

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ

Fakültə “Texnologiya və dizayn” Kafedra “Dizayn”.

İxtisas: 050321– DİZAYN.

Təsdiq edirəm:
Kafedra müdiri

“ 04 “ yanvar 2018

BURAXILIŞ İŞİ ÜZRƏ
TAPŞIRIQ

Qr.№ 774 İsrayilov Sənan Zülfü oğlu
(soyadı, adı, atasının adı)

1.Mövzunun adı: XX əsrin mədəni fenomeni olan “Gənclik modası”nın tədqiqi

Universitetin « 04 » yanvar 2018-ci il № 2/4/2018
əmrinə təsdiq edilmişdir.

2.Mövzu üzrə tapşırıq: XX əsrin mədəni fenomeni olan “Gənclik modası”nın
tədqiqi

3.Hesabat – izahat yazısının məzmunu / işlənəcək sualların siyahısı /
1.Giriş 2.Dəbin yaranma xüsusiyyətləri 3.Dəb əlamət sistemi kimi 4.Dəb və üslub
5.XX əsrin ikinci yarısının gənclik dəbində aparıcı üslub istiqamətləri 6. XX əsrin
ikinci yarısının görkəmli dizaynerlərinin yaradıcılıq axtarışları 7. XX əsrin ikinci
yarısının gənclik dəbinin üslublarının müasir dəbə interpretasiyası

4.Qrafiki materiallar _____

5.Tapşırığın verilmə tarixi 04 yanvar 2018-ci il

6.İşin təhvil verilmə müddəti 05 iyun 2018-ci il

TƏLƏBƏ _____ S.Z.İsrayilov
/imza/

RƏHBƏR _____ dos.Y.Ç.Ağamalıyeva
/imza/

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti «Texnologiya və Dizayn»
fakültəsinin 774 qrup tələbəsi İsrayılov Sənan Zülfü oğlu tərəfindən
«XX əsrin mədəni fenomeni olan “Gənclik modası”nın tədqiqi»
mövzusunda yerinə yetirilmiş buraxılış işinin

R E F E R A T I

Buraxılış işi giriş, 3 bölmədən, 49 səhifədən, 5 şəkildən ibarət olmaqla aşağıdakı məsələləri əhatə edir:

I bölmədə araşdırılan “dəb” məfhumu zövqlərdən və üstün tutmalardan asılı olaraq ən müxtəlif mənalarda, eləcə də müxtəlif dəyərləndirmələri ilə istifadə olunur. Terminoloji qarışıqlıq buna gətirib çıxarır ki, insanlar bir-birilə ünsiyyət qurduqları zaman fərqli mövzular haqqında danışıqlar da eyni sözlərdən istifadə edirlər. Bunun nəticəsində isə onlar bir-birini başa düşməkdə çətinlik çəkirlər. Odur ki, dəb mövzusunda aparılan söhbətlər xüsusilə mürəkkəb dialoqa çevrilir.

Tez-tez hallarda ünsiyyət zamanı “dəb” termini vasitəsilə müəyyən bir zaman kəsiyində “dəbli” hesab edilən paltarların müəyyən baqajını, formalarını adlandırırlar. Yəni “dəb” və “dəbli” kimi rəylər dolaşığa salınır. Həmin sözün kostyum incəsənəti sahəsində fəaliyyət göstərən geyim üzrə dizaynerlərin yaradıcılığının, bilicilərin peşəkar işinin ifadə olunması üçün istifadə edirlər. Daha sonra, “dəb” terminin mənası həmçinin çağdaş dövrümüzdə formalaşmış olduğu nəhəng dünya biznesini də nəzərdə tutur, o, milyonlarla insanlarda get-gedə daha da yeni arzular və təşəbbüslər müəyyən məqsədlə yaradır ki, həmin istəklərin təmin edilməsini özü üçün mümkün qədər daha sərfəli etsin.

İşin **II bölməsində** XX əsrin ikinci yarısının geyim tərzində gənclik üslubları öyrənilmiş və dəyərləndirilmişdir. İyirminci yüzilliyin ikinci yarısında lazımi aparıcı üslubların – eleqant, klassik, incə və zərif, idman, romantik, folklor, eləcə də gənclik kiim üslubların səciyyəvi cəhətləri kifayət qədər açıq-aydın surətdə formalaşmışdır.

Daha sonra onlar bir-birilə qarışmağa başladı, nəticədə zərif-eleqant,

eleqant-idman, gənclik-idman, gənclik-folklor kimi üslublar meydana gəlmişdir.

Son nəticədə, hər şey dönməz sutərdə tam qarışandan sonra, “kejual” və “diffuziyalı” kimi üslublar yaranmışdır.

Dəb, daha dəqiq desək, onu yaradan, bir-birilə rəqabətə girişən ən yaxşı mütəxəssislər onun (dəbin) təsnif edilməsi, müəyyən nizama salınması, hər hansı çərçivəyə daxil edilməsi istiqamətində sərgilənən bütün cəhdlərə müqavimət göstərirlər.

III bölmə xüsusi maraq kəsb edir. Burada XX əsrin ikinci yarısının gənclər tərəfindən istifadə olunan geyim nümunələrinin mənsub olduqları üslubların çağdaş dəb nöqteyi-nəzərdən interpretasiyası (izahı, şərhı) təsvir olunur. XX əsrin istənilən on ili – konkret dəbli tendensiyadır. Bununla yanaşı, hər hansı “üslub onillikləri” geyim əşyalarının konkret cizgiləri yaxud detalları daxilində geri qayıdır. Haqqında danışdığımız halda söhbət ötən əsrin altmışıncı illərdən gedir ki, onlar həmin zamanənin trendi yönümündə dramatikliyin qızıışması, alovlanması ilə ifadə olunur.

XX əsrin altmışıncı illərinə döyüşsüz təslim olmuş nüfuz və hörmət sahibi olan dünya iki düşərgəyə bölünmüşdür. Birində qısa yubkalar, qrafik naışlar, açıqlıq hökm sürür, digərində isə qüsursuz incəlik və zəriflik. Və burada təəccüblənməli bir şey yoxdur: ötən əsrin altmışıncı illərin azadlıq sevən yeni fikir hər şeyi tərsinə çevirmiş oldu və bununla bərabər bircə onilliyə heç zaman müşahidə edilməyən qədər mini-inqilablar “yerləşdirə” bilib. Biz bu günə qədər altmışıncı illəri yenidən düşünüb dəyərləndirməyə çalışırıq və 2011-2012-ci illərin payız-qış kolleksiyaları bunun əyani sübutudur.

Bu diplom işinin əsas məqsədi XX əsrin ikinci yarısının gənclər üçün dəbli trendin dinamikasının ümumilikdə, o cümlədən də gənclik submədəniyyətlərin üslub fərdliliklərin mədəni-estetik testinin həyata keçirilməsindən ivarət olmuşdur.

MÜNDƏRİCAT

	səh.
GİRİŞ	6
 BÖLMƏ I. Dəb mədəniyyətin bir hadisəsi kimi	
1.1.Dəbin yaranma xüsusiyyətləri.....	8
1.2.Dəb əlamət sistemi kimi.....	13
 BÖLMƏ II. XX əsrin ikinci yarısının gənclik üslubları	
2.1. Dəb və üslub	16
2.2. XX əsrin ikinci yarısının gənclik dəbində aparıcı üslub istiqamətləri.....	23
 BÖLMƏ III. XX əsrin ikinci yarısının gənclik dəbinin müasir dəbdə öz əksini tapması	
3.1. XX əsrin ikinci yarısının görkəmli dizaynerlərinin yaradıcılıq axtarışları.....	31
3.2. XX əsrin ikinci yarısının gənclik dəbinin üslublarının müasir dəbə interpretasiyası.....	37
 NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR	41
İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYATIN SİYAHISI	43
ƏLAVƏLƏR	44

GİRİŞ

XX yüzillikdə mədəni-estetik məkanda əvvəllər mövcud olmamış hadisələr meydana gəlmişdir. Onlardan, demək olar ki, hamısı insanların həyat tərzinə, onların anlayışlarına və etalonlarına əhəmiyyətli təsir göstərməyə başladı. Onlara həmçinin gənclik sivilizasiyası da aiddir.

Bir o qədər də uzun olmayan bir müddət əvvəl (50-100 il arası) baş vermiş sosial-tarixi tədbirlərlə şərtləndirilmiş bədii-estetik və mədəniyyət prosesləri, aydındır ki, az və tam olmayan dərəcədə mənimsənilmişdir. Həmin tədbirlərə biz həm də cəmiyyətin quruluşunda konfigurasiyaları da aid edirik ki, bunun nəticəsində XIX əsrin sonlarında XX əsrin əvvəllərində gəncliyin ayrıca sosial-demokratik bir qrup kimi yaranmış, eləcə də gənclik mədəniyyəti formalaşmışdır. Qeyd etmək lazımdır ki, həmin gənclik mədəniyyətinə özünü dərkətmə, bədii dəyərlər və estetik məqsədlər xas idi.

Gənclik sivilizasiyası hazırda özünü xüsusi bədii-estetik mühit kimi göstərir, ona səciyyəvi olan cəhətlər sırasında obrazlıq və rəmzlik göstərilə bilər.

Estetikanın və mentallığın, gənclik submədəniyyətlərin eksteorizasiyası əsasən gənclik geyimində, trendlərdə, üslublarda baş verir. Lakin cərəyan edən proseslər son zamanlarda sosioloqlar, mədəniyyətşünaslar və estetiklər tərəfindən xüsusi diqqət və qayğının nümayiş etdirilməsinə gətirib çıxarır, gənclik mədəniyyətinin və dəbinin təşəkkül tapmasının və fəaliyyət göstərməsinin, demək olar ki, bütün incəlikləri praktiki cəhətdən öyrənilməmiş qalır.

Belə bir vəziyyət bizim tədqiqat işimizin predmetini, məqsədini və əsas vəzifələrini daha aydın şəkildə göstərməyə imkan verir.

“Gənclik dəbi” məfhumu müəyyən dərəcədə qeyri-dürüstdür, çünki təkcə geyim trendini deyil, həmçinin musiqinin, ədəbiyyatın, filmlərin və s. seçiminə dair konkret paylaşımı nəzərdə tutur. Təklif olunan araşdırmada əsas diqqətimiz paltarlarda gənclik dəbinin bazis xarakteristikaları üzərində kimi cəmləşdirilib.

Yekunda bir sıra təklifləri qısaca və dürüst şəkildə ifadə edək ki, onlar, düşündüyümüz kimi, bütünlüklə bu tədqiqat işi üçün əsas məna kəsb edir:

- gənclik mədəniyyətinin və dəbli tendensiyaşının əsas hissəsi kimi onun xasiyyəti və mənası gəncliyin cəmiyyətdə sadəcə olaraq əhəmiyyətli və məkanı ilə deyil, həmçinin ümumilikdə mədəniyyətdə baş verən proseslərlə şərtləndirilir. XX yüzilliyin mədəniyyəti üçün “fərd – varlıq” kimi barbar tutuşdurulmasına qayıdış səciiyyəvi xarakter daşıyır, bu zaman insanın bu dünyada özünün iztirablı, ekzistensial dərki baş verir. Mədəniyyət və qloballaşma prosesləri xalq submədəniyyətlərin adi məişətinə, spesifik xüsusiyyətlərinə, adət və ənənələrinə dağıdıcı təsir göstərir. Yeni tarixdə etno və sosiomədəni törəmələrin funksiyasını məhz gənclik submədəniyyətləri get-gedə daha tez-tez öz üzərinə götürür; malik olduqları “tayfa” üslubları vasitəsilə onlar informasiya axınları və dəyərlərin müxtəlif çeşidləri ilə ifrat dərəcədə yüklənmiş cəmiyyətdə özünü itirmiş gənc insana “rahat və səliqəli ev”, “isti sığınacaq” vermiş olurlar.

- özünü XX əsrin sonlarında göstərmiş gənclik kultu küçə gənclik dəbinin cəmiyyətin estetik etalonlarının fraksiyalarına – Ali dəbə artan xətlə yüksələn təsiri müəyyən edir. Dəbli tendensiya sferasında innovasiyaların hal-hazırda baş verməsi daha çox iqtibas edilmiş sərişələr və müxtəlif gənclik submədəniyyətlərin növü hesabına reallaşdırılır. Belə ki, gənclik mədəniyyəti bədii obrazlar yaradır ki, onlar sonradan qlobal mədəniyyətə yeridilərək orada möhkəmlənir (misal üçün, libaslarda yaxud musiqidə müxtəlif üslublar simasında). Deyə bilərik ki, bəşəriyyət tarixi ərzində ilk dəfədir ki, gənclik etalonların və “yaşa dolmuş” cəmiyyətin ehtiyacların tərtib edilməsi prosesinə təsir göstərirdi;

- ötən əsrin 50-70-ci illərindən fərqli olaraq, müasir gənclik submədəniyyətləri əsasən konkret musiqi tərzinin bazası və onun estetikası üzərində formalaşır. 1980-ci illərin sonlarında gənclik submədəniyyətlərin formalaşmasının yeni tendensiyaş görünməyə başlamışdır ki, onlar həmin mühitdə məlum olan bu və ya digər idman simalarının (rollerlər, skeytbordçular, sörfinqçilər) bazasında yaranırdı, onlar həmçinin öz tərzini və dəbli tendensiyaşını da əmələ gətirirdilər.

BÖLMƏ I. DƏB MƏDƏNİYYƏTİN BİR HADİSƏSİ KİMİ

1.1. Dəbin yaranma xüsusiyyətləri

“Dəb” anlayışı zövqlərdən və üstün tutmalardan asılı olaraq ən müxtəlif mənalarda, eləcə də müxtəlif dəyərləndirmələri ilə istifadə olunur. Terminoloji qarışıqlıq buna gətirib çıxarır ki, insanlar bir-birilə ünsiyyət qurduqları zaman fərqli mövzular haqqında danışıqlar da eyni sözlərdən istifadə edirlər. Bunun nəticəsində adamlar bir-birini başa düşməkdə çətinlik çəkirlər. Məhz bu səbəbdən dəb mövzusunda aparılan söhbətlər xüsusilə mürəkkəb dialoqa çevrilir. Gəlin indi həmin sözün daha çox işlənən mənalara nəzər salaq.

Çox zaman ünsiyyət vaxtı “dəb” termini vasitəsilə müəyyən bir zaman kəsiyində “dəbli” hesab edilən paltarların müəyyən baqajını, formalarını adlandırırlar. Yəni “dəb” və “dəbli” kimi fikirlər dolaşığa düşür. Həmin sözün kostyum incəsənəti sahəsində fəaliyyət göstərən geyim üzrə dizaynerlərin yaradıcılığının, bilicilərin peşəkar işinin ifadə olunması üçün istifadə edirlər. Bundan sonra, “dəb” terminin mahiyyəti həmçinin müasir dövrümüzdə yaranmış son dərəcə iri dünya biznesini də nəzərdə tutur, o, milyonlarla insanlarda get-gedə daha da yeni arzular və təşəbbüslər konkret məqsədlərə söykənərək yaradır ki, həmin istəklərin təmin olunması məhz özü üçün daha sərfəli edə bilsin.

Dəbin paradoksu bəzi insanların və sosial qrupların digər insanlara və sosial qruplara təqlidçilikdən ibarətdir. Xüsusilə vurğulamaq lazımdır ki, burada söhbət hamıya deyil, məhz daha tanınmış, daha yaxşı və daha nüfuzlu olanlardan gedir. Bu cür “Ən yaxşıların” zahiri davranış formalarının kopyalanması, onlara yaxınlaşmaq, bir bərabərə qalmaq cəhdi – özünü daha önəmli və mühüm olanlarla eyniləşdirmək anlamına gəlir.

Kostyumun tarixində uzunmüddətli dövrlər müşahidə etmək mümkündür ki, nə zaman dəbin özü hələ yox idi və ya insanlar onun mövcudluğu haqqında heç düşünməyi belə ağıllarına gətirmirdilər. Lakin kostyumun hekayəsini dinləyərkən, onu tədqiq edərkən biz çox şeyləri görə bilirik. Belə ki, hansı yerdə və hansı sosiomədəni qrup tərəfindən paltarın yeni bədii tipi yaradılırdı (həyat növünün

tərkib hissəsi kimi), həmin bu yeni tip qonşular tərəfindən necə təqlid edilirdi, digər zümrə qruplarının geyim əşyalarına necə təsir göstərirdi – yəni, kim kimə təqlidçilik edir, kim dəbli tendensiyaların qanunvericisi qismində çıxış edirdi. Trendin tarixi də məhz bundan ibarətdir.

Bəs görəsən, ümumilikdə dəbin neçə yaşı var? Bilicilər arasında haqqında bəhs etdiyimiz bu “sosiomədəni fenomenin” nə zaman əmələ gəlməsi və harada fəaliyyət göstərməyə başlaması ilə əlaqədar yekdil bir fikir yoxdur. Q.S.Qorinanın “Geyim formasının modelləşdirilməsi” adlı kitabında deyilir: “Dəbin yaranması XVII əsrin sonlarına, daha dəqiq desək 1672-ci ilə aid edilir, u zaman Lion şəhərində “Merkür de Qalant” adlı illüstrasiyalı jurnalın ilk nəşri işıq üzü görmüşdür, urada yeni libaslar, onları geyinilməsi ilə bağlı ənənələr, əl işləri və ev rahatlığı haqqında danışılırdı”. Təbii ki, bu, terminoloji qarışıqlığın bir nümunəsidir. Müəllif dəbin meydana gəlməsini onun təbliğat vasitələrinin işıq üzü görməsi ilə eyniləşdirir.

Həmçinin qeyd etmək lazımdır ki, elitar geyim nüfuzlu və adlı-sanlı insanların üstünlüyü idi. Onu ən ytanınmış qadınlar yaradırdı.

Fransanın özü və fransızlar “dəb imperiyası” titulundan qürur duyur və onu yüksək dəyərləndirirlər, təsadüfi deyil ki, orada geyimin nəzəriyyəsi və tarixi ilə daha ciddi və əsaslı surətdə məşğul olurlar. Nə dərəcədə kədərli olsa da, biz belə bir ədəbiyyatla, demək olar ki, ümumiyyətlə tanış deyilik. Məlumatların azlığı nəticəsində isə belə bir yanlış stereotipik təsəvvür formalaşır ki, kostyumun yaradılması nöqtəyi-nəzərdən zövq və ixtiraçılıq – fransız təfəkkürün və zəkanın, habelə fransız qəlbinin sadəcə olaraq milli cəhətidir (yaxud, təbii qabiliyyətidir). Həmçinin, bir qayda olaraq, bu xüsusiyyət guya fransızlarda sevgiyə bir incəsənət kimi xüsusi münasibətdən irəli gəlməsi ilə əlaqələndirilir. Dəbli tendensiya həmçinin turizm vasitəsilə də ötürülürdü – yüksək zümrədən olan zadəganlar uzun müddət ərzində Parisdə qonaq qismində qalırdılar, və məmulatların eləcə də ustaların ixracı üsulu ilə fransızlar Avropanın bütün iri və kiçik şəhərlərində öz şəxsi dükanlarını və emalatanalarını açırdılar. Fəal surətdə qlobal informasiya üsulları da cəlb edilirdi. Birincilərə “dəbli kuklalar” adi edilməlidir. Bu, insan

bədəninin yarısı yaxud üçdə biri qədər olan və ən son geyim modelləri üzərində yerləşdirilən fiqurlar idi, onları Parisdən Avrop qitəsinin, demək olar ki, bütün meqapolislərinə göndərirdilər. Peterbur və Konstantinopolya qədər, o cümlədən də okeanın o tayına – Amerikaya da göndərir və hər bir mövsümün əvvəlində əsas küçələrdə yerləşdirirdilər. Qoldini öz şəxsi xatirələrində yazırdı ki, “özünə hörmət edən və dəbi ziləyən hər bir venesiyalı qadın “kuklaya” uyğun olaraq geyinirdi”. “Dəbli qüravürəlar” da tez bir surətdə diqqət mərkəzinə düşmüş və yayılmağa başlamışdır, dərc etdirilən nəşrlər və jurnallar isə dəbin bütün tenilikləri ilə bağlı oxucuları məlumatlandırmaq öhdəliyini təcili olaraq öz üzərinə götürmüşdülər.

XVIII əsrin sonlarına yaxın fransız monarxiyası ucu-bucağı görünməyən siyasi və kilsə tənəzzülünə uğrayır və, bunun nəticəsində, dəbdə malik olduğu liderliyi əldən verir. Kifayət qədər maraqlı bir vəziyyət əmələ gəlmişdir. Bir tərəfdən, Mariya Antuanettanın qəribəlikləri və nazi ilə dolu qapalı və yox olub getmə astansında olan saray dünyası, digər tərəfdən isə başdan-ayağa oyun, incə və mürəkkəb, malik olduğu qeyri-adiliyi ilə heyran edən tualetlər (bədi sərişətlər, gözəllik üzrə orta tədris təsisatı əvvəlki kimi ən yüksək səviyyədə qalmaqda davam edir). Lakin həmin dəbin ardınca yalnız saray əhlinə son dərəcə yaxın əsilzadələr addımlayır, yüksək zadəganlar isə ümumilikdə öz oriyentirlərini artıq hiss ediləcək səviyyədə dəyişir. Fransada baş vermiş Böyük inqilabdan bir qədər əvvəl britaniya dəbi çox populyarlaşır. Britaniya daha mütərəqqi olduğu üçün, burada artıq çoxdandır ki, sosial münasibətlərin yeni konfigurasiyası (kapitalizm), eləcə də geyim əşyalarında yeni tərz – daha asan, daha rahat və daha məqsədəuyğun geyinmək kimi üslub inkişaf edir. Bu ölkə beynəlmiləl bazarda dəbli ideyaların və nüfuzlu əşyaların istehsalında ciddi rəqibə çevrilir. XIX əsrin bütün birinci yarısı bizi maraqlandıran aspektdə keçir – bu, dəbin (dəbli geyimlərin) yaradılması və yayılmasında, eyni zamanda həm də dəbə xidmət edən sənayenin ərsəyə gətirilməsində yeni təşkilədiciiliyin formalaşdırılması zamanıdır. Onun xadimlərinin adları hələlik anonim saxlanılır, lakin alıcılara həmin adlar, təbii ki, yaxşı məlum idi, ancaq gələcək nəsil onları artıq tanımır.

Yeni növ əsl model evinin ən birincisi Parisdə XIX əsrin əllinci illərində

yanarmışdır. Onun təsisçisi məşhur ingiltərəli dizayner Uort olmuşdur. Qeyri-adi istedadla və rəssam-kommersant bacarığına malik bu insan düzgün anlamışdır ki, o zamanın tələbləri nədən ibarətdir və ilk olaraq kiçik bir şəxsi atelye açmışdır, burada özü həm rəssam-modelyer, həm də biçici idi. Onun ən birinci kubar sifarişçi qadın knyaginya Metternih idi, məhz onun tövsiyyələrinə görə imperatriça Yevgeniya Uortu öz saray dərzisi etmişdir. Bu hadisə Uortun tərəqqisinin və inkişafının başlanğıcı olmuşdur. Beləliklə, ən birinci kiçik model evi Parisdə açılmışdır, burada kostyum maneken üzərində deyil, canlı fiqurada nümayiş etdirilirdi. Uortun müəssisəsinin təşkilediciliyi həmin zaman üçün o dərəcədə yeni və səciyyəvi olmuşdur ki, məşhur yazıçı Zolyanın diqqətini cəlb etmiş və onun müəllif olduğu “Tələ” və “Qadın səadəti” romanlarında əbədiləşdirilmişdir.

Uort öz zamanəsinin həyatının müxtəlif sahələrindən ictimai maraq doğuran hadisələri ustalıqla istifadə edirdi. Əsrin 70-ci illərində Uort Parisdə dəbin əsas qanunvericisi statusuna yiyələnmiş və nəhəng bir varidatın sahibinə çevrilmişdir.

Ola bilsin ki, Uortun bu qədər uğur əldə olunmasında onun britaniyalı olmasının böyük əhəmiyyəti olmuşdur. İncəliyin, təsvirlərin yaradılmasının, zövqün fransız məktəbinə o, britaniyasayağı işgüzarlığı, təşəbbüskarlığı, öz alıcılarının zərurətlərini öncədən görmək qabiliyyətini əlavə etmişdir. Bu istedadlı insan qadın geyimlərini öz alıcılarının yeni həyat şəritinə uyğunlaşdırma bilmişdir – misal üçün, dəmir yollar şəbəkəsinin inkişafı nəticəsində səhayət şəraitini o, düzgün qiymətləndirmişdir. Bundan əlavə, Uort parisli “kutyuryenin” əbrazını əmələ gətirmişdir. Bu sözün kifayət qədər sadə tərcüməsi var – “dərzisi”, amma həmin termin yalnız “son dərəcə yüksək dəbin bilicisi” mənasında işlədilir. Əsas Paris dəb evləri "haute couture" – (bizim transkripsiyada “kutyurdan”), dəqiq tərcümə - “son dərəcə yüksək dərzilik” məcmu başlıq altında birləşdirilir.

Məhz Uort ilk dəfə ehtimal irəli sürmüşdür ki, geniş, hüdudsuz bədii təsəvvürü və işgüzar priktisizmi birləşdirən fərdi xüsusiyyətlər komplektidir və bunsuz model biznesi aləmində bu gün də uğur əldə etmək mümkünsüzdür. İmperatriçamnın dərzisi kimi öz karyerasına başlayan Uort populyarlığın ən pik nöqtəsində müəyyən nüfuzlu sifarişçi qadınların zövqlər diktatından azad

olmuşdur. Metamorfozun sirri bundan ibarətdir ki, dizayner onların təşəbbüslərini və meyllərini ötməyi və qabaqlamağı öyrənir. Onun əsərlərində qadınlar öz şəxsi, hələ tam dərk olunmamış etalonların təcəssümünü aydınlaşdırır və öyrənirlər.

Dəbli tendensiya çərçivəsində yaradıcılıq dəb alıcıların əllərindən dönməz surətdə yox olur, onların yaradıcılığının bir hissəsi get-gedə daha da azalır. Aparıcı alıcı da dəyişikliklərə məruz qalır. Cəmiyyətin yuxarı təbəqəsinə aid olan qadınlar trendin qanunverici rolundan çıxmaq niyyətində deyillər. Həmin rol onlar “davranışda və həyat tərzində yüksək cəmiyyəti təqlid edən yüngül əxlaqlı qadınlar mühitinin çariçalarına” təhvil vermək məcburiyyətində qalırlar. Belə qadınları kurtizankalar kimi tanıyırdılar. Eyni zamanda həmin rol həmçinin daha məşhur olan, misal üçün, Sara Bernar yaxud Riyan kimi aktrisalara da təhvil verməli olurdular. Həmin qadınlar vaxtilə cəmiyyətin az qala lap dibindən çıxırdılar. Parisin “davranışda və həyat tərzində yüksək cəmiyyəti təqlid edən yüngül əxlaqlı qadınlar mühitində” başgicəlləndirici karyera qurmaq imkanına yalnız həm gözəlliyə, həm zirəkliyə, həm fərdliliyə, həm də daha xeyli sayda istedadlara malik qadın reallaşıra bilərdi ki, bütün sadaladığımız həmin keyfiyyətlər qadın cəlbediciliyinin müəyyən qabiliyyətini təşkil edirdi.

XX əsrin əvvəllərinə yaxın dəb həqiqətən də beynəlmiləl olmuşdur, lakin həmin mərhələyə qədər dəbli tendensiyalardan danışanda biz Avropanı kənarda qoya bilməzdik. Ümumiyyətcə belə bir mülahizə mövcuddur ki, dəb – sırf avropasayağı bir paradoksdur. Başqa sivilizasiyaların maddi və mənəvi mədəniyyəti vəziyyətində biz, çox güman ki, belə sirli qüvvənin bu dərəcədə nümayişkəranə təzahürünü çətin tapa bilərik. Yəni, konkret hədudlarda istənilən sivilizasiyaya dəbdəbə meylləri səciyyəvi xarakter daşıyırdı. Ancaq bunu dəb kimi dəyərləndirə bilərik? Qeyd etdiyimiz bu hissedilməz əlamətə görə bəzi əşyalar digərlərlə müqayisədə daha yüksək dəyərləndirilirdimi? Düşünürük ki, Hindistanın, Çinin, Ərəb Xəlifətinin əzəmətli sivilizasiyaların maddi mədəniyyətinə və mühitinə biz yaxşı bələdik. Biz onları müəyyən vahid, bəzədilmiş və donmuş bir mənzərə simasında görürük və burada minilliklər yaxud yüzilliklər birləşdirilir.

1.2. Dəb əlamət sistemi kimi

İnsanın istifadə etdiyi istənilən əşya uzunmüddətli təkamül prosesi nəticəsində öz formasını əldə edir. Məişətdə işlədilən müxtəlif növ əşyalar müəyyən kateqoriyadan olan insanların istifadəsində möhkəm təsbit edilir və belə bir əşyalara çevrilir ki, onlar üzrə ətrafda yer alan əşyaları sistemləşdirmək və buna müvafiq olaraq həmin əşyaları təyinatı üzrə istifadə etmək mümkündür.

“Əlamət sistemi” anlayışı, ola bilsin ki, geyimin və dəbin mütərəqqi şəkildə dərk olunması, onları keçmişdə, hazırkı dövrdə və gələcəkdə sınaqdan keçirilməsi istiqamətində ən başlıca amildir. “Əlamət sistemi” anlayışının özü – nisbətən gənc elmin – semiotikanın arsenalına daxildir. “Əlamət” – təsvir, əşya, təsirdir. Bu təsir vasitəsilə müəyyən insan başqa adama konkret informasiya ötürür.

Rəmzlər sisteminin dəstəyi ilə geyim tərəfindən ötürülən informasiya özü üçün ümummədəni, ümumi sosial, kütləvi və şəxsi kateqoriyaya malikdir. Ümumi sosial, ümummədəni informasiya hamı üçün aydındır, kütləvi – ictimai sistemə təqdim olunmuş, şəxsi – yalnız bir qrupun üzvləri üçün. Məsələn üçün, əgər küçədə sari geyinmiş bir neçə qadın rastımıza gəlsə, o zaman, əlbəttə ki, onların Hindistanlı olduqlarını anlamaq olar. Və burada onların kostyumlarının dilinin dərkini bitir, biz həmin qadınların Hindistanın hansı vilayətindən gəldiklərini, onların dəbdəbəli turist olduqlarını yaxud müasir müəllimlər dərsxanaya daxil olduqlarını, eləcə də hansı kastalara mənsub olduqlarını təsnif etmək iqtidarında olmayacağıq. Hamıya tanış olan zərb-məsələ deyilir: “Geyimə görə qarşılayır, zəkaya görə yola salırlar”.

Bunu teatr və kinoteatr rəssamları yaxşı bilirlər, çünki onlar öz qəhrəmanlarının həm realistik, həm də qeyri-adi kostyumlarını formalaşdırırlar. Yaxşı teatr işində - “danışan”, yəni əlamət işində, kostyumun istənilən xırdalığı, istənilən cizgisi diqqət mərkəzində olur. Gerçək realistik rəsm əsərində rəssamlar həmin xırdalıqları və cizgiləri həyatdan götürməli, təsadüfi olanları deyil, adi olanları, ümumiləşdirmənin ən yüksək dərəcəsinə nail olmağa imkan verənləri götürməlidirlər. Fantastik iş çərçivəsində yaxud tarixi mövzular üzrə xəyallarda və

təsəvvürlərdə onlar artıq əlamətlərin şərtliliyi ilə rastlaşır və həmin əlamətlər çağdaş zamanəmizin mədəniyyətinə tam aydındır və bizdə lazımı assosiasiyalar yaradır.

XIX əsr də daxil olmaqla Avropa orta əsr dövründən başlayaraq kostyumun tarixi müxtəlif fərman və sərəncamlarla doludur, onlar təkcə əşyaların sayını deyil, həm də ədəklərin uzunluğunu, qolların formasını, paltarın kəsik yerinin (dekoltenin) dərinliyini və enini məhdudlaşdırırdı. Parçanın qiyməti öz alıcılarını müəyyənləşdirirdi. Qiymətsiz venesiya zərxdən hazırlanmış libaslara (XV-XVI əsrlər) İtaliyada yalnız dojlara (orta əsrlərdə Venetsiya və Genuyada respublika başçısı) və onların qız övladlarına sahib olmaq icazəsi verilirdi, ancaq adlı-sanlı şəhər qadınları yalnız paltarların qollarını zərxdən tikdirmək hüququna malik idi.

İnsan öz əcdadlarından mükəmməl surətdə işlənib hazırlanmış, sözün “əlamət” geyimin əsl mənasında rəsmi sistemini əldə etmişdir. Həmin sistem üzrə insanın həm ictimai vəziyyətini, həm əmlak imkanlarını, həm ailəli olub-olmadığını, həm onun milli mənsubiyyətini və bir çox digər məsələləri anındaca təsnif etmək mümkün idi. Lakin hal-hazırda dəb özünün fərdi əlamət xasiyyətindən bir çox hallarda məhrum olur. Sırr deyil ki, həm oğlan, həm qız cins şalvar geyinib qısa saç düzümü etdirsə, kimin kim olduğunun fərqinə varmaq kifayət qədər problematiktir.

Kişi və qadın geyimində əhəmiyyətli psixoloji mənaya malik nisbətən fərqləndirici rəmzin əmələ gəlməsini bilmək kifayət qədər mürəkkəb bir məsələdir. Onun “qədim olmağa” qətiyyən imkanı yoxdur, çünki düymələnən geyim yalnız XIX əsrdə geniş yayılmışdır, XVII yüzillikdə yaradılmış təsvirlərdə isə kişi jiletləri və kaftanları bəzi hallarda sol tərəfə düymələnmiş əks olunur. Lakin bu sırf formal xarakter daşıyan fərqi mistik qüvvəsi həmçinin mütərəqqi insan üzərində də öz hökmranlığını həyata keçirir.

Yalnız hərtərəfli düşünərək və cinsi differensiaslaşmanın bir rəmzi kimi geyim əşyalarının ənənəsinin necə də dərin olduğunu bilərək biz anlamağa başlayırıq ki, qadın şalvara olan dəbin meydana gəlməsi ilə hansı meyllər və

itaətsizliklər baş vermişdir. Əleydarlarda instinkt danışır. Itaətsizlik də dərəcədə güclü olurdusa, bir o qədər də dəbin coşqunluğu da güclü və məhkəm idi. Başqa illərdə şalvarlı qadın modellərin jurnallarda dərc etdirilən mövzuların ümumilikdə 70 faizini təşkil edirdi, onlar həm ziyafət tualetlərin, həm də dəbli geyimin mühüm hissəsi hesab olunurdu. Şalvar uğrunda çarpışma qadınların mütləq qələbəsi ilə başa çatmışdır.

Cinsi differensiasianın işarələnməsini hesaba almadan deyə bilərik ki, istənilən mədəniyyətdə insanın ev və yaş statusunun atributikası qismində geyimin rolu zəruri idi, qadınlar üçün bu zərurət xüsusi əhəmiyyətə malik idi. Kifayət qədər çoxlu sayda xalqlarda bu bölünmə saç düzümü və baş geyimləri ilə əlaqədar idi. Rusiyada baş örpəyini geyən ərli kəndli qadınların saçın bir telini belə heç kim görməməli idi. Saç düzümləri ilə bağlı həmin norma slavyan xalqları və Asiya xalqlarında bir çox cəhətdən eyni idi, böyük ehtimalla həmin simvolika hind-avropa qədimliyinə aiddir və həmçinin fəvqi-təbii mənə daşıyır.

Əlamət geyimin başqa qədim və mühüm rolu – zənginliyin göstəricisidir. Vaxtilə geyim təkcə zənginliyin rəmzi deyil, həm də zənginliyin, əmlakın, şıkarın, hərbi qənimətin, mirasın, cahizin özü idi. Ancaq “sərvət” anlayışı dəyişikliyə uğradıqca hamı u terminin mənasını dolu sandıqlarda deyil, hazırlanma üsullarında (torpaq, kapital, müəssisələr) görürdü, geyim də artıq əmlak deyil, görünməz varidatın mövcudluğunun bir göstəricisi, şahidi idi. Həmin rəmzlərin sistemində əsas məsələ hər hansı bahalı əşyaların mövcudluğu deyil, onları xərcləmək, mübadilə etmək imkanı idi ki, bu da kifayət qədər maraqlı və prinsipialdır. Pafosun, zənginliyin rəmzləri artıq geyim deyil, onunla manipulyasiyaların reallaşdırılması, həmin geyimin daimi əvəzlənməsi ehtimalıdır.

BÖLMƏ II. XX ƏSRİN İKİNCİ YARISININ GƏNCLİK ÜSLUBLARI

2.1. Dəb və üslub

Mütərəqqi modelləşdirmə “üslub” anlayışından bələdçi kitab qismində istifadə edir. Ənənəvi dərk etmədə - bu, zamanın bədii mədəniyyətin ümumi cəhətidir. Dəb, daha kiçik vahid, mikro-üslub qismində çıxış edir – o, üslubun daxilindən dəyişirdi. Bugünkü gündə düşüncülərin yenə də müəyyən yerdəyişməsi baş vermişdir, dəbin daxilində kostyumun obrazlı tamamlanmasının növ müxtəlifliyinin qeyd olunması məqsədilə dizaynerlər “üslub” sözündən istifadə edirdi. Bu, kostyuntəşkilediciliyində tətbiq olunan üsulların, vasitələrin sanki məcmusudur, təcrübə gedişində onlar konkret mənalara zənginləşmişdir ki, həmin mənalara da bu mündəricatı çatdıran simvollarla çevrilmişdir. Onların tətbiqi, başlanğıc üçün, yeni əsəri konkret, artıq tanış olan fenomenə aid etməyə icazə verir ki, bu da onun dərkində yardımçı ola bilər, yox əgər biz bu əsəri həmin cərgədə dayanan əvvəlki əsərlə müqayisə etsək, o zaman yenilikçiliyin xasiyyətini təsnif etmək daha sadə və məqsəduyğun olardı.

XX əsrin ikinci yarısında geyimdə lazımi aparıcı üslublara: eleqant, klassik, incə, idman, romantik, folklor, gənclik kimi üslublara məxsus cəhətlər kifayət qədər açıq və aydın şəkildə formalaşmışdır.

Daha sonra onlar bir-birilə qarışmağa başladı, nəticədə zərif-eleqant, eleqant-idman, gənclik-idman, gənclik-folklor kimi üslublar meydana gəlmişdir. Son nəticədə, hər şey dönməz sətərdə tam qarışandan sonra, “kejuval” və “diffuziyalı” kimi üslublar yaranmışdır.

Dəb, daha dəqiq desək, onu yaradan, bir-birilə rəqabətə girişən ən yaxşı mütəxəssislər onun (dəbin) təsnif edilməsi, müəyyən nizama salınması, hər hansı çərçivəyə daxil edilməsi istiqamətində sərgilənən bütün cəhdlərə müqavimət göstərirlər.

Əvvəllər “üslub” sözünün əvəzində “a lya” (fransızca “necə”) sözü istifadə olunurdu. Məsələn, “a lya kapitan” və bu kimi digər saç düzümləri var idi. İndi isə mütərəqqi dəbin aparıcı üslubların qısa xarakteristikasını verməyə çalışaq.

Eleqant üslub geyimdə daha ağır məfhumdur. O, insanın konkret daxili ləyaqətinə cavab verir. “Eleqant libaslardan” çox eleqantlı xanımlar olur, lakin birinci termindən daha geniş surətdə istifadə olunur. Eleqant üslu hər dəfə sadə və ləkələnməmiş harmonik forması, detalların və bəzək işlərinin minimal miqradı, alicənab rəngi, kompleksin harmonikliyi, bütövlüyün yaddaqalan ifadəliliyi ilə seçilir. Kostyumda təcəssüm etdirilmiş daxili üstünlüklərə malik harmonika və iradə, - eleqantlığı belə təsnif edə bilərik.

Klassik üslub, bir qayda olaraq, “britaniyalı” kostyumla, eləcə də pencəyin kişi və qadıbn variantı ilə assosiasiyalar yaradır. Bura düz yubkalar, kişii üsluunda tikilmiş bluzalar daxildir. “Klassikaya” yoxlanışın sonsuz yollarını dəf etmiş və hazırda öz aktuallığını itirməmiş geyimin bütün (hər zaman ciddi) formaları daxildir. Bu üslub hissələrin sərtliyi və dürüstlüyü ilə, hər zaman mötədil, tutuşdurularaq yoxlanılmış proporsiyalarla xarakterizə olunur. “Klassik” üslubda hazırlanmış geyim dedikdə bu gün dizləri tam örtən, lakin uzadılmış kimi təəssürat oyatmayan paltarın uzunluğunu nəzərdə tuturlar, burada söhbət vaxtilə Şanel tərəfindən “axtarılaraq tapılmış” uzunluqdan gedir. Qeyd etdiyimiz bu üslub ciddi rəng tamamlanmasını tələb edir, kontrastlardan və ziddiyyətlərdən çəkinmir, ancaq, bununla yanaşı, ala-bəzəkliyi də qəbul etmir. Burada biz konkret “məğrurluğu”, o cümlədən də “süni ciddiliyi” görürük ki, bu da dəblə müəyyən dərəcədə ziddiyyət təşkil edir. Sadaladığımız məhz həmin onun cəhətlərindən kostyum təşkilediciliyi sənəti zaman-zaman öz məqsədləri üçün daha tez-tez və cəld istifadə edir. Belə ki, bir o qədər də uzaq olmayan keçmişdə Qərbdə tineycerlərdə (15-17 yaşlı oğlanlarda) jiletli, köynəkli və qalstuklu sərt ənənəvi kostyumlar tələb olunmağa başladı. İncəsənət mütəxəssislərin və sənətsünasların qiymətləndirmələrinə görə, qırmızı sifətlə, təhkimlilikdən azad olunmuş maneralarla, eləcə də “mənfur” saç düzümü ilə birgə nəticədə belə ir obraz yaranırdı ki, ətrafdakı müşahidəçilər sarsıdıcı bir effekt yaşayırdı.

İncə və zərif üslub – bir qayda olaraq, qadın fiqurasının təbii gözəlliyinin üzə çıxarılması ilə bağlıdır. Həmin tərzdə hazırlanmış modellər bir çox hallarda nəzakətli bel xəttini, yüksək büstü, ehtiraslı ayaqları nəzərə çarpdırır. Onun

hissələri olduqca yumşaq və “ahəngdardır”, burada çox zaman drapirovkalardan, biçimin xəfif-xəfif axan hissələrdən, klyoş tipində hazırlanmış yubkalardan istifadə olunur. Geyimin ölçüləri hər zaman sadə və mötədildir – onlar fiquranı olduqca gözəl bir görünüşdə nümayiş etdirir. Ancaq təmtəraqlı yubkaları, adətən çox yaraşığı bəzək elementləri, bantlara yaxud şərlərə keçən yaxalıqların tez-tez istifadə olunmasını da istisna etmək olmaz. Burada ala-bəzəkliyə, süni ciddiliyə yer yoxdur, amma bəzəklərin və bijuteriyanın seçimi mənə gətirmiş olur. Bir çox hallarda incə və zərif üslub özünü libaslarda nümayiş etdirir.

İdman üslubu – mütərəqqi geyimdə daha geniş yayılmışdır, çünki bizim intensiv, təşəbbüskar həyat tərzimizə daha çox cavab verir. Bu üslub gündəlik və işgüzar geyimdə idman ə intensiv əyləncə üçün ixtisaslaşdırılmış tərkib hissələrin və obrazlı tamamlanma elementlərin tətbiqini nəzərdə tutur. Bu üslub XIX və XX əsrlərdə meydana gəlmişdir, o dövrdə idman həyat tərzinin mühüm bir elementinə çevrilmiş və bu günə qədər həmin zaman kəsiyində əmələ gəlmiş və velosipedçilər, avtomobilistlər, tennisçilər və s. üçün tapılmış geyim cizgilərini qoruyub saxlayır. Bu, demək olar ki, idman üslubunun klassikasıdır. İdman məşğuliyyəti tədricən daha müxtəlif və daha intensiv, bu məqsədlə istifadə olunan geyim isə get-gedə daha ifadəli və məsusi olmağa balaşlayandan sonra, idman üslubu gündəlik geyimdə daha cəsarətli və daha intensiv olması ilə diqqət çəkirdi.

Romantik üslub – xas olan detalların – jabo, büzmə haşiyələrin, büzmələrin və naxışların, müxtəlif “açıq çəhrayı brabant manjetlərin”, tonlu tikmə naxışların zənginliyinə söykənir. Bir çox hallarda bir neçə bəzək işləri tətbiq edilir, yəni həmin illərin zadəgan geyiminin bədii dilini əmələ gətirən bütün elementlər və tərkib hissələrdən istifadə olunur. Maneranın fərqli izahı da vardır – avantüramacəralı, müəyyən dərəcədə Stivensonun romanları ilə gətirilmiş şərh. Naxış və jabolara botfort-sapoqlar, sərt dəridən hazırlanmış kəmərlər və alicənab quldurun digər zəruri devaysları əlavə edirlər. “Retro” üslubu – keçmişə nümayişkeranə çağırışdır, lakin burada söhbət çox da uzaq keçmişdən deyil, bizim ulu nənələrimizin gənclik erasından gedir. Adəti üzrə bu üslub, ironik yaxud oynaq xarakter nümayiş etdirir.

“Folk” yaxud “folklor” üslubu ötən zamanların irsinin tətbiqinə müraciət edir , amma bu halda söhbət etnik kostyumdan və xalq-tətbiqi incəsənətdən gedə bilər. XX əsrin ikinci yarısında həyata keçirilən modelləşdirmə fəaliyyəti yeni ideyaların yorulmaz axtarışında idi və tükənməz cəvahirət kəşf etmişdir. Məhz bu üslubda qabaqcıl kostyumun şah əsərləri formalaşırdı, hər halda sərt gözəl və nəfis paltarla müqayisədə onları incəsənətin şah əsəri hesab etmək daha asan və düzgün olardı. Folklor modellərdə xeyli miqdarda bədii vasitələr, parçaların faktura və materialların birləşmələri, müxtəlif texnikanın bəzədilmə zənginliyi, boyaların və ən gözlənilməz palitraların parlaqlığı tətbiq olunur. “Kantri” üslubu kənd üslubu kimi dəyərləndirilir. Bu, klassik deyil, mütərəqqi kənd kostyumuna yönəldilmiş folklor manerasının daha bir növüdür. Tez-tez hallarda kovboy tematikasına müraciət edir. Ansambl müvafiq assortimentə əsaslanır: jaket-gödəkcələr, jiletlər, sərbəst yubkalar, köynəklər, ala-bəzək uzunboğaz corablar, kobud ayaqqabı, enli ədəklər, örpəklər. Gənclik üslubu – ola bilsin ki, onun məhz kontrastlı olduğu səbəbindən gənclik dəbi adlandırma bilərik. Bu üslubun doğum tarixi də var – 1965-ci il, həmçinin onun yaradıcıların adlarını da çəkmə bilərik – Kurrej, Unger, Karden. Lakin onun meydana gəlməsi ötən əsrin coşqun 60-cı illərində müstəqil dəbi yaratmış gənclərin özü tərəfindən təhrik edilmişdir. Qeyd etdiyimiz həmin sərbəstlik (onu müəyyən dərəcədə müstəqillik kimi də qələmə vermə bilərik) davam edir və ondan, demək olar ki, bütün unikal ideyaları iqtibas edən ekspertləri mərdcəsinə “qidalandırır”. Tematika hər dəfə kifayət qədər iti, obrazlı, mübaliğəli, bir qədər gülünc tərzdə qərarlar qəbul edir, qeyri-adi uzunluğa, mübaliğə edilmiş proporsiyalara, kobud şəkildə “gözə girən”, hətta müəyyən mənada təhrikiçici rəng palitrasına əsaslanır. “Şokun”, “sataşan” və “tamah əmələ gətirən” təfərrüatların tərkib hissələrinə malikdir, riayət etmək mümkün olmayan bütün meyarlara əməl etmir. Həmçinin ədəbsizcəsinə “oynaq”, “məzhəkəli” xarakter daşıyır, “anti estetikadan” çəkinmir, çünki gənclik belə baxışlardan qorxan deyil, bunların mövcudluğu gənclərə yalnız əlavə sevinc və sərgüzəşt hissini gətirmiş olur.

Gənclik dəbinin mövzusu son dərəcə müxtlifdir. Gənclərin istifadəsində olan geyim “həndəsi” və “qallaktik” üslublu idi, “avara”, “Steytbek” kimi cəmiyyətin sinifləssizləşdirilmiş üzvlərinin kostyumlarının variantları olan üslubda müxtəlif versiyalar sabit şəkildə qorunur. Bir zaman “ye-ye” (yaxud “be-be” – beş yaşlı qız uşağının kukla donları) üslubu mövcud idi. Bundan əlavə, yüksək prestijli qapalı fərdi tədris müəssisələrinin forma geyimini təqlid edən, “britaniyalı məktəbli qız” – “sözəbaxan qızcığaz” kimi üslublar da meydana gəlmişdir. Təbiidir ki, gənclik dəbində idman üslubunun bütün variantları, eləcə də istehsalat geyimin və hərbişmiş paltar formasını istənilən versiyaları mümkündür. Hal-hazırda isə biz həmçinin parodiyalı-eleqant və incə-duygulu üslubları da qeyd edə bilərik. Bundan əlavə, geyimdə ən müxtəlif üslub tamamlanmaları da ola bilər, misl üçün “dəniz” – admiralın mundirindən başlayaraq dəniz qulduğunun “cır-cındırına” qədər bütün romantika və rəmzlilik. “Safari” adlı üslubu da qeyd etmək lazımdır. Burada tropik dövlətlərdə qeyri-adi heyvanlara ov edən insanların geyim tipi işlənib hazırlanır. Həmin paltar britaniya müstəmləkəçi qoşunların forma geyiminə olduqca yaxındır - əlverişli, vakant biçim, açıq rəngli xakidən başlayaraq qum rənginə qədər bütün çalarlar.

Kostyumun obrazlı tamamlanması kifayət qədər mühüm olduğu halda, kiçik zaman kəsiyindən özünün redaktə olunmuş təcəssümünü tirajlanan geyimin variantlarında tapır. Yekunda dəbin, müştərinin üzərinə ən müxtəlif üslublu məmulatların - ənənəvi jaketlərin, romantik bluzaların, idman üslublu şalvarın, kəndli yubkaların və başmaqların sürətli axını düşür. Onların hamısı məharətcəsinə ərsəyə gətirilib və bu səbəbdən seyrçinin gözüne oxşayır, insanlar hər şeyi əldə etmək istəyirlər və nəticədə dəb həvəskarının kolleksiyasında müxtəlif üslublu əşyalar yer alır ki, onların sahibi həmin predmetləri ixtiyari surətdə və düşündüyü kimi kombinasiya etməyə başlayır. Üslubun saflığının sifarişi o qədər sərtidir ki, idman gödəkcəsinin və romantik bluzanın birləşdirilməsi az qala əntər bir əməl kimi dəyərləndirilsə də, hər yerdə pozulur.

Dəbin istənilən bilicisi adəti üzrə özünün şəxsən bəyəndiyi və sevdiyi üslubda çalışır, fərdi kreativ xəttə malikdir ki, buna əsasən müəllifi qədər asanlıqla

təyin etmək mümkündür. Demək olar ki, bütün rəssmlar bir sıra illər ərzində mövzuların müəyyənləşdirilmiş və üzə çıxarılmış bir çevrəsini işləyib hazırlayırlar, lakin bu zaman obrazlı tamamlanmalar və üsullar, sistemlər, ən sevimli parça və materiallar qorunub saxlanılır.

Modelləşmədə fərdi təqlidedilməz dili tapmaq, müəllifliyin saflığını qoruyub saxlamaq, digər ustaların təsirinin altına düşməmək – kifayət qədər mürəkkəb və ağır öhdəlikdir. Xüsusilə vurğulamaq lazımdır ki, yalnız son dərəcə müstəqil fəaliyyət göstərən dizaynerlər “kutyurye” kimi ali və şərəfli adın daşıyıcısı olmaq hüququ yarana bilər. Bəyan etmək olar ki, modellərin yaradılması incəsənəti çərçivəsində plagiat kifayət qədər geniş surətdə tərəqqi edir. Bu, bir qayda olaraq, yaradıcılıq nöqtəyi-nəzərdən daha uğurlu hesab edilə biləcək tapındının aşkar edilməsi nəticəsində baş verir. Həmin tapıntı daha aşağı rəndə qərarlaşan dizaynerlərin qənimətinə çevrilir, təqlid edilmələr və interpretasiyalar dalğasının yaranmasına səbəb olur, bəzi hallarda isə bütün bunlar birbaşa təqlidçiliyə də gətirib çıxara bilər. Dəb aləmində sənaye cəsusluğu da kifayət qədər geniş yayılmışdır. Burada biz olduqca detektiv janrının bütün qanunlarına uyğun bir şəkildə maraqlı hadisələrin qarışığını müşahidə edə bilirik. Məhz bu səbəbdən rəssam öz yaradıcılıq fəaliyyətini son dərəcə böyük sirr pərdəsi altında gizlətməyə üstünlük verir ki, gözlənilməzlik, sürpriz effektinə nail olmaq mümkün olsun. Çünki bütün bunlar olmadan böyük müvəffəqiyyət əldə etmək qeyri-mümkündür. Zaman-zaman rəssamlar fərdi üslublarını tez-tez dəyişməyə üstünlük verirlər, lakin hər kəs buna nail olmaq iqtidarında deyil.

Əlbəttə, böyük zəhmətin sərf edilməsi nəticəsində aşkar edilmiş yeni ideyanı, daha yeni tipi bir model çərçivəsində “əsaslandırmaq” mümkün deyil. Məhz bunun nəticəsidir ki, dizaynerin ixtisasında və fəaliyyət istiqamətlərində həmin bu “yaradıcılıq vahidi” qismində artıq uzun müddətdir ki, “kolleksiya” çıxış edir. Kolleksiya adətən onlarla modellərdən ibarət olur, eyni zamanda bu miqdarın 150-200 modelə qədər də çatdırılması istəyi də bəzən nümayiş etdirilir. Yəni, eyni zamanda və təcili olaraq bütün qabiliyyət və bacarıqlarını bir tapıntı kimi aşkar olunmuş bədii ideyada tətbiq etmək, onu hərtərəfli işləmək istiqamətində

yaradıcının bütün meyilləri göz qabağındadır. Öz şəxsi planının, onun biçiminin “heykəlini” taparaq, həmin model üzərində rəssamlar müxtəlif nisbətlərin və müxtəlif təyinatların sınaqlarını həyata keçirir. Misal üçün, uzadılmış palto, ənənəvi uzunluqda olan palto, yarım palto, jaketlər və s. Həmin modellərdən – ehtimal edək ki, ağ rəngdə, müəyyən bir qrup əmələ gətirilir və on-on beş modelin uraxılışı hazırlanır, daha sonra isə (həmin sxem üzrə) tünd palitrada, daha sonra isə həm də qırmızı çalarlı palitrada da komplektlərin “çıxışı” hazırlanır.

Dəb incəsənəti plaqiatın bütün təzahürlərindən – həm kəmiyyədə, həm də kolleksiyanın quruluşunda, - uzaq olmağa can atır. Misal qismində qeyd etdiyimiz üsullar kifayət qədər populyardır, hal-hazırda hamı eyni qaydada nümayişin hər dəfə yeni və yeni formalarını və üsullarını axtarmaq məcburiyyətindədir. Modellərin yaradılması ilə məşğul olan şirkətlər arasında mövcud rəqabəti nəzərə alaraq deyə bilərik ki, bunu etmək get-gedə daha çətin olur. Bu arada ziyatəçiyə, yəni gələcək müştəriyə təsir etmək istiqamətində əlavə vasitələrə əl atmaq lazım gəlir.

2.2. XX əsrin ikinci yarısının gənclik dəbində aparıcı üslub istiqamətləri

Bütün zamanlarda qadınlar gözəl və yaraşqlı görünməyə can atırdılar. İncə və zərif zahirin görünüşün işlənilib hazırlanmasında əhəmiyyətli rol geyimə aiddir. Müasir dəbpərəst qadınlar müxtəlif üslu istiqamətlərinə riayət etməyə üstünlük verirlər, əşyaların seçimi fantaziyanı heyran edir. Lakin biz keçmişə nəzər salmağa və bir neçə onilliklər ərzində dəbin necə dəyişdiyini müşahidə etməyə dəvət edirik.

1950-ci illərin ən əlamətdar üslubu qismində Kristian Dior tərəfindən təklif olunmuş Nyu luk (New Look) üslubu çıxış edir. Libaslar qadın fiqurasının bütün üstünlüklərini – dolu sinəni, incə beli, girdə ombaları vurğulamalı və nəzərə çarpdırılmalı idi.

Qum saatını ifadə edən kontur həmin əsrin 40-cı illərində olduqca geniş yayılmış və populyarlığı illə diqqət çəkmiş enli kürəkli obrazın cizgiləri ilə birbaşa ziddiyyət təşkil edirdi. İlk əvvəl əhali şok keçirmişdi, çünki Diordan olan libasların hazırlanmasına 40-50 metr civarında parça materialı sərf olunurdu. Bu, son dərəcə istafçılıq, qəbul edilməz dəbdəbə kimi dəyərləndirilirdi, çünki müharibə illərin tələbləri mümkün qədər asketik tərzə təbliğ edirdi. Lakin heç nəyə baxmayaraq, Kristian Dior təkid edirdi ki, dəb aləminə qadın zərifliyi və incəliyi mütləq şəkildə qayıtmalıdır.

XX əsrin 50-ci illərin əvvəllərində klyoş yubka günəş xüsusilə geniş yayılmış və məşhurlaşmışdır. Bir qədər sonra daha rahatlığı ilə diqqət çəkən yubka-karandaş meydana gəlmişdir. sonra bir qədər

Bel xəttini 50 santimetmə qədər daraldan korset qadın qarderobunun mütləq tərkib hissəsinə çevrilmişdir. Bununla yanaşı, yubkalar, adəti üzrə, daha təmtəraqlı və bir neçə qatlardan ibarət idi

Aksesuarlardan isə kiçik şlyapa-tabletlər, təkrar bijuteriya, günəş eynəkləri, müxtəlif əl çantaları, şərflər və s. aktual idi.

XX əsrin 60-cı illərin dəbi publikaya nəhəng konfiqurasiyalar gətirmiş olud. Əgər ilk əvvəl gözəl və yaraşqlı yetkin qadın obrazı dəbə salınırdısa, hal-hazırkı dövrdə dəb bilərəkdən gənclər tərəfə istiqamət almışdır. Fransız rəssamlar ikinci

plana keçmişdir. İngilis dizaynerləri daha məşhurlaşmışdır, onlar ingilis stilyaqaanın (guya ən son moda sayılan qəribə geyimi, qiyafəsi, zahiri görünüşü ilə özünü başqalarından ayıran modabaz bəzəkbaz adam) obrazını fikirləşmişdilər.

Eyni zamanda, ingilis stilyaqa obrazı ilə bərabər hippi tərzı də tələb olunmağa başladı. Geyim formaların sadəliyi ilə seçilirdi – klyoş formasında tikilmiş şalvar, mini-donlar, mini-yubkalar. Lakin deveyslərə və ayaqqabı məmulatlarına daha çox diqqət yetirilirdi: son dərəcə hündür saçaqılı zamsadan tikilmiş uzunboğaz çəkmələr (sapojki), böyük plastmass eynəklər, həcmli bijuteriya, enli toqqalar. Amma hippi üslubunun bütün kobudluğuna baxmayaraq, bu üslubun pərəstişkarları hər hansı estetik əhəmiyyətə malik ola biləcək geyimləri özləri hazırlamaq qabiliyyətində deyildi. Onlar artıq mövcud olmuş kanonları dağıdmaqda idi, amma bunun əvəzində onların təklif etdiyi dəyərlər eklektikli idi və hər hansı mədəni köklərə malik deyildi.

Biçimin həndəsəsi, koloritli dolğun rənglər, psixodelik naxışlar, lüreksli, parlaq parçalar, poliester, neylon – bütün bunlar XX əsrin 60-cı illərin geyimini xarakterizə edirdi (Şəkil 3).

Uniseks üslubu daha bir yenilik kimi meydana gəlmişdir. Demək olar ki, bütün gənc qızlar təəssüf hissi keçirmədən uzun saçları ilə vidalaşmış kişilərə xas olan tərzdə olan saç düzümlərə üstünlük verəməyə başlamışlar. Həmin üslubun ikonası qismində əfsanəvi Tviqqi modeli çıxış edirdi.

Ötə əsrin 60-cı illərində aydın görünür ki, gənclər dəbə xüsusi diqqətlə yanaşırlar, bunu dərhal guyan model evləri yaratmağa başladılar geyim kolleksiyalarını məhz gənc nəslə ünvanlayırdı. Geyimdə gənlik tərzı məhz belə əmələ gəlməyə başladır. Onun formalaşması özünə güvənən gənc nəslin nümayəndələri mühitində kortəbii olaraq, qeyri-mütəşəkkil surətdə baş verirdi. Bu geyim tərzı bir-birindən təkə davranışla deyil, həm də geyimdiyi kostyumla da fərqlənmək istəyən gənc insanlara ünvanlanırdı. Sənaye dəbi gənc ekstremizmin özünü geyində büruzə verən həmin təzahürlərdən istifadə edir və gənclər üçün geyim əşyalarında yeni, xüsusi üslubun estetik aspektlərini işləyib hazırlamaqla məşğul idi. Burada gənclərin istədikləri, demək olar ki, hər bir şey öz yerini

tapışdır – həm “sosial azadlığın” böyük qüdrəti, həm gizlənmiş “sözsüz müxalifət”, həm ixtiraçılığın şoedici qabarıqlığı, həm təcrid olunma, həm də digərlərin geyindiği əşyalardan trivial təfəvüt. Geyimin yeni formalarının işlənilib hazırlanması zamanı incəsənətdə ən yeni, gənc insanlara daha yaxın olan geyim formaları tətbiq edilir ki, onlar kostyumda ifadəli parlaqlıq tapmış olur. Bunların sırasında – pop-art, op-art, neorealizm, hepeninq.

Autentik bumu Amerikadan gəlmiş və tez bir zamanda Avropa gənclərini heyran etmiş cins şalvarların meydana gəlməsini də özündə birləşdirir. Olduqca rahat və praktikliyi ilə seçilən cins parça materialından həm donlar, həm şalvaq kostyumları tikməyə başladılar. Beləliklə də, idman üslubu çərçivəsində autentik cins mikro üslub yaradılmışdır.

Ötən əsrin 60-cı illərin sonlarına yaxın mini yubkalar sürətlə dəb aləminə nüfuz etmişdir, bu tip gənc yeniyetmə arıq qız üçün nəzərdə tutulsa da, qısa zaman kəsiyində mini-yubkalardan, demək olar ki, bütün qadınlar istifadə etməyə başladı. Belə bir geyimin yaranması ilə kostyum formasının maksimum dərəcədə sadələşdirilməsi müşahidə olunmağa başladı. Mini məmulatların qısa uzunluğu, həndəsi formaların aydınlığı və kostyumun kompozisiyasında mövcud detalların kiçik sayda olması ötən əsrin altmışıncı illərin ikinci yarısında hökm sürmüş geyim tərzinin başlıca istiqamətinə çevrilmişdir.

Müəyyən müddət keçdikdən sonra cizgilərdə yenidən dəyişikliklər baş vermişdir. Bel xəttinin sürüşməsi – ombalar hissəsindən onun təbii yerləşməsinə qədər yer dəyişməsi baş verir. Müxtəlif formalı – büküklü, klyoş dəbli yubkalar, fərqli-fərqli qollar – düz və dar, aşağıya doğru enən, manjetli, əl tərəfdə çoxlu sayda büzmələrlə, beflarla və s. formada qollar meydana gəlmişdir. Qısa geyimi daha uzun sapojkalarla (uzunboğaz çəkmələrlə) yaxud kobud toxuma ilə hazırlanmış rəngli uzunboğaz corablarla tamamlayır, şalvarlı kostyum geyinməyə üstünlük verirdilər.

Mümkündür ki, İkinci dünya müharibəsindən sonra artıq ilk iki onillikdə kostyumda üslub ahəngliyi itməyə başlayır – üslubların, mikro üslubların xeyli

miqdarı parallel surətdə mövcud olur ki, onlar yenə də artıq fəaliyyət göstərən üç üslub istiqamətin çərçivəsində işləyir: ənənəvi, diman və fantaziya istiqamətində.

XX əsrin sonlarında mikro üslubların artırılmasına olan istəklər davam edir, bu zaman həm mikro üslublar, həm də aparıcı üslublar qarışdırılır.

1970-ci illərdə dəb daha da demokratik olmuşdur. Doğrudur, demək olar ki, bütün insanlar XX əsrin 70-ci illərini zövqsüzlük erası adlandırırlar, lakin məhz o dövrdə dəbin dəstəyi ilə cəmiyyət özünü reallaşdırmaq və ifadə etmək nöqtəyindən nəzərdən həqiqətən xeyli sayda vasitələrə malik idi. Vahid üslub təmayülü olmamışdır, hər şey populyar idi: disko, hippi, minimalizm, retro, idman tərzii.

Qarderobun daha populyar tərkib hissəsi qismində cinslər çıxış etməyə başladı, onları ilk əvvəl yalnız kovboylar geyinsə də, bir qədər sonra hippi və tələbələr də istifadə edirdi.

Bundan əlavə, dəbpərəst qadınların qarderobunda trapesiya-yubkalar, klyoş-şalvar, tuniklər, kombinezonlar, böyük və nəzərləri cəlb edən sprintli bluzalar, uzunboğaz sviterlər, A-şəkilli konturlu donlar, köhnək-donlar da həmçinin yer alırdı (Şəkil 4).

Həmçinin qeyd etmək lazımdır ki, geyim daha komfortabelli və rahat olmuşdur. Bir-birilə uzşaldırılması və birləşdirilməsi mümkün olan əşyaların mühüm sayından ibarət olub bazis qarderobu anlayışı əmələ gəlmişdir.

Ötən əsrin 70-ci illərində eklektizm artıq bir modeldə müxtəlif tərzlərin qarışıqında meydana gəlmişdir, diffuz üslubu qeydə alınmışdır ki, o, daha sonra uzlaşdırılması mümkün olmayanların birləşdirilməsi istiqamətinə çevrilir.

Həmçinin daha bir yeni romantik tendensiya əmələ gəlmişdir. Onun əsasını uzaqda yerləşən dövlətlərin ala-bəzək yun parça materiallarını və geyimin sadə biçimini (qauço şalvarı, ponço, hindistan örpəkləri, ərəb geyimi və s.) dəbə gətirmiş etnik folklor təşkil edirdi.

1980-ci illərin üslubu «too much», yəni olduqca böyük miqdar, ifadəsi ilə birləşirdi: ifrat dərəcədə ədəbsizcəsinə, həddindən artıq koloritli, son dərəcə təhrikedici. Paltar bədəndə kip oturan geyim, mini-yubkalar, losinlər, açıq dekolte,

parlaq parça materialları sayəsində nəzərə çarpırdı. Qızıl məmulatlarına bənzədilərək hazırlanan bijuteriyaya daha böyük tələbat duyulurdu.

1980-ci illərdə geyimin əsas konturu – çevrilmiş üçbucaq. Əsas vurğu enli kürəyə, reqlan-qola yaxud “yarasa” qollara, aşağıya doğru daralan və yüksək kəməmə malik şalvara (“banan”) edilirdi.

Dəbdə dar cins şalvaq və cins-varyonka gözə dəyirdi. Qısa yubkalar, su keçirməyən parçadan tikilmiş yüngül gödəkcələr, naxışlı, bəzəkli maykalar, idman üslublu geyimin tərkib hissəsi olan dəridən hazırlanmış gödəkcələr ən gərəkli idi.

Ötən əsrin 80-90-cı illəri əvvəlki yüzilliklə müqayisədə geyimdə üslub istiqamətlərin və mikro üslubların daha çoxlu sayda olması ilə səciyyələnir. Sevgi folklor əlamətlərini retrodəbin dalğası əvəz etmişdir. Bu dalğa modern üslubuna toxunmuş, bütün digər üslublardan cəld keçmiş və XX əsrin 50-ci illərin dəbi astanasında dayanmışdır.

Üslublar qarışır və bir-birinə nüfuz edir. Bir mövsümdə geyimin bütün mümkün tipləri qonşuluq edir: müəyyən təsirlərə uğramış donlar, tarixi kostyumlar və qeyri-avropa xalqlarının müasir paltarları. Bununla yanaşı “kasıblıq dəbi” geyimi, yaxud “gündəlik həyat” üslubları fərqlidir, burada sanki artıq geyinilmiş, qeyri-təbii çirkləndirilmiş və dəşilmiş parça materialları, eləcə də 1910-1920-ci illərin rəsm sənətinin təsiri altında işlənib hazırlanmış kostyumlar.

Qərb qitəsində həyatın bütün sahələrində (siyasətdə, iqtisadiyyatda, gündəlik həyatda) qeyri-konservativ dəyişikliklər yeni maliyyə yüksəlişə, aktual əhəmiyyətin artmasına səbəb olmuşdur. Həmin yeniliklər kişi dəbində bütün bunlardan əvvəl ənənəvi kostyumlarda, misal üçün biznes-kostyum kimi geyimlərdə meydana gəlmişdir. Bu, yappi təzi idi – daşınmaz əmlak bazarında sürətlə varlanmış cavan adamları belə adlandırırdılar. Ötən əsrin 80-ci illərin gəncliyi öz valideynləri ilə müqayisədə daha məhdud idi, karyeraya doğru irəliləyirdi və kostyum uğurlu karyeranın rəmzinə çevrilirdi.

Eyni qaydada, klassik üslub cərəyanı birləşdirilməsi mümkün olmayanla tez bir zamanda bir araya gələrək sanki əvvəlkilərə gülürdü. Vurğulanmış teatrallıq, geyimin istifadəsində hamı tərəfindən qəbul olunmuş əndazələrə riayət

edilməməsi, geyimin çoxqatlı, çoxmərhələli olması, “yaxşı zövqə” riayət edilməməsi neoklassika ilə olduqca yaxın yer alırdı. Belə ki, cins şalvarı smokinlə bir yerdə geyinmək olardı.

1990-cı illərdə bütün dünya maliyyə tənəzzülün təsiri altında idi. Onların şüarı steriotiplərdən uzaqlaşma və zorla qəbul etdirilən əxlaqın tanımaq istəməməsi idi. Məhz həmin vaxt qranj kimi üslub təyinatı meydana gəlmişdir. Artıq geyinilmiş paltar, bilərəkdən köhnəlməyə məruz qalmış təəssüratı yaradan geyim aktual olmağa başlayır. Çoxlaylılıq, etinasızlıq, hippi, etnikanın tərkib hissələri alqışlanır.

Bir qədər sonra son dərəcə parlaq neon rəngli sintetik materiallardan tikilmiş geyim dəbə minmişdir. Onu, bir ayda olaraq, Neo-pank altmədəniyyətin adeptləri geyinirdi. 1990-cı illərin ortalarında şıq və zahiri bəzək qayıtmışdır, cıllı jurnalların səhifələrindən təbdəbənin, parlayan materialların (zərxaranın, atlasın, ipəyin), xəzin, qiymətli məmulatların və bəzəklərin təşviqatı aparılırdı. Doxsanıncı illərin sonlarında, demək olar ki, bütün dizaynerlər retro-üsluba ikinci nəfəs vermişlər, bu zaman onlar öz kolleksiyalarında tarixi kostyumların tərkib hissələrini və elementlərini tətbiq edirdilər. XX yüzilliyin 90-cı illərin ortalarında isə dekonstruktivizm dəbdə ən məşhur istiqamətlərdən birinə çevrilir o, həqiqətən də hamının marağına səbəb olur. Bu üslub asimmetrik biçimdə, ilgəklərin yerdəyişməsində, emal edilməmiş kənarlarda özünü büruzə verir.

Geyimin sonrakı demokratikləşdirilməsi özünü onda göstərmişdir ki, 1990-cı illərin gəncləri komfortlu maykaları, şortları və idman şap-şapları daha çox istəyirdi, bilərəkdən köyhəldilmiş geyim effekti dəbdə idi.

1990-cı illərin sonlarına yaxın manaitürizm artıq daha geniş yayılmış və tanınan istiqamət idi. Bu üslub adi nadir olmayan formaları və neytral rəngləri yayırdı, və, eyni zamanda, geyim əşyalarında çoxlaylılıq, 70-80-ci illərin ruhunda olan retro üslublaşma mövcudluğunu nümayiş etdirir. Podiumlarda nümayiş etdirilən kolleksiyalar inanılmaz dərəcədə “lüt” olmuşdur. Gənc, günəş şüaları altında möhkəm qaralmış bədən büstye olduğu qədər gözəl və şairanədir – həmin bədən üzərində olan geyim və bijuteriya ilə arasında olan nə isə ortaq bir dəyər.

Fiquranı kip oturan kombinezonlar, paltar-kombinasiyalar, altdan görünən tuniklər, son dərəcə nazik saplardan toxunulmuş bluza-torlar.

XXI əsrin əvvəlinə yaxın dəbin inkişafında lazımi yeniliklər özünü göstərirdi: geyimin davam etdirilən demokratikləşməsi, dəbin “əsarətindən” azad olunma, müxtəlif təyinatlı geyim növləri arasında mövcud həddlərin aradan qaldırılması, pis olmayan zövqün qanunlarına və uzlaşdırma qaydalarına riayət olunmasının qeyri-məcburiliyi, eləcə də predmet mühitinin fərdiləşdirilməsi, istənilən insanın sərbəst şəkildə özünü ifadə etməsi üçün meyarların yaradılması və sair.

Modelyerlər tərəfindən təqdim edilən model kolleksiyaları çoxlu sayda üslublara parçalanır və öz şəsi seçim qabiliyyətinin müəyyən məqsədə birgə yönəldildiyini təsdiq edir. Buna baxmayaraq, onların birgə cəhətləri kiçik və böyük olmayan ölçülərin üstünlük təşkil etməsində, ənənəvi, diman və böyük olmayan ölçülərin qarşılıqlı təsir göstərməsində, yeni və klassik materialların tətbiqindən ibarətdir.

İnsanın və geyimin qarşılıqlı əlaqədə və bağlılıqda olduğunu yeni dərki insanın özünü reallaşdırma ehtimalını ön plana çəkir. Bu, üslub istiqamətlərinin, kostyum növlərinin daha geniş müxtəlifliyini təklif edən mütərəqqi dəbin demokratizmində nümayiş etdirilir. Geyim əşyalarının çoxfunksionallığı, onların müxtəlifliyi, transformasiyaya uğrayan formaları, bərkidilən tərkib elementlər və hissələr insanın tənəyyülü üçün genişliyi öncədən müəyyənləşdirmiş olur və insan istədiyi kimi paltar geyinmək, hər gün öz geyimini dəyişmək imkanına malikdir.

Belə ki, geyimin istifadə prosesinin özü əyləncəyə, yaradıcılığa çevrilir ki, bu da sevinc gətirən yaxşı təəssüratların yaranmasına səbəb olur. Müasir dünyada geyimin oynadığı rolun konfiqurasiyasının bu konsepsiyası, demək olar ki, bütün əsas dizaynerlər tərəfindən dəstəklənir. Geyimin qeyri-texnoloji növündə də işlənmələr eyni qaydada baş verir – rəng və işıq, ətirilər, səslər modelləri.

İşıq effektlərinə, qoxulara malik olan, su kristallı parçalardan, işıqlandırmadan yaxud insan bədəninin hərarətindən asılı olaraq öz rənglənməsini dəyişən, eyni zamanda həm də səslənən geyim formalaşır.

Yekun vuraraq demək lazımdır ki, üslub istiqaməti – bu, bədii ifadənin obrazlı sistemin əlamətlərinin və üsulların tarixən yaranmış, dayanıqlı sistemidir. İncəsənət tarixində üç-beş əsr ərzində qüvvədə qalmış üslublar çox populyardır. Kostyumun tarixçiləri XX əsrə, Birinci dünya müharibəsinə qədər insan sivilizasiyasının təşəkkül tapmasının bütün keçmiş əsrlərin üslub istiqamətlərini və onların xüsusiyyətlərini dəqiq və dürüst şəkildə bölürlər.

Birinci dünya müharibəsinin bitməsindən sonra geyimdə üslubların sürətlə bir-birini əvəzlənməsi müşahidə olunur, bəzən müxtəlif üslubların eyni zamanda mövcudluğu, həmçinin peşəkar dizaynerlər tərəfindən bu və ya digər üslub istiqamətlərinin dəbə nüfuz edilməsi diqqət mərkəzinə düşür. Belə ki, XX əsrdən etibarən həyat ritmi çox sürətlənmişdir və rəssamın azadlığı “üslubun sərbəstliyinə” daha çox təsir göstərməyə başlayır.

BÖLMƏ III. XX ƏSRİN İKİNCİ YARISININ GƏNCLİK DƏBİNİN MÜASİR DƏBDƏ ÖZ ƏKSİNİ TAPMASI

3.1. XX əsrin ikinci yarısının görkəmli dizaynerlərinin yaradıcılıq axtarışları

Birinci dünya müharibəsinin inanılmaz kataklizmindən Avropa tanınmaz halda çıxmışdır. Hər bir şey və, təbii olaraq, geyim də öz şəklini dəyişmişdir. Daha böyük funksionallığa, kostyumun rahatlığına doğru meyllər müharibədən əvvəlki dövrdə çox böyük çətinliklə özünə yol açdı və ən ali siniflərin “təsirsiz” kostyumunun adiliyinin müqavimətinin öhdəsindən gəlirdi. Nəhayət, bu, “qeyri-real məişət” meyarlarında həyata keçmək mümkünlüyünə yiyələnmişdir. Təbiidir ki, müharibə zamanı dəb haqqında danışmırlar, onunla məşğul olmağa nə adam var, nə də ki, vaxt. Model evləri Parisi tərk etmiş yaxud bağlanmışdır və öz sifarişçilərini “taleyin ümidinə” buraxmış, onları öz geyimlərini yeni şəraitə, yeni həyat tərzinə bu və ya digər şəkildə müstəqil surətdə uyğunlaşdırmaq tələbi ilə üz-üzə buraxmışlar. Həyatın bu şəkildə ən yeni fenomen bundan ibarət idi ki, gənc qızlar cəbhəyə yollanmış kişilərin iş yerlərini tutmalı, eləcə də, demək olar ki, bütün kişi peşələrinə yiyələnməli oldular. Məlum olmuşdur ki, zəif cinsin nümayəndələrinin hamısı taleyin bütün bu yeni çağırışlarına cavab vermək iqtidarındadır, və onları əbəs yerə zəif hesab edirlər. Parisli qadınlar ən müxtəlif işlərin öhdəsindən tam uğurla gəlirdilər. Bundan əlavə, onlar geyimin cəsarətlə birləşdirilməsini ifadə edən yeni üslub istiqamətinin meydana gəlməsi vəzifəsinin öhdəsindən də layiqincə gəlmişdilər. Kostyumun ən yeni bədii tipi kollegial surətdə və adsız ərsəyə gətirilmişdir.

“Hərbi dövrün qadınları onların zamanəsinin və həyatlarının tələbatlarına cavab vermək iqtidarında olan öz zahiri görkəmlərini özləri yaratmağa can atırlar. Əvvəlki illərin hədsiz dərəcədə geniş və enli geyimlərindən imtina etmiş, onları qısaltmış, silueti sadələşdirmiş və saçlarını qırxmış fransız və parisli qadınlar ən cəsarətli idi. Qadının belə zahiri görünüşü o qədər yeni və gəzlənilməz olmuşdur ki, müharibə bitəndən sora Parisə qayıtmış model evləri öz keçmiş sifarişçi qadınların görkəmindən heyਰətə gəlmişdilər.”

Yeni tip – “qarsonka” meydana gəlmişdir, bu, həm geyimdə tərz, həm də qadının yeni obrazıdır. Bu sözü bizim dilə təcümə etmək mümkün deyil, çünki “oğlan” sözünü qızlara yaxud qadınlara aid işlətmək mümkünsüzdür. Onu necə dəyişsək də, yenə də kişi cinsinə aid bir söz əldə edəcəyik. Ümumi formada bunu “oğlan kimi qız” ifadə etmək mümkündür.

Konkret meyarlar olduğu zaman trend kollektiv yaradıcılı çərçivəsində reallaşdırılır. Buna bənzər həmçinin Böyük fransız inqilabı vaxtlarında da müşahidə olunmuşdur, o zaman barrikadalarda gedən döyüşlərdə iştirak edən vətənpərvər qadınlar öz şəxsi kostyumlarını “redaktə edərək” ona yeni, vahiməli surətdə həll edilmiş bir görünüş bəxş edə bilmişdilər. Amma sonrakı tədbirlər səbəbindən həmin kostyum gələcəkdə baş vermiş dəb dəyişikliyinə bir o qədər də təsir göstərə bilməmişdir.

İkinci dünya müharibəsi zamanı korporativ “moda yaradıcılığının” yekunları ekspertlərin müharibədən sonrakı fəaliyyətinin bazasını təşkil etmişdir. Kostyumda aparılan islahatlar kişilərə, demək olar ki, toxunmamışdır, onların geyimi, belə götürəndə, ictimai varlığın formalaşdırıcı tərzinə artıq kifayət qədər uyğunlaşdırılmışdır və bu tərzin özündə də məhz kişilərə dair hər hansı dəyişikliklər baş verməmişdir. Özlərinin kutyurye vəzifələrinin icrasına qayıdanlara cəmi bir neçə il lazım gəlmişdir ki, biz tərəfdən mütərəqqi dəb kimi qədbul edilən bir fenomeni əmələ gətirə bilsinlər.

Ancaq hər kəs buna uyğunlaşa bilmədi. Böyük Pol Puare, 1895-ci ildə həlak olmuş Vortu Paris dəbinin hökmdarı taxtında əvəz etmişdir (Puare onun varisləri olmuş oğulların şirkətində fəaliyyət göstərməyə başlamışdır). O, qorxmaz yenilikçi idi, hamıdan dəqiq zəmanənin ruhunu duya bilirdi, ancaq nəyin baş verdiyini tam anlamaqda acız qalmışdır. Onun yaratdıqları əvvəlki kimi gözəl, heyranedici, bədii baxımından qüsursuz idi, ancaq dəbdəbəli qadınlar onları geyinmək artıq istəmirdi. Məsələn burasındadır ki, sağlam və rahat geyim məcburən mühüm olmaqdan məhrum edilərək nüfuzlu və prestijli olmağa başladı. Müstəqil və sərbəst, kişilərlə bir bərabərlikdə olmaq kimi xoş bir anı hiss edərək, qadınlar zahiri bəzəklənmədən qəti surətdə imtina etmişlər. Bütün bunlardan sonra, 1929-cu ildə müflis olaraq,

Puare öz şəxsi Model evlərinin fəaliyyətini dayandırmış və uzun illər əsl yuxsulluğun nəticəsində 1944-cü ildə kasıblar üçün xəstəxanada hamı tərəfindən unudularaq vəfat etmişdir.

Diorun emalatxanasında məşhur müasir İv Sen-Loran öz fərdi yaradıcılıq yoluna qədəm qoymuşdur. Həmin vaxt ərzində Pyer Karden də özün dəst-xətti ilə seçilməyə başlamışdır.

Geyim tərzı olduqca yaraşıqlı, zərif, rahat, incəlik rəngləri ilə zəngin, eləcə də “vəziyyətdən asılı olaraq” yaradılmış kimi idi: günün birinci və ikinci yarısı üçün, “fayf-o-klok” (saat beş tamamda çay içmək mərasimi) üçün, kokteyllər və vernisajlar üçün tualetlər yaradılmışdır – dəbdəbəli qadınların həyatı incədən-incədə ritual səciyyə daşımaqda davam edirdi, lakin artıq görmək mümkündür ki, rənglərin bolluğu şəraitində həmin dəb insanın yaşını tamamilə nəzərə almırdı. Onun qəhrəmanı gözəl, özünə yaxşı baxan, sakit və dinc, qayğısız, bayram əhval-ruhiyyəli, dünyəvi bir persona idi və heç bir yaş kateqoriyasına aid edilmirdi.

Prestijli geyim sırf fərdi xarakter daşımaqda davam edirdi, “kutyurdan” evlər yalnız orijinal modellər hazırlayırdı. Aparıcı mövsüm kolleksiyaları hesaba aomasaq, mütəlif moellər daha böyük sayda düzəldilirdi – sifarişçi qadınlar üçün, lakin onların hamısı fərqli və müstəsna idi. Mövsümi kolleksiyalardan olan modellər, ümumiyyətlə, satılmırdı.

“Böyük evlər” Avropanın bir çox iri və kiçik şəhərlərdə öz şöbələrini açırdılar. Milyonçu qadınlar qarderobun zənginləşdirilməsi və tamamlanması üçün mütləq şəkildə Parisə yollanmaq məcburiyyətində deyildi. Misal üçün, Diorun Yaponiyada, Avstraliyada agentliklər fəaliyyət göstərirdi, biz hələ London v Avropanın özünün şəhərlərində işləyən şöbələrdən danışmırıq, lakin tam təbiidir ki, bu, ən varlılar üçün idi.

Daha az zənginliyi ilə seçilən qadınlar öz şəxsi dərzilərin köməyi ilə həmin məmulatları təqlid edirdilər, beləliklə, həmin modellərə müxtəlif konfigurasiyalar və əlavələr daxil olunurdu ki, onlar da bir çox hallarda populyar ideyanı mübaliğə edirdilər. Görkəmli dolanışığı olmayan qadınlar bacardıqları kimi nüfuzlu yeni relizləri təkrar edirdilər, hazır paltar emalatxanaları daha yüngülləşdirilmiş

kopyalar hazırlayırdılar ki, onlar yalnız uzaqdan əsl ustadların şah əsərlərini xatırladırdı.

Ancaq “kutyuran” olan məmulatlar necə də inanılmaz dərəcədə baha olsa da, “böyük evlər” öz fəaliyyətlərini çox çətinliklə təmin edə bilirdi – məsrəflər olduqca böyük idi.

Sev-Loran daha cəsarətli idi. O, bütün kutyuryeləri qabaqlayaraq məmulatların hazırlanmasını kiçik seriyalarla həyata keçirir və hazır paltarın satışı ilə məşğul olan xüsusi “butik” dükanını açmışdır. Bununla yanaşı, dükan Sena çayının sahilində yerləşirdi ki, burada daha çox zadəganlar deyil, zəhmətkeşlər yaşayırdı. “Riv qoş” – “Sol sahil” trendin yeni ictimai kursu olmuşdur.

Yəqin ki, Sen-Loran zəmanəsinin tələblərini düzgün anlamışdır – yüksək dəb alıcıların çevrəsinin genişləndirilməsi baş verirdi. İlk əvvəl Loranın hərəkətləri onun həmkarları tərəfindən, demək olar ki, əyanət kimi əyərləndirilmişdir, lakin müəyyən zaman keçdikdən sonra həmin yolla artıq bütün Paris modelləşməsi irəliləyirdi. Bu an bütün Evlər hər bir mövsümə artıq bir deyil, iki kolleksiya hazırlayırlar, bunlardan biri, əvvəlki kimi, “kutyurdan”, digəri isə “pret-a-porte”, yəni “istehlaka hazır olan” geyim. “Kutyurdan” olan kolleksiyalar avqust və fevral aylarında nümayiş etdirilirdi, “pret-a-porte” isə - sentyabr və mart aylarında. Yazda payız və qış üçün libaslar təqdim edilirdi, payızda isə - yaz-yay geyimləri. Mövsümün əvvəlində yaranan boşluğa yüksək səviyyədə hazırlanmış reklam kampaniyası aparılır və hazır məmulatlar təkrar satışa daxil olur. “Pret-a-porte” məmulatları da həmçinin kifayət qədər bahalıdır, lakin “kutyurdan” olan geyimlərlə müqayisədə daha sərfəlidir.

Təbii, dəbin fransız tədris müəssisələrində də rəqiblər mövcud idi. Bu, xüsusilə İtaliyada müşahidə olunurdu, burada “alta moda” (yüksək moda) sistemi Parisdəki “kutyurdan” sistemi ilə uğurla rəqabət aparırdı. İngilis mütəxəssisləri də öz fəaliyyətini qoruyurdu. Mühərribə zamanı, demək olar ki, bütün model evləri Amerikaya mühacirət etmişdir ki, bu da Birləşmiş Ştatlarda modelləşmənin öz əsasını qoymağa imkan vermişdir. Amerikalılar “trendin” yaradılmasına kifayət qədər uzun müddət ərzində iddia etmirdi və Parisdə hazırlanmış nümunələri rəhbər

tuturdular, lakin mütərəqqi fəhlə və idman geyiminin işlənilib hazırlanması çərçivəsində sənaye texnologiyanın son dərəcə yüksək səviyyədə olması sayəsində rəqib tanımırdı.

Son onilliklər ərzində bütün dünyada ağır olmayan sənayenin nəhəng təşəkkül tapma prosesi də baş vermişdir. Kimya, maşınqayırma sahələrində əldə olunmuş uğurlar istehsal edilən məhsulların çeşidini inanılmaz dərəcədə müxtəlif və təmtəraqlı etmişdir. Artıq qlobal istehsalatda istənilən mürəkkəbliyə malik müxtəlif əşyaları tam dəqiqliklə hazırlamaq mümkün idi. Trend ustalarının işində də yeni formalar gözə dəyirdi – bu, geyimin növləri üzrə paltarların istehsalı ilə bağlı lisenziyaların yenidən satılması.

Heç də pis olmayan konfeksiya səviyyəsində populyar biznesin fərqli cəlbedici formaları mövcuddur. Başqa sözlə desək, bu, məhsuldur. Qlobal istehsalın bütün geyimini məhz belə adlandırırlar. Hal-hazırda bütün dünyada hazır geyimin istehsalı ilə məşğul olan məşhur şirkətlər fəaliyyət göstərir ki, burada çalışan insanların sayı bir o qədər də çox deyil. Belə bir formanın sahibi, rəssam-dizayner, bir neçə assistentlə birgə modellər kolleksiyasını yaradır və hazır paltarın satışı ilə məşğul olan iri mağazalara onların tədarük edilməsi ilə bağlı kontrakt bağlayır. Sifarişə uyğun olaraq materiallar əldə edir və bir-iki biçicinin dəstəyi sayəsində biçimi yaradır və hazırlanması məqsədilə komplektləşdirici əlavələrlə (astar, düymələr, bəzək elementləri) onu əldə olunmuş razılaşmalara əsasən bir yaxud bir neçə kiçik tikiş firmalarına ötürür. Adəti üzrə həmin firmalar əyalətlərdə yerləşir, çünki burada işçi qüvvəsi daha ucuzdur, bu da hazır məhsulun maya dəyərində müsbət təsir göstərir. Hazır məhsul müştərilərə satılır.

Vasitəçiliyin digər növləri də mövcuddur – rəssamların kreativ emalatxanaları bir çox hallarda kiçik tikiş şirkətlərin sifarişləri əsasında modellər işləyib hazırlayır. Belə olan halda satışa görə məsuliyyət sifarişçinin üzərinə düşür. Daha iri tikiş şirkətlərin təcrübəsi də maraq doğurur. Onlar rahat, keyfiyyətli, mütərəqqi geyim – palto, kostyumlar, plaşlar hazırlayır. Şirkətin ştat cədvəlində ixtisaslı və yüksək məvacib alan geyim konstruktorları çalışır, onları “modelist” adlandırırlar. Ştata daxil olan dizaynerlər isə yoxdur. Çünki bu, olduqca baha başa

gəlir. Rəssamlarla birdəfəlik əmək müqavilələri əsasında işləyirlər, əgər iş birliyi əla alınrsa kontrakt bir neçə dəfə təkrarlanır, əgər uğurlu deilsə, o zaman növbəti sövdələşmə baş tutmur.

Kəsərli və aktiv surətdə bir neçə beynəlmiləl təşkilat fəaliyyət göstərir ki, onlar bütün dünyanın nüfuzlu sənayesinin işini təşkil edir. Bunlardan ən qocaman təşkilat – Yunun beynəlmiləl əlaqəsi. Bu qurum klassik sənayenin pafosunun qorunub saxlanması məqsədilə yeni sintetik materiallara kütləvi meyllənmə mərhələsində təsis olunmuşdur.

Paris trendində - autentik Komintern. Model evlərinin çoxlu sayda fəaliyyət göstərməsi müşahidə edilmişdir, onların başında yapon rəssamları Kendzo, Miyagi, almanlar – Müqler, Lagerfeld, ərəb dövlətindən mühacirlər – Alaya dayanır. Misal üçün Karden – italiyalıdır. Ən yaxşı manekençilər – mulat qızlar, zənci qızlar, çin qızlarıdır.

3.2. XX əsrin ikinci yarısının gənclik dəbinin üslublarının müasir dəbə interpretasiyası

XX əsrin istənilən onilliyi – konkret dəbli tendensiyadır, o, gec və ya tez yenidən yaradılışının xüsusi bir kursuna uğradılır. Bununla yanaşı, bu və ya digər “üslublu onilliklər” geyimin konkret cizgilərində yaxud detallarında özünü büruzə verirdi. Biz XX əsrin altmışıncı illərdən danışırıq, bu illər həmin dövrün trendi istiqamətinə drammatik işartıları ilə ifadə olunur.

Altmışıncı illərə döyüşsüz təslim olmuş prestijli dünya iki düşərgəyə bölünmüşdür. Birində qısa yubkalar, qrafik naışlar, açıqlıq hökm sürür, digərində isə qüsursuz incəlik və zəriflik. Və burada təəccüblü nə isə bir şey axtarmağa dəyməz: ötən əsrin altmışıncı illərin azadlıq sevən yeni fikir hər şeyi tərsinə çevirmiş oldu və bununla bərabər bircə onilliyə heç zaman müşahidə edilməyən qədər mini-inqilablar “yerləşdirməyə” müvəffəq olmuşdur. Biz bu günə qədər altmışıncı illəri bir daha dəyərləndirib onlar haqqında düşünməyə çalışırıq və 2011-2012-ci illərin payız-qış kolleksiyaları buna əyani sübut kimi qeyd edilə bilər.

Tviqqi və Ceyn Birkin altmışıncı illərin məşhur modelləri idi və onların model ayaqları, demək olar ki, təkidlə mini tələb edirdi. Onların bədənləri üzərində heç bir qabarıq olmadan altmışıncı illərin əlamətlərinə çevrilmiş minimalist qısa donlar çox gözəl görünürdü, qısa şortlar və Louis Vuitton 2011-2012-də olduğu kimi səliqəli yaxalıqlar isə onların uşaqsayağı cazibəsini nəzərə çarpdırırdı.

Bricit və Jaklinin əvəzinə isə Kristina hendriks gəlmişdir. Xanım olmaq yenə də üslublu olmaq anlamına gəlirdi və bu olduqca yaxşı idi. Gözəl ayaqlar, dalğayabənzər saç düzüümü, çox yaraşqlı büst, qalın kipriklər, ancaq! Tövazölü modellər, dizə qədər dar yubkalar, kiçik dabanlar və adi çox gözəl xətlər. Jaklin Kennedinin təmkinliyinin və Bricitin ədəbsizliyinin qeyri-adi qarışıqı XX əsrin altmışıncı illərin yeni izahına çevrilmişdir.

Ötən əsrin 60-cı illərin daha gülərzüslü və şən illər idi, həmn illərə diqqət təkcə dizaynerlərin işində deyil, həmçinin digər növlərdə özünü büruzə verirdi.

Kristobal Balensiaqa, Kristian Dior və Koko Şanel kimi məşhur kutyuryelər fashion-sənayesinin ən qabaqcıl yaradıcılarını ilhamlandırmaqdan yorulmurdu.

Buna baxmayaraq, fərdi qüsursuz zövqü nümayiş etdirmək üçün Merilin Monronun iştirakı ilə filmi götürüb bu aktrisanın tipini yamsılamaq kifayət etmirdi. Ancaq bu, müəyyən dərəcədə nüfuzlu epataj idi. XX əsrin dizaynerlərin kolleksiyalarından ilham alaraq, modelyerlər altmışıncı illərin eleqant zərifliyi ilə dolu ecazkar əşyalar hazırlayırdı və həmin əşyalar olduqca orijinal idi.

Pop-art, op-art, studiya 54-ün, eləcə də italiya istehsalı olan kinofilmlərin tərz-i bugünkü paltara olduqca dəbdəbəli və bir qədər azacıq görünən şəkildə nüfuz edilib ki, bu da retro romantika çalarına gətirib çıxarır. Armani və Prado kimi klassiklərdən başlayaraq Mark Yakobs və Miss Sikstiyə qədər çox gənc, demək olar ki, bütün markalar öz mövsümi kolleksiyalarında həmin aksesuarları şüurlu surətdə istifadə edirlər. Bununla yanaşı, altmışıncı illərin müxtəlif fashion-atributları işə düşür: məsələn, məşhur Tviqqi-luuk hökmranlıq etdiyi svinq edən Londonun əks-sədaları, divanə koloritli mini və bebetta saç düzümü, yaxud hər dəfə olduqca gözəl və zərif Paris şəhərdi. Milan isə öz meyarlarını daşıyır və olduqca yaraşqlı mkücərrəd şəkillər, eləcə də biçimdə və boyanmada sərt həndəsəni təklif edir. Hər mövsümdən mövsümə aşağı bel xətti və parlaq surətdə təcəssüm etdirilmiş bucaqlı sinə kəsikləri olan siluetlər, lüreks və vinilli materiallar, acı rənglənmələr geri qayıdır.

2011/2012 payız-qış mövsümü kolleksiyalarında, praktiki olaraq, bütün nüfuzlu evlər altmışıncı illərin trendinə haqq qazandırmaq qərarına gəliblər, bəziləri isə 60-cı illərə uyğun vir neçə paltar hazırlamışdır. Digərlərin isə, məsələn Prada və Philosophy by Alberta Ferretti modelləri isə - o illərin tendensiya-larının əsl mədhiyyəsidir. Və əgər Prada modelləri kifayət qədər müasirdisə, o zaman Philosophy by Alberta Ferretti daha çox retrospektivi xatırladır, bəzi midellərin saç düzümləri və meykapları isə Tviqqiyə - altmışıncı illərin nüfuzlu ikonasına, - daha çox bənzəyir.

Bununla belə, kim bəyam etmişdir ki, 60-cı illərin tərzində geyim nəzərə çarpmayan olmalıdır? Burberry Prorsum, Blumarine, Alberta Ferretti və Prada

kimi kolleksiyalarda o qədər parlaq və sevincli rənglər var ki! Çünki kolorit xarakterli rənglər və altmışıncı illərin tərzı – gözlənilən mövsümün prestijli trendidir.

Fendi kolleksiyası XX əsrin 60-cı illərin üslubu ilə ilhamlandırılmışdır. Eleqantlıq, təmkinlik, solğun, lakin kontrast rənglər, - bütün bunlar Fendi modellərinə və XX əsrin obrazına olduqca səciyyəvidir.

Bottega Veneta kolleksiyasında eyni ilə təmkinli zənginlik və altmışıncı illərin tərzı hiss olunur. Kostyumlar dərhal Cekı Kennedi ilə bağlı xatırlamalar yaradır.

Hippilərin eklektik görünüşü həyatımıza parlaq rənglərin fırtınası, qıyamçı əhval-ruhiyyə, azadlığın başgicəlləndirici qurtumu və şənlik nəfəsi ilə daxil olur. Bu, D&G, Michael Kors, Roberto Cavalli, Balmain Dries, Van Noten, Emilio Pucci və Marni Etro kimi nüfuzlu Dəb Evlərinin prestijli kolleksiyalarının n sevimli tərzıdır.

Diane von Furstenberg-dən olan hippı şəklində paltarların modelləri - ydurulmuş etinasızlıq və parlaqlığın təmtəraqlı kokteylidir. Libaslar kifayət qədər adi və eyni zamanda dəbdəbəli biçimi vurğulamış olur – iki səliqəli üçbucaq şəklində yaradılmış, boyun üzərində çarpazlaşan incə çiyinbağı ilə saxlanılan utanmaz lif, eləcə də sanki havada süzən kimi uzun klyoş formasında tikilmiş yubka. Materialın böyük və parlaq eskizi qeyri-adi, isti rəngli və ala-bəzək kəpənəklərin çalarını təkrar edir.

Təbiilik, məftunedici sadəlik, altmışıncı illərin hippilərinin ifrat fərdiyyəçiliyi və mənəmliyi, eləcə də özünü ifadə etmə - D&G olan maksi romantik libaslarda öz təcəssümünü tapmışdır. Həmin libaslar dəridən hazırlanmış zərif səndəllərlə heyran doğurucu dərəcədə harmonik görünür.

Kolleksiyaların müxtəlifliyi və parlaqlığı ilə yanaşı, demək olar ki, bütün kolleksiyalarda özünü büruzə verən bir fikir yer alır – bu, atlmışıncı illərin trendi ilə olan assosiasiyalardır.

XX əsrin 60-cı illərindən qayıtmış olduğu geyim olduqca nəfis, çox gözəl, eyni zamanda həmçinin koloritli və ifadəlidir, unudulmaz tip və təqlidedilməz görünüş yaratmağa kömək edə bilər.

Bəzi dizaynerlər təkcə öz yeni kolleksiyalarında qədimdən qalma əlamətlərdən istifadə etmir. Onlar bu reserkulyasiya prosesində daha da irəli gedərək fərdi əvvəlki modellərə əsaslanıb yeni dəbli tendensiyanı əmələ gətirirlər. Ola bilsin ki, Martin Marjyela bu işdə birinci olmuşdur, lakin Diana Furstenberq fikri daha dəqiq və dürüst şəkildə söyləmişdir. Belə ki, o, 1972-ci ildə təqdim etdiyi yeni donun yeni relizini tanıtdıran reklamdan 2001-ci ildə də istifadə etmiş və həmin ildə 1972-ci ildəki donun dəqiq surətini təqdim etmişdir. Dolce&Gabbana və Prada öz əvvəlki kolleksiyaların modellərini satan mağazalar açmışlar. Vivyen Vestvud geyim əşyalarını olduqca köhnə məhsuldan xüsusi sifarişlər əsasında hazırlayır. Dəbli tendensiya əhəmiyyətli dərəcədə reserkulyasiya prosesi ilə idarə olunduğu təqdirdə insan niyə də öz-özünü tam mənası ilə parodiya etməsin. Lakin əvvəldə mövcud olmuş həmişə nə isə yeni bir fenomen yaratmalı olduğu təqdirdə dəbin əsas ideyası münasibətində əhəmiyyətli irəliləyiş təsəvvür etmək çətindir.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Bu işin əsas məqsədi ümumilikdə XX əsrin ikinci yarısının gəncləri üçün dəbli trendin, eləcə də, o cümlədən, gənclərin fərdi üslub submədəniyyətlərinin mədəni-estetik testinin aparılmasından ibarətdir. Vəzifəyə dair mədəni-estetik bölgüsünün spesifik xüsusiyyətlərini yaradıcı belə seyr edir ki, gənclərin geyiminin formalarını, boyalarını, materiallarını nəzərdə keçirərkən təkcə ictimai deyil, həm də estetik səviyyədə gənclik mədəniyyətlərinin dünyagörüşü istiqamətlərini, “ideallarını” və özünəməxsus əhəmiyyət və mənalarnı dəyərləndirə bilsin.

Həmin məqsədlə müvafiq olaraq aşağıdakı vəzifələr qarşıya qoyulur:

- gənclik mədəniyyətini mədəni-estetik təhlilin bir əşyası kimi dəyərləndirərkən problemlı “sahəni” qeyd etmək; həmin pozisiyalrı dəyərləndirməyə imkan verən terminoloji məqsədləri yaratmaq; gənclik mədəniyyətinin təşəkkül tapmasının aparıcı hüdudlarının sosial-tarixi və mədəni-estetik testini yerinə yetirmək; XXI əvvəlində gənclik mədəniyyətinin və dəbin proqnozlaşdırıcı xüsusiyyətlərini və təşəkkül tapmasını yaratmağa cəhd göstərmək.

Müasir sivilizasiya mürəkkəb tərbiyəyə malikdir, onun təhlilini aparmaq üçün müxtəlif fənn sahələrindən (səhra etnoqrafiyası, sosiologiya, psixologiya və s.) idraki üsulların və istiqamətlərin ansamblının mövcudluğunu tələb edir. İş planı gənclik trendinin genezisinin, müasir mədəniyyətlərin üslub fərdliliyin (geyimin spesifikasiasında vurğunun edilməsi ilə), ilkin mədəni estetik materialın təsvirinin, onuun təhlilinin və ümumiləşdirmənin araşdırılması ilə bağlıdır. Həmin vəzifənin öhdəsindən gəlmək üçün təkcə paradoksun estetik təhlilinin üsullarını deyil, həm də sosiologiya və kulturologiya üsullarını tətbiq etmək lazımdır.

Fenomenin bədii-estetik təhlili yaradıcı üçün mərkəzi hesab olunur. Bu təhlil gənclərin dəbli tendensiya obrazına müraciət olunmasının köməyi ilə onun daxili mədəni mənalarnı aşkar etməyə imkan verir.

Öyrənilmənin elmi yenilikçiliyi gənclik mədəniyyətinə bütöv xarakteristika vermək niyyəti ilə müəyyən olunur. Dəbli tendensiyanı bir mədəni-estetik paradoksu kimi görmək, danışığa və kütləvi, açıq etalonlara onun təsirini aşkar

etmək, üstəlik XXI əsrin əvvəlinin proqnozlaşdırıcı trendləri yaratmaq vacib məsələdir. B Dinamikanın tarixi xülasəsində biz XX əsrin ikinci yarısının həmin mədəniyyətin başlıca təkamül hədudlarını qeyd etmək istəyəcəyik.

Bu işin elmi-praktiki əhəmiyyəti müasir dövrdə gənclik submədəniyyətlərin estetikasının formalaşdırılmasının ictimai və mədəni kontekstinin müfəssəl təhlilinə əsaslanır.

İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBYAT SİYAHISI

1. В. В. Ермолова., Д. Ю. Ерминова. Моделирование и художественное оформление одежды, Изд. Академия, 2001.
2. Мода и стиль. Современная энциклопедия. Москва: Изд. Аванта+, 2002.
3. Горина Г.С. Народные традиции в моделировании одежды. Москва: Изд. Легпромиздат, 1994.
4. Steele Valerie, Encyclopedia of clothing and fashion, Detroit: Thomson Gale, 2005
5. Cumming Valerie: Understanding Fashion History, Costume & Fashion Press, 2004.
6. <https://wikipedia.org>
7. <https://www.fashionencyclopaedia.com>.
8. <https://www.modaturkiye.com>
9. <https://www.bestmoda.com>
10. <http://www.turkishtimedergi.com>

ƏLAVƏLƏR









