин ва бошқалар) асарларига асосланиб, биз ўзимиз учун мода стандартлари (ёки "модалар") кўпинча маълум маданий нақшлар, маълум усуллар сифатида талқин қилинишини кўрсатамиз ёки маданиятда маълумотларни бирлаштириш, узатиш ва сақлашнинг махсус усуллари ва шакллари билан қайд этилган ва мода объектлари орқали амалга ошириладиган хулқ-атвор характеридаги ҳаракатлар. Булар, ўз навбатида, мода алоқаси фаолияти соҳасида ўзини топадиган ва фақат мода стандартини амалга ошириш воситаси сифатида мавжуд бўлган ҳар қандай объектлар (моддий ёки номоддий) бўлиши мумкин.

Натижада, мода алоқаси (ёки модада иштирок этиш) кетма-кет ҳаракатлар жараёни, хусусан:

1) янги ва кейинчалик модага айланиши мумкин бўлган моддий ёки маънавий маҳсулотни (стандарт ва объект) ишлаб чиқариш;

2) ушбу маҳсулотларни алоқа каналлари, дистрибьюторлар ва ёрдамчи элементлар орқали тарқатиш: инноватсион технологиялар, маркетинг ечимлари, реклама имкониятлари ва бошқалар;

3) мода истеъмоли бутун алоқа жараёни йўналтирилган шахслар томонидан стандарт ёки объект ва ундан кейинги хатти-ҳаракатларида фойдаланиш. Мода деярли ҳеч қандай чегарага эга эмас; мода стандартлари фан, санъат, сиёсат, мафкура ва бошқа соҳаларга кириб бориши мумкин; Моданинг аҳамияти жуда кенг таъсир доираси туфайли катта. Унинг таъсир доирасига китобхонлик, айниқса ёшлар киради. Шу билан бирга, ёшлар о'ртасида китобхонлик фаоллигини рағ'батлантириш фаолиятида ушбу ҳодиса, унинг асосий каналлари ва механизмларидан фойдаланиш билан бог'лиқ масалалар (айниқса, кутубхона таъсири шартлари) бутунги кунда деярли ўрганилмаган.

Ушбу муаммони кўйишга биринчи уринишлар В. Я. Асқарова томонидан қилинган бўлиб, у "мутолаа модаси" ва "китобхон модаси" тушунчаларини асослаб берган ва илмий муомалага киритган.

Бугунги кунда бу тушунчаларни фарқлаш одатий ҳолдир; Мутолаа модаси жамиятда ўзига хос наслчилик муҳитини яратадиган, одамларни ўқишга жалб қилишга ёрдам берадиган жамоат ҳиссиётлари, маданий меъёрлар ва хулқ-атвор муносабатларининг мураккаб таркибий қисми сифатида тушунилади. Бошқача қилиб айтганда, мутолаа модаси ўқиш фаолиятининг ўзига хос жозибадорлиги ва нуфузининг пайдо бўлишида ифодаланади. Ва В. Я. Асқарова таъкидлаганидек: “Мутолаа соҳасида мода ҳодисасининг намоён бўлишининг ўзи мутолаа билан боғлиқ жараёнларни рағбатлантиради ва тезлаштиради: ўқилган нарсалар ҳақида суҳбатлар, китоблар алмашинуви, китоб сотиб олиш ва бошқалар» [10].

Идеал ҳолда, ўқиш қадриятларига йўналтирилган ижтимоий муҳит ўқувчи қизиқишларини ўқиш маданияти объектларига фаол йўналтириш сифатида "китобхон модаси" ни шакллантириш учун шароит яратади, улар турли билим соҳалари, жанрлар, муаллифлар ва бошқаларнинг адабий асарлари бўлиши мумкин. Бирок, улар ўзларида мода эмас муаллифлар ёки уларнинг асарлари ва уларга нисбатан фаоллик ўқиш, сотиб олиш ёки юклаб олиш, муҳокама қилиш, одамлардан танқид қилишда ифодаланади.

Ёшларни умумий турмуш тарзи, хулқ-атвори, гуруҳ меъёрлари, қадриятлари ва стереотипларига эга бўлган улкан ижтимоий гуруҳ сифатида ҳисобга олсак, шуни таъкидлаш керакки, улар модага энг кўп дучор бўлишади, чунки улар модага фаол эргашадилар ва унинг ҳақиқатларига эргашадилар. Шунинг учун, бизнинг фикримизча, ёшларнинг китобхонлик маданиятида моданинг рағбатлантирувчи имкониятлари энг самарали бўлиб, мода мулоқотининг асосий мақсади китоб ва китобхонликни оммавий қадриятлар даражасига кўтариш деб ҳисобланиши керак, бу эса пировардида ёшларнинг китобхонлик фаоллигини оширишда ҳал қилувчи аҳамиятга эга. Натижада, ушбу тадқиқот доирасида бизни коммуникатив ўзаро таъсирнинг ижтимоий-фалсафий механизмларидан ёшларнинг мутолаа фаоллигини фаоллаштиришнинг ҳаракатлантирувчи кучи сифатида ишлатиш имкониятлари кўпроқ қизиқтиради,

Шуни таъкидлаш керакки, психологик механизмлар тушунчаси шахснинг ақлий ривожланишини ўрганиш натижасида пайдо бўлган. Л. И. Антсферова, Е. Л. Доценко, В. Г. Леонтьев ва бошқаларнинг асарларида психологик механизмлар рухий ҳолатлар ва жараёнларнинг яхлит мажмуи сифатида тушунилади. Шунинг учун, умумий маънода, психологик механизмларни

муайян тартибга солиш функсияларини бажариш орқали уни ўзгартиришга қаратилган ҳаракатни амалга оширадиган доимий ишлайдиган ёки вазиятга қараб пайдо бўладиган шахсий воситаларнинг яхлит тизими сифатида таърифлаш мумкин.

Ижтимоий-коммуникатив муҳитда биз аллақачон мода феноменига хос бўлган мулоқотнинг ижтимоий-фалсафий, психологик механизмлари ҳақида гапирамиз. Б. Д. Парыгиннинг фикрига кўшилиб, [11] биз ушбу контсептсиянинг қўйидаги талқинига амал қиламиз - гуруҳ ичидаги ва оммавий ўзаро таъсир ва одамларнинг бир-бирига ўзаро таъсири натижасида юзага келадиган ижтимоий-психологик ҳодисалар ва жараёнларнинг яхлит тизими, Бу уларнинг коммуникатив фаоллиги даражасига, уларнинг психологик алоқаси ва ўзаро тушунишининг чуқурлиги ва тўлиқлигига, уларнинг коммуникатив хатти-ҳаракатларининг табиати ва самарадорлигига энг тўғридан-тўғри таъсир қилади. В.М.Бехтерев, Ж.Болдвин, А.Вигуру, А.Б.Гоффман, П.Жюкелйе, Н.К.Михайловский, Б.Д.Паригин, Б.Ф.Поршнев, Г.Тарде каби маҳаллий ва хорижий психологлар, сотсиологлар, маданиятшунослар ва мода тарихчиларининг тадқиқотлари асосида ва ҳоказо, шахс онгида мода ҳодисасининг ижтимоий-маданий шартлилиги муаммосини, шунингдек, В. Я. Аскарлова позитсиясини кўриб чиқишда алоҳида аҳамиятга эга бўлган ижтимоий-фалсафий ва рухий механизмларни белгилаймиз. Мода шаклланишига ҳисса қўшиш, шу жумладан мутолаа соҳасида: тақлид, таклиф, ишонтириш, конформизм, идентификатсия. Шуни таъкидлаш керакки, алоҳида-алоҳида, санаб ўтилган механизмларнинг ҳар бири камдан-кам ҳолларда ишлайди, қоида тариқасида, улар турли хил комбинатсияларда бирлаштирилади, бу уларнинг ўзаро мустаҳкамланишига ёрдам беради.

Мутолаа маданияти доирасида мода алоқаси жараёнида асосий рол "юкумли" механизмга юкланган. Унинг ёрдами билан ёшларни мутолаа муҳитига жалб қилиш, китобхонлик жамиятига, кутубхона муассасаларига гуруҳ таъсири орқали, онгли ва интеллект орқали эмас, балки шахснинг ҳиссий соҳаси орқали амалга оширилади. Масалан, адабиёт шарҳлари, китоб кечалари, адабий заллар, ёзувчилар билан учрашувлар, мунозара майдончалари ва бошқалар, шунингдек, ҳозирда онлайн (мусобақалар, викториналар, ижтимоий тармоқлардаги квестлар) ва офлайн (ролли ўйинлар, стол ўйинлари, квестлар ва бошқалар) форматлари. Чунки ҳиссий жавоб одамларнинг маълум бир тўпламида (бошқача айтганда, оломонда) пайдо бўлади ва мулоқот қилувчи субъектларнинг ҳиссий таъсирини қайта-қайта кучайтириш учун механизм ишлайди. Оломонда мода тенденциялари билан касалланиш ривожланади. Шу

билан бирга, шахс кўрсатма, қасддан босимни бошдан кечирмайди, балки унга беихтиёр бўйсунди, мода ихлосмандларининг хатти-ҳаракатларини онгсиз равишда ўзлаштиради.

Юқумли ва тақлид механизмларининг кесишмасида у ишлай бошлайди

"таклиф", баъзан бир томонлама инфекция деб аталади. Бу ерда ўзига хослик шундаки, таъсир субъектларининг (масалан, кутубхона веб-сайтлари, порталлар, ижтимоий тармоқлардаги жамоалар ва бошқалар) шахссизлиги, бу ёшларда босма нашрларга, аниқ муаллифларга, китоб нашриёт муассасаларига ва ҳоказоларга маълум муносабатни уйғотади. Аслида, бу турдаги таъсир мода алоқасининг асосий воситаларидан бири бўлган реклама функциялари билан қисман мос келади. Кўрганлари ҳақидаги таассуротлари билан ўртоқлашар экан, ёш китобхонлар кейинчалик бир-бирларига китобни олиш ва уни тушунишларини чуқурлаштириш истагини уйғотадилар. Таклиф, ишонтириш ва тақлид қилиш механизмлари жуда чамбарчас боғлиқ. Улар баъзан мос равишда сабаб ва таъсир сифатида белгиланади. Шундай қилиб, моданинг илҳомлантирувчи таъсири обрўга, ишончга, маълумот манбасига ҳиссий боғланишга асосланади ва унинг мулоҳазалари, фикрлари мўлжалланган ўқувчи учун шунчалик аҳамиятлидирки, улар унда худди шундай муносабатда бўлишни шакллантиради. Юқорида айтиб ўтилган реакция аллақачон тақлид механизмнинг ишлаш принциpidир. У кишини ўзи учун аҳамиятли бўлган одамлар ўқиганларини ўқишга, босма асарларни улар каби идрок этишга ва баҳолашга ундайди.

Моданинг яна бир механизми - "конформизм" (гуруҳ босими) - "ҳамма каби бўлиш" истагини рағбатлантиради, бу кўпинча ҳаракатлар, фикрлар ва баҳолашларнинг бир хиллиги, умумий масса билан бирлашиши ва шахсни шахсиятсизлаштириши билан боғлиқ. Маълумки, кўпчилик буни хоҳламайди

оломондан ажралиб туриш ва шунинг учун конформизм ўзига хос, ҳимоя хусусиятига эга ва мода ўзининг махсус, яширин ролини бажаради - ижтимоий мимика. Ёшлар кўпинча қандайдир аноним воқеликка шўнғиган ҳолда, умуминсоний бирлик орқасида ўзларининг шахсий "мен"ларини яширишга ҳаракат қилишади.

МУХОКАМА ВА ХУЛОСАЛАР.

Замонавий ахборот-коммуникация вазиятининг воқелигида деперсонализация тамойили тўлиқ амалга оширилган асосий макон бу Интернетдир. Кўплаб ижтимоий тармоқлар, порталлар, форумлар ва чатлар ўз фойдаланувчиларига тўлиқ ёки қисман анонимликни таклиф қилади, улар "лақаблар" ва "аватарлар" орқали амалга оширилади. Буларнинг барчаси ёшлар

ўртасидаги турли чегараларни бутунлай йўқ қилади; уларнинг алоқалари "ижтимоий ниқоблар" даражасида содир бўлади, қачонки ҳар бир киши ўзи ўйнайдиган ёки ўйнашга ҳаракат қиладиган маълум бир ижтимоий ролда ҳаракат қилади, ҳар қандай нарсани истисно қилади. Бироқ, мода алоқаси нуқтаи назаридан, конформизм маълум даражада намойишкорликка эга деб тахмин қилиш мумкин. Агар мода иштирокчиси ажралиб турмасликни, кўринмас бўлишни истаса, бу "кўринмаслик" аслида намоён бўлади.

Бироқ, конформизмнинг яна бир тури мавжуд - селектив, мос ёзувлар, бу алоҳида механизм сифатида белгиланган - "идентификация". Ҳар қандай ёш йигит қисман ўзи ёқтирган кишиларга ўхшашга ҳаракат қилади ва ҳасадни келтириб чиқаради. У ўзининг мос ёзувлар гуруҳига тақлид қилишга, маълум субкултуралар ва ёки шарҳловчи жамоаларнинг маданий меъёрларига риоя қилишга интилади. Идентификация механизми одамни ўз маълумотнома гуруҳида маъқулланган муаллифлар ва китобларни танлашга, улар ҳақида бу ерда одат бўлган тарзда гапиришга, ўзини "биздан бири" каби ҳис қилишга ундайди. Фойдаланувчини онлайн идентификация қилувчи 1 та хаёлий исм ёки тахаллус. Виртуал дунёда жаргон маълум бир хизматда ҳисоб эгасининг афзалликлари ёки кўринишини акс эттирувчи кичик расмни англатади. Бугунги кунда тармоқ маконида китоб оламидаги янги маҳсулотлар, китобхонлар ўртасида маълум жанрларни актуаллаштиришнинг сўнгги тенденциялари ҳақида турли хил маълумотларни ўз ичига олган турли хил "виртуал" алоқа ва маълумот алмашиш шакллари пайдо бўлиши ва ҳоказо.

Шунга қарамай, мутолааза мода механизмларининг мавжудлиги ўз-ўзидан муаммони ҳал қилмайди, чунки уларнинг фаоллашиши таъсир қилувчи мавзунини талаб қилади. Шу боис, ҳар томонлама таҳлил қилмасдан, фақат асосийларини қайд этамиз: ёзувчилар, китоб нашриёт ва китоб савдоси ташкилотлари, давлат органлари, кутубхоналар ва китобхонларнинг ўзлари. Юқорида айтилганларнинг барчасини умумлаштириш учун шуни таъкидлашни истардикки, тушунчалар

"мутолаа модаси" ва "китобхон модаси" бир-бири билан чамбарчас боғлиқ. Улар бизга мода феноменининг ўқувчилар орасидаги ўрнини аниқлашга имкон беради ва шу билан ушбу соҳанинг баъзи ўзига хос муаммоларини таъкидлайди. Турли тушунчаларни таҳлил қилиш мода ҳодисасининг турли кўринишлари доирасини кўрсатди. Шунини таъкидлаш керакки, мутолаа модаси маълум бир ўзига хосликка эга бўлиши керак, бу уни инсон ҳаётининг бошқа соҳаларида ушбу ҳодисанинг намоён бўлишидан бироз фарқ қилади. Ушбу тадқиқотнинг мақсадлари нуқтаи назаридан моданинг асосий вазифаси ёшларнинг мутолаа фаоллигини ошириш учун ижтимоий-маданий амалиётлар тизимида фаолият

юритади ва бизнинг фикримизча, ушбу ҳодисанинг ҳар қандай сифати ижобий рол ўйнаши мумкин, ҳатто агар баъзи китобхонлар учун китоб маҳсулотларига қизиқиш модага хурмат бўлса ҳам. Бундай ҳолда, мода маданий таъсирнинг ўзига хос агенти, мутолаа соҳасидаги шахснинг хатти-ҳаракатларига фаол таъсир кўрсатадиган ижтимоий-маданий амалиётлардан бири сифатида ҳаракат қилиши мумкин. Инсоннинг мутолаа қилиш истаги пайдо бўлган рағбатнинг таъсири остида унчалик муҳим эмас. Асосийси, китобхонлик инсоннинг кундалик ҳаётини бойитадиган, янги мазмун-моҳиятларга эга бўлиш ва ўз-ўзини такомиллаштиришга йўл очадиган маданий одатга айланади.

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Аброзе, Е. А. Индустрия моды в глобализации культуры [Текст]: дис...канд. культурологии : 24.00.01 / Е. А. Аброзе. – Санкт-Петербург, 2006. – 168 с.
2. Зомбарт, В. Народное хозяйство и мода. К вопросу о современных формах потребностей [Текст] / [соч.] Вернера Зомбарта ; пер. с нем. Э. М. Зиновьевой; под ред. А. А. Крогиуса. – Санкт-Петербург : тип. Брокгауз-Ефрон, 1904. – 28 с.
3. Тард, Г. Законы подражания [Текст] = (Les lois de l'imitation) : пер. с фр./ [соч.] Г. Тарда. – Санкт-Петербург : Ф. Павленков, 1892. – 370 с.
4. Грусман, М. В. Мода как феномен культуры и средство социокультурной коммуникации [Текст] : автореф. дис. . канд. культурологи : 24.00.01 / М. В. Грусман. – Санкт-Петербург, 2010. – 22 с.
5. Достоевский, Ф. М. Братья Карамазовы [Текст]: роман / Ф. М. Достоевский. – Санкт-Петербург : Азбука-классика, 2010. – 894, [1] с
6. Пушкин, А. С. Евгений Онегин / [соч.] А. С. Пушкина. – Санкт-Петербург : т-во Р. Голике и А. Вильборг, 1908. – 120, [4] с.
7. Толстой, Л. Н. Так что же нам делать? [Текст] / Л. Н. Толстой // Собрание сочинений : в 22 т. / Л. Н. Толстой – Москва : Худож. лит., 1983. – Т. 16. – С. 166 – 396.
8. Вангородская, С. А. Мода как фактор социализации студенческой молодежи [Текст] : дис. ... канд. социол. наук : 22.00.06 / С. А. Вангородская. – Белгород, 2002. – 183 с.
9. Гофман, А. Б. Мода и люди: новые теории моды и модного поведения [Текст] / А. Б. Гофман. – 4-е изд., испр. и доп. – Москва : КДУ, 2010 – 228 с.
10. Аскарова, В. Я. Многообразие проявлений феномена моды в чтении: эволюция представлений и научных подходов [Текст] / В. Я. Аскарова // Чтение. XXI век : коллект. монография / науч. ред.-сост. В. Я. Аскарова ; Челябин. гос. акад. культуры и искусств. – Челябинск : [б. и.], 2014. – С. 124 – 145.
11. Парыгин, Б. Д. Социальная психология. Проблемы методологии, истории и теории [Текст] / Б. Д. Парыгин. – Санкт-Петербург : ИГУП, 1999. – 592 с.