ISSN: 2181-4341, IMPACT FACTOR (RESEARCH BIB) – 9.145, SJIF – 5,431

Qarshi DU San’atshunoslik fakulteti

Dizayn:libos va gazlamalar yo‘nalishi 2-kurs talabasi

Mustafayeva Mashhura Bobir qizi

“NOSTALGIYA FENOMENI VA YOSHLAR IDENTITETI: RETRO MODANING PSIXOLOGIK TAHLILI”

Annotatsiya. Mazkur maqolada nostalgiya fenomenining yoshlar identiteti shakllanishidagi o‘rni hamda retro modaning psixologik jihatlari tahlil qilinadi. Tadqiqotda nostalgiya tushunchasining ijtimoiy-psixologik mohiyati, uning yoshlar ongida estetik qadriyatlar va madaniy xotira bilan bog‘liqligi o‘rganiladi. Shuningdek, retro modaning yoshlar orasida ommalashuvi shaxsiy identifikatsiya jarayoni, madaniy merosga qiziqish va ommaviy madaniyat ta’siri bilan izohlanadi. Tadqiqot natijalari retro moda yoshlarning o‘zini ifodalash vositasi va ijtimoiy identitet shakllanishining muhim omillaridan biri ekanligini ko‘rsatadi.

Kalit so‘zlar: nostalgiya fenomeni, yoshlar identiteti, retro moda, psixologik tahlil, madaniy xotira.

Аннотация. В данной статье рассматривается феномен ностальгии и его роль в формировании идентичности молодежи, а также психологические аспекты ретро-моды. Исследуется социально-психологическая сущность ностальгии и ее связь с эстетическими ценностями и культурной памятью. Также анализируется популярность ретро-моды среди молодежи как средство самовыражения и формирования социальной идентичности. Результаты исследования показывают, что ретро-мода является важным элементом культурной самоидентификации молодежи.

Ключевые слова: ностальгия, идентичность молодежи, ретро-мода, психологический анализ, культурная память.

Annotation. This article examines the phenomenon of nostalgia and its role in shaping youth identity, as well as the psychological aspects of retro fashion. The study explores the socio-psychological nature of nostalgia and its connection with aesthetic values and cultural memory. It also analyzes the popularity of retro fashion among young people as a means of self-expression and identity formation. The results show that retro fashion serves as an important cultural and psychological factor in the self-identification of modern youth.

Keywords: nostalgia phenomenon, youth identity, retro fashion, psychological analysis, cultural memory.

Zamonaviy jamiyatda moda nafaqat estetik hodisa, balki ijtimoiy va psixologik jarayonlarning muhim ko‘rinishlaridan biri sifatida qaraladi. Kiyim-kechak insonning o‘zini ifodalash usuli, ijtimoiy mavqeini ko‘rsatish vositasi hamda madaniy identitetning muhim elementi hisoblanadi. Ayniqsa, yoshlar orasida moda shaxsiy identifikatsiya jarayonining ajralmas qismi sifatida namoyon bo‘ladi. Shu sababli moda hodisasi sotsiologiya, psixologiya, madaniyatshunoslik va dizayn nazariyasi doirasida keng tadqiq etilmoqda[1].

So‘nggi yillarda moda industriyasida retro uslublarning qayta ommalashuvi kuzatilmoqda. Bu jarayon ko‘pincha jamiyatda nostalgiya hissining kuchayishi bilan bog‘liq holda izohlanadi. Nostalgiya – bu o‘tgan davrga nisbatan hissiy bog‘liqlik va idealizatsiyalangan xotiralar bilan tavsiflanadigan psixologik holatdir. Ushbu fenomen insonning madaniy xotirasi, shaxsiy tajribasi va ijtimoiy muhit bilan chambarchas bog‘liq[2]. Retro moda yoshlar uchun nafaqat estetik tanlov, balki o‘z shaxsiy identitetini shakllantirish vositasi ham hisoblanadi. Yoshlar ko‘pincha o‘tgan davr modasidan ilhomlanib, uni zamonaviy elementlar bilan uyg‘unlashtiradilar. Natijada retro moda madaniy meros va zamonaviy estetik qarashlar o‘rtasidagi o‘ziga xos ko‘prik vazifasini bajaradi.

Mazkur maqolaning maqsadi nostalgiya fenomenining yoshlar identiteti shakllanishidagi o‘rnini hamda retro modaning psixologik jihatlarini ilmiy jihatdan tahlil qilishdan iborat.

Nostalgiya fenomeni psixologiya va madaniyatshunoslikda keng o‘rganiladigan tushunchalardan biri hisoblanadi. “Nostalgiya” atamasi yunoncha nostos – “uyga qaytish” va algos – “sog‘inch, iztirob” so‘zlaridan kelib chiqqan bo‘lib, dastlab XVII asrda Shveytsariya shifokori Iogann Hofer tomonidan ilmiy muomalaga kiritilgan[3]. Zamonaviy psixologiyada esa nostalgiya o‘tgan davrga nisbatan iliq hissiy xotiralar, romantik tasavvurlar va shaxsiy yoki kollektiv tajribalar bilan bog‘liq psixologik holat sifatida talqin qilinadi.

Tadqiqotchilarning fikriga ko‘ra, nostalgiya inson psixikasida muhim ijtimoiy va emosional funksiyalarni bajaradi. U insonda hayot mazmunini anglash, ijtimoiy bog‘liqlik hissini kuchaytirish hamda shaxsiy tajribalarni qayta baholash jarayoniga yordam beradi[4]. Shu sababli nostalgiya nafaqat individual xotira, balki jamiyatning madaniy xotirasi bilan ham uzviy bog‘liq hisoblanadi. Zamonaviy jamiyatda nostalgiya fenomeni ko‘plab madaniy sohalarda, jumladan, san’at, kino, musiqa va moda sohalarida namoyon bo‘ladi. Ayniqsa, moda industriyasida o‘tgan davr uslublarining qayta ommalashuvi nostalgiya fenomenining estetik ifodasi sifatida qaraladi. Retro moda ana shunday jarayonlarning natijasi bo‘lib, u o‘tgan davr estetikasi va zamonaviy dizaynning o‘zaro uyg‘unlashuvi orqali shakllanadi.

Yoshlar identiteti masalasini tushunishda “identitet” tushunchasining mazmunini aniqlash muhim ahamiyatga ega. Psixologiyada identitet (identity) shaxsning o‘zini anglash jarayoni, ya’ni insonning o‘zini muayyan ijtimoiy guruh, madaniyat yoki qadriyatlar tizimi bilan bog‘lash jarayonini anglatadi[5]. Amerikalik psixolog Erik Erikson identitetni insonning o‘z shaxsiy “men”ini anglash hamda jamiyatdagi o‘rnini aniqlash jarayoni sifatida talqin qiladi. Yoshlar davri identitet shakllanishining eng muhim bosqichlaridan biri hisoblanadi. Bu davrda shaxs o‘z qiziqishlari, qadriyatlari va estetik qarashlarini shakllantiradi. Moda esa ushbu jarayonda muhim ijtimoiy va madaniy vosita sifatida namoyon bo‘ladi. Yoshlar kiyim uslubi orqali o‘z qarashlari, didi va ijtimoiy identifikatsiyasini ifoda etadilar[6].

Retro moda aynan shu nuqtai nazardan yoshlar identiteti shakllanishida muhim rol o‘ynaydi. O‘tgan davr modasiga murojaat qilish yoshlar uchun nafaqat estetik tanlov, balki madaniy xotira bilan bog‘lanish, o‘ziga xoslikni namoyon etish hamda individual uslub yaratish imkoniyatini beradi. Ko‘plab yoshlar turli davr modalarini zamonaviy kiyim elementlari bilan uyg‘unlashtirib, yangi stilistik obrazlar yaratishga intiladilar. Shuningdek, zamonaviy axborot texnologiyalari va ijtimoiy tarmoqlar retro modaning yoshlar orasida keng tarqalishiga sezilarli ta’sir ko‘rsatmoqda. Internet platformalari orqali turli davr modalariga oid tasvirlar, kolleksiyalar va stilistik g‘oyalar tez tarqaladi. Natijada yoshlar global moda tendensiyalaridan ilhomlanib, o‘z shaxsiy identitetini yaratishda retro elementlardan faol foydalanadilar[7].

Shunday qilib, nostalgiya fenomeni va identitet tushunchalari retro modaning yoshlar orasida ommalashuvini tushuntirishda muhim nazariy asos bo‘lib xizmat qiladi. Retro moda

yoshlarning madaniy xotirasi, estetik didi va ijtimoiy identifikatsiyasining o‘ziga xos ifodasi sifatida namoyon bo‘lmoqda.

Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, nostalgiya fenomeni zamonaviy jamiyatda nafaqat psixologik holat, balki madaniy va ijtimoiy jarayon sifatida ham muhim ahamiyat kasb etadi. Nostalgiya insonning o‘tgan davrga nisbatan hissiy bog‘liqligini ifodalab, shaxsning madaniy xotirasi va hayotiy tajribasi bilan uzviy bog‘liq holda namoyon bo‘ladi. Ayniqsa, yoshlar madaniyatida nostalgiya estetik tanlovlar, turmush tarzi va moda orqali ifodalanadigan muhim ijtimoiy fenomen sifatida ko‘zga tashlanadi.

Maqolada olib borilgan tahlillar shuni ko‘rsatadiki, retro modaning ommalashuvi ko‘p jihatdan aynan nostalgiya fenomeni bilan bog‘liq. O‘tgan davr modasiga murojaat qilish jamiyatning madaniy xotirasini saqlash va qayta talqin qilish jarayonining bir ko‘rinishi sifatida namoyon bo‘ladi. Retro moda orqali tarixiy estetik qadriyatlar zamonaviy dizayn bilan uyg‘unlashib, yangi uslubiy yo‘nalishlar shakllanadi. Bu jarayon modaning evolyutsion rivojlanishida tarixiy tajriba va zamonaviy ijodiy yondashuv o‘rtasidagi uzviy aloqani ko‘rsatadi.

Tadqiqot davomida yoshlar identiteti shakllanishida moda muhim ijtimoiy va psixologik vosita ekanligi aniqlandi. Yoshlar o‘z tashqi ko‘rinishi va kiyinish uslubi orqali nafaqat estetik didini, balki shaxsiy qarashlari, qadriyatlari va ijtimoiy mansubligini ham ifoda etadilar. Shu nuqtai nazardan retro moda yoshlar uchun o‘zini ifodalashning samarali vositalaridan biri hisoblanadi. O‘tgan davr modasiga murojaat qilish yoshlar uchun madaniy meros bilan bog‘lanish, o‘ziga xoslikni namoyon etish hamda individual uslub yaratish imkoniyatini beradi.

Shuningdek, zamonaviy axborot texnologiyalari va ijtimoiy tarmoqlar retro modaning yoshlar orasida tez tarqalishiga sezilarli ta’sir ko‘rsatmoqda. Internet va media makoni orqali turli davrlarga oid moda obrazlari, estetik qarashlar va stilistik g‘oyalar keng ommaga yetib bormoqda. Natijada retro moda global madaniy tendensiyalarning bir qismi sifatida shakllanib, yoshlarning estetik qarashlari va identitetini shakllantirish jarayonida muhim omilga aylanmoqda.

Umuman olganda, nostalgiya fenomeni va yoshlar identiteti o‘rtasidagi bog‘liqlik retro modaning psixologik va madaniy asoslarini tushunishda muhim nazariy ahamiyatga ega. Retro moda zamonaviy yoshlar madaniyatida tarixiy xotira, estetik qadriyatlar va individual identifikatsiyaning o‘ziga xos ifodasi sifatida namoyon bo‘lmoqda. Shu bois kelajakdagi ilmiy tadqiqotlarda nostalgiya fenomenining moda, madaniy identitet va yoshlar submadaniyati bilan o‘zaro aloqalarini yanada chuqurroq o‘rganish muhim ilmiy yo‘nalishlardan biri bo‘lib qoladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Entwistle J. The Fashioned Body: Fashion, Dress and Modern Social Theory. – Cambridge: Polity Press, 2015.
2. Svendsen L. Fashion: A Philosophy. – London: Reaktion Books, 2006.
3. Hofer J. Medical Dissertation on Nostalgia. – Basel, 1688.
4. Sedikides C., Wildschut T. Nostalgia: A Psychological Resource. – Current Directions in Psychological Science, 2016.
5. Erikson E. Identity: Youth and Crisis. – New York: W.W. Norton, 1968.
6. Entwistle J. The Fashioned Body: Fashion, Dress and Modern Social Theory. – Cambridge: Polity Press, 2015.
7. Kawamura Y. Fashion-ology: An Introduction to Fashion Studies. – Oxford: Berg Publishers, 2005.