

**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ
MAGİSTRATURA MƏRKƏZİ**

Əlyazması hüququnda

Rəcəbli Ülviyyə Səyyaf qızının

**“Dizaynda estetik faktor – bədii zövqün əsas amili kimi”
mövzusunda**

MAGİSTR DİSSERTASIYASI

Ixtisasın şifri və adı:

060321 - “Dizayn”

Ixtisaslaşma:

“Dizayn və texniki estetika”

Elmi rəhbər:

dos.Y.Ç.Ağamalıyeva

Magistr proqramının rəhbəri:

dos.Y.Ç.Ağamalıyeva

Kafedra müdiri: s.ü.f.d. L.H.Məmmədova

BAKİ – 2018

M Ü N D Ə R İ C A T

səh.

GİRİŞ.....	3
FƏSİL I. DİZAYN VƏ MODA ALƏMİNDƏ ESTETİKA ANLAYIŞI	
1.1. Dizayn sahələrində bədii təcrübənin estetik əsasları.....	6
1.2. Geyim dizaynının obyektı kimi.....	11
1.3. Kostyumun funksiyaları və geyimdə bədii obrazın yaradılması.....	13
FƏSİL II. BƏDİİ ZÖVQÜN AYRILMAZ HİSSƏSİ OLAN RƏNG	
2.1. Kostyumda rəng faktorunun yeri və rolu.....	19
2.2. Geyimdə rəngin seçiminə təsir edən meyarlar.....	27
2.3. Kostyumda rəng simvolikasının tədqiqi.....	32
FƏSİL III. MODA ALƏMİNDƏ ESTETİK FAKTORUN FORMALAŞMASINA TƏSİR EDƏN AMİLLƏR	
3.1. Modanın quruluşu və estetik məzmunu.....	42
3.2. Modanın inkişaf qanunauyğunluqları.....	45
3.3. Cəmiyyətin bədii zövqü və sosial-psixoloji fenomen – moda.....	49
NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR.....	58
İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI.....	59
ƏLAVƏLƏR.....	61
XÜLASƏ.....	70
PEZİOME.....	71
SUMMARY.....	72

GİRİŞ

Dizayn müasir cəmiyyətdə kütləvi kommunikasiyanın formalarından biridir, çünki o, ticarət vasitəsilə istehsalın və istehlakın bağlılığını həyata keçirir, tələb və təklifin qarşılıqlı təsir və bağlılığını, kütləvi istehlakçının alıcılıq fəallığını tənzimləyir. Dizayn – istehlakçı cəmiyyətin estetik, sosiomədəni tənzimləyicisi olub mövcud olduğu cəmiyyətin fəaliyyət göstərməsi və təkrar istehsalı üçün lazımdır. Bu və ya digər əmtəəni almaqla, istehlakçı öz tələbatlarını ödəmək məqsədilə sadəcə olaraq bir əşya əldə etmir, həmin məhsul həm də müəyyən sosial statusun bir daşıyıcısı, simvolu qismində çıxış edir. Əşyaların və əşya formalarının simvolikası sayəsində dizayn əmtəəni müəyyən sosiomədəni mənalara daşıyıcısına çevirir ki, bu da yeni əmtəənin satılmasının mühüm şərti kimi xidmət edir. Beləliklə, dizayn – marketinqin, istehlakçı və istehsalçı arasında kütləvi kommunikasiyanın bir formasıdır. “Sosioloji nöqteyi-nəzərdən dəyərləndirilmiş dizayn məmulatların zəhəri görünüşünə prestij, firavanlıq və rifah, loyallıq simvollarının verilməsi yolu ilə kütləvi istehlak cəmiyyətində sənayenin və bazarın qarşılıqlı bağlılığın idarə edilməsi sistemidir. Mədəniyyətşünaslıq nöqteyi-nəzərdən dəyərləndirilmiş dizayn bir incəsənətdir”.

Mövzunun aktuallığı. Cəmiyyətlərin müasir zövqünün öyrənilməsi, ona təsir edən amillərin araşdırılması ilə estetik faktorun təhlili ilə əldə edilən nəticələr dizayn sahələrini gələcək inkişafına özünə məxsus şəkildə təsir göstərə bilər. İnsanların bədii zövqünü təmin etmək üçün, onları əhatə edən hər bir əşyanın, xüsusilə də geyimlərin estetik inkişafını elə yönləndirmək lazımdır ki, gələcəkdə cəmiyyətin sosial-psixoloji durumuna müsbət təsir göstərmiş olsun. Həmçinin yüksək bədii estetik görkəmə malik olan moda və dizayn obyektləri (geyim, qab-qacaq, mebel, maşın, məişət əşyaları və s.) istehlakçıların tələblərini təmin etmiş olsun.

Öz aktuallığı ilə seçilən dissertasiya işində araşdırma mövzusunə çevrilmiş məsələlərin təhlili müasir dövrdə, eləcə də gələcəkdə moda və dizayn sahələrində

cəmiyyətin bədii zövqünü təmin edəcək estetik faktorun inkişaf istiqamətini müəyyən etməyə imkan yaradır. Bu isə insanların sosial-psixoloji və mədəni həyatına, həm də bir başa bazar iqtisadiyyatının inkişafına müsbət təsir deməkdir.

Tədqiqatın predmet və obyektı. Dissertasiyada dizayn obyektı olan geyimin bədii obrazın yaradılması prosesi və funksiyaları (ümumi şəkildə), cəmiyyətin bədii zövqünü əks etdirən sosial-psixoloji fenomen – modanın estetik məzmunu (geniş şəkildə) tədqiq edilmişdir.

Tədqiqatın əsas məqsədi və vəzifələri – Dizayn sahələrində bədii təcrübənin estetik əsaslarını əsaslı şəkildə öyrənərək müasir geyim sahəsində estetik faktorun formalaşmasına mühüm təsir göstərən amilləri analiz etməkdən ibarətdir.

Dissertasiyada bu məqsədlə aşağıdakı əsas məsələlər araşdırılmışdır:

1. Dizayn sahələrində bədii təcrübənin estetik əsaslarının, kostyumun funksiyaları və geyimdə bədii obrazın yaradılmasının təhlili;
2. Geyimin dizaynın obyektı kimi tədqiqi;
3. Kostyumda rəng faktorunun yeri və rolunun, geyimdə rəngin seçiminə təsir edən meyarların təhlili;
4. Moda aləmində estetik faktorun formalaşmasına təsir edən amillərin müəyyənəşdirilməsi.

Tədqiqatın informasiya bazası və işlənilməsi metodları qarşıya qoyulan məsələlərə sistemli şəkildə yanaşmaqla, moda aləmində mövcud olan estetik faktorların səmərəli tədqiqatı üsullarına əsaslanır ki, onlar da arxiv sənədlərinin, elmi, tarixi mənbələrin, eləcə də, xidmətlərinin vasitəsi ilə müəyyən edilmişdir.

Tədqiqatın elmi yeniliyi. Müasir dövrdə bədii dəyərə və əhəmiyyətə malik olan incəsənət əsəri - kostyum cəmiyyətin tələbatları və zövqləri ilə uyğun bir şəkildə layihələndirilir. Dizaynerin gerçək hədəfi – isanın, onun zahiri görünüşü, onun həyat tərzini təzahür edir.

Bütöv cəmiyyətin konsepsiyası kimi çıxış edən dizayn sahələrində (xüsusilə, geyim sferasında) bədii təcrübənin estetik faktorlarının araşdırılaraq yeni

variantlarda istifadəsinə dair təklif olunan tədbirlərin kompleks tədqiqi dissertasiyanın elmi yeniliyi hesab edilə bilər.

Tədqiqatın təcrübi əhəmiyyəti. Dissertasiyada, dizayn sahələrində tətbiq olunan bədii zövqü əks etdirən estetik faktorlar, eləcə də onların istifadə edilmə yolları xüsusilə moda sferasına tətbiq oluna bilər.

Dissertasiyanın əsas müddəaları və əldə edilən nəticələri həmçinin Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti “Texnologiya və Dizayn” fakültəsinin diplom, eləcə də sərbəst işlərində, həmçinin mühazirə kurslarında istifadə oluna bilər.

Dissertasiya işin strukturu və həcmi. Dissertasiya işi giriş, 3 fəsil, nəticə və təkliflər, dissertasiya işinə edilmiş əlavə və istifadə edilən ədəbiyyat siyahısından ibarətdir. Dissertasiya işinin ümumi həcmi 72 səh, 8 şəkildən ibarətdir.

“Dizayn və moda aləmində estetika anlayışı” adlı **I Fəsildə** dizayn sahələrində bədii təcrübənin estetik əsasları, geyim dizaynının obyekt kimi təhlil olunur, kostyumun funksiyaları və geyimdə bədii obrazın yaradılması açıqlanır.

“Bədii zövqün ayrılmaz hissəsi olan rəng” adlanan **II Fəsildə** kostyumda rəng faktorunun yeri və rolu, geyimdə rəngin seçiminə təsir edən meyarlar açıqlanır və kostyumda rəng simvolikası tədqiq edilir.

“Moda aləmində estetik faktorun formalaşmasına təsir edən amillər” adlı **III Fəsildə** modanın quruluşu və estetik məzmunu, modanın inkişaf qanunauyğunluqları və cəmiyyətin bədii zövqü və sosial-psixoloji fenomen – moda təhlil edilir.

“Nəticə və təkliflər” bölümündə dizaynın müasir həyatdakı yeri tədqiq edilərək, bu sferda bədii zövqün əsas amili olan estetik faktorun psixoloji fenomen kimi dəbə göstərdiyi təsir müəyyənənmişdir.

FƏSİL I. DİZAYN VƏ MODA ALƏMİNDƏ ESTETİKA ANLAYIŞI

1.1. Dizayn sahələrində bədii təcrübənin estetik əsasları

Bədii təcrübə sferasında estetik başlanğıcın axtarışı implisit estetikasının, indiki halda, deskriptiv estetikanın mərkəzi problemidir. Estetik başlanğıcın incəsənətin həddlərindən kənara genişləndirilməsi həyatın özünü incəsənətə bənzətməklə bütün ətraf həyatın mənimsənilməsini estetikləşdirir. Bu cəhət bədii yaradıcılığın özü üçün öhdəsindən gəlmək mümkün olmayan bir problemə çevrilir. “Həyatiliyə”, həqiqi subyektiv estetik duyğulara can atmaqla, bədii yaradıcılıq özü bədii yaradıcılığın olduğu şərti fəaliyyət immunitetindən məhrum olmağa başlayır. Qeyri-bədii ekspansiv üsullardan, məsələn, siyasi provokasiyalardan tez-tez istifadə olunması postmodernist bədii fəaliyyətinin normativ yönəlik estetik mühitlə ekstremal qarşılıqlı təsir və bağlılığı formalaşdırmış olur. Yeni estetik şüur zamanə adından bütün cəmiyyətlə trixster tonunda danışmaqla bağlı söylərin ortaya qoyulması üzərində qurulur ki, bu da iştirakçılar tərəfindən prinsip etibarilə “başqa” olmaq imkanı kimi dəyərləndirilir. Trixsterlik yaradıcı özbaşınalığın müəyyən bir qaydalarının dərk edilməsinə əsaslanır ki, həmin qaydalar totalitarizmdən azad olmaq haqqında kollektiv təsəvvürlərin əsasında işlənilib ərsəyə gətirilmişdir. Bu, estetik şüurun dezadaptasiyasının bir təzahürü kimi estetik deviantlığının dərk edilməsinin bir açarıdır.

Lakin, təcrübə göstərir ki, açıq yaradıcı özbaşınalıq bir çox hallarda estetik mühitin iradəsi ilə məhdudlaşdırılır. Bununla da müasir incəsənətdə aşağıdakılar haqqında kollektiv estetik təsəvvürlər akkumulyasiya olunur (toplanır): incəsənətin ideoloji azadlığı haqqında; yaradıcı prosesin mədəni sərhədləri haqqında; bədii mədəniyyətdə yaradıcı, estetik baxımından növ (gender) davranışının sərhədləri haqqında; ümumi istehlak şəraitində əmək, ailə, estetik münasibətlər haqqında; estetik-iqtisadi məkanda azad şəxsiyyətin yeri haqqında. Müasir incəsənət estetik təəssüratların və duyğuların, estetik hisslərin ötürülməsi üsulunun özü qismində çıxış edir və bu ötürülmə prosesi sanki müəyyən bir son

həddir ki, o, Rusiya cəmiyyətində baş verən böhran tendensiyaları əks etdirir. Estetik mənimsənilmənin gerçəklə və bununla əlaqəli olan estetik duyğularla belə bir qarşılıqlı bağlılığı müasir incəsənətin mahiyyət məqsədi haqqında xəbər verir ki, o da estetik həyacanın və təəssüratların artıqlığına nail olunması vasitəsilə ifadə edilə bilər (misal üçün, dünya reallıqlarının deideallaşdırılmış, eybəcər konkret-duyğu və antibədii üsullarla əks etdirilməsi vasitəsilə). Beləliklə, bədii fəaliyyətin bir estetik növü kimi, təsviri incəsənət qlobal surətdə və heç bir güzəştə yol verməmək şərtilə iki konsepsiyaya - ənənəvi və qeyri-ənənəvi konsepsiyalara parçalanmışdır ki, onlar da özləri arasında artıq bir neçə onilliklər ərzində yarışmaya girişib. Birinci halda, yəni ənənəvi cərəyanlarla əlaqədar, estetika və estetiklik yaradıcılığın hədəfinə çevrilir, ikinci hada isə - insan duyğularının müəyyən bir sahəsi kimi, estetika manipulyasiyalarda istifadə edilən bir alət olmaqla tətbiq olunur.

Belə şəraitdə estetika həddləri o dərəcədə genişlənib ki, onun özü artıq çoxdandır ki hər şeyi əhatə edən tətbiqi səciyyənin daşıyıcısına çevrilib və bu xarakter müasir estetikaya istənilən hər hansı istiqamət üzrə, fəaliyyətin yaxud biliyin istənilən məcrasında inkişaf etməyə imkan verir. (Bu haqda V.Bıçkov öz zamanında bəhs edərək qlobal estetikani implisit və eksplisit estetikaya bölürdü.) Burada biz estetik başlanğıcın təbiətinin tərifində mövcud olan ikitərəfliliyi ilə üzləşmiş oluruq, bir tərəfdən, yaradıcı fəaliyyətin məhsulu kimi, digər tərəfdən isə - insanın həyat fəaliyyətinin bütün sferalarında estetik başlanğıcın genişləndirilməsində özünü büruzə verən ekzistensial bir hədəf kimi. Buna əsaslanaraq biz “postmodernist bədii fəaliyyət” məfhumunun sərhədlərini göstərə bilərik. Qeyd etdiyimiz bu anlayış “bədii fəaliyyət” estetik məfhumunu estetik fəaliyyətinin bir növü kimi ehtiva edir ki, bu da öz estetik və bədii hədəflərə və zamanəyə adekvat olan ifadəli bədii vasitələrə malikdir.

Adını çəkdiyimiz həmin anlayışa müəyyən tarixi şəraiti və xronoloji çərçivə ilə şərtləndirilmiş bədii tendensiyalar, habelə bədii şüur subyektlərinin xarici və daxili estetik mühitlə subyektiv və obyektiv estetik münasibətləri daxildir.

Beləliklə, “postmodernist bədii fəaliyyət” məfhumu, demək olar ki, “müasir incəsənət” anlayışı ilə tam eynilik təşkil edir, lakin, daha geniş estetik məzmununa malikdir, çünki estetik, ideoloji, iqtisadi, psixoloji, sosiomədəni anlayışların kompleksini özündə ehtiva edir ki, bunların da hamısı bədii yaradıcılıq subyektlərinin bədii şüur və düşüncəsini müəyyənləşdirmiş olur. “Bədii fəaliyyət” estetik məfhumu yerli estetik təfəkkürdə inkişaf etmiş plana malikdir. Bu anlayış mənəvi praktik fəaliyyət növlərinin intensiv differensiallaşması dövründə kifayət qədər müxtəlif istiqamətlərdə işlənib hazırlanırdı. Ötən əsrin 80-ci illərində bu açar məfhumunun hərtərəfli və estetik inkişafı bədii incəsənətə həsr olunmuş tədqiqat və araşdırma işlərində aydın şəkildə müşahidə olunurdu. Qütb sistemlərin – sovet estetikasının burjua qərb estetikası ilə müqayisəli tədqiqat işləri kontekstində estetik şüurun araşdırılması və tədqiqi müəllifə daha həmahəng və uyğundur. Sovet estetikası təfəkkürünün normativliliyi və daxili məntiqi müntəzəmliliyi belə bir sərhəd qismində çıxışı edir ki, ona əsaslanaraq aşağıdakıları aşkar etmək mümkün olurdu: burjua mədəniyyətinin obyektiv tarixi-bədii tərəflərini, o cümlədən estetik və bədii təfəkkür üsullarını; əsas və mərkəzi estetik-ideoloji sinfi ziddiyyətlərinin dərk edilmə formalarını; sosial psixologiya səviyyəsində estetik mənimsənilmə problemlərini. Bunun əsasında obyektiv estetik duyğuların (təkrar, əvvəllər emal edilmiş mənbədən çıxan) təhlili həyata keçirilirdi.

Qərb modernizmi və postmodernizminin qiymətləndirilməsi də məhz humanist baxışlara, o cümlədən kollektiv şüurdan və yerli estetiklərin dominantlıq təşkil edən normativ sosial hisslərindən, məsələn, məfkurəvi müdafiə olunma duyğularından və sosializm dəyərlərinin üstünlük təşkil etməsi ilə bağlı (şəxsiyyətin harmonik inkişafına yönəlmiş) hisslərdən irəli gələrək həyata keçirilirdi. Sovet tədqiqatçıları bilavasitə iştirak imkanından məhrum idi, onlar “azad zərurət” (müxtəlif sosiomədəni və estetik fəaliyyətinin həyata keçirilməsi üçün zəruri olan) fərdi təcrübəsinin lazımı səviyyəsinə malik deyildi, əsas etibarilə biliklərin nəzəri səviyyəsinə əsaslanır və, qərbi təmsil edən nəzəriyyəçilərin anlayış sərhədləri ilə qaçılmaz şəkildə dialoqa girişən idealistik tendensiyalı mövqelərə

söykənərək, kollektiv səyləri səfərbər edərək abstrakt bir estetik sistem yaratmağa nail olmuşlar ki, bunun da sayəsində onlar burjua mədəniyyətini effektiv surətdə təhlil etmək (birtərəfli kontekstdə olsa belə) imkanına yiyələnmişdilər. Müasir yerli bədii praktika göstərdiyi kimi, həmin bu təcrübə, artıq “səhra şəraitində” mənimsənildikdən və dərk edildikdən sonra, yerli müasir incəsənətin mahiyyət əsaslarına nüfuz etmək istiqamətində lazımi dəstəyini verir. XX əsrin 80-ci illərinə təsadüf edən sovet estetik təfəkkürün nəzəri səviyyəsinin xüsusiyyəti psixoloji və fundamental fəlsəfi biliklərə söykənməkdən ibarət olmuşdur. Bu, interpretasiyaların metamorfiklik dərəcəsini, habelə əsas estetik kateqoriyaların (məsələn, A.N.Leontyevin şəxsiyyət konsepsiyasından irəli gələn “estetik şüurun”) subyektiv dərkinə müəyyən etmişdir. İdeoloji sinfi müqayisə (incəsənətdə həqiqi və yalanın, gerçəyin və saxtanın; insani və antihumanist, mənəvi və mənəviyyatsızın qarşı-qarşıya qoyulması) o zaman üçün sovet estetikasında universal bir taxça idi və məhz buradan əsas estetik dəyər meyarları avtomatik surətdə əxz edilirdi.

Bunun sayəsində burjua incəsənəti strukturu və morfologiyasının tədqiq edilməsi üçün əsaslar formalaşırdı. Qeyd etmək yerinə düşərdi ki, burjua incəsənəti xaotik, hədəfindən məhrum olunmuş mənfur mədəni-bədii layihə qismində dərk edilirdi. Bununla yanaşı, qərb burjua mədəniyyətinə azad tənqidi münasibət yeni əsrin birinci onilliyində yerli estetik təcrübənin mənimsənilməsi üçün fəlsəfi zəmin hazırlamış oldu. Həmin təcrübəyə əsaslanaraq əvvəllər yerli estetik üçün mifoloji səciyyə daşımış yeni hadisələrin, məsələn vizual incəsənətin bəzi növlərinin peyda olması kimi hadisələrin izahı mümkün olmuşdur.

1991–2011-ci illərdə yerli postmodernist incəsənətinin öz-özünə hərəkət etməsini incəsənətin gerçək realıqla qarşılıqlı təsirin və bağlılığın əsas növünün nəticəsi ilə izah etmək mümkündür ki, burada bədii tipologizasiya və təsviri incəsənətin yeni növlərinin, məsələn, vizual incəsənətin, meydana gəlməsi yeni tip estetik hisslərin struktur modeli kimi ortaya çıxmışdır. (Bədii mədəniyyətdə estetik şüuru tədqiq etmiş V.P.Mixalyov haqlı olaraq qeyd etdi ki, hisslərin

tipologizasiyası yeni növlərin əmələ gəlmə prosesinin əsasını təşkil edir [127]). Beləliklə, “estetik (bədi) şüur” və “estetik münasibətlər” kimi məfhumlarla yanaşı, bədi fəaliyyət həm də bünövrə xarakter daşıyır və bu səciyyə yerli rəssamların mənəvi-praktiki fəaliyyətlərinin təsnifatından irəli gəlir. Bir estetik kateqoriya olaraq, bədi fəaliyyət özünün sərhədlərinə, müəyyən məqsədə yönəldilməyə və intensivliyə malikdir. Bədi fəaliyyət çərçivəsində özündə ümumbəşəri mədəniyyət dəyərlərinin varisliyini və inkişafını ehtiva edən şüurun xüsusi bir forması kimi incəsənətin dərk edilməsi və təəssüratının müxtəlif səviyyələri reallaşdırılır. Estetik fəaliyyətinin (həm də estetik şüurun) bir hissəsi olmaqla, o, bu işdə özünün fəlsəfi mahiyyətinə görə “estetik fəaliyyət” məfhumuna kifayət qədər yaxın olan məzmunlu abstraksiya qismində istifadə olunur.

Buna əsaslanaraq, “postmodernist bədi fəaliyyət” məfhumu ayrılır ki, təsnif edilmə meyarlarına uyğun olaraq həmin anlayış aşağıdakılara malikdir: əsas genetik, struktur (məkan-zaman), semantik və semiotik, ümumi bədi postmodernist ideyanın mövcudluğunda öz ifadəsini tapan ideya və hədudlara; təsviri ünsiyyət dilinin ifadə imkanlarında əks olunan, psixoloji, ekspressiv (yaradıcı üsuluna və bədi ifadəlilik formasına görə) ifadəlilik vasitələrinə; maddi (texniki) vasitələrin istifadəsindən irəli gələn maddi təbiətə.

Beləliklə, “postmodernist bədi fəaliyyət” estetik məfhumu konseptual əsasda yerli mədi mədəniyyətin inkişafının müəyyən bir dövründə bədi hadisələrin mürəkkəb xarakterinin üstünü açır; bədi əlamətlərin postmodernist mədəniyyətinə aidiyyəti nöqtəyi-nəzərdən əsas estetik bədi anlayışların mahiyyətini üzə çıxarır. Bu məfhumda bədi təcrübənin dağınıq faktları, sübut və dəlilləri, müxtəlif izləri toplanır ki, onlar da ümumi informasiya axınına qərq olur. Bu anlayış özündə təkcə maddi səviyyəni daşımır, həmçinin estetik bədi mühitin ikili mədəni kodunu da ehtiva edir, və həmin kod ənənəvi estetik normativlik şəklində bədi varlığın xüsusi estetik dəyər halında anlaşılması və xüsusi təəssüratı hesabına, yaxud müasir incəsənətin ənənəvi estetik mononormalarla münaqişəli qarşılıqlı təsir və bağlılıq formasında onun qəsb edilməsi hesabına mövcuddur.

1.2. Geyim dizaynının obyektı kimi

Bədii tərtibat dedikdə “creativ-layihə” nəzərdə tutulur, bunun əsas işə məqsədi hər hansı fərdin sosial-psixoloji, eləcə də maddi-mənəvi tələblərini tamşəkildə təmin edən ahəngdar təbiətin yaradılmasını nəzərdə tutur.

“Creativ”, yeni yaradıcı iş mütəxəssisi – bədii tərtibat sahəsində çalışan, əşya və geyim ünsürlərinin xarici görkəminin dövrün tələblərinə uyğun şəkildə istehlak xüsusiyyətlərinin, eləcə də, bədii-estetik göstəricilərini üzə çıxaran və onu təqdim edən şəxs - dizaynerdir. Dizayn quruluşu bir sıra vacib hissədən ibarətdir:

- 1) bədii tərtibat sahəsinin subyekti – “creativ-art” mütəxəssisi və istehlakçı;
- 2) bədii tərtibat fəaliyyətinin obyektı – layihəçi-rəssam və tərtib edilmiş məhsul;
- 3) bədii tərtibatın təbiəti – fəaliyyətyönlü sistem qrupu.

Bədii tərtibatın obyektı dedikdə, industrial məhsullar, urbanizm, istehsalat eləcə də, aşıyış sahəsinin mühüm amilləri və sistem qrupları, gözlə qəbul edilən informasiya başa düşülür. Qarnitur, qab əşyaları, instrumental sahə, cihaz və maşınlarda olduğu kimi moda sənayenin istehsal obyektləri də o cümlədən dizaynobyektı deməkdir. Bir sözlə qeyd etmək lazımdır ki, moda sahəsində sənaye dizaynı, təbiət dizaynı, cizgisəl dizaynla bərabər bədii tərtibat fəaliyyəti xəttlərindən biridir. Əsas məramı kostyumun cəmiyyətin zövqünə uyğun maddi-mənəvi ehtiyaclarını təmin edən hiss edilən dərəcədə təbiət obyektı kimi tərtib edilməsindən təşkil olunur. Dizaynın obyektı – gündəlik həyatımızda istifadə olunan hər hansı mövhum-əşyadır ki, o da müəyyən təcrübi mahiyyəti əks etdirir və sənət nümunəsi olaraq estetik amillərdən başqa həmçinin digər işləri də görə bilir. “Creativ-art” mütəxəssisi təbiəti tərtib edir. Proekt incəsənətin inkişafına istiqamətlənmiş dinamikanın, dünyəvi surətin tərtibatıyla əlaqəli işlər dizaynının mühüm məsələsini – elementlərin müasir sənət örnəklərinin yaradılması, keçmiş obyektlərin son dərəcə şaxəli “creativ” nümunələrinin yox, yalnız və yalnız

tam başqa bir elementin vəzifəsini aydınlaşdırır. Belə ki, moda sferasında kostyum tərtibatı tendensiya uyğun “süslənməsinə” deyil, cəmiyyətin ayrı-ayrı üzvlərinin yaşam forması və ehtiyaclarının müxtəlifliyinə aid olan şəkildə kostyumun müasir funksiya- keyfiyyətinin tərtibinə istiqamətlənməlidir.

Geyimin bədii tərtibatı müəyyən element və ya elementlər toplusunun varlığı zamanı bir sıra funksiyaları həyata keçirir:

1. Cəmiyyətin fərdi üzvlərinin müəyyən olunmuş iş məşğuliyyəti elementin təyinatilə əlaqəli olan təcrübə funksiyası;

2. Adaptiv funksiya – adı çəkilən funksiya yaşayış zamanı münasib təbii şəraitlə əlaqəli şərtlər meydana çıxır - rahatlıq, onun hər tərəfində yerləşən mühitə adaptasiya olunma prosesləri vaxtı sadələşməyə şərait yaradan obyektin xüsusiyyətləri (ekoproblemlər və onun həllizamanı lazım olan funksiya xüsusiyyəti daşıyır);

3) son-nəticə funksiyası – hər hansı modalı obyektin sosiofunksiallığı, həmçinin müəyyən adamın (fərdin), eləcə də bütöv bir cəmiyyətin məramına çatması yolunda yaranan fəaliyyəti ilə bağlıdır;

4) integrativ funksiya – iş modalı kreativ obyektin bütövlükdə incəsənət aləminə xas olan xüsusiyyətləri özündə bütövləşdirir: məzmun (obyektin məzmunu – insanın yaşayışında sosio-psixoloji və sənətyönlü prosesində malik olduğu dəyəridir); tendensiyalar; faktura və quruluşda özünü təsvir edən keyfiyyətlər. Bir sözlə, obyekt bütövlükdə yaşayış formasının digər üzvləri olaraq öz sözünü deyir, kostyum cəmiyyətin bir üzvlərinin təbiətini və s. tərəflərini bariz şəkildə tərənnüm edir.

Estetik istiqamətin başlanğıcı yalnız müasir elementin ərmeydana çıxmasının kreativ təşəkkülü mərhələlərini yox, həmçinin tamlığı ilə fərqlənən məmulatda xüsusi yer tutur. Ümumiliyin yaradılması mütəxəssisin yalnız işgüzarlığını, elmi mahiyyəti və səbəbləri aşkarlamaq səriştəsini tələb etmir, o həm də dizayner üçün xas xüsusiyyət sayılan tərtibatçı illüziyaya, estetik duyuma, kreativliyə də məxsus olmaq mütləqdir. Nəzərə alsaq ki, əgər hal-hazırda industriya elm və mədəniyyətin

tam əlaqəli bir sahəsinə meydana çıxaracaq obyekt yaradır, beləliklə, nəzərdən keçirdiklərimiz xüsusi dəyər daşımağa başlayır.

Tərtibatçı-rəssamın bədii təfəkkürünün xüsusiyyətlərini İtaliyan mütəxəssisi-E.Sotsas bu cür bildirmişdir, “dizayner – rəssam, sənətkar və nəhayət filosofdur”. Beləliklə, dizayner rəssam-sənətsüna-filosof olmalıdır. Çünki hər bir cəmiyyətin üzvünün istək və arzuları, eləcə də, bədii-zövqüylə əlaqəli olan, onun üçün müəyyən məhsulun projesini əldə etməklə, dizayn elementi və onun təbiətini bütövlükdə layihələndirməklə tərtibatçı-mütəxəssis insanın görkəminə, illüziyasını, psixoloji vəziyyətini, dünya görüşünü əldə edmiş olar. Tərtibatçı müəyyən obyektə yaradarkən, insan mövcud cəmiyyətin zövqlərini nəzərə alır. Onun əsas hədəfəni öqtəsinə – insanın xarici təbiətini tərtib etmək çevrilir ki, bu layihənin məğzində də insan surətinin əsas müddələri, ümumilikdə isə cəmiyyətin müddələri dırur.

1.3. Kostyumun funksiyaları və geyimdə bədii obrazın yaradılması

Modelləşmədə əsas məfhumlar “geyim” və “kostyumdur”. İstənilən xalqın dilində bu məfhumları ifadə edən sözlər mövcuddur. Geyim – insanın bədənini ətraf mühitin mənfi, eləcə də əlverişsiz təsirlərindən – yağıntı və küləkdən, müəyyən heyvanat aləminin sançmasından, vəhşi heyvanların dişləri və caynaqlarından, oxlardan, düşmən tərəfindən nizə yaxud qılıncla vurulan zərbələrdən, qüllə və zəhərləyici maddələrdən qoruyan üzərindəki örtüklərin məcmusudur. Geyim insanı təkcə əlverişsiz iqlim şəraitindən, onun bədəninə təsir göstərəcək amillərdən qorumur, geyim həmçinin sehrli müdafiəni təmin etməklə (bu, daha çox qədim kostyumlara aiddir) insanı pis-qara-şər qüvvələrdən də müdafiə edir. Beləliklə, həm döyüş boyanmamı, həm ibtidai xalqlarda tatunu, həm orta əsr cəngavərinin dəmir geyimini, həm müasir güllə keçirməyən jileti və baş geyimini, həm də dəbli libası geyim adlandırmaq mümkündür. Geyim

məfhumuna paltar (insanın bədənini bilavasitə örtən paltar nəzərdə tutulur), ayaqqabı, baş örtüyü, əlavələr (əlcəklər, şərflər, toqqalar və s.) aiddir. Geyimin əsas funksiyası – qoruyucu (fiziki və mənəvi müdafiə) və təcrübi funksiyalardır, çünki geyim hər zaman insanın müəyyən bir praktiki fəaliyyəti ilə bağlıdır, insana ətraf mühitə uyğunlaşmaqda kömək etməklə yanaşı həm də müəyyən təyinatla malikdir. İstənilən hər hansı bir geyim - əşyadır, insanlar bu əşyadan istifadə edirlər və o, bir yaxud bir neçə funksiyaları yerinə yetirir. Lakin bu zaman geyim həm də estetik funksiyaya malikdir – insanı bəzəyir, hər bir əşyada olduğu kimi, burada da gözəllik və fayda məfhumları bir biri ilə ayrılmaz surətdə bağlıdır. İstənilən əşya olduğu kimi, geyim də istehlak predmetidir. Geyimdən istifadə - həmin məhsulun istehlak prosesini təşkil edir. Geyim konkret bir insan üçün “otkutyure” sifariş əsasında hazırlana bilər yaxud kütləvi “pet-a-porte” sənaye istehsalının məhsulu qismində çıxış edə bilər, bu zaman geyimin bir nümunəsi yüzlərlə, minlərlə, hətta bəzi hallarda milyonlarla nüsxə ilə tirajlanır və öz “sahibini” artıq bölgü prosesində tapır, - istənilən halda həmin geyim nümunəsi konkret bir insanın müəyyən tələbatlarını ödəmiş olur.

Geyinilmə üsulundan, insanın bədənində “bərkidilmə” xarakterindən, eləcə də biçimdən asılı olaraq geyimlər aşağıdakı növlərə bölünür:

1) bəzədilmiş yəni, biçilməmiş və tikilməmiş geyim – bir parça hissəsindən ibarət olan paltardır, onunla bədəni sarıyır yaxud bəzəyirlər;

2) üstədən çəkilmiş geyim – insanın başından geyinilən paltara deyilir. Bu paltar tikilməmiş ola bilər – baş üçün açılmış dəliyi olan bir hissə parça şəklində (qədimi plaşlar, ponço), biçilmiş və tikilmiş ola bilər (tunikbənzər biçim, əgər belə geyimin əsasını çiynin tikişi olmayan parçanın yarıya qatlanmış müəyyən ölçüdə qumaş parçası təşkil edirsə - tunikin yaxud köynəyin bir tipi);

3) açıq, düyməsiz geyim – ön tərəfdən yuxarıdan aşağıya qədər düyməli paltar (xalatın bir tipi yaxud tikilmiş avropa tipli – insan bədəninin formalarını təkrarlayan geyim. Bədən formasının təkrarlanmasına biçim hesabına nail olunur,

bu zaman müstəvi üzərində həcmli formaların açılmasından istifadə olunur (relyeflər, kök atmalar və s.)

Təyinatından və müxtəlif fəaliyyət sferalarında istifadəsindən asılı olaraq müasir geyim iki qrupa bölünür: cinsi-yaş əlamətlərinə görə, hazırlanma üsuluna görə, mövsümə görə, təyinatına görə (məişət geyimi, idman geyimi, istehsalatda istifadə olunan geyim, forma geyimi, dəb-dəbə geyimləri və s.). “Geyim” məfhumu ilə qırılmaz surətdə bağlı olan anlayış “kostyumdur”. Kostyum (italyan dilində costume — adət, dəb) — vahid bir niyyət və təyinatla birləşdirilən, insanın sosial, milli, dini mənsubiyyətini, onun cinsini, yaşını, peşəsini əks etdirən geyim əşyalarının və elementlərinin müəyyən bir sistemi. Kostyum məişət ənənələri ilə sıx bağlıdır, bu geyim növü müəyyən regionun, konkret tarixi dövrünün, xalqın yaxud etnosun adətlərini, əxlaqını, habelə konkret bir insanın davranış tərzini xarakterizə edir, onun fərdliliyini nəzərə çarpdırır. Artıq konkret bir insan yaxud sosial qrupla bağlı olmaqla, kostyum adı geyim olduğu kimi eyni funksiyaları yerinə yetirir: müdafiə və öz təyinatı ilə əlaqəli utilitar-təcrübi funksiyanı. Lakin kostyumun son dərəcə önəmli və mühüm funksiyası – nişan və əlamət funksiyasıdır, çünki kostyum insanı əhatə edənlərə onun haqqında olduqca vacib məlumatı – onun sosial statusu, siyasi meylləri, dini, estetik zövqü, mədəniyyəti haqqında və bu kimi digər bilgiləri çatdırır. Odur ki, müdafiə və utilitar-praktiki funksiyalardan başqa kostyum həm də aşağıdakı funksiyaların daşıyıcısıdır:

1) ovsunedici magik funksiya;

2) yaş funksiyası — insanın yaşını göstərir yaxud onu “pərdələyir”. Ənənəvi kostyum bir çox hallarda insanın yaşını dəqiq təyin edirdi: buna, misal üçün, taciklərdə kostyumun rəngi, macar qadın ənənəvi kostyumunda isə baş örtüyünün rəngi dəlalət edirdi. Avropa kostyumunda isə, xüsusilə də müasir kostyumda, insanın yaşının bir çox hallarda gizlədilməsinə üstünlük verilir;

3) sosial-cinsi funksiya – demək olar ki, istənilən ənənəvi kostyumda insanın sadəcə cinsi mənsubiyyəti deyil, həm də onun ailə vəziyyəti də özünü dəqiq və dürüst şəkildə büruzə verirdi: xanımın ərdə olub-olmadığını, “hərisi” alınmış qızı,

ərdə olan xanımı yaxud dul qadını asanlıqla ayırd etmək mümkün idi. Cəmiyyətdə hüququ çatmayan paltarı geyinmək kimi cəhdlərin qarşısı qətiyyətlə alınırdı. Müasir kostyumda isə bu funksiya, təcrübi olaraq, tamamilə aradan qaldırılmışdır: insanın geyindiği kostyuma görə bir çox hallarda nəinki onun ailə vəziyyətini, hətta cinsi mənsubiyyətini belə təyin etmək qeyri-mümkündür;

4) kostyum insanın müəyyən zümrəyə (əsasən silki cəmiyyətdə), sosial sinfə yaxud sosial qrupa (sınıfı cəmiyyətdə) mənsubiyyətinin əyani göstəricisidir, insanın müəyyən sosial statusunu üzə çıxarır yaxud “pərdələyir”;

5) peşəkar funksiya – kostyum insanın müəyyən peşəyə aid olduğunu, onun məşğuliyyət növünü göstərə bilər. Orta əsrlərdə bu, xüsusi dəqiqliklə ifadə olunurdu, o dövrdə müəyyən peşələrin nümayəndələri (həkimlər, vəkillər, universitet müəllimləri) və sənət səxlərinin üzvləri xüsusi paltar geyinirdi, həmin paltar biçimə, rənginə görə fərqlənirdi. Müasir kostyumda bu funksiya istehsalatda istifadə olunan geyimdə daha qabarıq şəkildə, iş üçün nəzərdə tutulmuş adi məişət geyimində isə daha aşağı dərəcədə özünü büruzə verir, lakin kostyuma əsasən işgüzar insanı yaxud “azad peşə” nümayəndələrini müəyyənləşdirmək böyük zəhmət tələb edən məsələ deyil;

6) regional funksiya – kostyum geyimdə həm regionun iqlim xüsusiyyətlərini, həyat tərzini, həm də burada yaşayan xalqların milli adətləri ilə bağlı regionun ənənələrini nümayiş etdirə bilər. Regional funksiya milli funksiya ilə birbaşa əlaqədardır – kostyum əsasında insanın müəyyən etnosa mənsub olması haqqında mülahizələr yeritmək olar, hərçənd avropa tipli müasir kostyumda bütün milli xüsusiyyətləri aradan qaldıran “beynəlmiləl üslub” formalaşmışdır;

7) dini funksiya — kostyum həm də insanın dini mənsubiyyətini ifadə edə bilər. Məsələn, 15-ci yüzillikdə Fransada katoliki qugenotdan-protestantdan, 17 yüzilliyin ingilis kilsəsinin tərəfdarını dini sektanın üzvündən -puritandan asanlıqla ayırmaq mümkün idi. Müasir dünyamızda da bu kostyumun funksiyası qorunub saxlanılmaqdadır: yəhudini, misal üçün, křişnaitlə səhf salmaq olduqca çətindir.

Lakin əminliklə söyləmək olar ki, müasir kostyumda bu funksiya əvvəlki dövrlərlə müqayisədə bir o qədər də böyük əhəmiyyətə malik deyil.

Avropa tipli müasir kostyumda müəyyən funksiyaları ayırd etmək ümumiyyətlə çətindir. Çağdaş dünyamızda kostyum çoxfunksionalılığı ilə diqqət çəkir, funksiyanın özündə isə çoxmənalılıq müşahidə olunur, lakin kostyumun özü aşağıdakı funksiyaları özündə daşımaqda davam edir:

8) estetik funksiyaları —bu mənada kostyum insanın həm fərdi estetik zövqü və seçimini, həm də gözəllik haqqında bu dövr üçün ümumi olan təsəvvürləri ifadə edir. Kostyumda konkret zamanın və xalqın estetik ideali öz ifadəsini və əksini tapır.

Müasir kostyumun ərsəyə gətirilməsi üzərində çalışarkən onun hansı funksiyaları daşıyacağını, hansı funksiyaların isə üstünlük təşkil edəcəyini mütləq şəkildə nəzərə almaq lazımdır. Bu, həm konstruktiv həllini, həm materialların seçimini, həm də kostyumun obrazını müəyyən etmiş olacaqdır. Əşyanın layihələndirilməsi prosesinə dair belə bir yanaşmanın sərgilənməsi “funksional yanaşma” adlandırılır - əşyanı deyil, daha çox onun istehlakçıya gətirə biləcək faydaları layihələndirirlər (bu nöqteyi-nəzərdən körpünü deyil, keçidi, çırağı deyil, işıqlandırmanı, gözəl və dəb-dəbəli libası deyil, yaxşı əhval-ruhiyyəni və özünə əminliyi, dodaq boyasını deyil, daha gözəl və yaraşqlı olmaq imkanını layihələndirmək lazımdır). Layihələndirmənin funksional prinsipi əşyanın funksional prosesinin öyrənilməsini, sistemin ümumilikdə ideal fəaliyyət modelinin işlənilib hazırlanmasını və, nəticə olaraq, - insanın müxtəlif və daim dəyişkənliyə məruz qalan tələbatlarını ödəməyə imkan verən, prinsip etibarilə tamamilə yeni funksiyalara malik obyektin yaradılmasını nəzərdə tutur.

Artıq qeyd olunduğu kimi, geyim — istehlak predmetidir və müasir situasiyada, bir qayda olaraq, kütləvi istehsal məhsuludur.

Model-geyimin, ayaqqabının, baş geyiminin müəyyən standartlar üzrə seriyalarla buraxılışı üçün etalon qismində çıxış edən nümunədir, bu və ya digər məmulatın tipi, markasıdır.

Geyimin modelləşdirməsi — geyimin yeni modelinin yaradılma prosesidir.

Modelyer-geyim modellərinin, həmçinin bu və ya digər məmulatların nümunələrinin hazırlanması üzrə mütəxəssis. Beləliklə də, rus ənənələrində yeni geyim nümunələrinin yaradıcısını modelyer adlandırırlar. Bundan əlavə, kostyumun hazırlanması prosesində iştirak edən və bununla bilavasitə əlaqəli olan digər peşə nümayəndələri də mövcuddur: biçici, dərzi, dərzi qadın, modistka, çəkməçi, xəzçi, texnoloq, konstruktor, naxıştəkən və sair. Onların hamısı müxtəlif funksiyaları yerinə yetirərək geyimin işlənilib hazırlanması və istehsalı prosesində bilavasitə iştirak edirlər. Ancaq yeni modelin müəllifi, yaradıcısı məhz modelyerdür, o, həllin yeni texnologiyalarını ixtira edir və dekorun işlənilib hazırlanmasını həyata keçirir, obraz və üslubu, ümumi konstruktiv həlli müəyyənləşdirir. istifadə ediləcək aksesuarları və əlavələri düşünür. Bundan əlavə, həmin peşənin bu dəfə artıq qərb ənənəci ilə birbaşa əlaqəli olan digər adları da mövcuddur: stilist, kutüryə.

Kutüryə — “kutyurdan” (yüksək dəb) geyim kolleksiyasının yaradıcısıdır. Bu kolleksiyaya geyimin unikal modelləri, yeganə nümunədə əl əməyinin istifadəsi ilə yüksək dəb evlərində hazırlanmış geyim nümunələri daxildir. Yüksək dəb evləri mütləq şəkildə Parisdə yüksək dəb sindikatının üzvü yaxud digər ölkələrdə fəaliyyət göstərən bu kimi təşkilatlara üzv olmalıdır.

Dizayner (bu ad ingilisdilli ənənə ilə bağlıdır, fransız və italyan ənənəsində isə həmin anlayış stilist məfhumuna uyğundur) – modelyeri daha çox bu adla tanıyırlar, bu da geyimin istehsalın və yaradılması prosesinin üsulları sahəsində baş verən dəyişikliklər, eləcə də kütləvi istehsalı bağlı yeni yaradıcı fəaliyyətin meydana gəlməsi ilə bağlıdır.

FƏSİL II. BƏDİİ ZÖVQÜN AYRILMAZ HİSSƏSİ OLAN RƏNG

2.1. Kostyumda rəng faktorunun yeri və rolu

Rəng – kostyumun kompozisiyasında ən güclü vasitədir. Əbəs yerə deyil ki, dəbli rəng uyğunluqların əvəzlənməsi forma yaxud detalların əvəzlənməsi ilə müqayisədə daha sürətlə baş verir. Bir çox hallarda geyim çeşidi əsas geyim əşyalarında (şalvar, yubka, pencək, bluza, mayka (qolsuz və ya qısaqollu toxunma yay köynəyi), jilet və s.) sabit qalmaqda davam edir, dəyişən yaxud tamamlanan isə yalnız rəng qammasıdır. Rənglər xromatik (boyanmış) və axromatik (boyanmamış) rənglərə bölünür. Axromatik rənglərə qara, ağ və onların bir-biri ilə bütün uyğunluqları (boz rəngin müxtəlif çalarları) aid edilir. Axromatik rənglər üçün açıqlıq münasibətləri xarakterikdir, yəni açıqlıq üzrə fərqləndirmə.

Açıqlıq — iki yanaşı (qonşu) berrəngli səthlərin təsiri nəticəsində əmələ gələn görmə (ışıq) duyğuları arasında fərqlərin kəmiyyət qiymətləndirilməsi üçün istifadə olunan qeyri-səlis (qeyri-müntəzəm) kəmiyyət. Rəngin kostyumun kompozisiyası daxilində öyrənilməsi axromatik rənglərdən başlayır. Formanı, silueti, xətləri, eləcə də kostyumun modelləşdirilməsinin əsaslarına aid olan bütün kompozisiya qanunauyğunluqları öyrənmək üçün ilk əvvəl həmin kostyumu ağ-qara qrafikada nəzərdən keçirmək lazımdır. Forma və rəngi bir-birilə əlaqələndirmək son dərəcə çətindir. Odur ki, ilk öncə forma üzərində işləyirlər və bu iş xətlərdə, ləkələrdə, həcmdə, fakturada ifadə olunur, daha sonra isə boz rəngin əlavə edilməsilə axromatik kompozisiyaların işlənilib hazırlanması prosesinə keçid alırlar. Bədii praktikada üççalarlı kompozisiyalardan tez-tez istifadə edilir. Onlar qara və ağ rənglərdən, eləcə də onların müxtəlif açıqlığa malik çalarlardan ibarət olur. Üç və daha çox çalarlı birləşmələrdə ağ və qara rənglərin kontrastının açıqlığa doğru yumşaldılması baş verir, boz rəngin açıq çalarlarının zənginliyi meydana gəlir ki, bu da kontrast axromatik rənglər arasında sanki müəyyən bir kompromisin əmələ gəlməsinə gətirib çıxarır. Açıqlığa görə

pilləli qradasiyalar – tədrici, gözlə fərqləndirilə biləcək ağ rəngin qara ilə yaxud qara rəngin ağ rənglə doydurulması prosesidir.

Peşəkar mühitdə belə bi üsul “rəngin dartılması” adlanır. Rəngin dartılması ağ rəngdən qara rəngə doğru hiss edilməyən keçidinin əldə olunması üsulundan fərqlənir. Fərq bundan ibarətdir ki, hər bir açıqlığın qardasiya fərqi dəqiq və düyrüst şəkildə nəzərə çarpır. Rəngin dartılmasının tədrici olması üçün o, ən azı beş qradasiyaya malik olmalıdır, misal üçün: qara, tünd boz, boz, açıq boz və ağ. Bəs rəngin dartılması nə verir? Bu, rənglərin məhdud qamması ilə işləmək vərđışlərini əldə etməyə imkan verir. Göz, misal üçün, xalis boz rənginin yeddi qradasiyasını seçə bilər, və əgər dartılmanın hər bir qradasiyasına azacıq olsa da başqa rəng qatılsa, onda çoxlu sayda “müxtəlif boz” rənginin incə birləşmələrini almaq mümkün olacaqdır. Əgər göz onları fərqləndirə bilirsə, bu o deməkdir ki, həmin incə rəng və çalar birləşmələrini biz təsəvvür edə və gerçəkləşdirə bilərik. Beləliklə, rəngin dartılmaları ilə iş prosesi rəngin müəyyən peşəkar mədəniyyətini işlədilmiş olur.

Ağ və qara rəng dartılmalarının istifadəsi zamanı formanın və “kənar kontrastın” daxilində kontrast effektinin tətbiqi ilə maraqlı nəticələr əldə olunur, bu zaman ağ və qara rənglər konturlar, xətlər və haşiyələnmə şəklində bir-birinə yanaşı yerləşir. Ağ rəngin “parıldama” yaxud “yanma” effektinə nail olmaq mümkündür. Bu məqsədlə ağ rəng boz rəngin konsentrik dartılmaları ilə dövrələnməlidir, eyni zamanda boz rəngin tədricən qara rəngə çevrilməsi də öz əksini tapmalıdır.

İncə rəng birləşmələrinin öyrənilməsi prosesində növbəti mərhələ məhdud adlandırılan bir qammanın tətbiqi ilə bağlıdır. Qammanın məhdudluğu bundan ibarətdir ki, ağ və qara rənglərə yalnız bir rəng əlavə edilir. İstənilən rəngi, misal üçün, qəhvəyi rəngi seçmək olar. Əslində qəhvəyi rənglərin xeyli sayda müxtəlif çalarları mövcuddur: qəhvəyi mars, seoiya, qırmızı oxra, şokoladlı, südlü kofe, qırmızı ağac, palıd ağacı rəngi, darçın rəngi. Qəhvəyi rəngin bütün çalarlarına yalnız geyimdə rast gəlinir. Bu, təbii dərinin, zəmsanın, xəzin

rəngidir. Qəhvəyi rənglər öz praktikliyi ilə seçilir, istənilən hər hansı digər rənglə birləşdirilməsi mümkünlüyü ilə diqqət çəkir və insan dərisinin rəngi ilə yaxşı uyğunluq təşkil edir.

Beləliklə, kostyumda rəngin tədqiqinə ağın, qaranın, boz rəngin çalarlarının və çoxlu sayda qəhvəyi rəngin çalarlarının nisbətlərini daxil etməklə biz praktiki olaraq son dərəcə incə rəng birləşmələrinin palitrasını əlavə edirik ki, onlar bir-birinə çox yaxşı qarşılıqlı təsir göstərir. Afrikada yaşayan xalqların naxışlı, bəzəkli və basma parçaları, harmoniyası üç rəngin – ağ, qəhvəyi və qara rənglərin üzərində qurulan və bu qitədə hazırlanan parçaları yuxarıda qeyd etdiklərimizi əyani surətdə təsdiq edir. Məhdud qammanın istifadəsi nöqtəyindən nəzərdən öz füsunkarlığı ilə diqqət çəkən kostyumlar sırasında özünün qeyri-kəskin və qeyri-parlaq gözəlliyi ilə fərqlənən Bretani (Fransa) kostyumlarını qeyd edə bilərik. Bretanidə istehsal olunan geyim nümunələrində qədim zamanlardan başlayaraq təkcə qara, qəhvəyi və boz rənglərdən istifadə edərək onları nişastalanmış fantastik ağ baş örtükləri ilə tamamlayırdılar.

Axromatik rənglərdən savayı həm də xromatik (boyanmış) rənglər də mövcuddur ki, onlar öz dolğunluğu, çaları, açıqlığı ilə səciyyələnilir.

Dolğunluq — bu, rəngdə xalis pigmentin mövcudluğu dərəcəsidir (məsələn, dolğun qırmızı, dolğun göy və sair).

Çalar — bu, bir rəngdə digər rəngin qatışıqlarının mövcudluğudur. Çalar bir rəngin digər rəngdən fərqliliyini xarakterizə edir. Məsələn, moruq rənginin çalarına malik qırmızıda göy rənd yer alır, narıncı çalarlı qırmızı da isə sarı rəng mövcuddur, yəni öz çalarlarına görə həmin qırmızı rənglər fərqlidir.

Xromatik rənglərin açıqlığı – bu, onların ağ rəngə yaxınlaşdırılmasının (açıqlığının) dərəcəsidir. Aşağı dolğunluğa malik olan olduqca açıq rənglər “pastel” rənglər adlandırılır (“pastel” adlanan kiçik tabaşırldən götürülüb). Pastel rənglərin harmoniyasına hər bir rəngdə ağ rəngin mövcudluğu vasitəsilə nail olunur ki, həmin ağ rəng hər şeyi hamarlayır, tarazlaşdırır, səlisləşdirir. Pastel rənglərin rəng qamması — rəng tarazlığıdır ki, bu zaman rənglərdən heç

biri digərlərdən xüsusilə seçilmir, kəskin surətdə nəzərə çarpmır. Rəng tarazlığı həm də harmoniya üçün səciyyəvidir, onu həm də “fərqli qara” adlandırırlar. Bu halda doğlun rənglərdə qara rəngin yer alması da həmçinin parlaqlığı hamarlaşdırır, tarazlaşdırır, gözlə ancaq-ancaq fərləndirilən, demək olar ki, tamamilə qara, lakin hər halda rəngli birləşmələri yaradır. Beləliklə, əminliklə söyləmək olar ki, pastel rənglərin birləşmələri – açıq qammadır, “fərqli qara” isə - tünd qammadır.

Qamma — bu, ümumi xarici rəng xüsusiyyətlərinə malik rənglərin sırasıdır. Misal üçün, yaşıl qamma özündə yaşıl rəngin bütün çalarlarını ehtiva edə bilər: zümrüd rəngli yaşılı, ot rəngli yaşılı, parlaq yaşılı, tünd yaşıl rəngi, alma rəngini, dəniz dalğası rəngini, füzə rəngini və s. Harmonik rəng birləşmələri nəzəriyyəsində müxtəlif qanunauyğunluqlar nəzərdən keçirilir. Ciddi sıra ardıcılığı ilə yerləşən spektral xalis rənglərin harmoniyaları mövcuddur. Bunlar göy qurşağına daxil olan rənglərdir: qırmızı – narıncı – sarı – yaşıl – mavi – göy – bənövşəyi. Maraqlıdır ki, rənglərin ardıcılığını olduğu kimi düzgün yadda saxlamaq üçün insanlar çoxlu sayda yanıltmac fikirləşiblər ki, burada istifadə edilən sözlərin baş hərfləri rənglərin baş hərfləri ilə üst-üstə düşür.

Rəng harmoniyalarından biri – rəng dairəsinin harmoniyasıdır.

Rəng dairəsi kontrast cütlər (qırmızı – yaşıl, sarı – göy) üzərində, yaxud dairənin diametrlərinin qurtaracaqlarında yerləşən dörd əsas rəng üzərində qurulur.

Bundan əlavə, əsas rənglər arasında aralıq rənglərin dartılmaları yerləşir (sarıdan qırmızıya qədər, qırmızıdan göy rəngə qədər, göy rəngdən yaşıla qədər, yaşıldan sarı rəngə qədər).

Əgər rəng dairəsini əsas rənglər üzrə dörd hissələrə bölsək, onda hər dördə bir hissəyə həmin dördə birin daxilində yerləşən və bir-birinə son dərəcə yaxın, “qohum” rənglərin öz harmoniyası müvafiq olacaqdır.

Rəng dairəsinin birinci dördə bir hissəsində (yuxarı sağ tərəfdə yerləşən) isti sarı, narıncı və qırmızı-narıncı rənglər vasitəsilə sarı pigmentindən başlayaraq qırmızı pigmentə qədər müxtəlif rənglərə malikdir.

Rəng dairəsinin ikinci dördə bir hissəsi (aşağı sağ tərəfdə yerləşən) soyuq qırmızı, bənövşəyi və göy-bənövşəyi rənglər vasitəsilə qırmızı pigmentdən başlayaraq göy pigmentə qədər rəngləri ehtivə edir. Dairənin hər dördə bir hissəsində bir-birinə yaxın olan rənglərin harmonik birləşmələri yer alır, sarıdan göy rəngə qədər rəng birləşmələrini (yəni, rəng dairəsinin sağ yarısını) götürsək, o zaman rənglərin bir-birinə son dərəcə yaxın və kontrast birləşmələrin harmoniyalarını əldə edəcəyik.

Bir-birinə yaxın rənglərin birləşmələri – bu, nisbətən təvazölə sakit koloritsik qammadır və bu cəhət kəskin açıqlıq qarşıdurmaların qeydə alınmadığı hallarda xüsusilə özünü daha qabarıq şəkildə büruzə verir.

Bir-birinə yaxın və kontrast rəng birləşmələri – bir-birinə son dərəcə yaxın və kontrast rəng cütlüklərinin birləşmələridir. Onlar kontrast nəticəsində parlaq rəng fəallığı ilə xarakterizə olunur. Bir-birinə yaxın və kontrast rənglərdən istifadə olunması daha parlaq mənzərənin yaranmasına səbəb olur, çünki isti sarı-qırmızı və bir-birinə olduqca yaxın rənglər soyuq qırmızı-göy rənglərlə tamamlanır.

Rəng dairəsinin üçüncü dördə bir hissəsi (aşağı sol tərəfdə yerləşən) göy-yaşıl, dəniz dalğası rəngində olan və soyuq yaşıl rənglər vasitəsilə göy pigmentdən başlayaraq yaşıl pigmentə qədər rəngləri ehtiva edir. Bunlar soyuq qammanın bir-birinə yaxın olan rəngləridir.

Rəng dairəsinin dördüncü dördə bir hissəsində (yuxarı sol tərəfdə yerləşən) isti yaşıl, yaşıl-sarı və sarı-yaşıl rəngləri vasitəsilə yaşıl pigmentdən sarı pigmentə qədər bir-birinə yaxın rənglər yer alır. Əgər rəng dairəsinin iki sol dördə bir hissələri birləşdirsək, onda rənglərin bir-birinə yaxın kontrast birləşmələrini əldə edəcəyik ki, burada yaşıl rəngin həm isti, həm də soyuq qammasına rast gəlinir. İndi isə rəng dairəsini yuxarı və aşağı yarım hissələrə

bölək. Yuxarı yarım hissə rənglərin isti qammasına, aşağı yarım hissə isə - soyuq qammasına uyğundur. Rəng dairəsi bir-birilə üz-üzə (qırmızı – yaşıl, sarı – göy) dayanan iki kontrast cütlüklər üzərində qurulduğu üçün kontrast rənglərin harmoniyaları mövcuddur. Və əgər diametrləri dairənin mərkəzindən çəksək, güman edək ki, qırmızı rənglərdən yaşıl rənglərə qədər, onda qırmızı rəngin hər bir çalarına yaşıl rəngin müəyyən bir çalarının uyğunluğu müşahidə olunacaq, bununla belə, hansı qırmızıya hansı yaşılın müvafiq olduğu açıq aydın görünəcəkdir. Ancaq qeyd etmək lazımdır ki, bu cür rəng dairəsi rənglərin ağ və qara rənglərlə müxtəlif və kifayət qədər mürəkkəbliyi ilə diqqət çəkən birləşmələrini nəzərə almır. Əgər dairənin hər bir əsas rənginə müəyən nisbətdə ağ rəng əlavə edilsə, o zaman rəng dairəsinin mərkəzinə yönələn ağardılmış rənglərin daxili konsentrik dairələri alınacaq. Əgər dairənin hər bir əsas rənginə qara rəng əlavə olunsay və bu əlavə tədrici artma ilə yerinə yetirilsə, onda fəzaya gedən qaraldılmış kölgə rənglərin xarici konsentrik dairələri əldə ediləcək.

Əslində rəng dairəsi ümumi oturacağa malik iki konusdan ibarət həcmli fiqurla təsvir olunur. Ağardılmış rənglər bir konusun təpəsində yerləşən ağ rəngə doğru istiqamətlənir, müxtəlif dərəcədə qaraldılmış dolğun rənglər isə digər konusun təpəsində yerləşən qara rəngə doğru yönəlir. Konusun oxu üzərində axromatik rənglər yer alır, eninə uzanan maksimal kəsiyin müstəvisi üzərində isə dolğun rənglər (xalis pigmentlər) yerləşir. Həmin konusların hər ikisi Osvaldın “rəng bədənini” təşkil edir. Rəng bədənində əsasən rənglərin müxtəlif birləşmələrinin harmonik və kifayət qədər mürəkkəb kombinasiyalarını qurmaq mümkündür. Qrafik işlərdə ağ və qara rənglərdən, rənglərin müxtəlif işlənmələrindən, habelə ağ rəngin özündən geniş surətdə istifadə etmək lazım gəlir. Bundan kompozisiya yalnız və yalnız udmuş olacaq, qrafik ifadəliliyin əldə olunması isə daha aşkar şəkildə müşahidə ediləcəkdir. Bir qanunauyğunluq mövcuddur: rənglər bir-birindən nə qədər çox fərqlənirsə, rəng harmoniyasını əldə etmək bir o qədər də mürəkkəb olur, yəni harmoniya dedikdə biz bu və ya digər rəngin aşkar üstünlük təşkil etmədiyi bir rəng tarazlığının mövcudluğunu

nəzərdə tuturuq. Odur ki, istifadə olunan rəng kompozisiyalarında rəng ləkələrinin ölçüsü böyük əhəmiyyət kəsb edir. Əgər bir rəng ləkəsi digərlərindən daha böyükdürsə, deməli müəyyən bir rəngin üstünlük təşkil etməsi, onun digər rənglərlə müqayisədə daha qabarıq nəzərə çarpması müşahidə olunur. Rəng tarazlığına üç vəziyyətin köməyi ilə nail olunur:

- əsas rəng ləkələrinin bərabər kəmiyyəti ilə;
- ağardılmış birləşmələrdə bərabər açıqlığı ilə;
- parlaq rənglərin bərabər dolğunluğu ilə.

Başqa qanunauyğunluq da mövcuddur: bir rəng digərinə nə dərəcədə yaxın olursa, obların bir-biri ilə harmoniya təşkil etməsi də bir o qədər güclü və nəzərə çarpan olur.

Beləliklə, rəng birləşmələrinin harmoniyaları – bu, dolğunluq, açıqlıq və çalarlar da nəzərə alınmaqla müxtəlif rənglərin kombinasiyasının bir məcmusudur.

Rəng birləşmələrinin müxtəlif harmoniyaları zamanın fərqli-fərqli dövrlərində cəmiyyətin estetik baxışlarından asılı olub. Hər il dəb evləri geyimdə mövsümün rəng qammasını, dominantlıq təşkil edən yeni bir rəng təklif edirlər. Hazırda dəb olduqca demokratikdir və hər hansı rənglərə üstünlüklərin verilməsini müşahidə etmək bir o qədər də asan deyil. Yeni rənglər peyda olur: metal, gümüş, qızıl, köhnə bürünc rəngi, sabun köpüklərinin rəngi, eyni zamanda çoxlu sayda parlaq səthlər, qaranlıqda işıqsaçan “turşu” rənglər görmək mümkündür. Hər bir dizayner geyimdə özünə məxsus strateji rəng konsepsiyasına malikdir. Misal üçün, məşhur yaponiyalı dizayner İ.Miyake ərsəyə gətirdiyi kolleksiyalarında yalnız parlaq “sevincli” rənglərdən istifadə edir, müəllif hesab edir ki, geyim əşyalarında tətbiq olunan rənglər müsbət emosiyaların formalaşmasına gətirib çıxarmalı, insanlara sevinc bəxş etməlidir. Fransada olan kutürə K.Lakrua isə zəngin koloristik istedadı, zövqə malikdir. O, yaratdığı modellərdə parçaların, rəsmlərin və fakturaların bəzən olduqca

gözlənilməz çoxrəngli birləşmələrindən böyük məharət və bacarıqla istifadə edir.

Yaponiyalı xanım R.Kavakubo – geyim dizaynında dekonstruktivizm cərəyanının nümayəndəsi, - hazırladığı modellərin kəskin formalarının yenilikçiliyini qara, boz və ağ rənglər vasitəsilə nəzərə çarpdırır. Digər yaponiyalı sənətkar – dizayner İ.Yamamoto isə 1980-ci illərin əvvəllərində yaratdığı kolleksiyaları ilə Parisi fəth etmişdir. Belə ki, həmin kolleksiyalarsa yalnız qara rəngli modellər yer almışdır. Hər zaman dəbli rəng qammasının mövcud qanunauyğunluqları üzə çıxartmaq üçün çoxlu sayda cəhdlər edilirdi. Rəng sahəsində dəbli tendensiya­ların bir-birini əvəzlənməsi kostyumun dəbli formasının inkişafı mərhələlərilə ümumilikdə uyğunluq təşkil edir: yeni forma (yeni siluətlər, həcm, nisbətlər), bir qayda olaraq, qara rəngdə özünü büruzə verir, gedən forma isə mürəkkəb qammada işlənilib hazırlanır, burada rəngin çalar həlləri üstünlük təşkil edir. Ümumilikdə, dəbli rəng qamması (“isti” yaxud “soyuq”) aparıcı baza forması olduğu qədər eyni müddət ərzində (beş-altı il) öz aktuallığını itirmir. Lakin kostyumda rəngin proqnozlaşdırılması dəbli formanın inkişaf dinamikasının öyrənilməsinə təkcə əsaslanmır, həm də müxtəlif yaş kateqoriyalarına aid insanların rəng duyğusu və rəng üstün tutmalarının araşdırmalarına da söykənir ki, bu tədqiqatlar Beynəlxalq rəng assosiasiyasının himayəsi ilə həyata keçirilir. Həmin tədqiqatlar əsasında rəng üstün tutmalarını əks etdirən proqnozları qurulur ki, onlar da sonradan məhz dəbli tendensiya­lar şəklində reallaşdırılır.

Ayrı-ayrı rəngləri, onların çalarlarını və birləşmələrini seçməklə, dizayner üzərində işlədiyi formanı emosional nöqtəyi-nəzərdən bəzədilmiş edə bilər, ona bayram əhval-ruhiyyəsini, təntənə əzəmətini, işgüzarlıq nüfuzunu gətirə, yaxud kədər və ya faciəlilik notlarını əlavə edə bilər.

Əgər bir 1999-ci ilin sonlarında mövcud olmuş rəng palitrasının təhlilini aparsaq, onda aşağıdakı nəticələrə gəlmiş olarıq. Qadın geyimində 1998-1999-cu illərdə dominantlıq təşkil etmiş boz rəng tədricən öz mövqelərini tamamilə

itirməyə başlayıb. Mürəkkəb boz-bej çalarlarının qaldığını müşahidə edirik ki, onlar da pastel rənglərinə keçid alır. Bununla bərabər, şəffaf və parlaq parçaların birləşmələrini görmək olur ki, onların rəngini fərləndirmək son dərəcə mürəkkəb bir məsələyə çevrilib. Pastel qamması aksesuarlarda – çanta və ayaqqabıda da təkrar olunur. Pastel çalarları rənglə doydurulur və karamel rənglərə – çəhrayı, açıq-yaşıl, açıq-mavi, yasəmən rənglərə qədər zənginləşdirilir. Dəbli qammada parlaq vurğu olaraq qırmızı rəng özünü kifayət qədər qabarıq şəkildə büruzə verir. 2000-ci illərdə dəbli olan kişi geyimlərinə diqqət yetirsək, burada rəng palitrasının olduqca maraqlı tendensiyalarını görmüş olarıq. Boz minimalizm yoxa çıxıb, rənglərin çoxluğu və mütəlifliyi diqqət çəkir. Qırmızı və yaşıl rənglərin nadir hallarda istifadə olunan kontrast birləşmələri təklif olunur. Yaşıl rəngin qamması isə çoxluq təşkil edir: xakidən başlayaraq soyuq zümrüd rənginə qədər.

Kişi geyimi üçün ənənəvi olan göy rəng əhəmiyyətli dərəcədə açılıb. Ağ və qara rənglərin klassik uyğunluğu yenə də aktual olmağa başlayıb. Dolğun meyvə rəngləri meydana gəlib: sarı, narıncı, yaşıl, qırmızı.

2.2. Geyimdə rəngin seçiminə təsir edən meyarlar

Qadının pozitiv imicinin formalaşdırılması bir çox cəhətdən onun istifadə edəcəyi kostyumun harmonik rəng həlli ilə müəyyənləşdirilir. Rəng insanın zahirən yaşından daha cavan görünməsinin əsas və başlıca meyarı qismində çıxış edir. Qadınlar üçün nəzərdə tutulmuş kostyumda rəng birləşmələrinin işlənilib hazırlanması prosesində rəng harmoniyasının qaydalarını nəzərə almaq və onlara ciddi surətdə riayət etmək lazımdır. Məsələn, geyim komplekti üçün rəngləri belə seçmək lazımdır ki, burada yer alan bütün rənglər ümumlikdə komplimentar boz rəngini təşkil etsin. Aparılmış tədqiqatlara əsasən, boz rəng göz sinirini və ümumiyyətlə insanı qıcıqlandırmır. Belə kostyumu uzun müddət seyr etmək olar,

bu zaman təhtəlsüür, instinktiv olaraq bu geyim istehlakçı tərəfindən müsbət qarşılanacaq. Harmoniyanın tərifi vasitəsilə harmonik rəng kompozisiyanın fundamenti qoyulur ki, onun üçün rənglərin kəmiyyət nisbəti xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. İlk dəfə olaraq Höte qırmızı, göy və sarı rəngləri əsas rənglər qismində dəyərləndirmişdir. Onların parlaqlığı əsasında Höte bu rənglərin kəmiyyət nisbətinin düsturunu əldə etmişdir: sarı : qırmızı : göy = 3:6:8. Elmi ədəbiyyatın təhlili göstərmişdir ki, istənilən estetik nəzəriyyəsinin əsasını rəng dairəsi təşkil edir. Höte, İ.Nyuton, İ.İtten və Osvaldın rəng dairələrini qeyd edə bilərik. V.M.Şaqayevə görə isə rəng dairəsi dörd əsas rənglər üzərində qurulur: sarı, göy, qırmızı və yaşıl. Bütün rəng dairələrini birləşdirən cəhət bundan ibarətdir ki, onların hamısı pigmentar rəng qatışıqlarının qanunları əsasında qurulur. Dairə üzərində əks tərəflərdə yerləşən rənglər qarışdığı zaman komplimentar boz rəngin əmələ gəlməsi ilə nəticələnir. Bu sırada İ.İttenin rəng dairəsi daha geniş yayılmışdır. Rəng dairəsi harmonik rəng birləşmələrinin müəyyənləşdirilməsinə imkan yaradır. On iki ədədli rəng dairəsində harmonik rənglər diametrin əks sonluqlarında, habelə dairəyə salınmış bərabərtərəfli yaxud bərabəryanlı üçbucaqlar, kvadratlar yaxud düzbucaqların təpələrində yerləşir. Göründüyü kimi, rəng dairəsinə harmonik rənglər sırasında olan xalis rənglər daxildir ki, onlar açıqlıq və dolğunluq qradasiyasına malik ola bilər. İ.İtten dairəsinin köməyi ilə insan görkəminin müəyyən tipinə uyğun olan və “rəng tipi” adlandırılan rəng birləşmələrini seçmək mümkündür. Hələ XX əsrin əvvəlində İ.İtten ehtimal etmişdir ki, insanların rəng tipinə müvafiq olaraq onlara müəyyən rənglər və rəng birləşmələri yaraşır. Onun “ilin dörd fəslə” adlı koloristik nəzəriyyəsi geniş yayılmışdır. Hər bir insan üçün fərdi olan rəng pigmenti əsasında İtten tərəfindən insanların dörd rəng növü təyin olunmuşdur. Rəng tipi dərinin, saçın və gözlərin rənginə görə müəyyənləşir. Cəmi dörd rəng tipi seçilmişdir və onlar il fəsillərinə uyğun olaraq adlandırılmışdır. İki rəng tipi – Qış və Yaya soyuq, digər ikisi isə - Yaz və Payız isti kimi qəbul olundu. İki rəng tipi – Qış və Payız kontrast və dolğundur, ikisi isə - Yaz və Yay boğuc və yumşaqdır. Yohannes İttenin

konsepsiyasını Keyrol Cekson, daha sonra isə Doris Puzer inkişaf etdirmişlər. Sonuncu bu konsepsiyayı amerikalı rəssam Albert Henri Manselin nəzəriyyəsindən iqtibas edilmiş müddəalarla təkmilləşdirmiş və tamamlamışdır. İnsanın rəng tipinin kostyumun rəngi ilə harmonizasiyası sahəsində digər müasir təklif və işlənmələr də mövcuddur. Onların təhlilindən belə bir nəticə hasil edirik ki, ümumilikdə istehlakçının və özəlliklə konkret bir istehlakçının zahiri görünüşünə uyğun surətdə düzgün rəng qammasının seçilməsi məqsədilə həm də insanın fərdi rəng tipini nəzərə almaq lazımdır. Hipotetik olaraq ehtimal edə bilərik ki, yaşa dolduqca insanın rəng tipi dəyişə bilər.

Qadınların rəng tiplərini tədqiq etmək və onların arasında daha geniş yayılmış tipi üzə çıxartmaq lazımdır. Bu, həm kostyumun rəng palitrasının seçimi ilə əlaqədar fərdi tövsiyyələr, həm də sənaye üsulu ilə istehsal olunan mövsüm kolleksiyaların layihələndirilməsi istiqamətində təklifləri işləyib hazırlamağa imkan verəcəkdir. Kostyumun harmonik rəng palitrasının işlənilib hazırlanması prosesinin optimallaşdırılması üçün rəng həllərinin avtomatik seçimi üzrə proqram təminatı məhsullarının hazırlanmasını həyata keçirmək lazımdır. Hazırda kostyum dizaynının işlənilib hazırlanması zamanı printlərdən fəal surətdə istifadə olunur. “Print” terminindən istifadə etdikdə müəyyən üsulla parçaya (tikmə naxış, parça üzərində birbaşa basma, termotransfer), kağıza yaxud digər səth üzərinə çəkilmiş təsvir (rəsm, yazı yaxud fotosəkil) nəzərdə tutulur. Printlərdən geyimin dekor edilməsi məqsədilə qədim zamanlardan istifadə olunurdu. Hələ Qədim Yunanıstanda müxtəlif həndəsi fiqurlar və ornamentlərlə geyimi, qab-qacağı, vazaları və hətta silahları dekor edirdilər.

Dünyanın aparıcı trend-büroları hər il printlər vasitəsilə parçaların bəzədilməsinin ən yeni tendensiyaları haqqında istehsalçılara müvafiq informasiyaları təqdim edirlər. Parça üzərində rəqəmsal çapın imkanları printi geyim dizaynı sahəsində ən perspektivli istiqamətlərdən birinə çevirmişdir. Mövcud texnologiyalar çap prosesini su əsaslı orijinal mürəkkəblər vasitəsilə yerinə yetirməyə imkan verirlər, bunun sayəsində ekoloji cəhətdən təmiz,

uzunömürlü və olduqca keyfiyyətli rəsm əldə olunur. Geyimin dizaynında müxtəlif növ printlərin, o cümlədən də qadınlar üçün istifadə olunması imkanları istehlakçı üçün kifayət qədər cəlbedici məmulatlar yaratmağa imkan verir. Geyim dizaynında istifadə edilən printləri şərti olaraq bir neçə qrupa bölmək mümkündür: gül motivləri, xallar, xanalar, zolaqlar, mücərrəd rəsm, mozaika, qaz ləpirləri, portret və peyzajlar, etnik və animalistik təsvirlər. Son zamanlar tekstil məmulatların çeşidi rapport təkrarlar olmayan rəsmlər vasitəsilə tərtib edilir ki, onlar da monokompozisiyaların qurulması qaydalarına və qanunauyğunluqlarına tabedir. Kostyumda monokompozisiya toxuma məmulatının ölçüləri ilə məhdudlaşdırılan qapalı səth üzərində qurulur. Qapalı kompozisiya strukturunu təşkil edən ornamental motivlərin təşkilediciliyi forma, ölçülər, ornament elementlərinin miqdarı, rəng və motivlər arasında məsafə ilə xarakterizə olunur. Ədəbiyyat məxəzlərini təhlil edərək, geyimdə monokompozisiyaların qurulması prinsiplərini ümumiləşdirək.

Monokompozisiyalar – qapalı səth üzərində qurulur; şaquli və üfüqi səthi simmetriyasına nisbətən bütün elementlərin dayanıqlı tarazlığın (statik yaxud dinamik) seyrçi prinsipləri üzərində həll edilir; səthin aktiv və passiv zonasının nəzərə alınması ilə seyrçi mənimsənilmənin (qavrayışının) qanunları üzərində qurulur. Statik tarazlıq müstəvi üzərində fiqurların simmetrik səmtləşməsi zamanı onun şaquli və üfüqi səthlərinin simmetriyasına nisbətən və, xüsusən, motivlərin özlərinin simmetrik forması şəraitində meydana gəlir. Müstəvi üzərində fiqurların statik tarazlığının üç kompozisiyalı variantını seçirlər: fiqurlar mərkəzi hissəyə səmtləşib; fiqurlar yuxarı hissəyə çəkilib; fiqurlar aşağı hissədə yerləşir. Dinamik tarazlıq isə fiqurların müstəvi üzərində asimmetrik yerləşməsi zamanı əmələ gəlir. Dinamik gərginliyi hər şeydən yaxşı kontrast yaradır. Kompozisiyada kontrastın bir neçə növünü istifadə etmək olar, məsələn, motivlər arasında məsafələr kontrastını, açıqlıq və rəng kontrastını, eləcə də formaların miqyası arasında fərqi.

Qeyd etmək lazımdır ki, assimetrik kompozisiyalarda elementlər qrupu timsalında həm zaman dominanta mövcuddur. Motivlərdən birinin ölçüsünü

artırmaqla, onun rəngini aktivləşdirməklə yaxud formasını dəyişməklə dominantı əldə etmək mümkündür. Geyim əşyası üzərində təsvir olunan çap rəsminin kompozisiyasının düzgün və savadlı həlli - tekstil məmulatına izafi dəyərin verilməsinin mühüm və effektiv bir üsuludur, çünki insan bədənində yaxşı oturan və görünən məmulat üstə gəl onun estetik və müasir dizaynı satış bazarında həmin məhsula əlavə yüksək rəqabətqabiliyyətliliyi gətirə biləcək amillərdəndir. Bundan əlavə, geyim üzərində müəyyən rəngli printin yerləşdirilməsi insanın rəng tipi ilə kostyumun özünün harmonizasiyasına səbəb ola bilər.

Qadınlar üçün nəzərdə tutulmuş geyim əşyalarında çap dizaynının işlənilib hazırlanması prosesi dizayner üçün informasiya bazasının genişləndirilməsini tələb edir, bu isə o deməkdir ki, əlavə tədqiqat və araşdırma işlərinin həyata keçirilməsinə də zərurət yaranacaqdır. Printlərin rəng həlli, tematikası və yerləşdirilməsi ilə bağlı istehlakçıların üstünlük verdikləri meyarları aşkar etmək lazımdır. Beləliklə, “qarderob” sistemində geyim dizaynının işlənilib hazırlanması labüdlüyü müəyyən edilib.

Təyin olunmuşdur ki, qadının yaşından daha cavan görünməsini hədəfləyən çoxkomplektli “qarderob” sisteminin dizaynının hazırlanması prosesi kostyum, qadının rəng tipinin həmin kostyumun rəngi ilə harmonizasiyası, eləcə də seçilmiş dəbli makiyajə uyğun qadın obrazının üslublaşdırılması köməyi ilə qadının bədən quruluşu tipinin və onun fiqurasının korreksiyası variantlarının müəyyənəşdirilməsi prosesinə çevrilməsi daha effektiv və məqsədəuyğundur. Tərəfimizdən müəyyənəşdirilmişdir ki, kostyumun harmonik rəng palitrasının işlənilib hazırlanması məqsədilə qadınların rəng tipajlarının təyin edilməsi istiqamətində müvafiq tədqiqat işlərinin həyata keçirilməsi lazımdır.

Aydın olmuşdur ki, daha münasib nəzəriyyə qismində İ.İttenin nəzəriyyəsindən istifadə oluna bilər. Burada xüsusilə qeyd olunur ki, qadının rəng tipi onun saçının, gözlərinin və dərisinin rəngində öz ifadəsini tapan müəyyən bir rəng kodu şəklində insanlardan hər birinin genetik səviyyədə əldə olunmuş təbii pigmentə əsasən təyin edilə bilər. Göstərdiyimiz həmin parametrlər əsasında dörd

rəng tipi seçilmişdir ki, onlar ilin fəsilələrinə uyğun – Qış, Yay, Payız və Yaz adlandırılmışdır. Zəhəri görünüşün hər rəng tipinə məxsusi rəng palitrası müvafiq olduğu üçün, tərəfimizdən kostyumun harmonik rəng palitrasının işlənilib hazırlanması prosesi üçün konkret yol nəzərdə tutulmuşdur – rəng həllərinin avtomatik seçimini həyata keçirən proqram təminatı məhsulunun işlənilib hazırlanması. Qadın geyimlərinin dizaynında istifadə oluna biləcək printlərin tətqiq edilməsinin istiqaməti də müəyyənləşdirilmişdir. Araşdırmaq lazımdır ki, hansı rəsmlər qadınlarda müsbət əks-səda doğurur, yəni: rəsmi geyim əşyası üzərində necə yerləşdirilməsi, onun tenatikası və rəng həlli.

2.3. Kostyumda rəng sımvolikasının tətqiqi

Müxtəlif dünya xalqlarında rəngi göstərilməsi və adlandırılması üçün fərqli-fərqli üsullar hər zaman mövcud olub. Bir çox hallarda şən və kədərli, tər və tutqun kimi adlara rast gəlinir ki, bu da əksər hallarda insanın əhval-ruhiyyəsinə uyğun seçilmiş erminlərdir. Ənənəvi geyimdə rəng mənimsənilməsi şkalasına görə məlum olan, praktiki baxımından, bütün əsas rənglərə rast gəlmək mümkündür: ağ, qırmızı, qara, yaşıl, sarı, mavi, qəhvəyi, bənövşəyi, narıncı, boz.

Məlumdur ki, rəngi insana təsir göstərən emosional-psixoloji effekt hissiyyat orqanlarına müxtəlif (qıcıqlandırıcı, sakitləşdirici, sıxıntılı) təsirlərlə ifadə olunur. Sırr deyil ki, insan həm isti və soyuq, sevincli və kədərli rəngləri, həm də həcmli və səthi, yüngül və ağır rəngləri də mənimsəyir. İsti rənglər seyrçi nöqtəyi-nəzərdən geyimin həcmi və səthi artırır, soyuq rənglər isə onların kiçilməsi effektini yaradır.

Rəng qamması vasitəsilə geyimin yaş mənsubiyyəti ifadə olunurdu: uşaqlar üçün daha çox incə, açıq pastel rənglərindən istifadə olunurdu, yeniyetmələr üçün nəzərdə tutulmuş geyim əşyalarında isə parlaq və kontrast rənglərə hər zaman üstünlük verilirdi, böyüklərin geyimində əsas etibarilə daha mürəkkəb, parlaq

rənglərdən başlayaraq pastel rənglərə qədər müxtəlif və mürəkkəb rəng birləşmələri tətbiq edilirdi, daha yaşlı nəslin nümayəndələri və qocalar üçün hazırlanan geyimlərdə isə sakit, bir çox hallarda tünd rəng qammasına rast gəlmək mümkündür. Rəng, beləliklə, xalq geyimində mühüm rol oynayır, həmin kostyumun sahibi yaxud sahibəsi haqqında müəyyən informasiyanı çatdırmış olurdu. Bununla yanaşı, kostyumun rəngində müşahidə olunan fərqlər biçimdə yaxud parçada reallaşdırılan dəyişikliklərlə müqayisədə, xüsusən də bu və ya digər məsafədə, daha asan mənimsənilirdi. Geyimin rəngi həmsöhbətləri kiminlə ünsiyyətdə olduqları haqqında məlumatlandırır və danışarkən hansı mövqelərdən çıxış etmək lazım olduğu barədə xəbərdar edirdi. Xalq mədəniyyətində bu rolun daşıyıcısı qismində xeyli sayda rənglər çıxış edirdi, onların bildirdiyi informasiyalar isə o dərəcədə əhəmiyyətli idi ki, kostyumun daşıyıcısı ictimai iyerarxiyada birmənalı olaraq müəyyən mövqeyə sahib çıxırdı. Belə ki, geyimin rəngi milli və dini mənsubiyyətin bir simvolu qismində, yaxud insanın cinsini və yaşını təyin edən bir göstərici kimi çıxış edə bilirdi, rəng hər zaman nüfuzlu funksiyanın icraçısı olub yaxud kostyumu geyinən şəxsin vətəndaşlıq vəziyyətini əks etdirirdi, onun nişanı idi. Heç bir şübhə yoxdur ki, geyimin özünün yaxud geyim komplektinə daxil olan bu və ya digər bəzək əşyasının rənginin həm də sehrli, ovsunedicilə bir funksiyası da olub.

Xalq kostyumunun dekorativ tərtibatı üçün rəng komponentindən savayı həm də istifadə olunan müxtəlif materialların və fakturaların (tekstil, dəri, şəbəkə, metall, sümük və sair) uyğunlaşdırılması da səciyyəvi idi.

Müşahidə baxımından insan fiqurasının müəyyən tərzdə dərkini formalaşdırmaqla, müasir dizayner müxtəlif üsul və qaydalardan yararlanır. Bir tərəfdən, o, konstruktiv və model xətlərindən istifadə etməklə fiquraya müəyyən vizual effekt verə bilər (problemlə zonalardan seyrçi diqqətini yayındırmaqla dolu bədən quruluşlu insan üçün daha mükəmməl fiqura effektini yaratmaq yolu ilə). Bu halda şaquli xətlərin (relyeflərin, dekorativ tikişlərin və s.) xüsusiyyətlərindən geniş istifadə olunur və yaxalıkların və boğazlıq hissəsinin kəskin yerinin

modelləşməsinə, xırda detalların ciblərin) yerləşdirilməsinə daha böyük diqqətlə yanaşılır. Digər tərəfdən, parça üzərində təsvir olunmuş rəsmin xüsusiyyətlərindən istifadə etməklə də buna bənzər effektdə nail olmaq mümkündür (misal üçün, şaquli zolaqlar fiquranı daha mükəmməl edir, iri damalar isə genişlənmə effekti yaradır). Belə olan halda konstruktiv xətlər ikinci plana keçir.

Üfüqi yerləşən hər bir şey eyni ölçüdə olan və şaquli istiqamətə malik forma ilə müqayisədə bizə daha kiçik görünür. Görüş dairəsinin yuxarı hissəsində yerləşən məsafələr onun aşağı hissəsində yerləşən məsafələrlə müqayisədə daha iri təəssüratı yaradır. Bu illüziya geyim əşyalarının yuxarı və aşağı nisbətlərinin müəyyənləşdirilməsi üçün daha səciyyəvidir.

Uzunluğa görə bərabər olan yubka və bluza seyrçi tərəfindən eyni ölçülü əşyalar kimi qəbul edilmir. Yubkanın uzunluğu vizual nöqtəyi-nəzərdən bir qədər yuxarı istiqamətə keçid alır və bu kiçik fərq narahatlığın yaranmasına səbəb olur, çünki insanın gözləri nəyin daha böyük, nəyin isə daha kiçik olduğunu müqayisə etməyə başlayır. Model gözlə asan oxunması üçün fərq daha aşkar olmalıdır. Yəni bluza yaxud yubkanı daha da uzatmaq lazımdır.

Geyimdə sarı və narıncı rənglər.

Sarı rəngi dolaşdırmaq yaud hər hansı başqa yolla interpretasiya (izah) etmək qeyri-mümkündür. Yalnız sevinc, istirahət, şənlik, bayram. Nə üçün cücə sarıdır? Çünki o yenidən dünyaya göz açıb. Ad günlərinizi qayğısız sarı rəngdə qeyd edin. Əgər kimsə bu rəngi xəyanət və xainlik, satqınlıq rəngi hesab edirsə, o dincəlməyin və boşalmağın nə olduğunu qətiyyənlə bilmir.

Narıncı. Qırmızı enerjili bir neçə təşəbbüs götürək, bura sarı bayramı əlavə edək – alınan isə ... möhkəm dostluqdur. Həmçinin əməkdaşlıq, səbr, məharət, ədəb, nəzakət və s. Mən qətiyyənlə şübhə etmirdim ki, Ukraynada baş verən “narıncı inqilab” yalnız sülh və sakitlik şəraitində keçə bilərdi. Əgər sizin kiminləsə barışmaq niyyətiniz varsa, o zaman narıncı geyimə üstünlük verin.

Geyimdə mavi rəng. Dəyişiklik, dəyişkənlik, sürprizlər – Luiza Hey mavi rəngi məhz belə xarakterizə edir. Dənizin, aydın günəşli havada üfüq üzərindəki səmanın mavi rəngi göz önünə gəlir. Və bir daha əlavələr etməyi risk edək. Mavi rəng həmçinin səyahətlər və yollar, belə demək mümkündürsə uzaq uzaqlıqların, yerlərin rəngidir. Təyyarəçilər, stüardessalar, turistlər və digər səyyahlar mavi rəngdə kifayət qədər təbii görünür.

Bir dəfə mən bu cür geyimdə relyeflərin, büküklərin, bəzədilmələrin necə də aydın və nəzərə çarpacaq göründüyünü müşahidə etmişdim. Bu, digər rəngdə hazırlanmış geyimlə müqayisədə əhəmiyyətli dərəcədə daha ifadəli və mənalıdır. Ola bilsin ki, məhz bu səbəbdən relyefli tikişlərlə fərqlənən məhz mavi cinslər belə böyük müvəffəqiyyət qazanmışdır.

Digər rəngli cinslər isə bu şəraitə uyğunlaşa bilmir. Mavi rəng özünü başqa cür aparır, belə təəssürat yaranır ki, sanki o, hansısa dərinliklərdən gəlir və ətrafda olanların hamısını işıqlandırır.

Geyimdə yaşıl rəng. Təbiətin özü torpaqda bitən hər şey üçün yaşıl rəng müəyyən etmişdir: ot və yarpaqların rəngini. Doğrudur, Luiza Hey bu rəngi praktiklik və iş rəngi kimi göstərməyi təklif edir, biz isə bu məfhumu daha genişləndirərək bura həmçinin artım və təhsil tərifi də əlavə edərdik. Bununla əlaqədar, yaşıl rəngi məktəbli formasına, eləcə də fəhlələrin iş paltarına da tətbiq etmək tam məntiqə uyğun addım kimi dəyərləndirilə bilər. Yada salmaq faydalı olardı ki, yaşıl rəng də bütün digər rənglər kimi çalarların böyük müxtəlifliyinə malikdir, odur ki, oxşarlıqdan ötrü narahatlığa səbəb yoxdur.

Ancaq əgər məni yaşıl geyimdə yad insanlar əhatə etsəydi, mən həqiqətən də özümü daha sakit hiss edəcəkdir, çünki həmin insanların ağılında ya təhsilin, yaxud da iş fəaliyyətinin olduğunu zənn edərdim. Məsələ burasındadır ki, biz yaşıl rəngi sakitləşdirici bir rəng kimi qəbul etməyi öyrəşmişik və görünür bu heç də əbəs yerə deyil. Dəbli aludəçilik kimi hamı tərəfindən yaxşı tanınan Fen-şuy sərvət və zənginlik zonasının stimullaşdırılması məqsədilə məhz yaşıl rəngdən istifadə edərək pul kütləsinin artmalı olduğuna sanki bir işarə verir ki, bu da qeyd etdiyimiz

nəzəriyyəimizi bir daha təsdiq etmiş olur. Doğrudur, əgər biz daim müəyyən bir artım haqqında düşünsək, onda zaman keçidkə bizi, çox güman ki, yaşıl rəngli süstlük bürüyəcək.

Geyimdə qırmızı rəng. Luiza Heyə görə, qırmızı rəng – təşəbbüskarlıq rəngidir. Özünüzü xatırlayın: hər hansı bir yeniliklə maraqlandığımız zaman biz necə də fəal, təşəbbüslü və həyacanlı oluruq. Bu, olduqca xoş bir duyğudur, insanı pis fikirlərdən yayındırır və əvvəlki problemləri yaddan çıxarmağa kömək edir. Onu hər dəfə təkrarlamaq istəyi yaranır. Sırr deyil ki, həyatımız bir çox hallarda darıxdırıcı və gəmgin bir yaşam tərzinə, adi mövcudluğa çevrilir. Tez-tez hər hansı yeniliyi özümüdə cəlb arzusunda oluruq. Bu isə o deməkdir ki, özümüzü əlvan rəngli göbələk kimi nəzərə cərpəməliyik, hamıdan seçilməliyik! Divarları qırmızı rəngə boyamaqla isə biz yenə də dörd divar arasında sıxılı qalmaqla davam edəcəyik. Təsədüfi deyil ki, qiyam, çevriliş və inqilabların rəmzi kimi haqlı olaraq məhz qırmızı rəngi hesab edirlər. Yeni həyata başlanğıcı inqilabsız təsəvvür edə bilərsiniz? Bundan başqa, məhəbbət rəngi qismində qırmızı rəngi heç də əbəs yerə saymırlar. Tam düzgün qeyd edilir ki, qırmızı rəngli geyimdə qadını tovlamaq asandır. Onun yeni şəxsi həyatı da məhz belə başlayır. Xatırlayaq ki, çox tez-tez bu rəng xalqların böyük qisminin ənənəvi toy mərasimlərində istifadə olunur. Subay oğlanları da daha çox məhz qırmızı parçadan hazırlanmış köynəklərə geyindirməyə çalışırdılar. Bəs siz gəlini ağ deyil, qırmızı toy libasında görmüsünüz? Razıyam – tənqididir, lakin son dərəcə simvolikdir. Ağ xəz haşiyəli qırmızı geyimdən Şaxta Baba və Santa Klaus da istifadə edir. Uğurlu təsədüfdür. Əgər Yeni il gəlsə, qırmızı rəngsiz necə keçinmək olar? Qırmızını həmçinin yaradıcılıq rəngi də hesab edirlər, burada isə siz özünü fikirləşin və “təşəbbüslər” məfhumu ilə müqayisə edin. Bütün bunlar isə o deməkdir ki, qırmızı rəngli paltar geyinməkdən heç zaman çəkinməyin, bu fikrə heç vaxt müqavimət göstərməyin. Qoy sizi əhatə edən insanlar tərəfindən bu addımınız ünsiyyətə hazır, enerjili, təşəbbüslü, eləcə də bütün yeniliklər üçün tam açıq olduğunuzun bir göstəricisi kimi dəyərləndirilsin. İşə düzəlmək məqsədilə belə geyinmək tam səmərəli və ağıllı addım olardı.

Bundan əlavə, həmin vasitə tənhalıqla “mübarizədə” də olduqca faydalı və gərəkli bir yardımçı ola bilər.

Geyimdə göy rəng. Müəllimlər və rəhbər işçilərə göy rəng nəşib olub, çünki bu, həqiqət və doğruluq rəngidir. Luiza Hey məsuliyyət, ədalət, düzlük və qayğı barədə danışır. Heç bir emosiya mövcud deyil, yalnız soyuq ağıl və sağlam düşüncə.

Bənövşəyi. Siz fikrə getdiniz və üzərinizdə bənövşəyi mantiya peyda oldu. Siz alımsınız – başqa cür ola da bilməz. Qırmızı və göy bir arada qarışdı. Sirrin mövcudluğu qabaqcadan duyulur, onun üstünün açılması yaxındadır, əfsanə, nağıl, möcüzə... Bənövşəyi rəng maraq, intriqa oyadır, ovsunlayı. Deyilənə görə, bənövşəyi rəngi uşaqlar çox sevirlər. Əlvəttə düzdür, axı onlar nağılları da çox sevir. Bəs bunun ölüm rəngi olduğunu kim söyləmişdir? Xeyr, bənövşəyi rəng daha çox yenilənmə, öyrənmə, yuxu və meditasiyalar rəngidir. Bəz düşüncə, araşdırma, xəyalət və s. rəngi necə olsun? Yataq dəstinin və gecə köynəyinin rəngini bənövşəyi rəngə dəyişməyə cəhd edim.

Çəhrayı. Çəhrayı, bej rəngi də olduğu kimi, - uğur rəngidir. Siz sözün əsl mənasında gözəl xanım yaxud yaraşıqlı kişisiniz. Sizə hər bir şey lazımdır, hamı hər yerdə sizə istədiyinizi etməyə imkan verəcək, sizi səmimi və gölər üzlə qarşılayar və mehribancasına yola salacaqlar. Bundan istifadə etməmək qəbahət olardı. Yaxşı, bəs baxaq-görək qarderobunuzda nələr var? Buna bax bir, çəhrayı rəngində olan heç bir paltar yoxdur. Vəziyyəti təcili olaraq dəyişmək lazımdır. Əlvida, uğursuzluq, bəxtsizlik.

Qara, ağ, boz rənglər və geyim – budur, bunlar intuisiya rəngləridir. Heç bir şey mane olmamalıdır. Tam toparlanma. Təmizlik və ruh yüksəkliyi. İlham, müdriklik.

Yaponlarda qara - sevinc rəngidir, bizdə isə - matəm rəngi. Bütün bunlar çox qəribədir, deyilmi. Bəlkə əbəs yerə demirlər: “Şər deməsən, xeyir gəlməz”. Həmin tapmacanı yalnız intuisiya sayəsində aydınlaşdırmaq mümkündür.

Dəfələrlə diqqət yetirmişəm ki, qara paltarda insanın siması necə də mənalı və ifadəli olur. Çərçivəyə salınmış bir rəsm əsəri kimi, üsusən də gözləri. Gözlər isə, bildiyimiz kimi, qəlbin güzgüsüdür. Qəlb isə tamamilə ağa bürünüb. Hər yerdə kontrast, ziddiyyətlər görürük. Qara və ağ hər zaman bir-birinin yanında, vahid bütöv kimi, in və yan kimi. Həm ağ, həm də qara paltarda sevinmək və qəm çəkmək olar və bu təbii görünəcəkdir. Geyimdə kontrastlar, həyatda kontrastlar – görünür ki, onlar intuisiyanı və insanın mənəvi keyfiyyətlərini inkişaf etdirməyə imkan verir...

Bəzən belə olur ki, kostyumun dekorla və müxtəlif detallarla doldurulmuş sahəsi onunla eyni ölçüdə olan, lakin doldurulmamış sahə ilə müqayisədə daha iri görünür. Odur ki, fiquranın böyüdülməsi arzu edilməyən hissəsini detallarla həddindən artıq doldurmaqdan yayınmaq daha yaxşı olardı.

İti bucağın həddindən artıq qiymətləndirilməsinin illüziyası

İti bucağın tərəfləri arasında məsafə gerçək realılıqla müqayisədə daha iri olmuş kimi görünür, küt bucağın tərəfləri arasındakı məsafənin isə lazımı qədər qiymətləndirilmədiyini görürük. Əsas etibarilə bu, boğazlığın tərtib edilməsi zamanı özünü daha qabarıq şəkildə büruzə verir. Boğazlığın enli üçbucaqlı kəsiyi çiyinləri dar edir, uzun vədar kəsik isə, əksinə, çiyinlərin daha enli görünməsinə imkan verir.

Kontrast illüziyası. Böyük formanın yanına kiçik forma daha da kiçilir, kiçik formaların ətrafında yer alan böyük forma isə daha da iri görünür.

Kostyumun dizaynında bu illüziya kifayət qədər geniş istifadə olunur. Məsələn, balaca papaqla müqayisədə iri papaqda insanın başı kiçik görünəcək; boğazlığın enli kəsiyi ilə əhatələnmiş nazik boyun daha da nazik təəsüratı yaradacaq; arıq qol geniş qolluqda – daha da arıq kimi gözə dəyəcək; geniş ombalarla fonunda sıx dartılmış bel isə onları daha da geniş edəcəkdir.

Hamarlama (assimilyasiya) illüziyası. Həmin illüziyanın mahiyyəti bundan ibarətdir ki, xətlər və formalar təkrar oldunduqda “bənzər oxşarı ilə təkrarlanır”. Misal üçün, boğazlığın kvadrat formasında kəsiyi kvadrat formalı çənəni nəzərə

çarpdırır, boğazlığın dar kəsiyi insanın sifətini daha da daraldır, koketkanın (paltarın yuxarı hissəsinə büzmə şəklində tikilən quraq) üfui xətti isə geniş çiyinləri daha da fenişləndirir.

Zolaqlı parçanın illüziyası. Zolaqlı parça üzərindəki zolaqların yerləşdirilməsini (şaquli yaxud üfui) seçərkən, məsələn, dolu fiquraya gözəllik vermək olar. Bu məqsədlə zoqların eni, sıxlığı və rimliliyi (ahəngliyi) nəzərə alınmalıdır.

Zolaqların mürəkkəb yerləşməsi zamanı (misal üçün, müəyyən bucaq altında), diqqətə almaq vacibdir ki, ucu yuxarı istiqamətə yönəlmiş qarşılıqlı zolaqlar vasitəsilə əmələ gələn bucaqlar dolu fiqurada ombaların enini kiçildəcək. Ucları aşağı istiqamətlənən bucaqlar isə, əksinə, vizual olaraq ombaları genişləndirəcək. Hətta şaquli calaq ortadan yerləşdirilmsə belə bu effekt öz qüvvəsini itirməyəcək.

Fiquranın şaquli istiqamət üzrə kontrast rəngli parçalar vasitəsilə bölünməsi zamanı həcmi azalması illüziyası. Asimmetriyaya əsaslanan həmin illüziya, misal üçün, bununla əmələ gətirilə bilər ki, kostyumun sol yarısı ağ, sağ – qara, sol qolu – qara, sağ qolu – ağdır. Şaquli xətt üzrə bölünməsi sayəsində dolu fiquranın həcmi azaltmaq, həmin bədən quruluşu müəyyən qədd-qamətlik və dinamiklik bəxş etmək olar.

Parça rəsmiinin tədrici ixtisarı, sıxılması, kiçildilməsi zamanı fəza effektin illüziyası. Belə effekt daha çox “op-art” üslubunda hazırlanmış modellərdə rast gəlinir. Məsələn, iri damalar tədricən kiçilir və sanki fəzaya üz tutur. Həm də kiçik damalar olan hissə ilə müqayisədə iri damaların yerləşdiyi hissə daha böyük və həcmli görünür.

Əgər siz fiquranın hər hansı hissəsini diqqətdən bir qədər kənar saxlamaq istəyirsiniz, burada üzərində iri rəsmlər təsvir olunduğu parçalardan istifadə etməyin. Ən yaxşısı odur ki, həmin sahədə kiçik naxışlı parça olsun, iri naxışlar isə, tədricən öz ölçüsünü almaqla, bütün diqqətləri fiquranın başqa hissəsinə istiqamətləndirəcək.

Dəbin sosial-tarixi təbiəti üslubun estetik kateqoriyasında daha tam və dolğun ifadə olunub. Özünün geniş mənasında üslub – bədii formanın qurulmasının hərcəhətli prinsipidir və o, əsərə hiss ediləcək qədər bütövlülük, vahid çalar və kolorit gətirir. Burada böyük üslublar qeyd edilməlidir, onları həm də dövrün (İntibah, barokko, klassisizm) üslubları, mütəlif cərəyanların üslubları, milli üslublar və yeni zamanənin rəssam və modelyerlərin fərdi üslubları da adlandırırlar. Fərdi üslubla tarixi dövrlərin və cərəyanların arasında nisbətlər müxtəlif zamanlarda fərqli-fərqli qaydada formalaşırdı. Bir qayda olaraq, dəbin inkişafının erkən dövrlərində vahid, hər şeyi əhatə edən, sərt dini-ideoloji normalara tabe etdirilən bir üslub mövcud olub; estetik həssaslığın inkişafı ilə hər bir dövrün üslubun təkliliyinə (dövrün üslubuna, dövrün estetik koduna) olan ehtiyacı tədricən azalmağa başlayır.

Yeni zamandan başlayaraq, fərdi üslublar böyük və klassik milli üslubların simasını get-gedə daha çox müəyyən edir. Bədii üslubların tarixi əvəzlənmənin özü isə varisliyin pozulmaz və bütöv halqasını aşkar etmir: üslub ənənəsinə varis olmaq və onunla əlaqələrin qırılması, əvvəlki üslubun dayanıqlı xarakteristikaların mənimsənilməsi və bundan prinsipial nöqtəyi-nəzərdən uzaqlaşma – müxtəlif tarixi dövrlərdə və müxtəlif müəlliflərdə üstünlük təşkil edən amillərə çevrilsə də, bu proses dəyişən müvəffəqiyyətlə baş verir.

Üslub ən ümumi mədəniyyətşünaslıq kateqoriyasıdır və böyük insan kütlələrinin, bütöv bir dövrün rəssamlarının və insanların böyük bir çevrəsinin dünya görüşünə və bədii təfəkkürünə uyğundur. Bəziləri hesab edirlər ki, texnikada müşahidə olunan dəyişikliklər ona görə baş verir ki, köhnə üsullar insanları təngə gətirir; bu üsulları yeniləmək istəyi isə texnikanı dəyişməyə məcbur edir. Bu, əlbəttə ki, yanlış fikirdir. Bədii üsullar insanları usandıqları üçün dəyişmir, bu mürəkkəb proses insanların dünyagörüşü və dünyaya münasibətin özü dəyişdiyi üçün baş verir. Həm də qeyd etmək lazımdır ki, burada bir rəssamın yaxud bir insanın deyil, bütöv bir nəslin dünyagörüşü və dünyaya münasibətinin dəyişməsi nəzərdə tutulur.

Üslub haqqında zaman və məkandan kənar düşünmək olmaz, üslub haqqında ümumilikdə danışmaq da mümkünədür. Konkret-tarixi kateqoriya kimi, üslub özünə xas xronoloji çərçivə və hüdudlara malikdir. Şühəsiz, hər bir üslubda bir neçə məqam öz əksini tapır. Əsas və aparıcı rol isə dünyagörüşü oynayır. Üslubu bilavasitə iqtisadiyyatdan hasil etmək mümkün deyil, bunu yalnız və yalnız həmin iqtisadi zəmində insanların şüurunda yaranan müəyyən ideya proseslərindən əldə etmək mümkündür. Dünyagörüşündən başqa, biz üslubda dəbdə əks olunmuş gerçək reallığın materialını seçə, görə bilirik. Bu və ya digər dövrdə bu material fərqli olur. Müvafiq olaraq, müxtəlif üslublu əsərlərdə fərqli-fərqli tematik mövzular, müxtəlif süjetlər və müxtəlif obrazlar əmələ gəlir. Daha sonra, istənilən üslubda mədəniyyətin, sivilizasiyanın, bəşəriyyətə aid bu və ya digər zamanənin maddi məişətinin vəziyyəti əks olunur ki, məhz onların hamısı da həyat üslubunu müəyyənəldirən amillər sırasına daxildir.

Əgər insan öz simasının ağılığını nəzərə çarpdırmaq istəyirsə, o zaman qırmızı rəngli geyimə üstünlük verməlidir, bütün digər birləşmələrdə geyim əşyalarının qırmızı rəngi insanın simasının təbii rəngini boğacaq. Sarı rəng isə simanın ağılığına bənövşəyi çalar vermiş olur.

Adətən geyimin rəngi belə seçilir:

- Sarışın qadınlara daha çox göy rəng yaraşır;
- qara saçlı qadınlara – sarı rəng;
- ağ rəng üz dərisinin çəhrayı çalarına malik insanlara yaraşır;
- qara rəng digər rənglərin parlaqlığını udur.

FƏSİL III. MODA ALƏMİNDƏ ESTETİK FAKTORUN FORMALAŞMASINA TƏSİR EDƏN AMİLLƏR

3.1. Modanın quruluşu və estetik məzmunu

Moda hər hansı geyim ünsürünün yox, həmçinin bütövlükdə hal-hazırkı insan qruplarının evalyusiyasının çox vacib faktorudur. Modanı hər hansı bir fərdi “insan və incəsənətin” müəyyən amili olaraq hələ 18-ci yüzilliyin II rübündən araşdıraraq onu mədəni sferada və geyimdə, ilk olaraq, “estetikideal” fenomeni və zövq müxtəlifliyi vasitəsilə müəyyən estetik-hadisə olaraq qəbul ediblər. Amma “moda”nın estetik-hadisinin düzgün məğzini başa düşmək, eləcə də, bunun cəmiyyətdə meydana çıxması və fəaliyyət göstərməsinin mexanizmini aşkar etmək imkanını modanın mənimsənilməsinə aid sosial yöndən baxışını təmin edir. 19 yüzilliyin sonuna doğru 20-ci əsrin ilk yarısında moda araşdırmaçıları dəbi, ilk öncə, sosialamil baxımından dəyərləndirir, onun meydana çıxması, həmçinin gələcəkdə cəmiyyətdə genişlənməsinin sosial məsələlərini, həm də onun təsir dairəsində psixososial, ekonomik və incəsənət yönündən təsirlərini tədqiq edir. modanı hər tərəfli araşdıraraq: psixososial və psixoloji-analiz bucaqlarından, iqtisadi münasibətlərin və incəsənət və sənətsünaslıq olaraq, - bütün sahələrdə moda çağdaş cəmiyyətlərimizin artım səviyyəsini təyin edərək bu və ya digər cəmiyyətquruluşlarının ifratdərəcədə əsas amili olaraq irəli sürür. Modalı olduğu hallarda sənət örnəklərini tərtib edən tərtibatçı-rəssam dəbfenomenin psixologiyası barədə tam anlayışa sahiblənməlidir. Bu zaman əsas iş ondadır ki, moda əslində hal-hazırkı insancəmiyyətində sosioiqtisadi cəhətləri normallaşdıran səbəblərdən birinə çevrilir.

İngilis dilində olan “moda” kəlməsinin (latınca “modus” — ölçü-qayda, hərəkət forması) digər dillərdə deyiliş formaları vardır. Məs, Fransızca “mode”, İtalyanca “moda”, Almanca “mode” kimi səslənir. Həmçinin moda –dəb anlayışı bəzən “fashion” ilə əvəzlənir.

Moda anlayışının araşdırmaçıları-alimlər izahat və tərif verərkən onun cəmiyyətin özünü göstərmə qabiliyyətilə əlaqələndirirlər və bunu elmi şəkildə təhlil edirlər. “Dəb, yəni moda haqda bir sıra tədqiqatçıların fikirlərini göstərə bilərik:

Moda — sosial bilgiləri qəbul olunmasının müəyyən forması, və nəhayətölçüsüdür (psixoloq L.Petrov).

Modaya bir çox funksiyalar aid edilir:

1. innovativ;
2. requlyativ; (moda sferasının yenicə uzaqlaşmış keçmişə qayıtmadan yaxın gələcə boylanması).
3. psixoloji;
4. sosiomədəni;
5. nüfuz;
6. kommunikativ;
7. iqtisadi;
8. estetik.

Geyimdə həm də digər sahələrdə əsas rola malik bədii obraz – müəyyən estetik ideal nöqteyi-nəzərdən incəcənətdə gerçək reallığın əks etdirilməsidir. Başqa sözlə, geyim dizaynında bədii obraz – müəyyən mühitdə insan obrazının və kostyumun harmonik vəhdətidir.

Bədii harmonuk obrazın geyim dizaynında yaradılması prosesini iki mərhələyə bölə bilərik:

1. Qarşıya qoyulmuş layihə məsələsi məcrasında obrazlı ideyanın meydana gəlməsi. Obrazlı ideya materialın forması, xətləri, rəngi və fakturası şəklində ifadə olunur.

2. İnsan və kostyumun bütöv bədii obrazının yaradılması.

Dəbli geyim hər zaman insanın sosial statusunun yaxud onun xəyali yüksəlişinin ifadə vasitəsi olmuşdur, bu isə o deməkdir ki, istehlakçı sosial pilləkəndə hər zaman bir pillə yuxarıda görünmək üçün və bu məqsədlə dəbli

geyimdən istifadə edirdi. Geyim dizayneri istehlak prosesinin, özəlliklə də “əyləncə üçün istehlak prosesi”nin təsiri altında olur. Bu fenomen XX əsrin sonlarına aiddir. Onun mahiyyəti bundan ibarətdir ki, dəbli geyimin bir alıcısı olaraq, istehlakçı alış prosesinin özünü sevir. Geyimi almaqla, müxtəlif geyim nümunələrini əyninə ölçməklə insan müxtəlif obrazlı təkliflərə “daxil olmağa” çalışır, özünün gündəlik həyatının çərçivəsini sanki aralıyor, açır. O, “müxtəlif rolları ifa edərək” öz baxış müstəvisindən daha uğurlu hesab etdiyi rolları seçir. 1990-cı illərin sonlarında bütün dünyanın geyim dizaynerləri təkcə “kutürdan” deyil, həm də “pret-a-porte” olan kolleksiyalarında da ən müxtəlif obraz həllərinin nəhəng, bəzən isə həтта ziddiyyətli seçimini təklif edirdilər.

Müasir dəbin eklektizmi birləşdirilməsi mümkünsüz kimi görünənləri birləşdirməyə icazə verir, dizaynerlər isə modellərin daha kəskin ifadəliliyin yaradılması istiqamətində bir birinə üstün gəlmək uğrunda mübarizəyə girişirlər. Hər bir nümayiş obrazların bütöv bir teatrı ilə müşayiət olunur ki, onları yalnız seçmək qalır: burada həm eleqantlıq, həm yumor, həm qrotesk (mübaligəli, gülünc, biçimsiz, qeyri-adi tərzdə təsvir edilmiş sənət əsəri), həm tragizm, həm fəlakət haqqında dünyaya xəbərdarlıq, həm də marginal submədəniyyətlərin təsiri yer alır. Qroteskə qədər gəlib çıxan parlaq bədiiliyə və canlılığa vasitələrin bütöv bir kompleksi sayəsində nail olunur: geyim, baş geymi, ayaqqabı, əlavələr, makiyaj, saç düzüümü, pariklər, bəzək-düzək əşyaları və s. köməyi ilə. Yenilikçilik və ifadəlilik – obrazın yaradılması prosesinin başlıca meyarlarıdır. İ.Miyake trikotajdan və sintetik plyonkadan hazırlanmış sadə geyimdə gələcəyin qadını obrazını təklif edir. D. Van Noten pankın faciəli obrazını yaradır, bu obrazın üzündə “çapıqlar” var, boğası isə sarınıb. J.L.Şerer manikençi qızın boyun nayihəsinə prujin geydirir. C.Qalyano isə yaratdığı qadın obrazlarında modern retrodəbi xalqların milli kostyumunun elementləri ilə qarışdırır.

3.2. Modanın inkişaf qanunauyğunluqları

Dəbin inkişafı həm də obyektiv sosial-psixoloji qanunauyğunluqları ilə də bağlıdır: biofizoloji dəyişikliklərlə, akselerasiya ilə, ictimai psixologiyanın dəyişməsi ilə. Dəbin tədqiqatçıları onun inkişafında müəyyən qanunauyğunluqların mövcudluğunu göstərir: ictimai-tarixi hadisələrlə bağlılığı, beynəlmilləşdirilmə, demokratikləşdirmə, yayılmanın sürətləndirilməsi, inkişafın dövriliyi. Dəb cəmiyyətin inkişafının mütəlif tərəfləri ilə bağlıdır, burada bütün cəmiyyətin diqqətini cəlb edən mədəni və ictimai həyatın bütün aspektləri öz əksini tapır. Cəmiyyətin inkişafı ilə həmçinin dəbin özünün dinamikası, əsas nümunələrdə baş verən sözün əsl mənasında inqilabi dəyişikliklər – nisbətən nadir olan və hər zaman sosial dəyişikliklərlə şərtləndirilmiş bir hadisə bağlıdır. Dəbin inkişafında baş verən tərəddüdlər sosial və siyasi sarsıntılar, incəsənət, elm və texnika sahəsində inqilabi dəyişikliklər səbəbindən gerçəkləşir. Dəbin təxirsiz dəyişiklikləri üçün təkan qismində siyasi inqilablar, iri tarixi sarsıntılar (müharibələr) çıxış edir. Lokal müharibələr (misal üçün, I Napoleon Bonapartın Misir yürüşü yaxud Bosniyadakı müharibə) də həmçinin yeni dəbin meydana gəlməsinə səbəb olur. Cəmiyyətin diqqətini cəlb edən bütün siyasi hadisələr yeni dəbli standartların və nümunələrin əmələ gəlməsinə təsir edir.

Hazır geyimin və məişət əşyalarının kütləvi istehsalına keçid, kütləvi mədəniyyətin formalaşması dərin demokratikləşdirilməsi - əhalinin, demək olar ki, bütün sosial qrupların nümayəndələri üçün yeni dəbli standartların və nümunələrin əlçatanlığı üçün güclü zəmin yaratmışdır, çünki müasir istehsal prosesinin imkanları müxtəlif maya dəyəri olan dəbli nümunələri istehlakçılara, praktiki cəhətdən, dərhal təklif etmək imkanı yaradır.

Kütləvi informasiya vasitələrinin inkişafı da yeni dəbin yaranması haqqında müfəssəl məlumatları əldə etmək, beynəlxalq dəbin ən son nümunələri ilə tanış olmaq imkanı verir. Kütləvi bazarın meydana gəlməsi və müasir kütləvi informasiya vasitələrinin inkişafı dəbin sürətlə ayılmasının başlıca səbəbləri

qismində qeyd edilməlidir ki, bu da, öz növbəsində, dəbli tsiklların sürəkliliyini əhəmiyyətli dərəcədə aşağı salır.

Dövrilik — dəbin inkişafının olduqca əhəmiyyətli qanunauyğunluğudur. Tərəddüdlərin və ritmlərin mövcudluğu bunu göstərir ki, dəb özünü təşkil etmə mexanizmlərinə malikdir. L.Petrov hesab edir ki, dəb – maraqların, məqsəd və istiqamətlərin, habelə əhalinin müəyyən sosial təbəqələrin və qrupların dəyər oriyentasiyalarının dəyişməsidir və bu proses sosial, fiziki və psixoloji həyat şəraitinin dəyişməsinin təsiri altında baş verir. Yeni dəbli standartın tətbiqi və təsdiqi prosesi, dəbli tsiklların bir-birini əvəzlənməsi prosesi dəbli innovasiya adlanır. Dəbli innovasiya bundan ibarətdir ki, müəyyən bir standartların və obyektlərin əvəzinə başqa – daha yeni və daha dəbli olanlar gəlir. Dəbli innovasiya müxtəlif üsullar vasitəsilə həyata keçirilə bilər:

1) adən və ənənələrə müraciət etmək vasitəsilə, bu zaman yeni nümunə əvvəlki dəbdən iqtibas edilir. Əvvəllər dəbdə olmuş standart bir daha dəb aləminə yalnız o halda qayıda bilər ki, nə zaman onun kütləvi “unudulması” baş verəcəkdir. Bir qayda olaraq, dəbdə “unudulma” prosesi dəbin təşəkkül tapmasında və inkişafında fəal surətdə iştirak edən nəsillərin əvəz edilməsi ilə bağlıdır;

2) digər mədəniyyətlərdən yaxud başqa mədəniyyət sahələrindən nümunələrin iqtibas edilməsi yolu ilə. Geyimdə yeni ideya, üslub və elementlər təsviri incəsənət sahəsindən (məsələn, 1930-cu illərin dəbində “sürrealizm”), “ekzotik regionların” mədəniyyətlərindən (dəbdə “etnik üslub”), gənclərin submədəniyyətlərindən (1990-cı illərin əvvəlində geniş yayılmış “qranj” üslubu) və s. gəlmişdir;

3) ixtira nəticəsində - dəbin tarixində kifayət qədər nadir bir hadisə. Dəbdə ixtira dedikdə həqiqi mənada yeni elementlərin yaxud köhnə elementlərin yeni kombinasiyasının əmələ gəlməsi nəzərdə tutulur. Dəbdə ixtiranın əsası qismində daha çox yeni materiallar və texnologiyalar çıxış edir. Bu cür ixtiraların nümunələri qismində 1930-cu illərdə E.Skyaparelli və V.Stibel tərəfindən təklif olunmuş və plyonkadan hazırlanmış geyimi, 1960-cı illərdə P.Rabannın mini-dəbini, yapon

dizaynerləri tərəfindən plastik və metaldan hazırlanmış geyimin yeni kosntruksiyaalarını və bu kimi digər misalları qeyd edə bilərik.

Dəbli innovasiya əvvəllər mövcud olmuş dəbli standartlar, obyektlər və dəyərlər arasında ziddəyyətlərin əmələ gəlməsinin nəticəsidir, bu zaman dəbli standartlar və obyektlər kütləvi yayılma nəticəsində birinci və ikinci dərəcəli dəb dəyərlərini ifadə etmək qabiliyyətindən məhrum olurlar, yəni həmin standart və obyektlərin “əlamət köhnəlməsi” baş verir. Odur ki, köhnə nümunələrin dəbli dəyərləri ifadə etmək iqtidarında olan yeni nümunələrlə əvəzlənməsinə zərurət yaranır. Dəbin normal qaydada fəaliyyət göstərməsi üçün “dəb təklifinin” artıqlığı gərəkdir – müxtəlif standart və obyektlərin çoxlu sayda mövcudluğuna zərurət yaranır ki, həmin çoxluqdan müvafiq seçim etmək mümkün olsun. Bu seçim kütləvi istehlakçının üstün tutmaları ilə bilavasitə bağlıdır ki, o, yeni nümunələrə dəbli məna və əhəmiyyəti vermiş olur – yeni kütləvi dəb də məhz belə yaranır.

Dəbli tsikl dəbli standart və nümunələrinin fəaliyyət, inkişaf və əvəzlənmə prosesini əks etdirir. İstənilən tsiklların əsasında sistemin mövcudluğunun üç başlıca mərhələsi yer alır: formalaşma; bərqərar olmuş vəziyyət; böhran. Dəbin tədqiqatçıları dəbli tsikl çərçivəsində aşağıdakı mərhələləri üzə çıxarıblar:

1. Yeni modanın yaranması (fərqləndirici mərhələ). Bu mərhələ özündə üç pilləni ehtiva edir: 1) dəbin yaradıcıları yaxud potensial havadarları tərəfindən həmin yeni dəbin kəşf edilməsi; 2) yeni dəbə adın verilməsi; 3) yeni dəbin liderinin meydana gəlməsi.

2. Yayılması (təqlidçilik mərhələsi). Bu mərhələdə dəbli davranışa yeni tərəfdarlarının dəbin get-gedə daha çoxlu sayda qoşulması müşahidə olunur. Həmin mərhələ də, öz növbəsində, iki pillədən ibarətdir: 1) «pik» yaxud adaptasiya, uyğunlaşma (bu zaman yeni dəbə onun qeyri-rəsmi liderləri, erkən ardıcılıları, daha sonra isə “erkən çoxluq” qoşulur); 2) müstəsnalığın itirilməsi (yaxud iqtisadi təqlidçilik), bu zaman yeni dəbli obyektlər sənaye tərəfindən minlərlə və milyonlarla nüsxədə istehsal edilməyə başlayır. Dəbli davranışa “gecikmiş çoxluq” qoşulur, dəbin liderləri isə yeni dəbin axtarışına başlayırlar.

3. Tənəzzül (aradan qalxma mərhələsi). Bu mərhələdə dəbli davranışın iştirakçılarının böyük əksəriyyəti üçün əvvəlki nümunələr artıq dəbli dəyərləri əks etdirmir və onları yalnız konservatorlar qəbul edir (“geridə qalanlar”). İqtisadi təqlidçilik və tənəzzül mərhələlərində, nə zaman ki dəb nivelirləmə (hamarlama, tarazlama) funksiyasını yerinə yetirir, dəbli standartların və obyektlərin differensiaslaşdırılması və ixtisaslaşdırılması yolu ilə dəbli tsiklın iqtisadi təqlidçilik mərhələsinin müddətini uzatmaq iqtisadi nöqtəyi-nəzərdən məqsədəuyğun hesab olunur. Müəyyən zaman kəsiyində dəb sanki bir dayanıqlıq əldə edir, bu da yeni nümunələrə kütləvi adaptasiya (uyğunlaşdırılma) prosesinin zərurəti ilə bağlıdır. Dəbin bəzi tədqiqatçıları onun inkişafı prosesində belə dürüst ritmlərin mövcudluğunu inkar edirdilər, digərləri isə dəbli standartların və obyektlərin əvəzlənmə sürətini və yenidən dəbə qayıtması dövrünü dəqiq təyin etməyə çalışırdılar. Məsələn, amerikalı alimlər C.Riçardson və A.Kreber son 300 il ərzində geyimin inkişafı yolunu araşdıraraq 111 və 115 il təşkil edən dəbin tərəddüd tsiklların sürəkliliyini müəyyənləşdirmişdir. Dəbin fransız tarixçisi və nəzəriyyətcisi J.Vilhelm dəbli tsiklların sürəkliliyini belə müəyyən etmişdir: orta əsrlərdə - 10 il, XVIII əsrdə - 5 il, XX əsrin 70-ci illərində - 1 il. A.Yanq tam tsiklın davam etdiyi müddəti 100 il götürmək təklifini vermişdir. Kostyum formasının tsiklik dəyişiklikləri Moskva toxuculuq institutunda öyrənir və 100, 72, 48, 36 və 24 il davam edən tsiklların olduğunu üzə çıxarmışdılar. Kostyumda dəbli dəyişikliklər kateqoriyasına 13, 6 və 3 il davam edən tsiklları aid etmişdilər. Kütləvi istehlakçının tələbatlarını formalaşdıran və tənzimləyən dəb bazar iqtisadiyyatı şəraitində əşyaların imicinin dəyişməsinin bilərəkdən sürətləndirilməsi yolu ilə istehlak tsiklların əvəzlənməsinin süni surətdə tezləşdirilməsinə səbəb olurdu, yəni artıq layihələndirilmə mərhələsində dizayn məhsullarının estetik, bir çox hallarda isə hətta fiziki köhnəlməsi nəzərdə tutulurdu.

Bunun sayəsində istehlakçı bu və ya digər əşyalardan istifadə etməyin müddətini azaltmağa, eləcə də yeni, daha dəbli hesab olunan əşyaların əldə olunmasına əlavə pul vəsaitini xərcləməyə məcbur edirlər.

3.3. Cəmiyyətin bədii zövqü və moda sosial-psixoloji fenomen – moda

Bütövlükdə cəmiyyətdə dəb o halda və o yerdə yayıla bilir ki, nə zaman və harada bir sosial qrupların (yaxud siniflərin) digər sosial qruplara (yaxud siniflərə) təqlidçiliyi müəyyən mədəniyyət nümunələrinin iqtibas edilməsi yolu ilə baş verməsi imkanı mövcud olur. Ənənəvi və zümrə cəmiyyətində adət və hüquq, dəblə müqayisədə, bu və ya digər sosial qruplar üzərində müəyyən mədəniyyət nümunələrini daha dəqiq və dürüst təsbit etmək iqtidarındadır. Məsələn, orta əsrlərdə Avropada aşağı zümrənin nümayəndələrinə parlaq rəngli parçalardan tikilmiş paltar geyinmək qadağan olunmuşdur, lakin, eyni zamanda, zadəganlar təbəqəsinə aid olunlar isə parlaq rəngli parçalardan hazırlanmış paltar geyinmək hüququna malik idi.

Müəyyən materialların, bəzək və naxış növlərinin, formaların istifadəsi kralların hökmləri ilə qaydaya salınırdı. Məsələn, 1480-ci ildə fransız kral Karl VIII yüksək zadəgan təbəqəsinin təmsilçilərindən başqa hamıya qızıl və gümüş parçadan, ipəkdən hazırlanmış paltarları və libasları geyinməyə, onları qiymətli daşlarla bəzəməyə qadağa qoymuşdur, eləcə də sosial status və titula uyğun olaraq ayaqqabının burun hissəsinin uzunluğunu müəyyən nizama tabe etdirmişdir. Kütləvi dəbin meydana gəldiyi və təsir göstərdiyi cəmiyyətin xüsusi cəhətlərini ilk dəfə alman sosioloqu H.Zimmel XIX əsrin sonlarında göstərmişdir. O, aşağıdakı əlamətləri qeyd etmişdir:

1. Cəmiyyətdə sosial təbəqələri arasında nüfuz və hörmət üzrə fərqlər mövcud olmalıdır (bu səbəbdən ibtidai icma quruluşlu cəmiyyətdə dəb mövcud deyildi).

2. Aşağı təbəqələrin nümayəndələri cəmiyyətdə daha yüksək mövqe tutmağa cəh göstərirlər və bunun üçün imkanlara malikdir (yəni, sərt sosial səddlər mövcud deyil). Bu əlamətlərə kapitalist cəmiyyəti müvafiqdir. Dəb sosial sistemlərdə fəaliyyət göstərir ki, həmin sistemlər üçün aşağıdakı cəhətlər səciyyəvidir:

- 1) dinamiklik;

- 2) sosial differensiasiya və mobillik;
- 3) açıqlıq (kommunikasiyanın inkişaf etmiş kanalları);
- 4) artıqlıq (maddi və mədəni nemətlərin tirajlanması sistemi inkişaf edib, bir-birilə rəqabət mübarizəi aparan çoxlu sayda dəbli nümunələr mövcuddur).

Dəb köhnə sosial formalar daxilində tədricən inkişaf edən prosesdən ibarətdir. XII-XIII əsrlərdə dəbin Qərbi Avropanın şəhərlərində meydana gəlməsi şəhər mədəniyyətinin inkişafı, kommunikasiyanın yeni, daha səthi və sürətsiz formalarına olan tələbatı ilə bağlı olmuşdur. Bu cür kontaktların yeri qismində şəhər meydanları və küçələri çıxış edirdi. Burada müqəddəs yerləri ziyarət etməyə təşrif buyurmuş zəvvarlar, uzaq ölkələrdə olmuş tacirlər və səyyahlar, xaç yürüşlərindən qayıdan rıtsarlar bir-birilə nə rast gəlir, görüşürdü. Məhz şəhərlərdə yeni mədəniyyət nümunələri və ideyalar meydana gəlməyə başladı, istehsal pəzunün inkişaf dövrünü yaşayırdı, bu inkişaf ilkin mərhələdə satış məqsədilə məmulatların istehsalına yönəlik şəhər sex sənətkarlığı şəklində, daha sonra isə manufaktura şəklində həyata keçirilirdi. Ancaq dəbin yaranma məkanı, ilk növbədə, kral sarayı və saray əhli olmuşdur. Özünün sosial cəhətdən həlledici əhəmiyyətini dəb XIX əsrdə burjua inqilabı (ilk növbədə Böyük fransız inqilabı) və sənaye çevriliş nəticəsində əldə etmiş oldu, когда сформировалось общество «равных возможностей», bu zaman “bərabər imkanlar” cəmiyyəti formalaşmışdır və həmin cəmiyyətdə əvvəlki sərhədlər və qadağalar ləğv edilmiş, kütləvi istehsal sürətlə inkişaf etməyə başlamışdır. Məhz bu kütləvi istehsal sayəsində kütləvi istehlakçı üçün nəzərdə tutulmuş ən müxtəlif və ucuz əmtəələrin tələbatlarını ödəmək mümkün olmuşdur. Eyni zamanda, kommunikasiyanın yeni kanalları və əlaqə vasitələri yaranmışdır: poçt, teleqraf, dəmir yolları, qəzetlər, jurnallar, radio, televiziya. Müasir dəb şəhər meqapolislərin məhsulu qalmaqda davam edir.

H.Zimmer dəbin “elitar konsepsiyasını” irəli sürmüşdür. O, dəbin yaranma səbəblərini və fəaliyyət mexanizmlərini izah edərkən müxtəlif sosial qrupların psixologiya və davranış xüsusiyyətlərinə əsaslanırdı — bu konsepsiya “sızma effekti konsepsiyası” adlandırılmışdır. Ona uyğun olaraq, aşağı təbəqələr yüksək

sinif nümayəndələri ilə xəyali və aldadıcı ümumiliyi nümayiş etdirərək, eləcə də onların dəbli nümunələrini kopyalayaraq elitani təqlid etməyə səy göstərirlər. Beləliklə, dəbli standart və nümunələr tədricən yuxarıdan aşağı istiqamət üzrə “sızılıb keçir”, cəmiyyətin ən aşağı təbəqələrə qədər gedib çatmaqla ümumilikdə cəmiyyətdə yayılmış olur – kütləvi dəb məhz bu cür yaranır. Sosial elita digər kütlədən fərqliliyini, öz statusunu qoruyub saxlamaq və nəzərə çarpdırmaq məqsədilə dəbli nümunələr qismində yeni nümunələri qəbul edir. Geniş kütlələr isə yuxarı təbəqə nümayəndələrinin üstünlük verdikləri dəbli standartlara və nümunələrə doğru növbəti dəfə istiqamətləndirilməklə onları əldə etməyə və bunun sayəsində daha yüksək sosial statusa yenidən yaxınlaşmağa çalışacaqlar. Və bu proses sonsuz olaraq davam edəcək.

Lakin XX əsrdə dəbin elitar nəzəriyyəsi ciddi tənqiddə məruz qalmışdır (özəlliklə, amerikalı sosiolo H.C.Blumer tərəfindən), bu tənqidlərin başlıca səbəbi qismində isə dəbin fəaliyyəti prosesində cəmiyyətin elit təbəqəsinin oynadığı rolun həddindən artıq şişirdilməsi göstərilmişdir. Dəb kütləvi seçim və kütləvi davranışla bağlıdır.

Müasir cəmiyyətimizdə aparıcı rolu orta sinif oynayır, cəmiyyətdə özünün nisbətən qeyri-dayanıqlı aralıq vəziyyəti səbəbindən dəbin istiqamətini müəyyənləşdirən amil qismində də məhz həmin orta sinif çıxış edir: bir tərəfdən, malik olduğu sosial statusu yüksəltməyə can atmaqla o, elitani təqlid etmiş olur, digər tərəfdən isə, cəmiyyətin ən aşağı təbəqələrində yer almış nümayəndələrindən öz fərqliliyini göstərməyə çalışır. XX əsrdə bir çox yeni “dəblər” cəmiyyətin aşağı təbəqələrində yaranmışdır – caz, cins dəbi və sair. Məşhur geyim dizayneri K.Lagerfeld 1980-ci illərdə demişdir: “Küçə ilə hesablaşmayan – səfehdir. Son iyirmi ilin dəbini müəyyənləşdirən məhz kü.ədir”.

Qeyri-dayanıqlı sosial vəziyyət XIX-XX əsrlərdə emansipasiya (azadlıq, xilas hərəkatı) ilə bağlı qadınların və XX əsrin ikinci yarısında gənclərin dəbin formalaşmasında bu qədər fəal iştirak etmələrinin başlıca səbəbi olmuşdur.

Dəb sosial tənzimləyici rolunda çıxış edir, bir tərəfdən, sosial qruplar arasında fərqləri göstərməklə (fərqli-fərqli sosial qruplar dəbli davranışda iştirak etmək üçün müxtəlif imkan və stimullara malikdir, dəbli nümunələr müxtəlif dəyəərə satılır və sair) cəmiyyətdə mövcud olan sosial bərabərsizliyi nümayiş etdirir, digər tərəfdən isə, dəb müasir cəmiyyətin demokratikləşdirilməsi amili qismində çıxış etməklə sosial qruplar arasında müşahidə olunan təfəvütləri yumşaldır.

Dəb (moda) – təkcə sosial statusun nümayiş etdirilməsinin bir vasitəsi deyil, həm də insanlar arasında ünsiyyət vasitəsi, kütləvi kommunikasiya formasıdır. Dəb qruplararası kommunikasiya və qruplardaxili kommunikasiya kimi fəaliyyət göstərə bilər. Dəb(modə) ünsiyyətin əsas sosial-psixoloji mexanizmləri – təlqin edilmə, yoluxdurma, inandırma, təqlid edilmə ilə bilavasitə bağlıdır. Hələ XIX əsrdə dəbin məhz təqlidçilik kimi ilk şərhlər və izahlar peyda olmuşdur (H.Spenser: “Özünün mahiyyətinə görə dəb təqlidçilikdir”).

Dəbin keçdiyi tarixi yolda həlledici rolu iki stimül: hörmət və rəqabət oynamışdır ki, onlar da hörmətdən irəli gələn təqlidçilikdə və rəqabət mübarizəsindən doğan təqlidçilikdə özünü büruzə verirdi. Hörmətə görə təqlidçilik absolyutizm yer aldığı vaxtlarda üstünlük təşkil edirdi ki, nə zaman kralın zövqləri qeyd-şərtsiz dəbli standartlar qismində qəbul olunurdu. Krallar və onlara yaxın çevrələr dəbin qaydalarını və istiqamətlərini müəyyənləşdirən əsas qüvvə idi – bunun parlaq nümunəsi Fransanın kralı Lyudovik XIV olub, onu hətta “Kral-Günəş” də adlandırırdılar.

Təqlidçiliklə yanaşı həm də ayrı-ayrı şəxslərin yaxud sosial qrupların dəb vasitəsilə bir-birinə müqaviməti də mövcuddur. Məsələn, XVII əsrdə baş vermiş burjuva inqilabı astandasında və baş vermə zamanı ingilis aristokratiyası və burjuaziyasının (xüsusilə də dini sektaların) bir-birinə müqavimət göstərməsi.

Təqlidçiliyin əsasında imitasiya refleksi dayanır. Qarşılıqlı bənzətmə hadisəsi daha dərin və geniş olmuşdur. Bu proses həm də sosial eyniləşdirilmə də adlandırılır və dəbli davranışa onun birbaşa aiddiyyəti var. Eyniləşdirilmə — şüurlu bənzətmə və, eyni zamanda, şüurlu ayırma üçün əsasları yaradan ünsiyyətin

daxili sosial-psixoloji mexanizm. Dəb vasitəsilə insanın öz qrupundan olan üzvlərinə bənzətməsi və, eyni zamanda, digər qrupların nümayəndələrinə qarşı özünü qoyulması prosesi baş verir. Hamı tərəfindən qəbul olunmuş dəbə qrupla birgə və müxalifətin eyniləşdirilməsindən ibarət olan hadisə antidəb adlandırılmışdır. Bir qayda olaraq, rəsmi dəbə qarşı qəti etiraz cəmiyyətdə hökmranlıq edən dəyərlərin qəbul edilməməsi prosesinin xarici təzahürüdür. Bu cür davranış sosial quruluşdan və cəmiyyətdə qərarlaşdıqları mövqelərdən narazı olansosial qruplar üçün səciyyəvidir. Belə ki, Fransa inqilabı zamanı sankülotların (1789-cu il Fransa inqilabı zamanı inqilabçılara, respublikaçılara verilən ad) paltarını geyinmək adəti antidəb hesab olunurdu.

XX yüzilliyin ikinci yarısında hamı tərəfindən qəbul olunmuş dəbə sərgilənən mənfi münasibət artıq gənc nəslə xas olan bir cəhət idi. 2-ci dünya müharibəsindən sonra gənc insanların etirazı müxtəlif formalarda özünü büruzə verməyə başladı ki, bütün bunlar gənclərin submədəniyyətlər vasitəsilə ifadə olunurdu: 1940-cı illərdə — ABŞ-da zuti və Fransada zazu; 1950-ci illərdə — ABŞ-da bitniklər və baykerlər, Böyük Britaniyada teddi-boyz, SSRİ-də stilyaqalar; 1960-cı illərdə Qərb ölkələrində — rokerlər, “dəblər” (dəbçilər), hippilər; 1970-ci illərdə — hippilər, başları qırılmış gənclər və panklar; 1980-ci illərdə — panklar, “yeni romantiklər”, repperlər, “yaşıllar”; 1990-cı illərin əvvəllərində — “qranj”. Antidəb tez-tez kütləvi dəbə çevrilir yaxud, ən azı, rəsmi dəbə kifayət qədər güclü təsir göstərir. Belə ki, kütləvi dəbə cinslərin çevrilməsini xatırlatmaq kifayətdir.

Cinslər 1950-1960-cı illərdə hökmranlıq edən qaydalara qarşı etiraz edən gənc insanların – bitniklərin, hippilərin, “solçu” tələbələrin geyimi idi. Məhz alternativ submədəniyyətlər nəhəng innovativ potensial ehtiva edir ki, onu müasir dəb hərtərəfli və sürətə mənimsəyir. Nümunə üçün, burjua uniformasına və rəsmi dəbin yeknəsəqliyinə və oxşarlığına qarşı insanın zahiri görünüşünün fərdiləşdirilməsinə istiqamətlənən tendensiya hippidən götürülmüşdür, onlardan həmçinin başqa xalqların nədəniyyətlərinin və sadəcə olaraq köhnə əşyaların elementlərindən istifadə marağı da iqtibas edilmişdir. Qeyd etməliyik ki, fərqli

xalqların mədəniyyətləri və köhnə əşyalar özündə zamanın möhürünü daşıyır, eklektizmin təqlidçiliyi isə hər kəsin özünün “mən” iddiasını ifadə etməkdə hamıya kömək edirdi. Pankların submədəniyyətindən isə parlaq rənglərdən, aqressiv aksesuarlardan və bu kimi digər cəhətlərdən savayı həmçinin ənənələrin epatajlığına (rüsveyçılığa) və parodiya edilməsinə tendensiya da götürülmüşdür.

Dəbə riayət olunmasa insanın cəmiyyətə, onu əhatə edən dünyaya, nəhayət, özünə olan münasibətini üzə çıxarır. Bir tərəfdən, şəxsiyyət öz fərdliliyini qoruyub salamaq iddiasındadır, digər tərəfdən isə cəmiyyətin digər üzvləri ilə özünü eyniləşdirməyə can atır. Dəbə tabe olmağı gizlin istəyi həmin dəbdən asılı olmamaq, digərləri təqlid etməmək, onlardan əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənmək istəyi ilə mübarizəyə girir. İnsana şüursuz şəkildə riayət etməklə hazır variantları, davranışın standart nümunələrinin təklifini verməklə, dəb həqiqi seçim etmək imkanını istisna edir və, bununla yanaşı, fərdin inkişafda olması illüziyasını dəstəkləyir.

Modanın müdafiə, kompensasiya funksiyası da məhz bunda özünü büruzə verir. Amerikalı sosioloq C.K.Helbreyt göstərmişdir ki, dəbli standart və obrazlara malik olması müəyyən psixi reaksiyası ilə birbaşa əlaqədardır. Həmin nemətlər istehlakçıda fərdi müvəffəqiyyət, qonşularla bərabərlik hissini yaradır, onu düşünmək zərurətindən azad edir, seksual tələbatların əmələ gəlməsinə səbəb olur, onun fiziki əhvalını yaxşılaşdırır, həzm prosesinə müsbət təsir göstərir, hamı tərəfindən qəbul edilmiş standartla uyğun bir şəkildə insanın zahiri görünüşünə cəlbedicilik gətirir, psixi tələbatları ödəmiş olur. Əks halda fərd özünü sıışdırılmış, məhdudlaşdırılmış kimi, sanki normadan kənar hiss edir.

İnsanın bu və ya digər sosial yaxud yaş qrupasına mənsub olması onun dəb nöqtəyi-nəzərdən seçim imkanlarını müəyyənləşdirir. Dəbli təqlidçilik şəxsiyyəti qrup dəyərləri sisteminə cəlb edir. Dəbə riayət etmək məsələsi sosial eyniləşdirmənin xüsusi hadisəsi olan konformizmlə sıx bağlıdır. Konformizm şəxsiyyət və qrup arasında müəyyən bir münaqişənin olmasını, onlar tərəfindən sərgilənən baxışlar, istəklər, maraqlar arasında ixtilafların mövcudluğunu nəzərdə

tutur. Bu zaman şəxsiyyət qrupun dəyərlərinə uyğunlaşmaq məcburiyyətində qalır və ya öz şəxsi məslək və əqidəsindən imtina edir yaxud da sadəcə olaraq görünüş yaratmaq xatirinə qrup tərəfindən qəbul olunmuş standartları altında pərdələnir. Moda konformizmə tabe olmaq labüdlüyü və fərdi qaydada seçilmək zərurəti arasında baş verən münaqişəni yumşaldır və həm birini, həm də digərini eyni zamanda təmin edir. Dəbə riayət olunma formal yaxud fəal olmalıdır. Dəbə formal riayət olunması zamanı onun göstərişləri halnız o halda yerinə yetirilir ki, əgər onlar insanın fərdi əqidəsi ilə ziddiyyət təşkil etmir.

Dəbin tərəfdaşlarında müxtəlif fəallıq dərəcəsi müşahidə olunur ki, bu da onları dəbli oriyentasiya əlamətinə əsasən təsnif etməyə imkan yaradır. Modanın liderləri onun yayılmasında daha fəal iştirak edirlər. Dəbin liderləri onu yaratmır. Yeni əmələ gəlməyə qədər onlar peyda olmur. Bir qayda olaraq, konkret dəbin yaradıcıları onun liderləri olmur. Liderlər – modali standartların və nümunələrin ilk yayıcılarıdır.

Dəbin rəsmi liderlərin (beynəlmiləl yaxud milli miqyas liderləri dəbi kütləvi informasiya vasitələrinin köməyi ilə yayırlar) və qeyri rəsmi liderlərin (öz qrupunda liderlər) olduğunu qeyd edirlər. Daha əvvəllər dəbin liderləri kimi krallar, onların favorit kişiləri və favorit qadınları, eləcə də saray adamları tanınırdı. XIX əsrdə bu rolun daşıyıcılarına teatrın aktyorları və tamaşaçıları, XX əsrdə isə - kütləvi mədəniyyət xadimləri çevrilmişlər.

Təsadüfi deyil ki, onların adları və obrazları müxtəlif dəbli əmtəələrin reklamında istifadə olunurdu (aktrissalar sabunu, müğənnilər – şampunları, tanınmış idmançılar – müxtəlif ətriyyatları reklam edirdilər və s.). Modanın əsasını məhz kütləvi standartlaşdırılmış nümunələr təşkil edir, çünki dəb kütləvi davranışın bir formasıdır.

Dəbi həm də psixoloji fenomen kimi də tədqiq edirdilər, onun yaranma və dəyişmə səbəblərini fərdi psixologiya nöqtəyi-nəzərdən araşdırır və öyrənirdilər. Moda insanın mühüm tələbatlarını sosial konformizm və fərdi azadlıqlar arasında

mövcud olan münaqişənin həllini tapan müəyyən bir mexanizm qismində çıxış edərək ödəyir.

H.Zimmer belə tərif vermişdir: “Moda müəyyən xüsusi bir formanı ifadə edir ki, həmin forma sosial bərabərləşdirmə və şəxsiyyətin özünün fərdliliyini bürüzə vermək meyli kimi tendensiyalar arasında kompromisi həyata keçirmək cəhdini ortaya qoyan formalar sırasına aiddir”. Modanın başqa tədqiqatçıları onun psixoloji funksiyasını qabardırdılar və nümayiş etdirirdilər ki, həmin funksiya emosional boşalmanın bir üsuludur, insanın yeni duyğulara olan tələbatını ödəyir: “Modanın mövcudluğunun mənası – bir sıra kütləvi hadisələrin tədriciliyinin pozulması, dövrü surətdə radikal dəyişməsi (altı-səkkiz ildə bir dəfə) – bu bir sarsıntıdır və onun köməyi ilə insan öz duyğularını təzələyir” (L.Petrov). Modaya psixoloji yanaşma onun dəyişilməsinin psixoloji səbəblərini üzə çıxarmağa imkan yaradır: 1) dəbli davranışın dəyişilməsinin səbəbi – “oriyentirlərin yox olması” kimi tanınat psixoloji qanundur: təkrar təsir bununla nəticələnir ki, oriyentir qismində çıxış edən refleks zəifləyir, sönür, dərk edilən obraz öz əhəmiyyətini və mənasını itirir (dəbli obyekt tədricən müasirlik dəyərini itirir); 2) yeni qıcıqlandırıcı yalnız o halda effekt verir ki, nə zaman əvvəlki qıcıqlandırıcılara qarşı “uyğunlaşma normasını” üstələyir.

Yeni nümunə yalnız o vaxt dəbli olmağa başlayır ki, nə zaman əvvəlki nümunə öz dəbli əhəmiyyətini itirmiş olur. Odur ki, yeniliyin təklifini məhz lazım olan anda, yəni bu yeniliyin anlaşılması və mənimsənilməsi üçün lazımı şəraitlərin yetişəcəyi vaxt etmək vacibdir. Dəbin tarixində yeni dəbi vaxtından əvvəl tətbiq etmək cəhləri çox olub. Məsələn, 1922-ci ildə Fransada uzun yubkaların təşviqi kampaniyası uğursuzluğa düşər olmuşdur, 1969-1972-ci illərdə isə maksi uzunluğunu dəbə tətbiq etmək istəyi tənəzzülə uğramışdır. Böyük modelyerlər son dərəcə güclü duyma qabiliyyətinə malik idi və bunun sayəsində istehlakçının yeni formaları başa düşmək və mənimsəmək anının nə zaman “yetişdiyini” çox gözəl təyin edə bilirdilər. Məsələn, fransız qadın yazıçısı M.Düras məşhur kutürə B.Sen-Loran

haqqında yazmışdır: “O, ildən ilə qadınlara təkcə onların gözlədiklərini deyil, həm də onların bunu anlamadan gözlədiklərini təklif edir”.

Dəbin bir psixoloji hadisə kimi öz izahını isə psixanalitiklər təklif etmişdilər (Z.Freyd, E.Fromm, C.Fküqel və başqaları), onlar dəbin yaranmasını şüursuz proseslərlə əlaqələndirmişdilər. Z.Freyd dəbin mənşəyinə bu cür şərh vermişdir “Yeni dəb azadlığa, gözəlliyə və əhəmiyyətliyiə edilən çağırışlardan yaranır”.

Dəbə riayət olunmasını psixanalitiklər öz sosial vəziyyətindən qeyri-mümnunluq hissi nəticəsində əmələ gələn insanın qeyri-mükəmməllilik duyğusunun aradan qaldırılması üsulu kimi dəyərləndirirdilər. Dəbə bağlılıq nüfuzun mövcud olmadığını kompensasiya edir: “Geyimdə baş verən dəyişikliklər şəxsiyyətin dəyişməsi illüziyasının yaranmasına gətirib çıxarır, evdar qadın önlükdə özünü ev qulluqçusu kimi hiss edir, axşam libasında isə - o, artıq lediyə çevrilir”.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Dizayn sənaye sferasında XIX-XX əsrlərdə kütləvi istehsalın inkişafı ilə əlaqədar xüsusi yadacılıq fəaliyyəti kimi meydana gəlmişdir. Həmin yaradıcılıq prosesində gözəllik və faydalılıq arasında mövcud məsafə uzanır, incəsənət və texnika arasındakı sərhəd yox olur.

Dizayn bir layihə fəaliyyətidir və özündə elmi-texniki və humanitar mədəniyyətləri birləşdirmiş yeni tip mədəniyyətlə - layihə mədəniyyəti ilə bağlıdır.

Dizayn – insanın və cəmiyyətin tələbatlarının ödənilməsi məqsədilə maddi obyektlərin, bir qayda olaraq, istehlak məmulatlarının layihələndirilməsi deməkdir. Tələbat – sosial sistemin yaxud insan həyatının normal fəaliyyəti üçün bu və ya digər şəraitə yaxud əşyalara olan dərk edilmiş yaxud düşünülməmiş ehtiyacdır.

Dizaynın mahiyyətini başa düşmək üçün “əyani mühit” məfhumunu tətbiq etmək lazımdır. Əyani mühit – insanı əhatə edən, onun tərəfindən həyat fəaliyyətinin funksional proseslərinin təşkilədiciyi və öz maddi və mənəvi tələbatlarının ödənilməsi məqsədilə istifadə edilən məmulatların və onların komplekslərinin məcmududur.

Beləliklə, sosiopsixoloji fenomen olan moda kütləvi davranışın bir forması kimi qəbul edilməlidir. Dünya moda mütəxəssisləri, psixoloqların dizayn və moda haqda aparmış olduqları araşdırmalar, daima inkişafda olan elmi-texniki dövrümüzdə cəmiyyətlərin zövqünü özündə əks etdirən dizaynın gündəlik həyatımıza nüfuz etməsini bir daha vurğulayır.

İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Paşayev B.S., Məmmədova L.H., Ağamalıyeva Y.Ç. Moda və kostyumun tarixi, Bakı: Azərneşr, 2009
2. E.N.Qasımova, L.H.Məmmədova Kostyumun kompozisiyası. Ali məktəblər üçün dərslik.- Bakı: "Təbib", 2013, 180s.
3. Məmmədova L.H., Ağamalıyeva Y.Ç. Modanın istiqamətini təyin edən və məmulatlara verilən estetik tələblər / 2011-ci ildə Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetinin büdcə təyinatlı elmi-tədqiqat işlərinin yekununa həsr edilmiş elmi-praktiki konfransın tezisləri. Bakı: 2012, s. 375.
4. Гусейнов Г.М. Композиция костюма. Учебное пособие для вузов. М.: Издательский центр «Академия», 2003. - 432с.
5. Горина Г.С., Народные традиции в моделировании одежды, Москва, 1994
6. Гофман А. Б. Moda и люди. Новая теория моды и модного поведения. Глава 7. СПб: Питер, 2004. С. 164-182.
7. DAVIS F., Çev. Özden. Arıkan, 1987, Moda, Kültür ve Kimlik, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul
8. Ермолова В.В., Ерминова Д.Ю. Моделирование и художественное оформление одежды, Изд. Академия, 2001.
9. Килошенко М. И. Психология моды: теоретический и прикладной аспекты. СПб.: СПГУТ, 2001.- 192 с.
10. Moda и стиль. Современная энциклопедия. Москва: Изд. Аванта+, 2002.
11. Основы теории проектирования костюма: Учеб. Для вузов / ред. Козловой. Т.В. – М.-1998
12. Герхард Цойгер. Учение о цвете. Москва: Изд. Художественная литература, 1971.
13. Петров Л.В. Moda как общественное явление. Ленинград: Изд. ЛВХПУ, 1978

14. Tasarımda renk seçimini etkileyen kriterler. Sosyal bilimler enstitüsü dergisi, cilt 14, sayı 2, 2005, s.391-402
15. COŞKUNER, S.,1995, Renkler ve Kişiliğimiz, Site Ofset Ltd.,İzmir, S.108
16. Іu Н. Lehen'kyi, Юрий Нрыћоровыч Леһенькый. Система моды: культурология, эстетика, дизайн ГАЛЬПУ, 1998
17. Хренов Н.А., Мигунов А.С. Эстетика и теория искусства XX в / Н.А. Хренов, А.С. Мигунов. – М. 2005. – 320 с.
18. Хренов Н.А. Социально-психологические аспекты взаимодействия искусства и публики / Н.А.Хренов. – М.: Альфа, 1981. – 304 с.
19. Эстетический идеал и художественный образ: – М.: Сборник научных трудов, 1999 -145 с.
20. Пармон Ф.М. Композиция костюма: одежда, обувь, аксессуары. Учебник для вузов. М.: Триада Плюс, 2002. – 312с.
21. Петушкова Г.И. Проектирование костюма. Учебник для вузов. М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 416с.
22. www.wikipedia/google.com
23. <https://www.modaturkiye.com>
24. <https://www.brestmoda.com>

ƏLAVƏLƏR





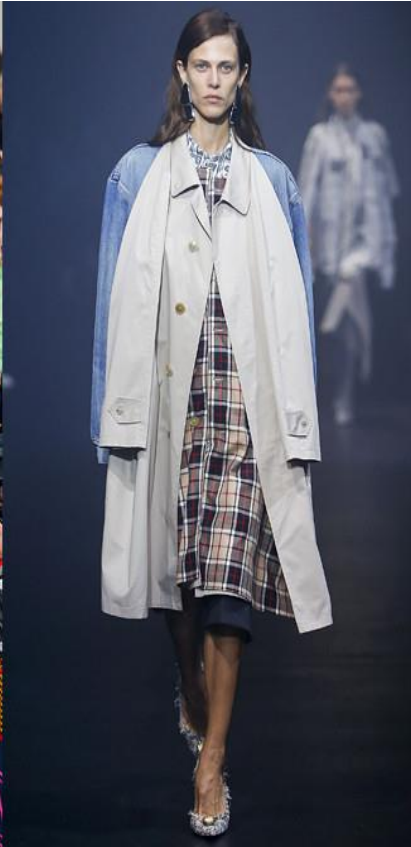












XÜLASƏ

Müasir dövrdə bütün sahələrə nüfuz etmiş dizayn sahəsində cəmiyyətlərin bədii zövqünün əsas amili olan estetik faktorun elmi – nəzəri təhlili zamanı aşağıdakı bir sıra məsələlər araşdırılmışdır:

“Dizayn və moda aləmində estetika anlayışı” adlı **I Fəsil**də dizayn sahələrində bədii təcrübənin estetik əsasları, geyim dizaynının obyekt kimi təhlil olunur, kostyumun funksiyaları və geyimdə bədii obrazın yaradılması açıqlanır.

“Bədii zövqün ayrılmaz hissəsi olan rəng” adlanan **II Fəsil**də kostyumda rəng faktorunun yeri və rolu, geyimdə rəngin seçiminə təsir edən meyarlar açıqlanır və kostyumda rəng simvolikası tədqiq edilir.

“Moda aləmində estetik faktorun formalaşmasına təsir edən amillər” adlı **III Fəsil**də modanın quruluşu və estetik məzmunu, modanın inkişaf qanunauyğunluqları və cəmiyyətin bədii zövqü və sosial-psixoloji fenomen – moda təhlil edilir.

Dissertasiya işinin nəticəsində moda mütəxəssisləri, psixoloqların dizayn və moda haqda aparmış olduqları tədqiqatlar təhlil edilərək daima inkişafda olan müasir elmi-tərəqqi dövründə cəmiyyətlərin zövqünü özündə əks etdirən dizayn və onun estetik faktorunun həyatımızın ayrılmaz hissəsi olduğu vurğulanır.

РЕЗЮМЕ

Во время теоретического анализа эстетического фактора, который является основным фактором художественного наслаждения обществ в области современного дизайна, изучены все следующие вопросы:

В **I главе** «Эстетика в дизайне и моде» рассматриваются эстетические основы художественной практики, дизайн предмета дизайна одежды, объясняется функциональность костюма и создание художественного образа в одежде.

Место и роль цветового фактора в костюме **II главы** под названием «Цвет, являющийся неотъемлемой частью художественного вкуса», раскрывает критерии, влияющие на выбор цвета одежды, и символику цвета в костюме.

Глава III «Факторы, влияющие на формирование эстетического фактора в мире моды» - это модный анализ структуры и эстетического содержания моды, развития модных тенденций, художественного вкуса и социально-психологического феномена общества.

В результате диссертационного исследования было обнаружено следующие: эксперты, психологи по моде и дизайну всегда признавались, что дизайн и его эстетический фактор, отражающие вкус обществ в современный научно прогрессирующий период, являются неотъемлемой частью нашей жизни.

SUMMARY

During the theoretical analysis of the aesthetic factor, which is the main factor of the artistic pleasure of societies in the field of contemporary design, all the following issues have been studied:

Chapter I "Aesthetics in Design and Fashion," chapter I reviews the aesthetic bases of artistic practice, design of the object of clothing design, explains the functionality of the suit and the creation of the artistic image in clothing.

The place and role of the color factor in the **II Chapter** suit called "**Color, which is an integral part of artistic taste**" discloses the criteria affecting the choice of color in clothing, and the color symbolism in the suit.

Chapter III "Factors Influencing the Formation of Aesthetic Factor in Fashion World" is a fashionable analysis of the structure and aesthetic content of fashion, the development of fashion trends and the artistic taste and socio-psychological phenomenon of the society.

As a result of the dissertation research, the research of fashion experts, psychologists on design and fashion has always been acknowledged that the design and its aesthetic factor, which reflect the taste of societies in the modern scientific-progressing period, are an integral part of our lives.

874 m qrup magistrantı Rəcəbli Ülviyyə Səyyaf qızının
“Dizaynda estetik faktor – bədii zövqün əsas amili kimi” adlı mövzusunda
magistr dissertasiyasının

R E F E R A T I

Dizayn müasir cəmiyyətdə kütləvi kommunikasiyanın formalarından biridir, çünki o, ticarət vasitəsilə istehsalın və istehlakın bağlılığını həyata keçirir, tələb və təklifin qarşılıqlı təsir və bağlılığını, kütləvi istehlakçının alıcılıq fəallığını tənzimləyir. Dizayn – istehlakçı cəmiyyətin estetik, sosiomədəni tənzimləyicisi olub mövcud olduğu cəmiyyətin fəaliyyət göstərməsi və təkrar istehsalı üçün lazımdır. Bu və ya digər əmtəəni almaqla, istehlakçı öz tələbatlarını ödəmək məqsədilə sadəcə olaraq bir əşya əldə etmir, həmin məhsul həm də müəyyən sosial statusun bir daşıyıcısı, simvolu qismində çıxış edir. Əşyaların və əşya formalarının simvolikası sayəsində dizayn əmtəəni müəyyən sosiomədəni mənaların daşıyıcısına çevirir ki, bu da yeni əmtəənin satılmasının mühüm şərti kimi xidmət edir. Beləliklə, dizayn – marketinqin, istehlakçı və istehsalçı arasında kütləvi kommunikasiyanın bir formasıdır. “Sosioloji nöqteyi-nəzərdən dəyərləndirilmiş dizayn məmulatların zahiri görünüşünə prestij, fəravanlıq və rifah, loyallıq simvollarının verilməsi yolu ilə kütləvi istehlak cəmiyyətində sənayenin və bazarın qarşılıqlı bağlılığın idarə edilməsi sistemidir. Mədəniyyətşünaslıq nöqteyi-nəzərdən dəyərləndirilmiş dizayn bir incəsənətdir”.

Mövzunun aktuallığı. Cəmiyyətlərin müasir zövqünün öyrənilməsi, ona təsir edən amillərin araşdırılması ilə estetik faktorun təhlili ilə əldə edilən nəticələr dizayn sahələrini gələcək inkişafına özünə məxsus şəkildə təsir göstərə bilər. İnsanların bədii zövqünü təmin etmək üçün, onları əhatə edən hər bir əşyanın, xüsusilə də geyimlərin estetik inkişafını elə yönləndirmək lazımdır ki, gələcəkdə cəmiyyətin sosial-psixoloji durumuna müsbət təsir göstərmiş olsun. Həmçinin yüksək bədii estetik görkəmə malik olan moda və dizayn obyektləri (geyim, qab-

qacaq, mebel, maşın, məişət əşyaları və s.) istehlakçıların tələblərini təmin etmiş olsun.

Öz aktuallığı ilə seçilən dissertasiya işində araşdırma mövzusunə çevrilmiş məsələlərin təhlili müasir dövrdə, eləcə də gələcəkdə moda və dizayn sahələrində cəmiyyətin bədii zövqünü təmin edəcək estetik faktorun inkişaf istiqamətini müəyyən etməyə imkan yaradır. Bu isə insanların sosial-psixoloji və mədəni həyatına, həm də bir başa bazar iqtisadiyyatının inkişafına müsbət təsir deməkdir.

Tədqiqatın predmet və obyektı. Dissertasiyada dizayn obyektı olan geyimin bədii obrazın yaradılması prosesi və funksiyaları (ümumi şəkildə), cəmiyyətin bədii zövqünü əks etdirən sosial-psixoloji fenomen – modanın estetik məzmunu (geniş şəkildə) tədqiq edilmişdir.

Tədqiqatın əsas məqsədi və vəzifələri – Dizayn sahələrində bədii təcrübənin estetik əsaslarını əsaslı şəkildə öyrənərək müasir geyim sahəsində estetik faktorun formalaşmasına mühüm təsir göstərən amilləri analiz etməkdən ibarətdir.

Dissertasiyada bu məqsədlə aşağıdakı əsas məsələlər araşdırılmışdır:

3. Dizayn sahələrində bədii təcrübənin estetik əsaslarının, kostyumun funksiyaları və geyimdə bədii obrazın yaradılmasının təhlili;

4. Geyimin dizaynın obyektı kimi tədqiqi;

3. Kostyumda rəng faktorunun yeri və rolunun, geyimdə rəngin seçiminə təsir edən meyarların təhlili;

4. Moda aləmində estetik faktorun formalaşmasına təsir edən amillərin müəyyənləşdirilməsi.

Tədqiqatın informasiya bazası və işlənilməsi metodları qarşıya qoyulan məsələlərə sistemli şəkildə yanaşmaqla, moda aləmində mövcud olan estetik faktorların səmərəli tədqiqatı üsullarına əsaslanır ki, onlar da arxiv sənədlərinin, elmi, tarixi mənbələrin, eləcə də, xidmətlərinin vasitəsi ilə müəyyən edilmişdir.

Tədqiqatın elmi yeniliyi. Müasir dövrdə bədii dəyərə və əhəmiyyətə malik olan incəsənət əsəri - kostyum cəmiyyətin tələbatları və zövqləri ilə uyğun bir

şəkildə layihələndirilir. Dizaynerin gerçək hədəfi – isanın, onun zahiri görünüşü, onun həyat tərzini təzahür edir.

Bütöv cəmiyyətin konsepsiyası kimi çıxış edən dizayn sahələrində (xüsusilə, geyim sferasında) bədii təcrübənin estetik faktorlarının araşdırılaraq yeni variantlarda istifadəsinə dair təklif olunan tədbirlərin kompleks tədqiqi dissertasiyanın elmi yeniliyi hesab edilə bilər.

Tədqiqatın təcrübi əhəmiyyəti. Dissertasiyada, dizayn sahələrində tətbiq olunan bədii zövqü əks etdirən estetik faktorlar, eləcə də onların istifadə edilmə yolları xüsusilə moda sferasına tətbiq oluna bilər.

Dissertasiyanın əsas müddəaları və əldə edilən nəticələri həmçinin Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti “Texnologiya və Dizayn” fakultəsinin diplom, eləcə də sərbəst işlərində, həmçinin mühazirə kurslarında istifadə oluna bilər.

Disserrtasiya işin strukturu və həcmi. Disserrtasiya işi giriş, 3 fəsil, nəticə və təkliflər, disserrtasiya işinə edilmiş əlavə və istifadə edilən ədəbiyyat siyahısından ibarətdir. Dissertasiya işinin ümumi həcmi 72 səh, 8 şəkildən ibarətdir.

“Dizayn və moda aləmində estetika anlayışı” adlı **I Fəsildə** dizayn sahələrində bədii təcrübənin estetik əsasları, geyim dizaynının obyekt kimi təhlil olunur, kostyumun funksiyaları və geyimdə bədii obrazın yaradılması açıqlanır.

“Bədii zövqün ayrılmaz hissəsi olan rəng” adlanan **II Fəsildə** kostyumda rəng faktorunun yeri və rolu, geyimdə rəngin seçiminə təsir edən meyarlar açıqlanır və kostyumda rəng simvolikası tədqiq edilir.

“Moda aləmində estetik faktorun formalaşmasına təsir edən amillər” adlı **III Fəsildə** modanın quruluşu və estetik məzmunu, modanın inkişaf qanunauyğunluqları və cəmiyyətin bədii zövqü və sosial-psixoloji fenomen – moda təhlil edilir.

“Nəticə və təkliflər” bölümündə dizaynın müasir həyatdakı yeri tədqiq edilərək, bu sferda bədii zövqün əsas amili olan estetik faktorun psixoloji fenomen kimi dəbə göstərdiyi təsir müəyyənləşmişdir.

Müəyyən edilmişdir ki, sosiopsixoloji fenomen olan moda kütləvi davranışın bir forması kimi qəbul edilməlidir. Bu bölümündə dünya moda mütəxəssisləri, psixoloqların dizayn və moda haqda aparmış olduqları tədqiqatlar araşdırılaraq daima inkişafda olan elmi-texniki dövrümüzdə cəmiyyətlərin zövqünü özündə əks etdirən dizaynın gündəlik həyatımıza nüfuz etməsi bir daha vurğulanmışdır.

Magistrant :

Ü.S.Rəcəbli

Elmi rəhbər:

dos.Y.Ç.Ağamalyeva