

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

MAGİSTRATURA MƏRKƏZİ

Əlyazması hüququnda

Abbasov Əlizamin Faiq oğlu

**“MODA SFERASINDA EKOLOJİ PROBLEMLƏRİN TƏDQIQI”
mövzusunda**

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

İxtisasın şifri və adı:

060321 - “Dizayn”

İxtisaslaşma:

“Dizayn və texniki estetika”

Elmi rəhbər:

Magistr proqramının rəhbəri:

dos.Y.Ç.Ağamalıyeva

dos.Y.Ç.Ağamalıyeva

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

BAKI - 2019

M Ü N D Ə R İ C A T

	Səh.
GİRİŞ	3
FƏSİL I. MƏDƏNİYYƏT FENOMENİ - MODANIN TƏDQIQININ NƏZƏRİ ƏSASLARI	
1.1. Dövlərin mədəni fenomeni - moda.....	7
1.2. Modanın öyrənilməsinin nəzəri əsasları.....	13
FƏSİL II. XX ƏSRİN II YARISI - XXI ƏSRİN ƏVVƏLLƏRİNİN MƏDƏNİYYƏTİNDƏ MODA ƏNƏNLƏRİNİN DİNAMİKASI	
2.1. 1960-cı illərin moda və gənclik mədəniyyəti: yenilikçilərdən futurizmə qədər.....	18
2.2. Polistilizm - 1970-ci illərdə moda inkişafının vektoru kimi.....	28
2.3. "Pis zövqlərin səltənəti"	36
2.4. Qranjdən vintajadək istehlak: XX əsrin sonu-XXI əsrin əvvəllərində moda..	43
FƏSİL III. XXI ƏSRİN MODASI: EKOLOGİYA VƏ REALLIĞIN VİZUAL DİZAYNI	
3.1. İnsanların yaşayış sahəsində "dizayn və ekologiya" anlayışlarının vəhdəti.....	52
3.2. Parça və ekologiya.....	59
3.3. Eko-moda və onun müasir həyatımızda yeri.....	64
NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR	66
İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI	67
ƏLAVƏLƏR	68
XÜLASƏ	75
SUMMARY	76
PEZİOME	77

GİRİŞ

Bütün zamanlarda kostyum özünəməxsus şəkildə mədəniyyət mətni qismində çıxış edərək, öz sahibinin sosial status, ailə vəziyyəti, dini mənsubiyyəti və baxışları haqqında hərətərflü və dolğun məlumat ifadə etmişdir. Dəbin meydana gəlməsi ilə orta əsr dövrünün sonlarına yaxın kostyum, vizual obraz şəklinə insan fərdliliyinin təzahürü məkanına, oyun meydançasına çevrilir. Tədrisən dəb insanın həyat və fəaliyyətinin, demək olar ki, bütün sferalarına nüfuz edir, özünün inkaredilməz qətiyyəti ilə nəyin necə olmalı olduğunu cəmiyyətə diktə edir.

Müasir moda tək-cə geyim sferası ilə məhdudlaşmır, bu gün (moda) dəb – həm gündəlik həyatımızın orijinal üslubu, həm davranış tərzimiz, hətta pəncərənin o tərəfində gördüyümüz peyzajın konfigurasiyasıdır. Dəb (moda) – özünün “vizual sima”nın və ətraf aləmin “siması”nın gerçək yaxud qəbul etdirilmiş seçimin geniş bir sahəsidir. Dəb (moda) – sosial və mədəni ideyalarla gündəli həyatınız arasındakı vasitəçi və bələdçidir, bir çox sfera və obrazlarda olduğu kimi, həm də kostyumda həyata keçirilən epoxa, dövr ideyalarının ötürücüsü (translyatoru) və dəyişdiricisi, islahçısıdır. Məhz bu səbəbdən modanın məhz mədəniyyət fenomeni kimi öyrənilməsi və tədqiq edilməsinə kulturoloji yanaşma kifayət qədər məntiqəuyğun, doğru, məhsuldar və maraqlı görünür. Haqqında danışdığımız bu yanaşma “moda” olaraq adlandırdığımız bu özəl fenomeni sadəcə tendensiyalar və siluətlərin bir-birini əvəzlənməsi prosesi kontekstində yaxud da kütləvi mədəniyyətin tək-cə bir fenomeni kimi deyil, hərtərəfli, tam təfərrüatı ilə, ümumilikdə görməyə imkan yaradır.

Mövzunun aktuallığı. XX əsrin kütləvi mədəniyyəti içərisində özünəməxsus yeri olan moda sənəti əsasən iki istiqamətdə: “kütləvi” və “fərdi” istiqamətdə inkişaf etmişdir. Əsasən kütləvi istiqamət üzrə bədii üslub və imiclər meydana gəlmişdir. Bu üslublar isə öz növbəsində yarım üslublara və geyimin keyfiyyətini bildiren (de-lyuks) moda xətlərinə bölünmüşdür. Yeni üslublar arasında müasir cəmiyyətləri düşündürən və bir başa sağlamlıq nöqtəyi-nəzərindən vacib bir xətt – ekoloji üslub yaranmışdır. Bəlkə də, orta əsrlər dövründə geyimdə və tekstil sahəsində ekoüslubun

yaranaçağı çoxlarının aqlına belə gəmir. Çünki, XX əsrdə texnologiyanın sürətli inkişafı, kimyəvi silahlardan müharibə zonalrında istifadə, təbiətə insan tərəfindən vurulan ziyanlar, sənaye sahələri tərəfindən atmosfərə atılan tullantılar sayəsində ekologiyanın ciddi şəkildə çirklənməsi bu üslubun yaranması zərurətini meydana çıxarmışdı.

“Modanın bir istiqaməti olan eko-üslub özü-özlüyündə bir sənətdir” - bu nöqtəyi-nəzərin tərəfdarları olan modelyer-dizaynerlər aşağıdakı arqumentləri əsas tuturlar: ekoloji-modanın əsas məqsədi praktiklik və ya faydalılıq deyil, əksinə o yaradıcı təxəyyülün imkanlarını sınayır, onun geyim tərzinə və qarderoba gətirdiyi dəyişikliklər, cəmiyyətin funksional, sosial-iqtisadi və siyasi tələblərinə deyil, onun estetiklik və sağlamlıq tələblərinə cavab verir.

Aktuallığı ilə fəqlənən hazırki dissertasiya işində əsas tədqiqat məsələsi kimi qəbul edilən ekomodanın müzakirəsi və analizi, XXI əsrdə texnikanın günü-gündən inkişafı ilə moda sferası və insanların mədəni həyatı üçün zəruri olan “sağlamlıq, keyfiyyət və gözəllik” kimi eko-faktorların bir araya gətirilməsini tələb edir.

Tədqiqatın predmet və obyektı. Dissertasiyada geyim, habelə dəbin inkişafı yolu (ümumi olaraq), moda aləmində ekologiya problemlərinin aspektləri (ətraflı olaraq) təhlil edilmişdir.

Tədqiqatın əsas məqsədi və vəzifələri – XXI əsrdə hər bir cəmiyyətdə geyim sahəsində aktual olan eko-dizayn, eko-moda, eko-üslub kimi faktorların araşdırılması və onların müasir dövrdə həyatımızdakı yerini, düzgün inkişaf yolunu müəyyənləşdirməkdən ibarətdir.

Dissertasiya işində bu istiqamətdə bir sıra məsələlər araşdırma mərkəzinə çevrilmişdir:

1. Hər bir tarixi etapda mədəni fenomen olan modanın öyrənilməsinin təhlili;
2. XX əsrdə geyim xəttinin və dəb aləminin geniş şəkildə analizi;
3. Dizayn və ekologiya kimi fərqli amillərin cəmiyyətdə uzlaşması;
4. Parça və dəb sahələrində yaranan ekoloji problemlərin səviyyəsi, müasir dövrdə yerinin təyin olunması.

Tədqiqatın informasiya bazası və işlənməsi metodları. Tədqiq olunan mövzunu əhatə edən bölmələr sistemli təhlil olunmuş, moda aləmində ekoloji problemlərin araşdırılması eko-amillərin müəyyən edilmiş tədqiqat üsuluna əsaslanır. Bu üsullar isə arxiv məxəzləri, elmi araşdırma, şəbəkə xidmətlərinə istinad edir.

Tədqiqatın elmi yeniliyi. Müasir zamanda insanların həyat şəraitində özünü biruzə verən, ekologiya problemi dizaynın bütün sahələrində, xüsusən də, geyim sferasında özünü büruzə verir.

Müasir cəmiyyət kontekstində, xüsusilə moda sferasına təzahür edən eko-problemlərin araşdırılaraq aradan qaldırılmasına dair irəli sürülən tədbirlərin kompleks tədqiqi dissertasiyanın elmi yeniliyi hesab oluna bilər.

Tədqiqatın təcrübi əhəmiyyəti. Müasir cəmiyyətdə, insan faktorunu ekologiya mənfi təsirlərindən qorunmaq üçün eko-dizaynın bədii dilini moda sahəsinə tətbiq etmək lazımdır.

Tədqiqat işinin müddəaları Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetinin (UNEC) “Texnologiya və Dizayn” fakültəsində (mühazirə, tezis və s. qismində) istifadə edilə bilər.

Dissertasiya işin strukturu və həcmi. Dissertasiya işi giriş, III fəsil, nəticə və təkliflər, dissertasiya işinə edilmiş əlavə və dəbiyyat siyahısından ibarətdir. Dissertasiya işi ümumilikdə 80 səh, 6 şəkildən təşkil olunmuşdur.

“**Mədəniyyət fenomeni - modanın tədqiqinin nəzəri əsasları**” adlı **I Fəsildə** dövrlərin mədəni fenomeni – moda təhlil obyektinə çevrilir və modanın öyrənilməsinin nəzəri əsasları açıqlanır.

“**XX əsrin II yarısı - XXI əsrin əvvəllərinin mədəniyyətində moda ənənələrinin dinamikası**” adlanan **II Fəsildə** 1960-cı illərin moda və gənclik mədəniyyəti: yenilikçilərdən futurizmə qədər olan yol, 1970-ci illərdə moda inkişafının vektoru kimi polistilizm və pis zövqlərin səltənəti adlandırılan dövr işıqlandırılır, qranjdan vintajadək istehlak: XX əsrin sonu - XXI əsrin əvvəllərində moda tədqiq edilir.

“XXI əsrin modası: ekologiya və reallığın vizual dizaynı” adlı **III Fəsildə** insanların yaşayış sahəsində “dizayn və ekologiya” anlayışlarının vəhdəti, parça və ekologiya, həmçinin eko-moda və onun müasir həyatımızda yeri müəyyənləşdirilir.

“Nəticə və təkliflər” bölüməsində göstərilir ki, eko-dizayn – insanın öz seçimi ilə həm ekologiyanın vəziyyətinə, həm də, nəticə olaraq, öz sağlamlığına təsir edən ekosistemin bir ayrılmaz hissəsinin olduğunun dərkinə yönəlmiş uzunmüddətli dayanıqlı trenddir. Eko-dizayn – məmulatın həyat tsikli boyunca ətraf mühitin qorunmasına olduqca böyük diqqət yetirən bir dizayn istiqaməti olub özünü geyim sferasında da büruzə verir.

FƏSİL I. MƏDƏNİYYƏT FENOMENİ - MODANIN TƏDQIQININ NƏZƏRİ ƏSASLARI

1.1. Dövlərin mədəni fenomeni – moda

XX yüzilliyin mədəniyyəti o dərəcədə sürətlə inkişaf edirdi ki, bir insan həyatı ərzində əvvəlki əsrlər boyu heç zaman baş vermədiyi qədər mühüm və əhəmiyyətli dəyişikliklər, transformasiyalar baş verirdi. Müasir dəbin həm incəsənət, həm biznes, həm sənaye kimi təm əminliklə adlandırma bilərik. Dəbi hətta sosial manipulyasiyanın üsullarından biri adlandırılanlar da az deyil. Əgər biz XX yüzilliydə istifadə olunmuş kostyumun müxtəlif nümunələrinin inkişafı haqqında danışırıqsa, təkcə dini inanclar, bədii üslublar, kübar və zadəgan təbəqəsinin üstünlük verdikləri dəyərlər barədə söykənmək doğru olmazdı. Belə bir yanaşma əvvəlki dövrlərdə sərgilənsə də, müasir zəmanəmizdə bunun doğru olmadığı şübhə yaratmır. Geyimin kütləvi/elitar, sosial əhəmiyyəti, eləcə də yalnız zəmanə ideallarına deyil, həmçinin konkret submədəniyyətlərin dəyərlərinə də öz uyğunluğu ilə tam cavab verən zəriflik və cəsarəti ifadə edən yeni obrazların formalaşdırılması, dəbin mədəni bir fenomen olaraq inkişaf etməsi kimi kateqoriyalar ön plana çıxır. Mədəniyyətdə qloballaşma proseslərinin baş verməsi həmçinin dünya dəbinin formalaşmasına da gətirib çıxarmışdır. Toxuculuq sənayesinin inkişafı isə yeni materialların, eləcə də dəb fenomenlərinin konstruksiyalarının qurulması və prezentasiyaların gerçəkləşdirilməsi istiqamətində yeni-yeni texnologiyaların ə metodların əmələ gəlməsinə səbəb olmuşdur.

Dəbin bir mədəni-tarixi fenomen kimi dərk olunması məqsədilə “dəb”, kostyum” və “geyim” kimi anlayışları dəqiq və dürüst şəkildə ayırd etmək lazımdır. Geyim – məmulatın konkret formasıdır. Kostyum – müəyyən üsulla seçilmiş geyim əşyalarının konkret məqsədlə şərtləndirilmiş sistemidir. Dəb (fransızca – mode; latınca – moduz) – “məişət əşyalarında, əsasən də geyimdə ölçü, üsul, qayda, bu və ya digər zahiri formaların hazırki dövrdə hökmranlıq etməsidir”. Bu gün diskurs çərçivəsində parallel olaraq fashion, vogue, fad (qəribəlik), fancy (meyllik), crazy (maniya, yəni bir fikrə həddindən artıq mübtəla olmaqdan ibarət)

kimi terminlərdən kifayət qədər geniş istifadə olunur. Dəb – müəyyən dəyərləri əks etdirən konkret obyektlərdə sosial qrupun mənəvi idealların əks olunmasıdır.

Adət və ənənələrdən (insanın davranışı və zahiri görkəminin normativ aspektini ifadə edən yazılmamış qanunlardan) fərqli olaraq, dəb – insanların riayət etmək istədikləri bir anlayışdır (sosial-dəyər aspektidir). Əgər geyim – vasitə, kostyum – müəyyən obrazın representasiya üsuludursa, onda dəb – həmin obrazın əmələ gətirilməsi qaydasıdır.

Tarixən belə yaranıb ki, geyim və kostyumla müqayisədə, dəb xeyli daha sonra əmələ gəlmişdir. Deyə bilərik ki, dəb orta əsrlər dövrünün yalnəz sonuna yaxın meydana gəlir; təsadüfi deyil ki, kostyumun tarixində “burqundiya dəbləri” kimi bir məfhum da mövcuddur. Daha bir mühüm qeyd – iyirminci yüzilliyə qədər dəb insanların yalnız oldıqca kiçik bir topluma aid edilirdi, bura hökmdarlar, zadəganlar, saray əhli (mütəlif mənbələrə əsasən, Avropa əhalisinin təqribən 5-10 faizi) daxil idi; qalan insanların kostyumu ənənəvi xarakter daşımış və əsrlər boyu ancaq cüzi, əhəmiyyətsiz dəyişikliklərə məruz qalmışdı. Belə kostyumun başlıca prinsipini müvafiqlik təşkil edirdi, yəni “varlığım nədirsə, görkəmə də odur”. Kostyuma görə insanın təkə sosial və ailə vəziyyətini deyil, həm də onun peşəsini, hətta yaşayış yerini də tam dəqiqliklə müəyyənləşdirmək mümkün idi. Dəb ilk əvvəl insanların yalnız dar çevrəsi üçün mövcuddur, lakin tədricən, zaman keçdikcə “varlığım nədir” geyimin seçilməsi prinsipindən başqa “görünmək istədiyim kimi geyinirəm” prinsipi daha böyük aktualıq kəsb etməyə başlayır. Belə ki, hələ onyedinci yüzillikdə provinsiyaya əyalətlərində yaşamış alfonslar özlərinin axırıncı pullarını xərcləməklə dəbli paltar kirayəyə görürərək şəhər anımlarını məftun edirdilər.

Dəbin mühüm cəhətləri qismində aşağıdakılar qeyd edilməlidir: nümayişkəranəlik (tamaşaçı, seyrçi olmasa dəbin mövcudluğu qeyri-mümkündür), sosiomədəni şərtləndirmə (dəbli kostyum həm avtorepresentasiya üsulu, həm də özünün və başqaların eyniləşdirilmə vasitəsi qismində xidmət edir), dəyişkənlik, hələ Uilyam Şekspir müəllif olduğu “Heçnədən çoxlu səs-küy” komediyasında yazırdı ki, “insanlar müqayisədə fason paltarı daha tez köhnəldir”. Dəbin daha bir

mühüm xüsusiyyəti – bu, müasirlikdir. Dəb yalnız “burada və indi” aktualdır. Dəbin oyun xarakteri barədə tez-tez deyilir. Dəbə yarışma ruhu - ən dəbli olmaq istəyi, təqlidçilik – dəbli obrazların sürətinin çıxarılması yolu ilə, riyakarlıq – “olmaq yox, görünmək” istəyi, könüllülük, oyun meydançaların mövcudluğu (kafə, küçələr, klublar) kimi oyun cəhətləri xasdır.

H.C.Blümerin təsnifatında dəbin yeddi funksiyası yer alır: 1 – dəb insanların fantaziyası və şıltaqlığın zərərsiz oyunu kimi; 2 – dəb tiraniya adətlərindən xilas olmaq imkanı kimi; 3 – dəb yeniliklərin tətbiqi ilə bağlı sanksiyalaşdırılmış riskin forması kimi; 4 – fərdə özünün “Mən”liyini aydın şəkildə nümayiş etdirməyə şərait yaradan forma; 5 – maraqların üstü örtülü ifadəsi üçün dəbdən istifadə olunması; 6 – dəb elit sinifləri “ayırd edir”; 7 – dəb sosial iyerarxiyada daha aşağı mövqələrdə qərarlaşmış insanların daha yüksək statuslu qrupla zahiri saxta eyniləşdirilmənin bir vasitəsi kimi.

Dəbdə əlçatmazlıq baryerini yaradan nə varsa, hamısı yüksək qiymətləndirilir. Dəb üçün ekspansiyaya, get-gedə daha da yeni qatların, qrupların, ərazilərin istila edilməsinə meyllər səciyyəvi xarakter daşıyır. Ancaq maraqlı və qəribə cəhət bundan ibarətdir ki, dəbi nə qədər çox sayda insan qəbul edirsə, onun əvəzlənməsi də bir o qədər tez başlayır. Dəb – kütləvi davranışı tədricən yaradan bir prosesdir. Müxtəlif sosial təbəqələr bir-birinə nə qədər yaxın olursa, təqlidçilik də bir o qədər də tezbaş verir ki, bu da, öz növbəsində, dəbin dəyişmə sürətinin yüksəlməsinə gətirib çıxarır. Bu gün “dəb” anlayışı bir neçə kontekstdə aktuallaşır: əvvəla, bu, dəb sənayesidir, burada uzunmüddətli, ortamüddətli və qısamüddətli dəb tsiklləri mövcuddur; «kutürdan» (fransız dilində - haute couture, italyan dilində - altamoda) və «pret-a-porte» (fransız dilində pret-a-porter) kimi bölgü vardır; ikincisi, dəb konkret modelyerin və dövrün ümumilikdə ideal barədə estetik təsəvvürlərin həyata keçirilməsinin sənəti kimi; üçüncüsü, zahiri görkəmi arzuolunan yaxud gerçək sosial vəziyyət, dini, milli mənsubiyyətlə uyğun bir halda atributlaşdırmağa imkan verən sosial hadisə.

Heç kimə sirr deyil ki, bugünkü dəb – qlobal bir hadisə kimi özünü artıq çoxdandır ki təsdiq etmişdir, o, dəbli obyektlərdə reallaşdırılmış dəbli standartların

aktuallaşdırılması vasitəsilə yayılan qlobal hadisə kimi dəyərləndirilməlidir. Əgər dəbli standart haqqında danışanda daha çox mədəniyyət nümunələrinin (davranış üsullarının, qaydaların) növ müxtəlifliyi nəzərdə tutulursa, dəbli obyektlər ifadəsi daha çox konkret əşyalar anlamını əhatə edir ki, burada dəbli standartlar özünün əyani təcəssümünü tapır (əşyalar, ideyalar, obrazlar). Dəbli tendensiyalar efemer (birgünlük, tezkeçən, tezötən, müvəqqəti) əşya-obrazilardan istifadə edir, onların praktiki əhəmiyyətə malik olması haqqında heç danışmağa belə dəyməz, bu obrazların başlıca təyinatı – gözəllik anlayışının müxtəlif variantlarına istinad etməkdir. Bu məhz belə səbəbdir ki, onların irəliləməsi də standart şəkildə baş verə bilməz, onların hər biri üçün ictimai tarixçə düşünüb tapılmalıdır ki, bu da, heç şübhəsiz, tək-cə yüksək keyfiyyətlərə malik olmasını deyil, həm də kifayət qədər geniş istedadın mövcudluğunu tələb edir. Bu gün tədarükçülərin böyük bir qismi öz sifarişlərini ilkin nümayişlərdə yerləşdirir, bunun nəticəsidir ki, ən dəbli nümayiş sözün əsl mənasında teatr tamaşasına dönür və həmin bu tamaşanı biz mövsümün estetik dominantlarının nümayişi də adlandırma bilərik.

Dəbli tendensiyaların haradan qaynaqlandığı barədə sual tədqiqatçı mütəxəssislər üçün ən maraqlı suallardan biridir. A.B.Hofman tərəfindən dəbli dəyişikliklərin iki istiqamətin – innovativ və tsiklik istiqamətlərin olması göstərilir. İnnovativ istiqamət həm əşyaların özünün, həm də onların geyinilməsi üsullarının yenilənməsini, yeni obrazların meydana gəlməsini nəzərdə tutur. Hofmana görə, innovativ proseslər üç əsas istiqamət üzrə baş verir: adət və ənənələrin aktuallaşdırılması vasitəsilə (Qədim Romanın mədəniyyətindən ilhamlanan Napoleon, kostyumun antik formaların dirçəlməsində və yenidən yüksəlməsində məhz belə iştirak edirdi), iqtibas edilmə vasitəsilə innovasiyalar (I Pyotr tərəfindən Avropa nümunəsi əsasında kostyumda islahatların aparılması), ixtira vasitəsilə (biçim, bərkitmə, materialların yeni normalarının meydana gəlməsi).

İnnovasiyanın dördüncü istiqamətini də – dəbli persona, dəbli tendensiyaların ötürücüləri (translyatorları) vasitəsilə trendlərin yayılması istiqamətini ayırd etmək olar. Belə ötürücü qismində həm real insan (madam Fontaj yaxud markiza de Pompadurdan başlayaraq Marlen Ditrax yaxud Jaklin Kennediyə qədər), həm də

uydurulmuş personaj (ədəbi qəhrəmandan ekranda canlandırılmış obraza qədər) çıxış edə bilər. Bu istiqamət “zadəganlıq dəbləri” zamanından aktualdır, o vaxtlar dəb yenilikləri onların “müəlliflərinin” təsiri sayəsində yayılırdı. İlk əvvəl dəbli yeniliklərin meydana gəlməsini seçilmiş, ayrıca götürülmüş şəxslərə - tac qoyulmuş şəxsiyyətlərə yaxud onlara yaxın insanlara aid edilirdi.

Məhz bu səbəbdən o dövrün yeniliklərinin böyük əksəriyyəti ya kuryoz-təsadüfi arakter daşıyırdı, yaxud fərdi-zəruri səciyyəvi idi. Birincilərə ən müxtəlif əfsanəvi yenilikləri, misal üçün, “fontanj” baş geyimi kimi yenilikləri aid etmək olar: bu yenilik madam Fontaj sayəsində tanındı, belə ki, bu qadın ov zamanı dağılmış saç düzümünü sarınma ilə altdan tutmuşdu. Daha bir misal – kişi şalvarında manjetlərin meydana gəlməsi. Məsələn burasındadır ki, VII Eduard pis havada gəzinti etdiyi zaman şalvarın balağını qatlamağı yadından çıxarmışdı, məhz bunun nəticəsində manjetlər dəbə minmişdir. İkinci tip isə xanım da Montal tərəfindən tətbiq olunmuş “panye” dəbi parlaq surətdə ifadə edir. Bu qadın özünün fiziki qüsurlunu – bədən quruluşundakı əyriliyi gizlətmək üçün karkas üzərində tikilmiş ətəkdən istifadə edirdi.

Dəbli tsikllər – bu, dəbin dəyişkənliyinin ikinci tərəfidir, bir çox alimlər onların tipologiyasını üzə çıxartmaq və onların sürəkliliyini müəyyənləşdirməyə çalışırlar. Dəbli tsikllərin əsasını dəbli standartların bir-birini əvəz etməsi (dar və enli, uzun və qısa) dayanır. Dəbli tendensiyaların daşıyıcıları qismində tarixən elita – hökmdarlar, “mədəniyyət qəhrəmanları” çıxış edirdi. Bu gün çoxlu sayda submədəniyyətlər mövcuddur ki, onların hər birində zahiri görkəmdə təcəssüm etdirilən özünün norma və idealları yer alır.

Dəbi kommunikasiyanın bir hissəsi kimi dəyərləndirmək olar, təbii ki, bu, mədəniyyətdə onun funksiyalarında da öz əksini tapır. Başlıca olanlar qismində aşağıdakılar hesab edilə bilər: kommunikativ – “özünükü-özgə” eyniləşdirmənin üsulu kimi; dəyər-oriyentir – dəbli kostyum bu gün nəyin yaxşı, nəyin isə pis hesab edildiyini əyani surətdə nümayiş etdirir. Estetik: мода – bu, incəsənətdir (dünyanın ən iri muzeyləri rəssam-modelyerlərin sərgilərini təşkil edir), dəbli kostyum – bu, epoxanın yaxud konkret insanın estetik ideallarının əks etdirilməsidir. Praktiki

funksiya – kostyum əldə edərkən, biz özümüzü rahat və komfortlu hiss etmək istəyirik (bu gün dəbli geyim istehsalçıları yeni ergonomik parçaların işlənilməsinə böyük diqqət yetirirlər, ancaq “dəb qurbanları” narahat geyimdə də əziyyət çəkəcəklər); simvolik – dini simvolikanın istifadəsindən tutmuş submədəni, sosialyönümlü rəmzlərin istifadəsinə qədər.

Sosiomədəni funksiyalardan başqa, dəbin öyrənilməsi zamanı kostyumun, aksesuarların, habelə vizual stilistikanın üslub, konstruktiv və texnoloji xarakteristikalarını nəzərə almaq lazımdır ki, onların mövcudluğu müəyyən dəbli obrazın yaradılması nöqtəyi-nəzərdən böyük əhəmiyyət kəsb edir. Sənaye istehsalı sferasında baş verən inqilabi dəyişikliklər, yeni texnologiyaların kəşfi, toxuculuq, biçim texnikası sahəsində yeni işlənmələrin həyata keçirilməsi, parçanın yeni növ v tiplərin, mütəlif materialların yaradılması geyimin və “müşayiətedici əmtəələrin” inkişafında birbaşa ilkin şərtlər qismində qəbul edilməlidir. İstənilən istehsalat sferası olduğu kimi, dəb sənayesi də qloballaşma şəraitində iqtisadiyyatın, siyasətin ümum vəziyyətindən asılıdır. Dəbin təsiri altında kostyumun inkişafı yeniliklərin ötürülməsi nöqtəyi-nəzərdən dayanıqlı kanallara malikdir. Dəbli obrazın yenilikçiliyi “informativ” nöqtələr vasitəsilə müəyyən olunur ki, onların üzərindən yeni dəbin ötürülməsi baş verir. Ötürülmə (translyasiya) parametrləri siluet, xətlərin parçalanaraq hissələrə bölünməsi, ornament, rəng ola bilər ki, bütün bunlar kostyumun formasını xarakterizə edən cəhətlərdir.

Beləliklə, dəbin tendensiyalarının təhlili zamanı əsas diqqət, ilk növbədə, siluetin, kostyumun proporsiyalarının dəyişməsinə, rəng qammasına, faktura dəyişikliyinə, yeni texnologiyalara, eləcə də aksesuarlara, saç düzümü və makiyaj, kostyumda “cəsarət” və “zəriflik” kimi obrazların kostyumda təcəssüm etdirilməsinə yönəldilir. Dəb sistemində geyimdən istifadə tərzinin situativ üslubunun situativ davranışa müvafiqliyini nəzərdə tutur. Geyim, aksesuarlar, vizual stilistika, davranış tərzini, insanın zahiri fəqləndirici xarakteristikaları və s. sosial, normativ, mədəni baxımdan mənimsənilən cismaniliyi əmələ gətirir. Qeyd etdiyimiz məqamların məcmusu kostyumun məhz vizual obraz olaraq dərk edilməsi imkanının mümkünlüyünü isbat edir.

1.2. Modanın öyrənilməsinin nəzəri əsasları

Tarixən dəbin öyrənilməsi sənətçilik tarixi çərçivəsində başlayırdı, nə zaman ki, ustadlar öz şagirdlərinə bütün peşə sirlərini ötürür (ilk əvvəl şifahi, daha sonra isə yazılı surətdə), bu sirləri qoruyaraq gələcək nəsillərin də bu zəngin irsdən faydalanmağı təmin edirdi. Çağdaş dövrümüzdə antiq sənətkarların sirləri gəlib çıxmışdır, orta əsrlər dövründə cəngavərlər müxtəlif xalqların ədəb və ərkanına, mənəvi xüsusiyyətlərinə, adət və ənənələrinə həsr olunmuş kitabları öz vətənlərinə gətirir, Huttenberq tərəfindən çap dəzgahının ixtira edilməsindən sonra isə sənətçilik peşələri mövzusunda çap olunmuş kitablar bütün Avropada geniş surətdə yayılmağa başladı. Kostyumu təsvir edərkən, səlnaməçilər, tarixçilər onu “qəribə, təəccüblü əşyaların tarixinin” bir hissəsi kimi təsbit edirdilər. Kostyumun tarixi səyyahların qələmə aldıkları həkayələrin, rəvayətlərin tərkib hissəsinə çevrilmişdir. Kostyum və dəbin tarixi həmçinin təsviri incəsənət, memarlıq əsərlərində də öz əksini tapmışdır. Misir məqbələlərində qədim ustadlar tərəfindən yaradılmış freskalara (divar naxışlarına) baxdıqda biz qədim misirlilərin xeyli əsrlər bundan əvvəl hansı paltardan istifadə etdiklərini görüb o qədim zamanların geyim incəliklərini təsəvvürümüzdə gətirə bilirik, avropa rəssamlarının çəkdiyi portretlər isə ötən yüzilliklərin kostyumlarını, zərgərlik məmulatlarını bizim üçün qoruyub saxlamış oldu. Odur ki, uzun müddət ərzində kostyumun tarixi dekorativ-tətbiqi incəsənət tarixinin tərkib hissəsi idi. Ondoqquzuncu yüzillikdə folklor, milli adət və ənənələrə olan maraq aktuallaşır. Rusiyada knyaginya Tenişeva ənənəvi rus kostyumunu toplamağa başlamış və bütün Avropanı Paris şəhərində təşkil olunmuş Beynəlxalq Sərgidə rus xalqının milli kostyumunun gözəlliyi ilə heyran etmişdir. Eyni vaxtda dizayn nəzəriyyəsi də meydana gəlməyə başlayırdı.

Mövcud olma, yaşama və gündəlik həyat kimi problemlərə elm XVIII yüzillikdə, xüsusilə də XIX-XX əsrlər dövründə müraciət etmişdi. Dəb nəzəriyyələri formalaşmağa başladı ki, burada onun (dəbin) qanunauyğunluqları və digər hadisələrlə əlaqələri üzə çıxarılmışdır. Bu vaxta qədər elmdə dəb haqqında təsəvvürlərin formalaşması prosesi digər nəzəriyyələr və fenomenlər sistemində və

fonunda baş verirdi. XVII əsrin sonları XVIII yüzilliyin əvvəlində yaşamış ingilis filosofu Entoni Eşli Kuper lord Şeftsbern despotik hakimiyyətə diqqət yetirmişdir ki, onu “düzgün dəb” insanlar üzərində bəzələyir. Bundan əlavə, onun insan mahiyyətini, adamların təbii zahiri görünüşünü necə təhrif etdiyi də ingilis filosofun diqqətindən kənar qalmadı. Eyni zamanda, Şeftsbern dəbin müsbət təsirə malik olduğunu da etiraf edirdi, o, “xeyirxah təbiət dahisi yaxud düzgün tərbiyə gücü tərəfindən təbiətinə görə nəyin zərif və ləyaqətli olduğunu hiss etməyi baxımından düzgün hiss etməyi öyrədilmiş” adamları dəbli cənablar adlandırırdı. Həmin dövrdən başlayaraq, dəb humanitar biliyin müxtəlif sahələrində öyrənilmə predmetinə çevrilir. İ.Kant dəbin diktatı fenomeninə özünəməxsus tərzdə tərif vermişdir: “Qanun – bu, başqaları ilə müqayisədə daha az əhəmiyyətə malik olmadığını nümayiş etdirməyin cəhdidir və məhz bu cənd dəb adlandırılmalıdır, eyni zamanda hər hansı faydanın olub-olmaması burada qətiyyətlə nəzərə alınmır. Dəbi eyni dərəcədə həm “şöhrətpərəstlik subrikasına”, həm də “sarsaqlıq rubrikasına” aid etmək olar, çünki bu zaman müəyyən bir məcburiyyət özünü büruzə verir – söhbət cəmiyyətdə başqaları tərəfindən nümayiş etdirilən örnəkdən sırf könlük asılılığa düşmək kimi məcburiyyətdən gedir. İstənilən dəb artıq özünün anlayışı nöqtəyindən nəzərdən dəyişkən həyat tərzindən ibarətdir.” H.Hegel müəllif olduğu “Ruhun fenomenologiyası” əsərində dəbin müsbət rolunu bir kommunikasiya, bir insanın digər insan üçün cəlbədiciliyin, bağlılığın, rəğbət bəsləməyin formalaşdırılması vasitəsi kimi dəyərləndirir. Dəbin şəxsiyyətə, şəxsiyyətlərarası münasibətlərə bu cür səmtləşdirməsi bu hadisənin mövcudluğunda və dərk edilməsində dominant roluna malik olmağa, üstünlük təşkil edən fenomenə çevrilməyə başlayır.

1889-cu ildə dəbin ilk nəzəriyyəçilərindən biri kimi tarixə düşmüş N.Reynqard qələmə aldığı “dəbin sosial və iqtisadi əhəmiyyəti” işində dəbin xarakteristik üsusiyyətlərini, onun səciyyəsinə bu cür ifadə edir: “Dəb fərdilik, yəni təkrarolunmazlıq, unikalıq aşkar surətdə ifadə olunduğu şəxsiyyət tərəfindən və şəxsiyyət üçün açılır. Başqa sözlə desək, dəb – bir insanın digər insana sosial göstərişin xüsusi növü kimi attraksiyanın formalaşdırılması vasitəsidir ki, burada ona (həmin insana) qarşı əsas etibarilə müsbət-emosional münasibət təqdim olunur.”

Bu gün “attraktor” sinerji paradiqma çərçivəsində ən başlıca anlayışlardan biridir və maksimum dayanıqlığın son hədd vəziyyəti kimi müəyyən edilir ki, həmin vəziyyətə nail olunduqdan sonra sistem özünün əvvəlki vəziyyətlərdən heç birinə qayımaq iqtidarında deyil. Dünyanın sistemliliyi, bütövlülülü ideyalarına, eləcə də onun haqqında elmi biliyə, qeyri-xətti olması (çoxvariantlılığı və qaçılmazlığı) barədə ideyalara söykənən sinerji, təkamül, mürəkkəb sistemlərin özünü təşkil edilmə nəzəriyyəsi kimi dəb fenomenin yөрənilməsinə dair öz üsullarını tətbiq etməyə imkan verir. Bu istiqamətin başlıca postulatlarından biri mürəkkəb təşkil olunmuş sistemlərin inkişafı prinsipidir. Qeyd edilmiş həmin sistemlər isə kritik nöqtəyə çatarkən sıçrayışlı şəkildə transformasiyaya uğramaq və köynə, lakin yeni tərtibli struktur bazasında yeni strukturu əmələ gətirmək iqtidarındadır. Bu kimi konsepsiya dəbin və kostyumun inkişafını izah edir ki, onlar öz vəhdətində populyarlığın ən yüksək zirvəsinə nail olaraq, təməlidə əvvəlki mərhələ barədə yaddaşa malik yeni istiqamətlərə və cərəyanlara transformasiya edir. Dəb nəzəriyyəsi iyirminci əsrdə fəal surətdə inkişaf edirdi. Bu gün kostyum və dəb fenomenləri müasir elmi yanaşmaların istifadəsi ilə bir çox fənlər – kulturologiya (mədəniyyətşünaslıq), marketinq, estetika və bu kimi digər fənlər tərəfindən öyrənilir. Tədqiqatçılar dəb fenomenin öyrənilməsinə dair bir sıra yanaşmaların tətbiq edildiyini göstərir.

Fəlsəfə çərçivəsində dəb J.Lipovetski, J.Bodriyar, P.Bart, L.Svenson tərəfindən nəzərdən keçirilir. Motivasiya yanaşması şəxsiyyət motivlərin, o cümlədən, rəğbət qazanmaq və doğru olmaq kimi motivlərin prinsiplərinin öyrənilməsinə, eləcə də dəbin bir emosional boşalma kimi tərifə söykənir (Ya.L.Kolominski, B.F.Porşnev).

Dəbin psixoloji aspekti də buna oxşar tərzdə nəzərdən keçirilir, çünki dəb insanın həyat fəaliyyətinin xarakterini sosial mühit, əşya dünyası və özü ilə qarşılıqlı təsir prosesində müəyyən edən bir dəyər kimi anlaşılır. M.Kiloşenko representativliyə, dəb haqqında bir əfsanə olaraq təsəvvürlər əsasında qurulan dəbin proqnozlaşmasına dair yanaşmanı təklif edir ki, bu da mədəniyyətin daxili və xarici formalarına insanların münasibətini nizamlamağa imkan yaradır.

Avtokratik yanaşma – “Dəb kralları” məfhumu vasitəsilə dəbin yaranmasında şəxsiyyətin rolunu vurğulayır ki, burada keçmişdə monarxın yaxud bugünlərdə kutürənin oxşarlığı eyni bərabərdə nəzərə çarpır. Bu nöqtəyi-nəzərdən XX əsrin kostyumunun tarixini bir çox hallarda dəbli evlərin və modelyerlərin tarixi kimi dəyərləndirirlər (L.Qorbaçova, A.Vasilyec, Ş.Zelinq).

Hadisəli (müqayisəli, tarixi-mədəni təhlil) yanaşma kostyumun və dəbin tarixini iqtisadiyyatın və siyasətin inkişafı ilə əlaqələndirir (M.Mertsalova, Ye.Kireyeva, S.Vankoviç).

İdeoloji yanaşma əsas etibarilə dəbin ictimai əhval-ruhiyyəsindən, həmin cəmiyyətin ideoloji məsələlərindən, norma və dəyərlərindən asılılığı ön plana çəkir (A.Hofman, M.Topalov, R.Fişman).

Dəb həm əlamətlər sistemi kimi də öyrənilir, onu məzmunun ifadəsi kimi qəbul edirlər (Yu.Lotman), həm də semiotika baxımından dəyərləndirilən sosial informasiyanın müəyyən emalı kimi (L.Petrov). Kostyum şəxsiyyətlərəarası kommunikasiya vasitəsi qismində (L.Petrov, V.Borev) yaxud ünsiyyət prosesində təsir üsulu kimi (İ.Andreyeva, A.Kovalenko) tədqiq olunur.

Kostyumun araşdırılması məsələsinə dair gender yanaşmasının əsasını təkcə müxtəlif statuslarda, rollarda və kişi ilə qadının həyatının digər aspektlərində mövcud olan fərqlərin təsviri deyil, cəmiyyətdə təsdiq olunan hakimiyyət və dominantlığın təhlilinin həyata keçirilməsi təşkil edir. Gender nəzəriyyəsi də həmçinin biliyin müxtəlif sahələrini inteqrasiya edən fənlərəarası elmlər sırasına aiddir. Bu, mədəniyyətin öyrənilməsi istiqamətində tətbiq edilən xüsusi spesifikasiyə malik strategiyadır. Həmin strategiyanın əsasını mədəniyyətin inkişafının qanunauyğunluqlarını təyin etməyə imkan verən amillərin hər biri kimi mədəni təcrübənin “kişi” və “qadın” təzahürlərinin subordinasiyasının üzə çıxarılmasına əsaslanır. “Kişi” təzahürləri haqqında danışanda biz səmərəli, ruhani, mədəni cəhətləri, “qadın” təzahürləri deyəndə isə - duyğulu, cismanı, günah kimi məsələləri tuturuq. Mədəniyyətlərin müxtəlif tipləri, eləcə də müxtəlif ideologiyalar cəmiyyətdə kişi və qadının yerinin və rolunun gender obrazlarında ifadə olunan özünəməxsus şəkildə anlaşılma tərzini təklif edir. Qeyd etdiyimiz həmin bu

təsəvvürlər “sosial rollar” (A.İqli), status fərqləri (R.Unger və M.Krouford), pəstətar strategiyalar (Ye.Okladnikova) vasitəsilə məkanda cinslər arasındakı münasibətləri müəyyən etmiş olur.

“Dəb sistemi” kimi fundamental bir əsərin müəllifi olmuş R.Bart geyim məfhumunun aşağıdakı kimi bölgüsünü verir: “real” – istifadə etdiyimiz geyimlər, “geyim-obraz” – vizual baxımından məniməsnilən və “geyim-təsvir” – danışığa çevrilmiş geyim. Hazırki araşdırmamız üçün R.Bart tərəfindən aparılmış “geyim-obrazın” təhlili daha əhəmiyyətlidir. Doğrudur, öz seçimini o, “geyim-təsvir”in lehinə verir, çünki onun başlıca məqsədi – informasiyanın ötürülməsidir ki, burada da əsas məzmun – “Dəbdir”. Ancaq qeyd etmək lazımdır ki, belə bir yanaşmanın tətbiqi dəbin sisteminin araşdırılması istiqamətində məhsuldar ola bilər, ancaq kostyumun bir vizual obraz olaraq inkişafının təhlili üçün məhz “geyim-obraz”ın ikonik strukturu daha mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Vizual stilistika, aksesuarlar və davranış tərzləri R.Bart tərəfindən geyim növlərinin siyahısını mürəkkəbləşdirən, onu, daha dəqiq desək, ağırlaşdıran spesifik xüsusiyyətli amillər kimi müəyyən olunur. Dəbin inkişafının təhlili üçün bu amillər müəyyənləşdiricidir, çünki məhz onlar öz qarşılıqlı fəaliyyət və təsir nəticəsində kostyum (vizual obraz) yaradır və obrazın müxtəlif dərəcələrini (qradasiyaları) canlandırır, göz ümumə gətirir. Dəbin (o cümlədən, onun geyim və kostyumla bağlı olduğu sferanın) tədqiqatlarında obraz təqlidçilik və tirajlanma obyektini kimi nəzərdən keçirilir. Obraz informasiyanın cəmləşdiyi məkana, informasiyanın mənbəyinə çevrilir. Obraz, gündəlik həyat aləmi ilə bağlı olan birbaşa yaşam, təəssürat, duyğu kimi insan üçün bilik və təsəvvürlər bazası qismində çıxış edir, buna müvafiq olaraq, kostyum “dünya modeli”, onun müəllifinin/sahibinin dünyasının modeli kimi dəyərləndirilə bilər.

FƏSİL II. XX ƏSRİN II YARISI - XXI ƏSRİN ƏVVƏLLƏRİNİN MƏDƏNİYYƏTİNDƏ MODA ƏNƏNLƏRİNİN DİNAMİKASI

2.1. 1960-cı illərin moda və gənclik mədəniyyəti: yenilikçilikdən fudurizmə qədər

1960-cı illərin dövrü “narkotiklər və rok-n-roll” zəmanəsi adlandırırlar. Həmin dövrlərdə narkomaniyanın ağır fəsadları hələ bir o qədər tam təfərrüatla təsəvvür edilmir, “həblərin” icad olunması isə qadına seks azadlığını, uşaq doğumuna nəzarət imkanı verir. Bir tərəfdən, iqtisadi yüksəliş müşahidə edilir, Yuri Qaqarin kosmosa uçar, bu da dizayn və dəbdə kosmik üslubun inkişaf etdirilməsinə səbəb olur. Digər tərəfdən – bu, Berlin divarının, Afrikada müstəmləkə sisteminin dağılması, Koreyada müharibə dövrü idi.

Ceremi Paskal müəllif olduğu “Rik-musiqisinin illüstrasiya olunmuş ensiklopediyası”nda yazırdı ki, əgər gənclər daha əvvəlki zamanlarda yaşı ötmüş uşaqlar yaxud həddi-buluğa çatmamış böyüklər kimi başa düşülürdüsə, artıq 1950-ci illərdə gənclər özlərinə məxsus mədəniyyət əldə edir. Gənclər mədəniyyəti, gənclər musiqisi və dəbi meydana gəlir. Bricit Bardo və Odri Höpbörn gənliyin bir hissəsini kumirlərinə çevrilir. Bu, seksual inqilabın zamanıdır ki, onun başlanğıcını qadına əvvəllər təsəvvürə belə gətiriləsi mümkün olmayan azadlığı verən “həblərin” icadı ilə əlaqələndirirlər (femen qadınların böyük əksəriyyəti hesab edirdi ki, həblər kişiləri məsuliyyətsiz edir). “Pill” – seksual azadlığın rəmzi kimi – qadınlar iqtisadi cəhətdən müstəqillik əldə etdikdən, ictimai əxlaq isə vətəndaş hüquqları və “gəclik üslyanı” kimi hərəkətlərin təsiri altında dəyişikliyə uğradıqdan sonra meydana gəlmişdir. Boşanma və təkrar nigah, yeni seriyalı monoqamiya adıləşir, seksual münasibətlər və uşağı dünyaya gətirmə isə bir çox hallarda nigahdan kənar baş verir.

Avtomobil bümü “drayv-in” adlı bir hadisənin (insanlara elə onların avtomobillərindəcə qulluq göstərən kafelər) əmələ gəlməsinə səbəb olmuşdur ki, bu da 50-ci illərin dizaynına əhəmiyyətli dərəcədə təsir etmişdir. Avtomobillərin detallarını atırladan xromlanmış detalların istifadəsi, xətlərin dürüstlüyü – xalis fundamentalizm yeni üslubun yaradılmasına səbəb olacaqdır. Dizaynda “amerikan

üslubu” eyni ilə “həyat bu gün” ideyasını irəli çəkirdi. Parlaq əşyalar, xrom, ucuz plastik, birdəfəlik qabların istifadəsi kiçik pullar hesabına müasir olması ilə seçilmək imkanı verirdi.

Kinoulduzlarla birgə gənclərin zəkasına musiqiçilər də təsir göstərirdi - TheBeatle (Bitlz), RollingStones (frontmen Mik Caggerlə birgə qrup), gənclər üçün jurnallar nəşr olunmağa başlayır, təhsilə olan dəb inkişaf edirdi. Gənclərin bir hissəsi öz kefi üçün yaşamağa pul xərcləməkdə davam edir, digər qismi isə solçu ideyaları dərinlən öyrənirdi. F.Kastro, Çe Gevarra bir çoxları üçün ideallara çevrilir. Qərb burjua istehlak cəmiyyətinin inkişafına alternativ olaraq Şərq fəlsəfəsi, qədim mədəniyyətlərin irsi, təbiətə qayıdış görünməyə başlayır. Bu zaman kontrmədəni gənclik submədəniyyətlər də formalaşmağa başlayır. Koreyada baş verən müharibə (1950-1953) mövcud dünya nizamı ilə bağlı gənclərin narazılığını aktivləşdirmiş oldu.

Böyüklərdən fərqlənmək istəyi gənclərin submədəniyyətlərin böyük əksəriyyəti üçün səciyyəvidir, onlar üçün geyim həm mədəni, həm də siyasi meyillərin göstəricisinə çevrilir. Hələ 1950-ci illərdə J.P.Sartr, A.Kamü, Simona de Bovuar burjua cəmiyyətinə özlərinin müxalifətçi mövqelərini nümayiş etdirirlər, bunu həmçinin zəhiri görkəmləri ilə də edirlər. İntellektual gənclər sırasında burjuaya oxşamamasının rəmzinə qara əmək yaxud şalvarla birgə geyinilən qara sviter (“qara pul”) çevrilir. Rəsmi dəbdən fərqli olaraq, belə kostyum sosial və cinsi fərqləri nəzərə çarpdırmır, onları hamarlaşdırır, hətta aradan qaldırır, bütün insanların bərabərlik rəmzi olmağa başlayır.

ABŞ-da botniklər (D.Kerruak, U.Berrouz, A.Ginzbur) “hip” (“dözümlülük” caz terminindən əmələ gəlib) termini dövriyyəyə buraxırlar. Şərq fəlsəfəsinin təsiri altında botniklər “dzen” anlayışını özlərinə məsus tərzdə interpretasiya edərək, insanın həyat cığırını bir yol olaraq görürlər, bu səbəbdən də səyahət etməyə başlayırlar. Onların kostyumuna cins şalvar, qalstuksuz geyinilən ordu köynəkləri – respektabellik simvolu daxil idi. D.Hopperin çəkdiyi “Qayğısız səyyah” (ingilis dilində «EasyRider») filmi botniklərin ideoloji manifestinə, o cümlədən kostyumda da təqlidçilik örnəyinə çevrilir. “Qayğısız səyyah” adlı ekran əsəri roud-muvi və

“turşu vesterni” üslubların, amerikan müstəqil kinosunun və Yeni Hollivud məktəbinin ənənələrinin başlanğıcında dayanır.

Hipsterlər “zut” varisləri idi və ilk olaraq caz əyləncələrdə yaranmışdır. Onların zahiri görkəmi kostyumların parlaqlığı, qeyri-adi parçaların istifadəsi, parlayan dekorun tətbiqi ilə fərqlənirdi. Hipsterlərə Çarli Parker adlı musiqiçini aid edirlər.

Teddi-boy (“teddi”, neoedvardiançı centlmenlər) İngiltərədə meydana gəlmiş və ilk beynəlmiləlçi hərəkətlərdən birinə çevrilmişdir. “Teddi” (ingilis dilində TeddyBoy) məfhumu 1953-cü ildə “qızıl gəncliyi” və VII Eduard epoxası dəbində geyinənləri təqlid etməyə çalışan fəhlə sinfinə aid gənc adamların göstərilməsi qismində yaranmışdır (Teddi – bu, Eduard adının qısaldılmış variantıdır). Fəhlələr dəbdəbə və eleqanlı geyinir, öz mənşəini gizlətməyə çalışırlar. Dar şalvar, məxməri latskanlı olduqca dar pencəklər, başlarda briolinlənmiş kokilər, mikrosökülmədə botinkalar. Şalvar qısa idi, altından isə corablar görünürdü. Dama-dama parçalar çox populyarlaşmışdı. Rəng qamması boz-bej-qəhvəyi-qara idi. Bu uşaqların kumiri Elvis Presli idi, onlar həmçinin kantri, blüz və rok-n-roll qulaq asırdı. Amerika Birləşmiş Ştatlarında teddinin öz variantı – rokabilçilər meydana gəlmişdir. B 1960-x их кумиром станут «TheBeatles». SSRİ-də stilyaqaqlar (guya ən son moda sayılan qəribə geyimi, qiyafəsi, zahiri görünüşü ilə özünü başqalarından ayıran adamlar, modabazlar, bəzəkbazlar) meydana gəlir, yerli teddiləri belə “Krokodil” yumoristik jurnalı adlandırır, həmçinin şatniklər də (geyimin yalnız amerika markalarından istifadə edənlər) də görünməyə başlamışdı.

1950-ci illərdə motosikllərdə ötüşənləri baykerlər adlandırır, “Vəhşi” və “İstək” tramvayı” filmlərində Ceyms Din, Marlon Brando baykerlərin ürəyincə olan geyimi nümayiş və təşviq edirlər. Dəridən hazırlanmış, rahatlıq üçün hərbi ilgəklə gödəkcələr, futbolkalar (idman köynəklər), cins şalvar – bütün bunlar onların özərinə məxsus uiformasına çevrilir. Hərbi üslubdan başqa, onlar həmçinin kovboyların üslubunu da iqtibas edir – cins şalvar və kovboyların kazak-uzunboğaz çəkmələri (kaza-sapoqlar)

1960-cı illərdə yeni gənclik submədəniyyətlər meydana çıxır ki, onların bir hissəsi 1950-ci illərin ənənələrini davam etdirirdi. Modlar (ingilis dilində Mods, Modernism, Modism, modernistlər) Elvis Preslinin mahnılarını deyil, M.Devisin cazını, «SmallFaces», «Kinks» və «TheWho» kimi qruplara qulaq asırlar. Frenk Roddemin lentə aldığı “Kvadrofeniya” film eyni adlı «TheWho» qrupunun 1973-cü il tarixli albomu əsasında çəkilməmişdir və bu günə qədər sözügedən dövrün ən mübahisəli mədəniyyət fenomenlərindən biri hesab edilir. Zənn olunur ki, hərəkət İtaliyada kinematoqrafın təsiri altında yaranmışdır; bu kimi qruplar Fransada da var idi – yeni fransa dalğasının (F.Trüffonun, J.L.Qodarın) filmləri ilə maraqlanan gəncl nəsil. Bu zaman “Roma tətilləri” və “Dolce Vita” filmləri ekran üzü görür. Bu filmlərin qəhrəmanları üç düymə ilə düymələnən pencəklər (real həyatda adətən bir yaxud iki düyməyə düymələnir) geyinir, şalvar isə kifayət qədər dar idi, ayaqqabı ucu da darlıqda onlardan geri qalmırdı. Öz pullarını modlar Karnabi-strit küçəsində yerləşən butiklərdə ərcələyir, bir çox hallarda orada aldıkları əmək haqlarını tam həcmdə qoyub çıxırsalar da, öz qarderoblarında yalnız bir dəbli kostyumun olmasına nail ola bilirdilər. Onların dəbdə minimalist və, müəyyən dərəcədə, dendi varisləri adlandırmaq olar. “Daha az, deməli daha yaxşı” kimi səslənən şüar XIX yüzillikdə irəli sürülmüşdür və modlar üçün həyat prinsipi təşkil edirdi. Sonralar 1990-cı illərin dəb minimalizmi modlar üslubundan çox şeylər iqtibas edəcək. Ən dəbli nəqliyyat və hərəkətmə vasitəsilə motorrollerlər çevrilmişdir. 1962-ci ildə «TheBeatles» modlar üslubunda olan geyimə üstünlük verirlər. Modların üslubu elit dairələrinə qədər gedib çıxmışdır və geyim dizaynerləri tərəfindən qəbul olunmuşdur. 1959-cu ildə Pyer Karden girdə formalı kəsiyə malik velvet parçadan tikilmiş dar pencəkləri, dik yaxalıqlı “Neru” jaketlərini, dar şalvarı təklif edir.

Rokerlər modların düşmənləri idi, onların fikrincə, qarşı tərəf hədsiz dərəcədə incə və zərif görünürdü və onların kosmopolitizmi qəbul etmirlər. Roker adını onlara modların özləri vermişdir (bu ad rok-musiqisini dinləyən baykerlər kimi yaranmışdır). 1964-cü ildə Braytonda modlar və baykerlər arasında məşhur döyüş baş tutmuşdur. Baykerlərlə müqayisədə, rokerlər kostyumlarda daha çox detallardan – dəri “tikanlardan”, tikmələrdən, yazılardan, kulonlardan, asmalardan və bu kimi

digər elementlərdən istifadə edirdi. Onların motosiklləri də müvafiq qaydada bəzədilirdi. Rokerlər patriotizm və brutallıq tərəfdarları idi.

Skinhedlər milli hərəkət kimi deyil, sinfi hərəkət kimi meydana gəlmişdir. Onların düşmənləri fəhlələri sıxışdıran, incidən burjua sinfinin nümayəndələri idi; daha sonra, 1970-ci illərdə isə onlar millətçilərə çevriləcəklər. Təbii ki, skinhedlərin modlardan xoşu gəlmirdi, çünki onları öz siniflərinin xaini, satqını hesab edirdilər. İstifadə etdikləri kostyumlarda skinhedlər daim öz fəhlə mənşəini nəzərə çarpdırır – “donklar” (doker gödəkcələri), dəri koketkalı kobud yun materialdan tikilmiş palto yaxud yarım palto, kobud şalvar, uzun enli pencəklər, ağır doker botinkaları. “Dəribaşlar” (“skinhed” sözünün tərcümə mənası belədir) adı dəbli olmayan qısa saç düzümünə görə verilmişdir.

Amerikada XX yüzilliyin 60-cı illərin sonu “hippi” kimi tanınan yeni gənclər hərəkəti ilə xarakterizə olunurdu ki, bu hərəkət ümumilikdə bütöv cəmiyyətə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərirdi. Hərəkət ötən əsrin 60-cı illərin lap əvvəlində Kaliforniyada yaranmış və müxtəlif tərkibli idi (pasifistlər, folk-istiqlamətələr və s.). Qismən də olsa, hippinin yaranması vyetnam müharibəsinə qarşı çıxış edən pasifistlərin hərəkəti ilə bağlıdır. Təqlidçilik üçün nümunə qismində onlar altı hindunu seçiblər. 1968-ci ildə K.Kastenada müəllif olduğu “Aki tayfası hindularının İdrak Yolu” adlı və “Don Xuan nəzəriyyəsi” seriyasına daxil olan ilk kitabını dərc etdirir. Gənc möhkəmlənməmiş zəkalar həmin kitabda narkotiklərin istifadəsinə bəraət tapmışdılar. Gənc nəsil burjua dəyərlərindən imtina edilməsinin tərəfdarıdır, sadə həyat tərzini, kasıblığı, mülkiyyətin olmamasını təbliğ edir. “Müharibə ilə yox, sevgi ilə məşğul olun” – bu, hippilərin şüarı idi. Hippilərin geyimində cinsi mənsubiyyət əlamətlərinə yer yox idi, o, kifayət qədər səliqəsiz, etno və kovboy üslublarının uzlaşdırılmasına əsaslanırdı: cırıq cins şalvar, hindu ornamentlərlə nışlanmış köynəklər, “feneçka” və “hayraytniklər”. 1968-ci ilin tələbə çaxnaşmalarından sonra hippi obrazı reklamda yer almağa başlayır; “feneçka” və sürtülmüş cins şalvar satılan mağazalar fəaliyyətlərinə start verir.

“Androhin gənc oğlan” və “homo- yaxud biseksual şəxs” kimi obrazların aktuallaşması hippinin populyarlığı ilə bağlıdır. Onların meydana gəlməsi

“hippinin” populyar olmasından asılı idi ki, onların meydana gəlməsi isə, artıq qeyd etdiyimiz kimi, qismən də olsa vyetnam müharibəsinə qarşı çıxış edən pasifistlərin hərəkatı ilə bağlı idi. Müharibə aparmaqdan imtinanı ənənəvi “maskulinlik” kimi dəyərləndirilə bilər. Bu dövrdən başlayaraq kişi davranışı strategiyalarına qadın davranışın elementlərinin daxil edilməsi müşahidə olunur – empatiya, altruizm, emosionallıq və s. Şərqi fəlsəfəsinə doğru meyillənmə şərq, hindu və afrika xalqlarında istifadə olunan kostyumda milli etnik motivlərin təqlidçiliyini şərtləndirmişdir – uzun saçlar, yapışan siluet.

Hippi mədəniyyəti yüksək dəb tərəfindən yenidən dərk olunmağa başlayır, “çirkab quyusu estetikası” podiuma daxil olur. 1968-ci ildə E.Vebberin “Saçlar” müzikli, 1969-cu ildə isə məşhur Vudstok rok-festivalı baş tutmuşdur. Hippi mədəniyyətinin dəbə təsiri yalnız 1960-cı illərin sonunda – 1970-ci illərin əvvəlində kantri-kovboy üslubunun inkişafında və dəbdə milli-etnik motivlərin meydana gəlməsində, habelə amerikalı hinduların, şərq və afrika xalqlarının kostyumunun təqlid edilməsində və “safari” üslubunun üstün tutulmasında özünü büruzə verməyə başlayır.

Artıq dəbdə vahid nümunə mövcud deyil – bu, üst pilləyə fərdliliyi, üslublarla oyunu, incəsənətdə və mədəniyyətdə ali və aşağı dəyərlərin dialoqunu qaldırmış postsənaye dövrünün başlanğıcı idi.

1968-1969-cu illərdə eyni anda ələyin üç uzunluğu – mini, maxi və midi. Maksinin uzunluğu bu zamanın retro-tendensiyaları ilə bağlı aktualdır. “Doktor Jivaqo”, “Boni və Klayd” kimi filmlər təqlidçilik üçün nümunəyə çevrilir. Sonralar küçə dəbinin üslubları modelyerlər üçün başlıca ilham mənbəyinə çevriləcək, hələlik isə rəsmi dəb bu dəyişiklikləri görmür, İv sen Loran tərəfindən isə “Bitnik” kolleksiyasını əmələ gətirmək cəhdləri uğursuzluğa düşər olur.

Bütün bunların nəticəsidir ki, 1960-cı illərdə dəbli Paris gənclər üçün geyim yaradılan Londondan geri qalmağa başlayır, Kinql-roud və Karnabi-stritdə isə ən müasir geyim mağazaları açılır. Londonda demokratik gənclər dəbinin gur inkişafı müşahidə olunur. Küçələrdə qızlar artıq mini-ətəklərdə oturur; Soxo, Çelsi gənclik dəbinin əsas mərkəzləri olmağa başlayır. Mini-dəb – Londonun küçələrində yeni

tendensiyaları müşahidə edə bilmiş Meri Kvant tərəfindən yaradılmış emansipasiya və seksual inqilabın rəmzidir. 1955-ci ildə M.Kvant “Bazar” adlı kiçik bir mağaza açır, burada rahatlığın, parlaq rənglərin və tərəvətin uzlaşması ilə hamını heyran edən sadə və ucuz modellərin satışını təşkil edir. M.Kvantın modelləri gənc auditoriya arasında tez bir surətdə populyarlıq qazanır. 1963-cü ildə o, bütün dünyada geyim əşyalarının satışının təşkil edilməsi məqsədilə “Cincir qrupp” şirkətini təsis edir və “ilin qadını” titulu qazanır. Koko Şanel kimi, M.Kvant da tiktirdiyi paltarların ən yaşı modeli və reklamı hələ özü idi. Amerika Birləşmiş Ştatlarında mini-dəb 1965-ci ildə J.Kennedinin mini-ətəkdə görünməsindən sonra rəsmi status əldə edir.

Əgər tarixi yada salsaq, geyimdə minimalizm və asketizm hər zaman ilk yerlərdən birini tuturdu, bu da dəbdəbə və sərvətin sui-istifadə hallarına bir reaksiya kimi ortaya qoyulurdu ki, bu da, öz növbəsində, həm iqtisadi, həm də sosiomədəni böhranın müjdəçisidir. Misal üçün, erkən orta əsr dövrünün geyimlərinin sadəliyi Roma imperiyasının dəbdəbəli həyat tərzini əvəzləmişdi, Fransız inqilabı zamanların sadə “a-lya antik” paltarları rokoko kimi parlaqlığı ilə göz qamaşdıran üslubun yerini tutmuşdu. XX yüzilliyin ikinci yarısında mövcud olmuş mədəniyyət paradıqmasının əksinə yüksək dəb kütləvi dəb aləmindən ideyalar əldə etməklə öz epoxasının estetik tələblərinə cavab verirdi. M.Kvant dəbin məhz küçədə yarandığını dərk edən ilk insanlardan biri olmuşdur. İnsanların əhval-ruhiyyəsini duyaraq. Xanım Kvant onlara müasir, rahat və yaraşığı əşyalar təklif etmişdi. Özünü rəsmi yüksək dəbə qarşı qoymaqla, o, bəyan edirdi ki, yaxşı zövq – ölüm, vulqarlıq isə - həyatdır. Vulqarlıq burada təkcə pis zövq deyil, bu, zorla qəbul etdirilmiş standartlara sığışmayan bir anlayışdır.

Mini-donlar və ətkləri alçaq dabanlı, kvadrat yaxud girdə uclu tuflilərlə geyinmək təklif olunurdu. В 1965 году 1965-ci ildə Kvant rəngli sintetik kolqotkalar, 1965-ci ildə isə - polixlorvinildən hazırlanan uzunboğaz çəkmələr (sapoqlar) təqdim etmişdir. Təbii ki, yeni vizual görkəm həmçinin yeni saç düzümünün meydana çıxmasını tələb edirdi. 1969-cu ildə ekran üzü görmüş və baş rolda Bricit Bardo çəkildiyi “Babetta müharibəyə yollanır” filmin nümayişindən

sonra həmin aktrisanın canlandığı obrazın saç düzümü dəbə minmişdir. Parisdə Jak Dessanj belə saç düzümü kütləvi dəbə daxil olunması istiqamətində fəal işlər görür, lakin “bebetta” adı almış bu saç düzümü ciddi qulluq və tez-tez bərbərxanalara baş çəkməyi tələb edir ki, bu da yeni zamanın reallıqlarına bir o qədər də uyğun gəlmirdi. Xanım Kvantın dostu olmuş londonlu bərbər Vidal Sassun sadə həndəsi formalı saç düzümləri təklif etmişdir. Onların əsas xüsusiyyətlərdən biri formanı yaxşı salmaq imkanına malik olması idi və bu cəhət həm rəqs, həm də iş üçün tam rahatlığı təmin edirdi. V.Sassun tərəfindən “Yu və get” adlı şampun təklif edildikdən sonra saç üçün laka və buqıduyə artıq ehtiyac yox idi. Hazırda qadınlar özləri öz saç düzümünə peşəkar qulluq edə bili, bərbərxanalara daha gec-gec baş çəkir və pis yava səbəbindən yaxid hərəkət etdikləri zaman baş nahiyəsinin səliqəsiz görünə biləcəyindən heç bir narahatlıq keçirmirdilər.

Burjua dəyərlərinə qarşı bir etiraz əlaməti olaraq küçədə yaranmış “mini” dəbi tez bir surətdə təkə emansipasiya rəmzi deyil, daha çox geyimin əsas üslublarının birinə çevrilmişdir. Mini qadınları cavanlaşdırdığı üçün populyarlıq qazanmışdır. Cavan fəaliyyətli, işgüzar ledinin yeni obrazı müxtəlif nəsillərin qadınlarının zövqünə oxşadı. Deyə bilərik ki, “mini” gənc qızlar və ciddi qadınlar üçün özünəməxsus uniformaya çevrilmişdir.

“London” reklamı üçün prodüser Jak Vılnoy yeni Tviqqi (nərmənazik) modelini kəşf edir. Tviqqi (Lesli Hornbi) yeni üslubun rəmzi idi və 1966-cı ildə “ilin siması” adlandırılmışdır: o, dəbli paltar üçün təkə “asılqan” deyil, həm də təqlidolunma üçün bir nümunəyə çevrilmiş ilk supermodel idi. Tviqqinin ardınca Cin Şrimpton (“Krevet”), qrafinya fon Lendorf də geniş populyarlıq qazanır. Dəbli fotoqraf D.Beyli M.Antonioninin 1966-cı ildə lentə aldığı “Blou ap” (fotoböyütmə) filminin baş qəhrəmanının nümunəsinə çevrilir. Dəbli yaş standartının dəyişməsi baş verir – artıq bu, hələ formalaşmamış bədən quruluşuna və formalara malik, bir qədər yöndəmsiz, ancaq mütləq şəkildə qeyri-proporsional uzun ayaqlara malik (yeniyetmə dövrünün başlıca əlaməti) yeniyetmə qızıdır. Və bu məcrada istehsalçının istehlakçıya olan oriyentirləri də dəyişir. Ağır və təmkinli, ciddiyyəti ilə seçilən kübar qadın obrazı əvəzində kutüryelər onun qızlarının obrazını necə yaradacaqları,

onu necə geyindirmək lazım olduğu üzərində baş sındırmağa başlayır. Xanım M.Kvantın yaratdığı üslub daha bir adla tanınır – “Lolita üslubu”, V.Nabokovun məşhur əsərinin baş qəhrəmanı şərəfinə. “Bebidol” üslubunun daha hündürə qaldırılmış bel xətti, qısa donlar, ağ qolflar, alçaq dabanlı tuflilər, açıq rəngli makiyaj və üzün infantil ifadəsi – Tviqqi tərəfindən nümayiş etdirilən və təqlidçilik üçün nəzərdə tutulmuş obraz məhz bundan ibarət idi.

Bir o qədər də bahalı olmayan, nisbətən ucuz geyimvə aksesurlar satılan kiçik mağazalar həmin dövrün xüsusi populyarlıq qazanmış məkan idi, burada kofe içmək, dostlarla görüşmək, musiqili plastinkaları qulaq asmaq mümkün idi. 1960-cı illərin sonlarında “sekonhend” tipli mağazaların çiçşəklənmə dövrü idi. Artıq kutüryerlərdən geyim əldə etmək deyil, məhz butiklərdən geyinmək daha prestijli olur. Bricit Bardo toy mərasimi üçün hazır libas alır və deyir ki, yüksək dəb qocalar üçündür. Biba (Barbara Hulanski) özünün məşhur “Biba” mağazasında məşhurları – Tviqqini, Şeri, Mika Caggeri geyindirir. Bir çox hallarda butiklər ar deko və ar nuvo üslublarına tərtib edilir ki, adıçəkilən üslublar yenidən dəbə minir. Con Beyts, Emmanuel kann, Betsi Conson kimi dizaynerlər də öz mağazalarını açır. Onları o zamanlarda məşhur olmuş «Beatles» qrupunun mahnısına görə “yo-yo dizaynerlər” adlandırırlar.

Təbii, gənclik submədəniyyətlərin, alternativ dəbin inkişaf etməsi. Butiklərin populyarlıq qazanması dəbli evlərin fəaliyyətinə təsirsiz ötüşə bilməzdi. Dəbli evlər pret-a-porte xətlərini açır, lakin vəziyyəti köklü surətdə dəyişən Andre Kurrej olur. Kurrej Balensiaqanın yanında işləyirdi, 1961-ci ildə isə özünün şəxsi dəb evini açmışdır.

1960-cı illər kosmosla aludə olmağın dövrü idi – Qaqarinin üçüşü, amerikalıların Ayın səthinə enişi bir çox insanlarda kosmik səyahətlər barədə xəyalların əmələ gəlməsinə gətirib çıxarmışdı, kosmik dizayn inkişaf etməyə başladı. Yeni texnologiya və materiallar artıq tərəqqi, gələcəyə doğru irəliləyiş kimi görünür. Kurrejin dəbli evi kosmik üslubun ruhuna uyğun idi və elmi laboratoriyanı xatırladırdı. Artıq 1964-cü ildə o, “Kosmik era” kolleksiyasını nümayiş etdirir. Bu kolleksiyanın uğuru inanılmaz dərəcədə böyük idi, hamı dərhal onu təqlid etməyə

başladı. Mahiyyət etibarilə, Kurrej gənc nəslə yönəlik kolleksiyanı nümayiş etdirən ilk modelyer olmuşdu. Nümayişin özü qeyri-adi formada keçmişdir və “Nyu Luk” üslubunda dəbli defilə ənənəsinə qətiyyənlə bənzəmirdi: burada idman görkəmli, dar ombalı manekençi qızlar iştirak edirdi, onlar sanki çəkisizlikdə olduğu kimi hərəkətlənirdi. Modelyer mini-ətəkli kolleksiyasını nümayiş etdirmişdir, prezentasiya çox uğurlu oldu. Doğrudur, Kurrej öz kolleksiyasını patentləşdirmədi və tezliklə müflis oldu.

Kurrejin “Ay qızı” ya astronavt qıza, ya da uzaq planetlərin sakininə oxşayırdı. O, başına şlem qoyur, sintetik materiallardan hazırlanmış parlaq parçalardan tikilən paltar geyirdi. Kurrejin modelləri işləyən, avtomobil idarə edən müasir qadınlar üçün yaradılırdı. O, deyirdi ki, cərrah bıçağından istifadə etmədən qadını daha cavan etməyi bacardı. Kurrejin üslubu 1920-ci illərin konstruktivizm üslubunu atırladırdı, modelyeri isə “Dəbdən Korbüzye” adlandırılırdılar.

Ümumilikdə, konstruktivizm və funksionalizm yeni kosmik dövrün ruhu ilə üst-üstə düşmüşdü. Həndəsi dekor, artıq dekorun olmaması, düz xətlər əşyanın funksionallığını nəzərə çarpdırırdı. Kurrej qabarıq tikişlə, haşiyələrlə yaxud kontrast rəngin detalların vasitəsi ilə nəzərə çarpdırılan şaquli konstruktiv xətlərdən geniş istifadə edirdi. O, modellərin konstruksiyasına dəyişikliklər daxil edir, çiyin tikişini qabağa çəkir, trikotaj parçadan hazırlanan kombinezonlar təklif edir, onun yaratdığı modellərin əsas silueti yarımkipdir. Modelyer yeni parçalardan – vinil və sintetikadan geniş istifadə edir, adıçəkilən həmin materiallar formanı yaxşı saxlayır, praktikliyi ilə seçilirdi. 1967-ci ildə isə o, pret-a-porte xətlərini açır, ancaq kosmik üsluba olan dəb artıq keçmişə qovuşur və Kurrejin ulduzu qürub edir. Onun dəbli evini 1985-ci ildə bir yapon şirkəti satın alır, lakin Kurrejin dünya dəbinə verdiyi töhfələri layiqincə qiymətləndirməmək mümkünsüzdür.

Avanqard modelyer Pako Raban da kosmik üslubun inkişaf etdirilməsi ilə ciddi şəkildə məşğul idi. Fransiski rabaneda i Kuyervo a Pasxas de San Pedro İspaniyada anadan olmuşdur, lakin onun şöhrət ulduzu Fransada parladi. Raban memarlıq üzrə təhsil almışdır, 1965-ci ildə o, ilk dəfə rodoid lövhəciklərindən hazırlanmış “geyinilməsi mümkün olmayan paltarlar”ını ilk dəfə nümayiş

etdirmişdir. O, podiuma qaradərili manekençi qızları çıxaran birinci modelyer olmuşdur. Pako Rabanın modelləri məşhur “Barbarella” filmində istifadə edilmişdir. Dəmir vərəqləri kəsmək üçün nəzərdə tutulmuş qayçı, çəkilə o, bijuteriyanın hazırlanması texnologiyasına riayət etməklə paltar hazırlayırdı – bunu metal halqalarla bir-birinə bağlanan ayrı-ayrı modullardan reallaşdırırdı. Ancaq pret-a-porte kolleksiyaları üçün Pako Raban daha praktikli materiallarda paltar yaradır.

2.2. Polistilizm - 1970-ci illərdə moda inkişafının vektoru kimi

Plüralizm, fərdliliyin axtarışı ilə yanaşı arsızlıq və eklektizm 1970-ci illərin dəbində polistilizm adlanan bir hadisənin baş verməsinə gətirib çıxarmışdı ki, bu da bir çox hallarda zövq sərhədi üzərində yer alırdı. Gənc nəsil artıq ideallar axtarışında deyil, o, depressiyadan əziyyət çəkir. Lakin 1970-ci illərdə pis, çirkin bir zövq kimi görünən, 1980-ci illərdə normaya çevrilir, 1990-cı illərdə klassika olur, XX əsrin sonlarına yaxın isə “pis zövq” anlayışı artıq öz aktuallığını itirir.

Bir neçə konsepsiya əvəzinə 1970-ci illərdə xeyli sayda bir-biri ilə ziddiyyət təşkil edən zövqlər paralel mövcud olur və onlar bir insanın qarderobunda, nə qədər paradoksal səslənsə də, kifayət qədər yaxşı “yola gedə” bilirdi. Məsələ burasındadır ki, başlıca dəyər – obrazlılıq və müxtəliflikdir. 1970-ci illərdə dəb aləmində baş verən inqilabi hadisələr bununla sonuçlandı ki, dəbin əsas və başlıca diktatoru artıq istehlakçının özü idi. Dəbdə çoxlu sayda üslublar yer alır – retro, etnik üslub, folklor üslubu, romantik, idman, disko və militari üslubu. Geyimin eklektikliyi şəxsiyyətin çoxcəhətliliyini ifadə etməli idi: bir üslub iş üçün, digər romantik görüş üçün, üçüncüsü isə axşam qonaqlığı, əyləncə gecəsi üçün nəzərdə tutulurdu.

Ansambl yerinə kostyumda dəst, baza əşyaların çeşidi gəlir ki, onlar bir-biri ilə yaxşı uzlaşırdı. Dəstlərin ideyası dizaynerlər tərəfindən artıq layihələndirmə işləri aparılarkən yer alırdı və dəbli jurnallar, kataloqlar tərəfindən translasiya edilirdi (ötürülürdü). Baza komplekti paltodan (yarımpaltodan), bleyzerdən, pencəkdən (tvid, məxmər yaxud velvet parçadan tikilmiş), şalvardan (qalife, klyoş, külot)

bluzonlar və köynək-donlardan ibarət idi. Tədricən, 1970-ci illərin sonuna yaxın qadınlar iş yerlərinə şalvar kostyumda gəlmək hüququ əldə edir, ancaq restoranlara onları bu görkəmdə buraxmayada bilərdilər. Bir tərəfdən, bu, emansipasiyanın daha bir nailiyyəti kimi qələmə verilə bilirdi. Amma digər tərəfdən bu “yad meydançada” oyun qaydalarının təyin olunmasının, habelə təkcə biznes fəaliyyətinin həyata keçirilməsində deyil, həmçinin işgüzar adamın zahiri görkəmində də kişi strategiyasının qəbul edilməsinin daha bir sübutu idi.

Milli-etnik motivlər, amerikalı hinduların, Şərq və Afrika xalqlarının kostyumuna təqlidçilik, eləcə də “safarı” üslubuna aludəçilik dəbdə artıq kifayət qədər ciddi aktualıq kəsb edirdi. 1970-ci illərdə qeyri-avropa tipli manekençi qızlar ilk dəfə meydana çıxmışdır. Qaradərili olmaq artıq çox dəbdə idi, bu da gün şüaları altında qaralmaq həvəskarları üçün tamamilə yeni bir dəb dalğasının başlanğıcı idi. Artıq dəbli qadın tipə 1960-cı illə müqayisədə daha yaşlıdır (qismən bu, onun zəngin seksual təcrübəyə malik olmağın “zəruriliyindən” irəli gəlirdi). Estetik ideal – yastı bədən quruluşuna malik, kifayət qədər arıq qadınlar, Tviqqi ilə müqayisədə proporsiyalar daha uzadılmış kimi görünür.

Cins şalvarı hamı geyinir, artıq cins geyimin yaş-cinsi differensiasiyası mövcuddur. Denim adlanan material universallığı ilə seçilirdi, o, təkcə geyimin istifadəsində eyil, həmçinin çantaların, şlyapaların hazırlanmasında, mebel əşyaların üzlənməsində istifadə olunurdu. 1973-cü ildə “Levis” markası qurama texnika şəklindəki və tikməli dekorla cins-klyoş şalvar kolleksiyasını buraxır, qlem-rok isə strazlar və parıldayan bəzək elementləri olan cins məmulatları irəli çəkməyə çalışır. Modelyrlərin və onların ticarət markalarının adını daşıyan dizaynerlik cinslər meydana gəlir. 1978-ci ildə Kelvin Kləyn öz markasının reklam kampaniyasına həddi-buluğa çatmamış model Bruk Şildsi dəvət edir ki, bu da böyük qalmaqalın yaranmasına səbəb olur. Həmin hadisədən sonra «CalvinKlein» markası daha da populyarlaşmışdı. 1970-ci illərdə sürtülmüş cins şalvarı hətta kinoulduzlar və milyonçular belə geyinir, onlar üçün bu, həm də iqtisadi böhran günlərində maskalanma üsulu idi.

Retro üslubu ideallaşdırılmış keçmişə görə nostalji hisslərlə bağlı olduğu üçün iqtisadi və enerji böhranları dövründə aktuallaşır. Qədim əşyalar və ötən zamanların üslubunda hazırlanmış məmulatlar böyük gur əldə edir. Evləri antikvar əşyaları ilə bəzəmək, “bit bazarında” alınmış həqiqi əşyalara geyinmək dəbə minmişdir. Əvvəlki zamanəyə müraciyyət həqiqilikdən daha əhəmiyyətli idi, odur ki, əşyanın əsl yaşı adamları daha az maraqlandırır. “Boni və Klayd” filmindən sonra dama-dama büküklü ətəklər dəbdə olmağa başladı. 1971-ci ildə baş rolda Tviqqinin çəkildiyi “Boyfriend” filmi populyarlıq qazanır, lentə alınan bu kino əsərində 1920-ci illərin “emansipi” (iya qarsonu) haqqında bəhs olunur. 1972-ci ildə Bob Fossosun lentə aldığı “Kabare” filmi ekranlara çıxır. Bu filmdə baş rolu Layza Minelli ifa edirdi. R.Loren Aqata Kristinin müəllifliyi ilə işıq üzü görmüş “Nildə ölüm” romanı əsasında filmlər üçün kostyumlar hazırlayır, 1977-ci ildə o, B.Alenin çəkirdiyi “Enni Hol” filmi üçün kostyumlar yaradır. Retro podiumlara da yol tapır. 1940-cı illərdəki üsluba uyğun İv Sen-Loranın hazırladığı kolleksiya uğursuzluğa düşər olmuşdur, çünki qısa ətəklərin və iri çiyinlərin uzlaşdırılması həmin 1940-cı illərdən daha sonra dəbə qayıdacaq, amma K.Lagerfeld tərəfindən «Chloe» dəb evi üçün hazırlanmış kolleksiya populyarlıq qazanır. L.Bakstın ərsəyə gətirdiyi işlərdən təsirlənən İv Sen-Loran səs salmış “Rus baletləri/operaları” kolleksiyasını yaradır. Hollivud qlamuru ruhunda ar deko da effekt verir və 1973-cü ildə açılmış “Biq Biba” butik məhz bu istiqamət üzrə öz fəaliyyətini qurur. Beret və şlyapalarla tvid parçalardan hazırlanmış maksi-paltolar, Marin Ditrix üslubunda tikilmiş şalvarlı kostyumlar 1976-cı ildə “Biba” öz fəaliyyətini dayandırdıqdan sonra da kifayət qədər böyük populyarlıq qazanmışdır. Retro üslubunda makiyaj dəbə minir.

Kütləvi dəbdə folklor üslubu. Kantri, kənd üslubu, avropa kəndli kostyumun motivləri gündəlik geyimdə müşahidə olunmağa başlayır. Gül-çiçək rəsmli viktorian üslubunda hazırlanmış tikmə naxışlar Lora Eşli üslubunun rəmzinə çevrilmişdir. Sintetika əvəzinə dəbə kətan və pambıq parçaları daxil olur, təbii rənglər elektrik rəngləri əvəz edir. Ekoloji üslub təkcə təbii parça və rəngləri deyil, həmçinin ekoloji cəhətdən təmiz qidalanmanı, habelə təbii komponentlər əsasında hazırlanmış

kosmetik vasitələrin istifadəsini də nəzərdə tuturdu. Ekoloji üslubun populyarlığı həm də o zamanlar özünün çiçəklənmə dövrünü yaşayan gənclik kultu ilə bağlıdır.

Disko üslubu onilliyin vizit kartına çevrilmişdir. Əgər Con Travoltanın çəkildiyi “Şənbə axşamı həyacan” filmi yada saxlasaq, bizə tamam aydın olacaq ki, diskotekalar asudə vaxtın keçirilməsinin ən mühüm yerlərdən biri idi. Disko ülubunda parlaq boyalar, kitç, parıltı, neon rənglər, seksuallığı nəzərə çarpdıran kip geyim bir-birilə uzlaşırdı. E.Uorhol və Layza Minelli vaxt keçirdikləri Nyu-Yorkda yerləşən “Studiya 54” kult yerinə çevrilir. Qızıl və gümüş, laykra və lüreks, şəffaf bluzalar və hündür daban, parlaq, teatral makiyaj həm də mükəmməl bədən quruluşu tələb edirdi. Səciyyəvidir ki, ilk dəfə “gözəl” anlayışı “sağlam” məfhumun sinonimi olmuşdur. Lakin arzu edilən “təbii gözəlliyin” əldə olunması üçün bədən bir çox hallarda “zorakılığa” məruz qalırdı – arıqlama, plastik əməliyyatlar, narkotiklər. Belə gözəllik artıq nazın və işvənin silahı deyildi, həm də sosial rifah göstəricisi, karyera artımın açarı idi.

İdman üslubu geyimdə sağlam həyat tərzinin dəbdə olması sayəsində populyarlaşmışdır. Asta qaçış, aerobika (Ceyn Fonda tərəfindən dəbə salınmışdır) kütləvi məşğuliyyətə çevrilmişdir, hətta bəzi hallarda bu, dəlilik dərəcəsinə də çata bilirdi. “Sportsver” – müasir texnologiyaların köməyi ilə geyimdə yaradılan idman üslubu çox dəbdə idi. Sportsverdən təkcə idmanla məşğul olduqları zaman deyil, həm də gündəlik geyim və istirahət üçün nəzərdə tutulmuş geyim qismində istifadə edirdilər. Qaçış üçün krossovkalar, təyyarəçi gödəkcələri gündəlik kostyumun tərkib hissəsinə daxil olur. Keyfiyyətli həyat lehinə seçim böhran günlərində xüsusilə aktual idi, bu səbəbdən bazarın həmin sferasına, praktiki olaraq, toxunmamışdı.

Hay-tek – həmin dövrün əsas marağı, şövqüdür. “Ulduz müharibələri” filmi (ingilis dilində - Star Wars) kino və dəbdə fantastikaya münasibətin inkişafının yeni mərhələsi olmuşdu. Leyanın qızılı çimərlik paltarları, saqanın qəhrəmanları, cidayların kosyumları yalnız bu filmin fanatları çevrəsində fəal surətdə tirajlanmırdı. Hay-tek həmçinin interyer dizaynına da daxil olur – evlər ofis üslubunda tərtib edilir, erqonomika dəbli olmağa başlayır.

Terrorizmin tüğyan etməsi ilə əlaqədar militari üslubu 1970-ci illərin sonlarında xüsusilə aktual idi. Gənc nəsil yeni və kəskin hisslər axtarışında idi. Militari üslubuna bəzi submədəniyyətlərin üslubları – fəmen qadınların, müharibəyə qarşı hərəkət fəalçılarının (dəri gödəkcələr, ordu üslubuna tikilmiş köhnəklər, “patsifiklər” və uzun saçlar), eləcə də inqilabi hərəkətlərin üslubları təsir göstərmişdir. Dəmir elementlərlə bəzədilmiş və qara dəridən hazırlanmış geyim geylərin arasında da kifayət qədər populyar idi.

1981-ci ildə MTV adlı musiqi kanalı yayıma başlayır, həmin kanal təkcə gənclərin submədəniyyətin səsi deyildi, videoçaxırlar vasitəsilə musiqi dünyanın ulduzları gənclik dəbi haqqında informasiyanın mənbəyinə çevrilirdi. Qlem-roku T-Rex, D.Boui təşviq edirdi, qlem üslubunda hazırlanmış kostyumlar uniseksin başqa tərəfini – incə və zərif kişi geyimini nümayiş etdirirdi. Parlaq rənglər, parlayan parçalar, krujevalar, parlaq elementlərdən hazırlanmış tikmə naxışlar, boa, parlayan makiyaj və mürəkkəb saç düzümləri. Amerikada belə üslub fənk-üslubu musiqiçiləri arasında populyar idi. Uğur qazanaraq, gettodan çıxanlar dəbdəbəli və möhtəşəm kostyumlar geyinmək, krallar kimi görünmək arzusunda idi.

1970-ci illərin skinhedləri baş vermiş iqtisadi böhran və irqi ziddiyyətlərin kəskinləşməsi ilə əlaqədar rasizmi, nasizmə şəfqəti təbliğ etməyə başladı. Özünün fəlakətli vəziyyətinin əsas səbəbkarları qismində onlar keçmiş müstəmləkələrdən gələnləri görürdü, çünki sənə oxşamayanı özünün düşməni hesab etmək daha asandır. Skinhedlərin kostyumu funksionallığı ilə diqqət çəkirdi. Bu geyim davadalaş üçün uyğunlaşdırılmış və qara cins şalvardan, ağır toqqalı kəmərlərdən, orduda istifadə olunan qaytanlı botinkalardan, “bomber” kurtkalardan ibarət idi. Baş tam qırxılır ki, davadalaş zamanı “özünkünü özgəsindən” fərqləndirmək mümkün olsun.

Rastafari – Afrika ölkələrindən gələlərin submədəniyyət törəməsi. Onlar reqqi musiqisini dinləyir. Afrohörüklərlə gəzir, milli amulet və bəzək əşyaları taxır, krossovka, toxunma sviteri və Efiopiya milli bayrağının rəngindən (sarı, yaşıl, qırmızı) və qara rəngdən (“Qara qitə” simvolu) ibarət beretlər geyir. Rastanamların kumiri musiqiçi Bob Marli olur.

Pank-mədəniyyət təkcə gənc nəsələ deyil, həmçinin dəbə də böyük təsir göstərmişdir. Əgər skinhedlər düşdükləri pis vəziyyətin konkret düşmənlərini axtarırdısa, panklar cəmiyyətin könüllü izqoy (vaxtilə daha çox qədim Rusiyada işlədilmiş anlayışdır, öz əvvəlki vəziyyətini itirdiyinə görə həyat vəsaitindən məhrum qalmış adam anlamını verir) olurdu, təsadüfi deyil ki, onlar özlərini “tullantı” və “çirkab quyusunun övladları” hesab edirdi. “Mən qanmazam, heyvanam”, “gələcək yoxdur” – onların devizi bunlardan ibarət idi. “Pank” sözü hələ XVI yüzillikdə “küçə qızı” mənasında işlədilirdi, daha sonra “pank” korlanmış, pozğun ünsür, tör-töküntü demək idi. Pankların geyimi tamaşaçıları epataj vəziyyətinə salırdı, onlar sərbəst surətdə sekonhend, hərbi formanı uzlaşdırır, bəzəklər qisimndə is unitaz zəncirlərindən və balıq ovu üçün nəzərdə tutulmuş qarmaqlardan istifadə edirlər. Tor və vinil, ədəbsiz yazılar, “yaxınlaşma, öldürəcəm” üslubunda aqressiya dolu makiyaj, “irokez” şəklində parlaq boyaq maddələri ilə rənglənmiş saç düzümü, pirsinq, qara dırnaq lakı, köhnə kolqotka, mini-ətək və şpilkalarla uzlaşdırılırdı. Təbii olan hər bir şeyə panklar süni nə varsa, onu qarşıya qoyurdular. 1976-cı ildə pankların geyiminə britaniya “Voqu” dönüşü həsr edir. Neon rənglər, aqressiv makiyaj, qəsdən cırıq-cırıq edilmiş və ingilis sancağı ilə bərkidilmiş paltar və bu kimi digər elementlər kütləvi dəbə nüfuz etməyə başlayır. Pank-üslubu podiuma ingilis modelyer Vivyen Vestvud çıxarır. B 1971-ci ildə M.Maklarenlə birgə o, Kinqs-Roud küçəsində mağaza açır. Burada gənc nəsil üçün nəzərdə tutulan geyim satışa çıxarılır.

O dövrdə dəb daha çox küçələrdə yaranırdı, modelyerlər isə həmin ideyaları öz kolleksiyaların yaradılmasına kifayət qədər geniş surətdə istifadə edirdi. Sənaye dəb kommersiya güdrətinə çevrilir. “İv Sen-Loran” şirkətinin prezidenti Pyer Berje Yüksək dəb sindikatının (Chambre Cyndicaledela Couture Parisienne) prezidenti ilə birgə gənc modelyerlərlə iş qaydalarına əyişikliklər edir. Bu, ona gətirib çıxarır ki, Paris gənclik sənaye dəbin mərkəzi olmağa başlayır. Hazır paltarın dəbi və dəb yaradıcıları federasiyası fəaliyyətin bu sferasını müəyyən qaydaya (nizama) tabe etdirir. Şounun daha böyük demokratikliyə və teatral arakterə malik olması sayəsində pred-a-porte nümayişləri tez bir zamanda populyarlaşır. Yo.Yamomoto,

İ.Miyaki, T.Müqles, Kenzo və başqaları çoxlu sayda müştəri cəlb edə bilirlər. Pred-a-porte nəhəngləri qismində isə İv Sen-Loran və Pyer karden, P.Loren və Kelvin Kləyn qalmaqda davam edir.

Həmin vaxtlarda Sonya Rikel fəal surətdə işləyir. Bu qadın üçün modelyer karyerası təsadüfən, həyat yoldaşının mağazası üçün sviterin bir modelinin işlənilməsindən başlamışdır. Artıq 1968-ci ildə o, öz şəxsi mağazasını açır. Sonya Rikel trikotaj kraliçası, yeni Koko Şanel adlandırılır. Onun modelləri komfortlu və rahatlığı ilə seçilir, hərəkət zamanı geyim qətiyyənlə maneçilik törətmir, sanki “ikinci dəri” kimi təbii hiss olunur. Trikotajdan hazırlanan məmulatlar, mütləf rəngli zolarlardan ibarət təsvirlər həkk olunmuş anqora hərəkətlərdə heç bir sıxıntı hissi yaratmırdı. Məhz Sonya Rikel kənarları emal edilməmiş modelləri təklif edən ilk modelyer idi, 1974-cü ildə isə o, astarsız (“tərs üzünə çevrilmiş”) kostyum yaratmışdı. Bu, kostyumun yeni fəlsəfəsi olmuşdur. Rikelin yaratdığı modellər rahat, gözəl və ironik idi (misal üçün, bədəndə kip oturan sviterin bel xətti ətrafında “ulduz” yazısı, superqısa yubkanın ətəyi ilə yazılmış “olduqca mühüm persona” sözləri).

Baş vermiş iqtisadi böhran səbəbindən yüksək dəb heç də yaxşı dövrünü yaşamırdı. Varlı adamlar modelyerlərdə tam qarderob sifariş etmir, gəzinti üçün paltar əldə edir, gəlirin əsas hissəsini isə daha çox Yaxın Şərqdən gələn müştərilər təmin edir. Məhz həmin dövrdə dəbli evlər daha çox əmtəə reklamı vasitəsinə çevrilir - ətirələrin, parfümun, çantaların, pret-a-porte xətlərinin dəbli brendi yaxıd dizaynerin soyadı ilə. Fransada yapon modelyerləri uğurla fəaliyyət göstərir, İv Sen-Loran, Pyer Karden öz mövqelərini qoruyub saxlaya bilir.

Yodji Yakamoto təkcə məşhur modelyer deyil, həm də dəbin filosofuna çevrilir. Cek Nikolson, Brayən Ferri, Vim Venders kimi məşhurlar onun geyimlərini alır.

İtalyan modelyerləri sarısında Corcio Armani xüsusi populyarlıq qazanır. Armani öz yaradıcılığına diqqətləri qeyri-adi, ekstravaqant nümayişləri ilə deyil, ümumilikdə kişi dəbinin üslubunun dəyişməsi ilə cəlb edə bilmişdi. O, parçanın keyfiyyətinə və xassələrinə xüsusilə böyük diqqətlə yanaşır, klassik kişi kostyumun

konstruksiyasını transformasiya edib, sərt aralıq qatlardan imtina edərək texnologiyanı dəyişib və eleqantlığın, komfortun, üslubun və hərəkət azadlığının uzlaşmasına nail olmuşdur. “Armanidən” olan paltarın bir qədər geyilmiş, nimdaş görkəmi özünəməxsus şıq olmuş, zəmanənin əhval-rihiyyəsinə tam uyğun gəlirdi: aşağı çəkilmiş ilgək, üzə aşağı salınmış latskanlar, kəmərdə yumşaq büküklərə malik şalvar. Məhz o, klassika və müasirliyi birləşdirmək təklifini irəli sürmüşdür – klassik pencəyi və cins şalvarı, kostyumu və idman köynəyi. Dik yaxalılıq yaxud yaxalıqsız köynəklər həm gənc biznesmenlərin, həm də kino ulduzların rəğbətini qazanmışdır. Armani kolleksiyaları böyük kommersiya uğuru da əldə etmişdir.

1976-cı ildən başlayaraq o, eleqant və, eyni zamanda, seksual qadın geyimi hazırlayır. Armani geyimi gözə dəyməyən, lakin öz sahibinin üslubunu nəzərə çarpdıran etməyə çalışır. İtaliyalı usta tərəfindən hazırlanmış geyim rahat idi, çox gözəl biçimi və fiqurada yaraşılıq oturuşu ilə fərqlənirdi. 1981-ci ildən başlayaraq Armani lisenziyalaşdırmanın alternativini kimi parallel kolleksiyalar yaradır, onun nümunəsinə bir çox dəb evləri də riayət edirdi.

Geyimdə hamını əhatə etmiş uniseks və işgüzar üsluba müqabil olaraq “aqrəssiv zəriflik” Tyerri Müqlərin kolleksiyalarında öz əksini tapır. Onun birinci kolleksiyası 1973-cü ildə yaradılmışdır və “ideal qadın bədənindən” – gəşəng sinəyə, incə belə, gözəl formalı ombalara və soyuq hissiyata malik qadın bədəninin nümməyişi olmuşdur. 1950-ci illərin siluetini dirçəldərək, ona maneralı seksuallığı qatmaqla, Müqlər “həşəmətli pozğun qadın” obrazını təbliğ etmiş olurdu. Onun sonrakı kolleksiyaları qadın-həşarat (1995-1999), qadın-yadplanetli (1979), texniki qurğu şəklində qadın (1990-cı illərin əvvəlində çəkilmiş Corc Mayklın videoçarxından qadın-motosikl) obrazlarını təqdim edirdi. Müqlər üçün cinsi mənsubiyyət həmişə başlıca dəyər qalmaqda davam edirdi, bu, hər şeydən əvvəl, məhz seksual baxımdan daha yütkin və təcrübəli qadın qəhrəmanın tipi idi.

Yapon modelyerləri 1970-1980-ci illərdə dünyanın dəb podiumlarını fəth etmişdi. Yapon üslubu geyimin yeni “ekoloji” anlayışına uyğun idi, burada insan ilkin olaraq həyat mühiti ilə harmoniya, vəhdət təşkil edir. Reallıq və incəsənət arasındakı sərhədin şəffaflaşması, incəsənətin kontekstuallığı ənənəvi yapon

mədəniyyətinə xas olan cəhətlərdir. Onlar istehlakçının yaradıcılıq prosesində iştirakını ilk pillələrə qaldırır: əsərin natamamlığı həyatın əbədi buddist hərəkəti dərkinə müvafiqdir. 1971-ci ildə Yo.Yamomoto firmasının açılışı baş tutur.

1981-ci ildə Yamomoto və Rei kavakubo Parisə sözlən əsl mənasında şok yaşatmışdı. Onlar “dekonstruksiya” (J.Derridin termini) adı almış yeni geyim konsepsiyasını təklif etmişlər. Geyim dəsti mövsümi, ansambl, çeşid təyinatından azad idi və “açıq geyim” ideyasını bəyan edir. Onların modelləri transformasiyaya açıqdır, konstruksiyada isə natamamlıq və asimmetriklilik yer alır. Dekonstruktivizm – biçim asimmetriyası, bədəndə bir o qədər də yaxşı oturmayan geyim effekti, tikişlərin nümayişkəranəliyi, çölə (tərsinə) çevrilmiş konstruksiya, konstruktiv elementlərin (yaxalıkların, ciblərin) yerdəyişməsi – Avropa dəbinə kifayət qədər ciddi surətdə təsir göstərmişdir.

1977-ci ildə ilk yapon dizaynerlərdən olan xanım Xanaey Mori Yüksək dəb sindikatına qəbul edilmişdir. Parisdə oxumuş və Amerika Birləşmiş Ştatlarında işləmiş İssei Miyaki, 1970-ci ildə Yaponiyada özünün dəbli xəttini buraxır. Onun ideyası – rahat geyim dizaynı, prestij və dəbdəbə predmeti olmayan, sadəcə zövq və məmnuniyyət gətirməli olan universal modellər. Avropanın gənclik dəbinə əsaslanan rahat gündəlik geyimin yaradılmasından başqa, o, materiallarla xeyli eksperimentlər aparır. Gündəlik geyimə qara qısaltılmış şalvar, üstədən buraxılan ağ köynəklər, kobud ayaqqabı daxildir.

2.3. "Pis zövqlərin səltənəti"

Ötən əsrin 70-ci illərin sonlarında iqtisadi yüksəlişin başlaması müşahisə olunurdu. Qızıl onilliyin gənc nəsli uğur qazanmaq niyyətində idi və əvvəlki dövrlərin qiyamçılardan tamamilə fərqlənirdi. “Yappi” (ingilis dilində Yuppie, Young Urban Professional), pul qazanan, karyera quran və siyasətlə qətiyyənlə maraqlanmayan gənc şəhər peşəkarı yeni qəhrəmana çevrilir. “Yappi” üçün zahiri görkəm iqtisadi uğur göstəricisi və həyat pozisiyasının ifadəsi anlamına gəlirdi. Aqressiv enli çiyimlərə malik biznes-kostyum (Hyuqo Boss, Corcio Armani yaxud

R.Lorendən), “Gucci”-dən krossovka yaxud mokasin mayka (qolsuz və ya qısaqollu toxunma yay köynəyi) ilə tamamlanırdı. Belə zahiri görkəm aqressiv rəqabətli davranışın rəmzi hesab olunurdu, markanın prestiji və nüfuzu isə sahibinin statusunu müəyyənləşdirirdi. Məşhur firmaların istehsalı olan aksesuarlar və yeksək texnoloji biznes-oyuncaqlar (mobil telefon, noutbuk, elektron yazı kitabçası) vacib olmağa başlayır. Tanınan üsluba malik markalar populyarlıq qazanır. İşgüzar qadınlar kişilərdən heç də geri qalmaq niyyətində deyildi. Məhz 1980-ci illərdə “dəmir ledi” ləqəbli Marqaret Tetçer Böyük Britaniyanın baş naziri postuna yüksəlir, qadın nazirlər və korporasiya rəhbərləri meydana gəlir. Qısa ətəkli və çiyinləri enli olan pencəkli kostyumlar, məşhur dəb evlərindən («Chanel», «LouisVuitton», «Hermes») olan aksesuarlar, aqressiv makiyaj 1980-ci illərin işgüzar qadınları fərqləndirən cəhətlərdir.

“Kejuol” üslubu (ingilis dilində Casual sözündən mələ gəlib) gənc nəsil və tineycerlər arasında geniş populyarlıq qazanmışdı: idman və işgüzar üslubların uzlaşdırılması, müəyyən səliqəsizlik müşahidə olunmaqla geyinilən məşhur markaların istehsalı olan geyim. Hesab olunur ki, bu üslubun teddi geyimində kökləri vardır. “Berberi”-dən gödəkcə və kepkalar, “Adidas” krossovkaları və idman şalvarı, “Lakost” köynəkləri ingilis futbol fanatlarının geyiminin bir hissəsinə çevrilmişdir. Bir çox hallarda dəbli brenddən olan köynək qarderobda yeganə bahalı əşya idi, həmin əşyalara görə insanlar bir-birini tanıya bilirdi. 1990-cı illərdə idman markalarından dizaynerlər tərəfindən yaradılmış kejuol üslubunda geyimə doğru yenidən səmtləşmə prosesi baş verir.

Diana Spenser və şahzadə Çarlzın toy mərasimi 1980-ci illərin mədəni həyatında mühüm hadisə kimi tairə düşmüşdür. “Ledi Li” üslubu təqlidçilik üçün örnəyə çevrilir. Gncilər mühitində “yeni romantiklər” cərəyanı meydana gəlir. Onun nümayəndələri üçün zahiri görkəm az qala ən mühüm məsələyə çevrilir. D.Boui, onun pərəstişkarları, yaradıcılıq təmayüllü ali mətkəblərin tələbələri həmin zəmanənin mədəniyyət sahəsinə xas olan aqressivliyə romantik üslubla cavab verir. 1981-ci ildə V.Vestvud “Yeni romantiklər”, 1982-ci ildə isə “Dəniz quldurları” kolleksiyasını buraxır. Pirat-dendi populyar obraza çevrilir. Krujevalı jabo ilə pirat

bluzaları, briclər, asimmetrik maykalar “yeni dəniz quldurları” tərəfindən bəyənən geyim əşyalarına daxil olur.

“Yeni romantiklər” üslub nüçünələrini keçmişdə axtarır. Taetral qril, orijinal baş geyimləri, zərərən tikilmiş jiletlər, külotlar, smokinq, habelə atlas və krujevalardan hazırlanmış axşam tualetləri futuristik motivlərlə gözəl uzlaşdırılırdı. “Friklər” – qeyri-standart geyinmiş əyləncə həvəskarları – yeni qəhrəmanlara çevrilir. D.Bouidən başqa belə üslubu pop-ifaçılar Prins, D.Maykl, “DürənDürən” kimi məşhurlar təbliğ edirdi.

O dövrdə bir sıra yeni submədəniyyətlərin meydana gəlməsi baş tutur. 1980-ci illərin əvvəllərində London və Skandinaviada qotik mədəniyyət formalaşmağa başlayır. Qotlar təkcə orta əsr dövrünün tarixi ilə deyil, həmçinin XIX əsrin romantik yenidən dərkə müstəvisində ümumilikdə orta əsrlər dövrü ilə maraqlanırdı. Vampirlər, qulyabanılar, ruhlar haqqında rəvayətlər onların estetikasında öz əksini tapır. Vizual obraz hazırdır və həmçinin panklar mədəniyyətinə də istinad edir – aqressivlik, metaldan hazırlanmış bəzəklər, xüsusi saç düzümləri, cırılmış geyim. Qotlar üçün geyimdə üstünlüyün qara rəngə verilməsi, parçaların müxtəlif fakturaların uzlaşdırılması, skandinaviya üslubunda bəzəklər və dekor səciyyəvi xarakter daşıyır.

MTV musiqi kanalı açıldıqdan sonra rep-mədəniyyət fəal surətdə yayılmağa başladı. Gettoda yaranmış üslub (küçə gəncliyin, cinayət aləminin musiqisi) televiziya ekranlarına köçür. Reperlər krossovkalara, kisəyəoxşar şalvar və gödəkçələrə, etik simvolikasını olan iri bəzək əşyalarına üstünlük verir. Repdən əlavə həmin dövrdə breyk-dans da kifayət qədər sürətlə inkişaf edir, texno və hip-hop üslubları meydana gəlir. Musiqi mədəniyyəti yeniyetmələrə və gənc nəsələ böyük təsir göstərir, istiqamətin hər biri xüsusi vizual obraza malikdir. Doğrudur, müxtəlif musiqili submədəniyyətlərin kostyumunun əsası qismində rahat idman üslubu qalmaqda davam edir.

Postmodernin mədəniyyət situasiyasını ötən dövrlərdə müşahidə olunan üslublarnın təqlidçiliyini, dekonstruksiyasını doğururdu. “İxtiranın yenidən ixtira edilməsi” bir çox modelyrlərin yaradıcılığının əsasını təşkil etməyə başlayır.

Retrospektivlik – XX əsrin sonlarının XXI əsrin əvvəllərinin dəbinin mühüm keyfiyyətini təşkil edir. Bu gün podiumlarda belə kolleksiyalar təqdim olunur ki, burada bizdən hətta bir o qədər də izaq olmayan ötən yüzilliyin zamanları yenidən dərk olunur. Retrospektivizm – keçmişə müraciət – həm tarixi kostyumun formalarının yenidən qurulmasında, əvvəlki dövrlərdə yaradılmış modellərin birbaşa təqlidçiliyində, həm də keçmişin obrazlarının dekonstruksiyasında.

Koko Şanelin Dəbli evi üçün işləmiş K.Lagerfeldin modelləri neoklassisizm rəmzinə çevrilmişdir. Lagerfeld klassikanın yeni, ironik oxunuşunu təklif etmişdir. Ağ rəngli bluza büstyeyə çevrilir, kostyum sanki Ayın səthində hərəkət etmək üçün nəzərdə tutulmuş uzunboğaz çəkmələrlə tamamlanır, proporsiyalar mübaligə edilir. Əgər 1970-ci illərdə Şanel – respektabelli qadınlar üçün üslub kimi qəbul edilirdisə, Lagerfeld öz markasını yenidən müasir edə bilmişdir, lakin onun cəsarətli eksperimentləri bir çox hallarda yaxşı zövq hüdudlarında idi.

“Əgər keçmişin ideyalarına yeni baxışlarla nəzər salsaq, onlardan istifadə etmək olar... Dəbdə avtoritetlərə hörmət olunması – dəbun sonu deməkdir”, –ustadın bu ifadəsi onun yaradıcı kredosuna çevrilmişdir. Koko Şanelin konsepsiyasına zidd olaraq, modelyer qısa ətəklər daxil edir (Şanel dizləri qadın bədəninin ən yaraşıqsız hissəsi hesab edirdi). Yumor hissi ilə intellekt – Şanelin Dəbli evinin yeni konsepsiyası üçün Lagerfeldin iqtibas edə biləcəyi bu olmuşdur. Tanıdılan detallardan (ətəkdə yaxud qollarda xırda zəncirlərdən, kantlardan, metal düymələrdən) əl çəkərək, Kokonun forşəkillərini araşdırarkən o, üsluba yeni inkişaf nəfəsi vermişdir. 1990-cı illərdə Lagerfeld velosiped gəzintisi üçün nəzərdə tutulmuş şalvarla klassik jaketlər, tvid parçasından tikilmiş büstye və şortlarla kostyumlar, eləcə də cins şalvarla jaketlər və dəri məmulatlar təklif etmişdir. Lagerfeldin əldə etdiyi uğur sonuncu tendensiyalarla və formanın ideal hissiyatı ilə uzlaşan ənənələrin məhz azad interpretasiyası sayəsində təmin edilmişdir.

Canfranko Ferre həmin dövrdə nüfuzlu modelyerə çevrilir. Ümumilikdə, o zaman italiya dəbi çiçəklənmə dövrünü yaşayırdı. Dəqiq proporsiyalar, eleqant formalar, rəngin nazik incəlikəri, nəfis dekor Ferreni təkcə məşhur modelyer etmədi,

həmçinin italiyalı ustanın əməkdaşlıq etdiyi Dior evinə nüfuz və prestij də qaytarmışdı.

Neobarokko, bu üslub üçün zövqün mürəkkəbliyi və şıltaqlığı səciyyəvidir, kostyumda onu Kristian lakrua inkişaf etdirirdi. 1981-ci ildə Patu evi üçün o, “mini-krini” ilə (qısa təmtəraqlı ətəklərlə), mailli çiyinlərlə kiçik liflər olan, parlaq aksesuarlı (güllər və çiçəklər formasında sürrealistik şlyapalar, atlasdan hazırlanmış tuffilər; krujeva və parçadan düzəldilmiş qolbaqlar) kolleksiyayı təklif etmişdir. Parlaq rənglər, parça fakturaları ilə qeyri-adi oyun, iri ölçülü rəsmlər kolleksiyaların müasirliyinə baxmayaraq, formanın barka (yük daşımaq üçün yastıdıbli, palubasız böyük çay gəmisi) hissini yenidən oyadırdı. 1987-ci ildə Lakrua öz şəxsi dəb evini açır. Lakruanın ərsəyə gətirdiyi üslubun bayram və şənlik teatrallığı, əşyaların podiumdan kənar gətirilməli olması onu olduqca populyar bir modelyərə çevrilməsini təmin etmişdir. “Mini-krini”dən, dekorda sürrealistik motivlərdən, ustadın yaradıcılığı sayəsində populyarlıq qazanmış xüsusi formalı ətəklərdən başqa, Lakrua ümumilikdə yüksək dəbin inkişaf etdirilməsi işinə öz böyük töhfəsini vermişdir. “Sərin küləyin ani şiddəti” – öz kolleksiyalardan birini K.Lagerfeld məhz belə qeyri-adi, maraqlı oyadıcı ad qoymuşdur. 1990-cı illərdə ustad kostyumda tarixçilik istiqamətinin inkişaf etdirilməsi ilə ciddi məşğul olmağa qərar verir.

1979-cu ildə Milan şəhərində Canni Versaçi özünün ilk kolleksiyasını təqdim etmişdir. Onun modelləri ikii epoxanın ruhunu ifadə edirdi: kitç, eklektika, israfçılığa və kontrastlara meyillənmə. Versaçidən geyim tez bir surətdə həm adi insanlar arasında, həm də ulduzlar çevrələrində (Elton Con, Şer, Luçiano Pavarotti, Ceyn Fonda, Madonna və başqaları) populyarlaşmışdı. Versaçe üslubu – seksual və parlaqdır. Kolleksiyanın hər birinin öz “fişkası” var idi, bu özəl cəhət kütlə arasında brendi ani surətdə tanımaq imkanı verirdi: “Meduza” brendinin loqotipi ilə printlər (1996-cı ildə saxtalaşma hallarının kütləvililiyi səbəbindən ondan imtina etməli oldu), klassik ornamentlər, sancaqlar. Eyni zamanda, onun kolleksiyalarında müasirlik klassik mədəniyyətlə üzvi surətdə vəhdət yaradırdı, ustadın özü isə antikvariatın böyük bilicisi və həvəskarı idi. Hədsiz dərəcədə parlayan, həddindən artıq qısa, hədsiz dərəcədə parlaq – ekspansiv, aqressiv Versaçi dəbinin keyfiyyəti bundan

ibarətdir. Ən uğuru və yaxşı modellər, olduqca istedadlı fotoqraflar Versaçi ilə işləməyə üstünlük verirdi. Paralel olaraq, ustad həmçinin La Skala və M.Bejarın baleti ilə də əməkdaşlıq edirdi.

Mədəniyyətdə elitar və kütləvi dəyərlər arasında mövcud sərhədlərin aradan qaldırılması ideyası çərçivəsində Jan Pol Qotye pornosənayedən olan materialları (lateksi) podiuma çıxarır, Madonna və Nina hagen pop-müğənnilər üçün kostyumlar yaradır. Onun dünyasında mövcud olan ixtiraçılıq qabiliyyəti, ironiya, fantaziya klassik harmoniya və əndazə hissi ilə müqayisədə daha böyük əhəmiyyətə malikdir, lakin paradoksal hal bundan ibarətdir ki, ustadın peşəkarlığı və istedadı ən epotajlı əşyaları harmonik əşyalara çevirmişdir. “Qalmaqal - ən yaxşı reklamdır”, məhz bu səbəbdən Qotyenin nümayişləri hər zaman gözlənilməzdir. Defilenin gözlənilməz yerləri (boks rinqi üzərində, Konsyerji keçmiş türməsində), qeyri-adi detallar (qocalar, kök qadınlar, cırtıdanlar (çox kiçik boylu adamlar)), adi insanlar tərəfindən modellərin nümayiş etdirilməsi təkcə təxəyyülü heyrətə gətirmir, həmçinin sübut edir ki, dəb – yalnız seçilmişlər üçün deyil, hamı üçün bayramdır. “Hay-tek” kolleksiyasından sonra Qotyeni “dəbdən xuliqan” adlandırırlar. Əgər “hay-tek” yüksək texnologiyalar deməkdirsə, Qotyenin kolleksiyaları “Zibil şıqı”dır – bu, çirkab vedrələri, elektron platalar, konserv bankalarıdır ki, bu da texnologiyaların inkişafının əks tərəfinin ideyasını, cəmiyyətin ekoloji problemlərini daha itizəkali, ağıllı və düşündürücü formada nümayiş etdirirdi. Qotyenin müğənni Madonna tərəfindən şöhrətləndirilmiş “korset üslubu” parfüm məmulatlarının tərtibatında da öz əksini tapmışdır. Elza Skiaparellidə olduğu kimi, burada da flakon qadın torsunu təsvir edir. Avancard incəsənətin parodiya edilməsi “dadaistlər” (1983-cü il) kolleksiyasının əsasını təşkil etmişdir. 1984-cü il – “Kişi-obyekt” kolleksiyası, burada kişilər alt köynəklərdə və ətəklərdə, qadınlar isə androgin kostyumlarda göz ününə çıxır. Qotye həmçinin kinematorqaf üçün də işləyirdi. Onun yaratdığı kostyumlar P.Almadovarin lentə aldığı “Kika”, Karo və Jene tərəfindən ekranlaşdırılmış “İtirilmiş uşaqlar şəhəri”, P.Qrinueyin müəllif olduğu “Aşbaz, oğru, onun arvadı və sevgilisi”, eləcə də Lük Bessonun çəkdiyi “Beşinci element” kimi məşhur filmlərdə istifadə olunmuşdur.

Epatajlı kolleksiyalardan başqa, 1990-cı illərdə o, “Rabbi-şok” (payız/qış 1993/1994) etnik üslubda modellər yaradır: uzun ətkli paltarlar, jiletlər, üstədən buraxılan köynəklər, “kiplərə” bənzəyən baş örtükləri. 1994-cü il – tatunun və qraffitinin imitasiyasının uzlaşdırılması ilə Afrika və Cənib-Şərqi Asiya kostyumunun yenidən dərk olunması əsasında “Tatu” kolleksiyası. 1999-cu ildə T.Müqlər birgə o, Yüksək dəb sindikatının üzvü olur. Cins parçadan yaxud trikotajdan tikilmiş axşam ziyafət libasları, tülkü xəzindən hazırlanmış ətklər, dəvəquşu lələklərindən alt köynəklər yalnız ilk baxışdan təəccübləndirir, Qotyenin bütün orijinallığına rəğmən o, - böyük ustadır, dəb sənayesinin bütün qanunlarına yaxşı bələddir, heyrətə gətirən modellər hazırlamaq bacarığına malikdir ki, onlar geyim haqqında təsəvvürlərimizi əhəmiyyətli dərəcədə genişləndirir.

Franko Moskino italyalı “dəbdən xuliqan” idi, İtaliyada onu “dəbin antiqəhrəmanı” adlandırırdılar. Brendomaniya dövründə o, “dəbin qurbanlarını” açıqcasına lağa qoyur. Onun işlərində dadaistlərin və sürrealistlərin təsiri hiss olunur. Maskino markası həm İtaliyada, həm də İngiltərədə çox populyarlaşmışdı. İtalyanlar geyimin keyfiyyətini yüksək dəyərləndirirdi, ingilislər üçün isə ustadın yumor hissi çox yaxın idi. 1983-cü ildə o, özünün ilk şəxsi kolleksiyasını nümayiş etdirmişdir. Onun modelləri itlərə çevrilmişdi: bel xətti üzərində “puldən bel” yazısı olan kostyum, pencəkdə - “bahalı jaket” yazısı, köynəkdə isə - “bu köynəyin qiyməti bir milyon lirədir” yazısı. İri hərflə “MOSKINO” yazısı təkəcə markanın rəmzinə çevrilməmişdir, həm də onun müştərilərini onun reklam agentlərinə çevirirdi. Plüş oyuncaqlardan yaxalıqlar, geyim üzərində gözlənilməz və gülməli detallar, rəsmlər, ürək, qaşığı şəkilli sürrealist düymələr əşyaları təkəcə orijinal etmirdi, onları həmçinin müştərilər üçün olduqca yaxın və əziz edirdi. Onu da qeyd etmək yerinə düşərdi ki, zamanında klassik biçimi inkişaf etdirən məşhur modelyer Elza Skiaparelli də orijinal sürrealist dekordan öz yaradıcılığında geniş surətdə istifadə edirdi. Moskino markası tamaşaçılar tərəfindən çox sevilir, bu gün onun Dəb evi üçün ustadın üslubunu qoruyub saxlamaqla anonim dizaynerlər çalışır.

2.4. Qranjdan vintajadək istehlak: XX əsrin sonu - XXI əsrin əvvəllərində moda

Əgər 1980-ci illəri əminliklə bolluq dövrü adlandıra bilərixsə, 1990-cı illər iqtisadi və enerji böhranın baş verdiyi zaman kimi tarixə düşmüşdür və bu tənəzzül proseslərinə təkcə Avropa ölkələri deyil, həmçinin Yaxın Şərq ölkələri də cəlb edilmişdir. 1986-cı ildə Ukraynanın Çernobıl şəhərində yerləşən nüvə elektrik stansiyasında qəza ilə nəticələnən yanğın hadisəsi baş vermişdir, bu da bütün bəşəriyyətə ciddi xəbərdarlıq signalı kimi günü gündən sürətlənən texniki tərəqi ilə bağlı həyacan və narahatlıqları artırmışdır. Çernobal faciəsi kütləvi ekoloji hərəkata yeni impuls vermişdir ki, bu da onilliyin sonlarına yaxın dəb aləminə öz əhəmiyyətli təsirini göstərmişdir. 1980-ci illərin sonlarında təbii xəzin istifadəsinə qarşı çıxış edən “yaşıllar” hərəkatı xəzçilik və kürkçülük məmulatlarına olan istehlak tələbinin kəskin surətdə azalmasına gətirib çıxarmışdır. Lakin sonralar aydın olacaq ki, bu, sadəcə olaraq növbəti bir dəb idi – 1990-cı illərin ikinci yarısında podiumlarda yenidən ekzotik quşların lələkləri və bahalı xəzin bəzədilməsi ilə dəbdəbəli tualetlər görünməyə başladı.

Hər zaman olduğu kimi, böhran, ilk növbədə, gənc nəslin həyatına öz mənfi təsirini göstərir. Yeni situasiyaya cavab verən qranj meydana gəlir. Qranjın əmələ gəlməsini 1990-cı illərdə baş vermiş iqtisadi böhrana olan reaksiya ilə əlaqələndirirlər. Zənginlik – dəbli deyil, kasıbçılıq isə - tam yarıyır! Qranj həm “estetik çarəsizlik”, həm də “estetik adillik” adlandırılırdı, lakin onun başlıca cəhəti “təsadüflilik” - əşyaların seçimində və uzlaşdırılması prosesində təsadüf və nümayişkəranə səliqəsizlik. Hər şey “hədsiz dərəcədə” görünməlidir – hədsiz dərəcədə böyük yaxud kiçik, sanki “özgənin geyimi”dir kimi effekt mütləq olmalıdır. Bu, “sekond-hend” yaxud onları imitasiya edən əşyaların parlamaq üçün əsl vaxt idi. Qranj yoxsulluq və qərarlıqla assosiasiya olunurdu, bu 1980-ci illərdə əndazəni bilmədikləri, pulları sağa-sola xərclədikləri, dəbdəbəyə öyrəşdikləri və həyatdan ancaq həzz aldıkları üçün “1990-cı illərin peşmançılıq çəkənlərin rəmzi” idi.

Qranj özünün təbiətinə görə eklektikdir, bu, hər bir şeydə xaotik-nizamlı yerdəyişmə deməkdir; o, əlindən alınması çətin olan azadlıq və sərbəstlik “bəxş etmişdir” və bu azadlıq qorxu hissini aradan qaldırır, “yeniliklərin” doğulmasına səbəb olur. Gənc nəsil baş vermiş böhranın əsas səbəbini öz valideynlərinin kefcil, bəzi hallarda da əyyaş və pozğun həyat tərzini sürmələrində, tədris müəssisələrinin hədsiz dərəcədə siyasizləşdirilməsində görürdü ki, bütün bunlar təhsil keyfiyyətinin aşağı düşməsinə gətirib çıxarmışdır. Üslub Amerikanın Sietl şəhərində yaranmışdır, lakin qısa müddət ərzində təkcə Amerika Birləşmiş Ştatları ərazisində deyil, həmçinin Avropa qitəsində də geniş yayılmışdır. “Nirvana” qrupu və onun lideri Kurt Kobein yeni üslubun bütələrinə çevrilir – narkotiklər və çarəsizlik. Qranj üslubunda tikilmiş kostyumda pank və hippi üslubları, eləcə də etnik motivlər – uzun saçlar, uzadılmış sviterlər (böyük yaxud həddindən artıq balaca), cırıq cins şalvar, second-hend geyimi, kedlər, kobud ordu botinkaları bir araya gətirilirdi. Artıq 1993-cü ildə qranj podiumlara çıxır, “marginal yaxud heroin şıq” kimi istiqamət meydana gəlir. Emosiyaların, geyimin sərbəstliyi, emosional açıqlıq yeni sərt və çox ağır səmimilik ideyasını təbliğ edirdi. Model Keyt Moss yeni üslubun simvoluna çevrilir. Dəbdə üzün qeyri-standart tipidir, bu da reklam simaları gerçək insanlara sanki daha yaxın edirmiş kimi göstərirdi. Dolçe və Qabana, Mark Ceykobs 1992-ci ildə qranj üslubunda kolleksiyaları nümayiş etdirir. 1994-cü ildə qranj dəbdən düşür və yalnız 1997-ci ildə onun podiumlara qayıdışı baş verir (qeyri-bərabər kənarlar, aşağı salınmış ilmələr, emal olunmamış ətəklər, uzun “dartılmış qollar”).

“Hippi-şıq” qranjın əks sədası idi, 2000-ci ildə onun daha bahalı variantına çevrilmişdir – məşhur dizaynerdən cırıq cins şalvar, timsah dərisindən kənarları emal edilməmiş gödəkcələr. “Boobo” – bohem burjuaziya (daimi gəliri olmayan, sərsəri həyat keçirən ziyalılar təbəqəsi: aktyorlar, şairlər, rəssamlar və başqaları) bahalı geyimin səliqəsizliyi ilə orta sinfin zahiri parlıqlığından məsafə saxlamaqla “hippi-şıq” nümayiş etdirirdi. Hippi-şıq minimalizmlə ziddiyyət təşkil edirdi, dəbə parlaqlıq və parlaq rənglər qaytarmışdı. Qranj növbəti dövrün geyiminin demokratikləşməsinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir etmişdi.

Kejuol üslubu daha da geniş yayılmağa başlayır. Bir çox firmalar, ənənəvi işgüzar geyimdən imtina edilməsinə dəstək çıxaraq, “sərbəst cümə günləri”nə icazə verir. Həmin günlərdə, yəni həftə ərzində yalnız bir gün, bütün əməkdaşlar dress-koda riayət etməyə də bilərlər.

Ekoloji üslub bu zaman həmçinin başlıca vəzifəsi insanın ergonomik yaşayış mühitinin yaradılmasından ibarət olan və təbiətlə mədəniyyətin dialoqunun zəruriliyini nəzərə alan ekoloji dizayn kimi də inkişaf edir. 1970-ci illərin ekoloji üslubu bütün diqqətini təbii materialların istifadəsində cəmləşdirmişdi. Ekoloji şüur ümumilikdə əşya fetişizminə qarşı çıxır, təmiz ekoloji texnologiyaların, istehsalın optimallaşdırılması kimi məsələlərin müsbət həllinin lehinədir.

1990-cı illərdə “qadın incəliyindən məhrum edilmiş zəriflik” aktuallaşır: bu obraz “uniseks” istiqamətində inkişaf etmiş və dəbdəbənin, zənginliyin, “əbədi dəyərlərin” inkar edilməsi kimi qranj, minimalizm, ekolodji kimi üslublarda ifadə olunurdu.

Həmin vaxt qlamur (ingilis dilində glamour – “şarm, cazibədarlıq, lətafət”) fenomeni də əmələ gəlməyə başlayır, qlamur 1930-cu illərin təbii xəzləri, dəbdəbəli parçaları, parlaq materialları ilə səciyyələnən bu illərin Hollivud üslubunu xatırladır.

Kişi dəbi üçün “dönük obrazı” aktuallaşır, həmin obraz “qanqster”, “döyüşçü”, “idmançı” və “androgen yeniyetmə oğlan” obrazların kəsişməsində yaranmış və özündə “yeni insan” haqqında təsəvvürlər ehtiva etmişdir. Əgər 1970-ci illərdə dönük qəhrəman – alkoqol butulkası əlində və nimdaş geyimdə olan, korrupsiya ilə mübarizə aparan “düzgün olmayan” polisdirsə, 1980-ci illərin kinofilmlərindən (“Divanə Maks”, “Ülgücün kənarı ilə qaçan”) göründüyü kimi, dönük kişinin həyatı məqsədi, ən azı, bəşəriyyətin xilasındır. 1990-cı illərdə bu, ya superqəhrəman, yaxud da antiqəhrəmandır. 1990-cı illərin əvvəlinə antiqəhrəmanlar get-gedə daha tez-tez kinofilmlərdə görünməyə başlayır. Belə ki, Cəzalandıran, Sibir porsuğu və daha qəddar Betmen, “İks insanlar” filmindən Hambit və Bişop, “İks Qüvvə” filmindən Kabel və Hörümçək-adamın rəqibi Venom 1990-cı illərin əvvəlinin ən yeni populyar personajlara çevrilmişlər. Onların vizual obrazları təqlid

edilmək üçün nümunələrə çevrilir. Kventin Tarantinonun müəllif olduğu “Kriminal oxunaqlı əsər” filmində baş qəhrəmanın kostyumu və saç düzümü tez bir surətdə dəbli trendlərə çevrilmişdir. 1990-cı illərin sonlarında Vaçovski qardaşları tərəfindən lentə alınan “Matrisa” filmi ekranlara çıxır. Bu kino əsəri də dəbə kifayət qədər ciddi təsir göstərməklə kiber-tex üslubunu aktuallaşdırmışdır. İnsan-maşınlar “yeni qəhrəmanlara” çevrilir: komikslər, kompüter oyunları, videoçarxların qəhrəmanları.

Kinematograf təkcə dəbli həyatın reklam edilməsi üçün platforma deyil, həmçinin konkret marka və üslubların reklamı üçün mühüm bir məkandır, «product placement» isə - birbaşa reklamın effektiv alternatividir. Hələ 1950-ci illərdə “Tiffany’s” mağazası “Tiffani evində səhər yeməyi” filminin qəhrəmanlarının birinə çevrilmişdir. Belə hesab olunur ki, Corcio Armanın populyarlıq qazanması üçün təkan qismində baş rolu Riçard Qir ifa etdiyi “Amerikalı jiqolo” filmi üçün kostyumların üzərində onun işi qeyd olunmalıdır. Bu kimi reklamın daha bir variantı kimi “Forrest Qamp” filmindəki baş qəhrəmanın Ağ evi ziyarət etməsindən sonra dediyi aşağıdakı sözlər göstərilə bilər: “Prezidentlə görüş zamanı ən yaşısı o idi ki, isədiyin qədər Dr. Pepper içə bilərdin!” Bu və ya digər məhsulun irəli çəkilməsi strategiyalarının uğurunu Ray-Ban eynəklərinə olan dəbin qayıtması nümayiş etdirir ki, bunun da reklam plakatı “Qara geyimli adamlar” filminin afişası idi.

Dəbli evlər get-gedə daha çox nəhəng maliyyə korporasiyalarının tərkib hissəsinə çevrilir, dəbli nümayişin özü isə brend məhsulunun reklam aksiyası olmağa başlayır. Bu, modelyerin özünü reallaşdırılması istiqamətində ona sərbəstlik vermiş, kutürdan olan kolleksiyaların ilk əvvəl zərərli olmalarına baxmayaraq, dəbli evləri eksperiment məkanına çevirmişdir. Bir neçə brendə nəzarət edən nəhəng korporasiyalar təşkil olunur, məsələn, B.Arnonun rəhbərlik etdiyi LVMH korporasiyası «Dior», «Givenchy», «LouisVuitton», «Guerlain», «Lacroix» və bu kimi başqa markaların sahibidir. 1990-cı illərdə yeni Dəb evləri meydana gəlir, T.Fordun köməyi ilə «Gucci» evinin dirçəlməsi müşahidə olunur. Dolçə və Qabana öz markalarını təsis edir. Dizaynerlər bazarı qoruya bilib, bu məqsədlə onlar münasib qiymətlərlə aktual geyimi təklif ediblər, istifadə olunan parçalar “zebr” və

“leopard” tərtibli idi, kişi pencəkləri leopardın rənglənməsini xatırladan süni xəzdən hazırlanırdı, müstəqil geyim əşyalarına çevrilmiş alt paltar şəffaf üst geyimlə yaxud geyim üzərindən geyinilirdi (“alt paltar şıqı”). Məşhur cins şalvar Dolçe və Qabbana markasının uğurunu təmin etmişdir. Onların geyimi dəbdə mövcud olmuş minimalizmin ümumi tendensiyası ilə ziddiyyət təşkil edirdi və özünəməxsus hissiyyatlılığı, erotizmi ilə cəlb edirdi.

Minimalizm, həmin dövrün podiumun kralı və “keçmiş onilliyin əlamətdar zibillənməsi”nə bir cavab idi. Minimalizm ölçü və harmoniyayı, mənaların tam axıra qədər deməməsini, yarımçıq qoymasını yayırdı. Geyim konstruksiyalarının sadəliyi biçim və materialların yaradılmasının ən qabaqcıl və müasir texnologiyaları ilə uzlaşdırılırdı. Minimalizmin özünəməxsus daha parlaq variantını italyanlar da nümayiş etdirir. Miuçça Prada, «Gucci» (Tom Ford) öz minimalistik kolleksiyalarını retro üslubunda hazırlayır (1960-1970-ci illər). Üslubun yapon versiyası ilə müqayisədə daha duyğulu və hissiyatlı həmin bu italiya minimalizmi adıçəkilən Dəb evlərinə bazarda uğur qazanmaq imkanı vermişdir.

İdman üslubuna əsaslanan amerika minimalizmi amerikalı dizaynerləri dünya dəbində nüfuzlu etmişdir ki, əvvəllər bunu müşahidə etmək mümkün deyildi. Dzen-buddizmin pərəstişkarı olan Donna Karan dünya podiumlarında mötəbər persona statusunu əldə edir. Bu qadın uğurlu, uduzmaq bilməyən bir strategiya üzərində öz seçimini dayandırmışdı – işləyən qadınlar üçün rahat geyimin yaradılması. 1984-cü ildə o, öz adını vermiş kolleksiyanın ilk nümayişini həyata keçirmişdir. Minimal çoxfunksiyalı qarderob – sviterlərin əvəzinə bodi, modelləri rahat, görünüş baxımından sadə və bədən üzərində yaxşı oturan edən mürəkkəb biçim, artıq detallardan və mövsümi dəbdən imtina. Kelvin Kləyn də həmçinin minimalizmin pərəstişkarıdır. Nə dərəcədə paradoksal görünsə də, geyimin sadəliyi, onun rahatlığı markanın reklam edilməsində aqressiv yanaşmaya üstünlüyün verilməsi ilə kontrast, ziddiyyət təşkil edirdi. Ralf Loren minimalizmin tərəfdarı və pərəstişkarı deyildi, ancaq onu kovboy üslubun və ingilis üslubla “kollec” üslubunun uzlaşdırılmasına əsaslanan “amerika arzusu” üslubunun yaradıcılarından biri hesab

edirlər. Romantika, respektabellik, dəbdəbə - Lorenin yaradığı geyim nümunələrini fərqləndirən başlıca cəhətlər məhz bunlardır.

1990-cı illərdə, Parisə ingilis modelyerlərin ekspansiyası zamanı Con Qalyano ən məşhur dizaynerlərdən biri olmuşdur. Britaniya dəbi ümumilikdə daha avanqardlı, öndə gedən idi, bu da geyim əşyalarında bu və ya digər eksperimentlərin aparılmasını labüd və tələb olunan edirdi. “İnkruayabl” adlı diplom kolleksiyasında o, klassikaya yeni romantiklər ruhunda başqa bir alternativ təklif etmişdir. Con Qlyano klassika və müasirliyi böyük ustalığ və incəliklə uzlaşdırır: o, tarixi biçimi dirçəldir, ikitərəfli əşyalar, əşya-transformerlər təklif edir. Hələ 1989-cu illərdə Qalyano şəffaf maykalar və yumşaq, məxmər parçadan hazırlanmış silindrlər yaratmışdır ki, bunlar 1990-cı illərin əvvəllərində dəbə minmişdir. 1990-cı illərin əvvəlində mövcud olmuş romantik üsluba uyğun “Napoleon və Jozefina”, “Tramvay”, “İstək”, “Bolşevik Rusiyadan gənc şahzadə Lukresiyanın qaçışı” kimi kolleksiyalar yaratmışdı. 1990-cı illərin ikinci yarısında, Givenchy Dəv evi üçün işləyərək tarixi üslubun və etnik motivlərin birləşdirilməsi mövzusunı inkişaf etdirir. Gözlənilməz olsa da, çeroki hindularına məxsus geyimin və 1920-ci illərə aid Paris üslubunun uzlaşdırılması məhz Con Qalyanonun icrasında mükəmməl görünürdü. 1996-cı ildən başlayaraq, usta Dior Dəb evi üçün işləyirdi. Tam təbiidir ki, LVMH korporasiyasının imkanları ona geniş fantaziya üçün nəhəng bir meydan və özəlliklə sərbəstlik vermişdir. Bundan əlavə, Qalyano tez-tez öz obrazını dəyişir (kiçik bıqlardan steklyarusla bəzədilmiş uzun hörüyə qədər), onun nümayişləri də eyni dərəcədə teatral xarakter daşıyır. Nümayişlərin teatrallaşdırılması ümumilikdə 1990-cı illər üçün səciyyəvi xarakter daşıyır, çünki dəbli brendlər dəb aləmə qarşı müəyyən dərəcədə soyuqluq nümayiş etdirən tamaşaçı kütləsini cəlb edir; top-modellər (Klaudia Şifer, L.Yevangelista, N.Kempbell) kumirlərə, kübar xronikasının qəhrəmanlarına çevrilir, pop-divalarla müqayisədə bir çox hallarda daha da populyar olurlar).

Con Qalyano olduğu kimi, Aleksandr Makkvin də istedadı, peşəkarlığı epatajla uzlaşdırır. 1995-ci ildə o, sanki qan yaxud palçıqla çirkləndirmiş paltarlar təklif etmişdir, amma Jivanşinin Dəb evi üçün hazırlanmış saçaqlı aqressiv dəri

kostyumlar, steklyarusdan olan libaslar təkə uğurla satılmırdı, həmçinin trendə çevrilərək Dəb evinə kəskinliyi qaytarmış və modelyerə böyük şöhrət gətirmişdir. Müasir britaniyalı modelyerlər H.Çalayan, F.Treysi və başqaları peşəkarlıqla cəsarəti və kreativliyi birləşdirərək keçmiş ustadların ənənələrini uğurla davam etdirir.

Beləliklə, 1980-ci illərin ortalarından etibarən, minimalizm öz mövqelərdən tədricən çəkilməyə başlayır, əvəzinə qadın incəliyinə və zərifliyinə xas olan romantika və dəbdəbə gəlir və bu proses yumşaq, mərhəmətli və qayğıkeş ana, bacı, həyat yoldaşı və sevgili obrazını qadına qaytarmağın sanki təkidli bir cəhti kimi dəyərləndirilirdi. Bu halda dəb ən radikal yollar seçərək yoluna davam edir, korsetlər, korsajlar, şəffaf parçalar, büzmə haşiyələr, oborkalar, volanlar təklif edir ki, bütün bunlar cinsi fərqləri nəzərə çarpdırmaq məqsədini güdür. Bu məcrada xüsusi diqqət alt paltara yetirilir ki, bu da utançlıq hissi keçirmədən nümayiş etdirilən və geyim altında gizlədilməsi sadəcə olaraq ayıb hesab olunan əsl incəsənət əsəri kimi təqdim edilir. Açar istiqamətlərdən birinə “alt paltar üslubu” çevrilir, onun üçün şifon, tül parçadan, eləcə də krujevaların istifadə olunması ilə hazırlanan kombinasiya-donlar səciyyəvi xarakter daşıyır. “Uniseks” istiqamətinin özü də müasir kostyumda seksual istiqamətlərdən birinə çevrilir – qısa toplar, ombaları və sağrıları nəzərə çarpdıran şalvar, kip oturan jaketlər, hündür daban və sair.

Qarşılıqlı təsir prinsipinə əsaslanaraq, dəbin başlıca dəyər qismində təkə müxtəlif üslublar deyil, həmçinin fərqli fakturalar da, yəni qalın və nazik, memarlıq səciyyəvi və axarlı kimi bir-birinə zidd fakturalar çıxış etməyə başlayır. Çoxlaylılıq alqışlanır – rahat kəşmir və uçan yüngül şifon üstədən, parlayan ipk və fakturalı krujevalar. Rəng qamması mütəlifdir: pastel tonlardan (çalarlardan) başlayaraq “hippi” mədəniyyəti üslubunda parlaq basma naxışlara qədər. Eyni ilə dizaynerlər qara rəngi xatırlamağı təklif edirlər. Məsələ burasındadır ki, qara rəng təkə incə eleqantlıq və zövq əlaməti deyil, həmçinin insanın bədən quruluşunu qeyri-adi tərzdə daha müəkkəmməl və qamətli edir, onun bir çox çatışmazlıqları ört-basdır edir. Geyimdə asketizm hər zaman aksesuarların rolunun irəli çəkilməsinə səbəb olurdu

və məhz aksesuarlar obrazın fərdliliyi və tamamlığına görə hər zaman cavabdehlik daşıyırdı.

Həmin dövrdən başlayaraq vintajlı əşyaların axtarışı, geyinilməsi və toplanılması dəbli istiqamətə çevrilir. “Vintaj” dedikdə yaşı 20 ildən az olmayan orijinal yaxud autentik əşya nəzərdə tutulur ki, burada onun ərsəyə gətirilməsi zamanəsinin “aktual dəbli obrazı” aydın və dürüst müşahidə olunur. Əgər, misal üçün, sadəcə olaraq qara sviter – ötən əsrin 70-ci illərin “vodolazka” adlı geyimidirsə, bu, çox güman ki, sekond-henddir. Yox, əgər bu XX əsrin 70-ci illəri üçün səiyyəvi olan fasona malik sviter (klyoş edilmiş qollar, ətəklərin üst-üstə düşməsi, aşağı hissədə geniş rezin), yaxud vaxtilə olduqca dəbli hesab edilən maral ornamentli sviterdisə, deməli bu, artıq vintajdır. Vintaj geyimi özünəməxsus tərzdə incəsənət predmeti, orijinallığa və və başqalarına oxşamayan olmalıdır, lakin, bütün bunlarla yanaşı, öz zamanəsinin ən dəbli tendensiyaların ifadəsi tam aydın və rahatlıqla hiss edilməli, müşahidə olunmalıdır.

Dəbli jurnalların tirajlanması və yayılması, televiziya, musiqi çarxları və kinofilmlər vasitəsilə dəbli obrazların translyasiyası (ötürülməsi) əslində öz şəxsi fərdi obrazını yaratmaq imkanını bizə təqdim edən vasitələrdir, ancaq bunu gerçəkləşdirmək üçün biz özümüz fərd, şəxsiyyət olmalıyıq.

Müasir dəb də həmçinin maraqlı trendləri nümayiş etdirir. Bura qotlardan və emolardan, “kavaynalı” animelərdən başlayaraq müasir koberpanklara qədər hər şey daxildir. Anime bir dəbli trend kimi hələ 1990-cı illərdə olduqca geniş bir arealda yayılmağa başladı, o zaman yeni janrı nümayiş etdirmiş ilk yapon seriallardan biri gənc qızlar üçün gənc qızlar haqqında “Ehtiyatlı ol! Qızıl balıq!” adlı bir anime çıxmışdır. Dəbli musiqi istiqamətlər kimi hindi-rok, elektron musiqinin müxtəlif variantları geniş yayılır və populyarlaşır, hip-hop və etno-istiqamət də öz mövqelərini qoruyur və onlar ətrafında da həmçinin xüsusi dəb trendləri formalaşmağa başlayır.

Üçüncü minilliyin astanasında kostyum özünün həm əvvəlki “elitarlığını”, həm də “kütləviliyini” itirmiş və həm sosioloji, həm də semantik səviyyələrdə ikili strukturu əldə etməklə texnologiyalaşdırılmış dünya reallığının və mifin

əlaqələndirici həlqəsinə çevrilmişdir. Elitar və populyar zövqlərin qarşılıqlı surətdə bir-birinə təsir göstərməsi prosesi baş verir: “Yüksək” incəsənət və dəb öz ideyalarını, ilk növbədə, məhz küçədən əldə edir, beləliklə də adi və gündəlik əşyaların incəsənət dərəcəsinə yüksəldilməsi və bərqərar edilməsi müşahidə olunurdu, kütləvi istehlakçı isə özünün şəxsi üslubunu əmələ gətirməklə peşəkarların təkliflərini götürürdü. Ümumilikdə XXI yüzilliyin ilk illərinin dəb aləmində inkişafın bir neçə vektorları haqqında danışmaq olar ki, bura neokonservatizm, qlamur, minimaliz, etno-istiqlamət və futurizm daxildir. Kostyumun yaradılması prosesinin texnologiyaların inkişafı ilə bağlılığın fəal surətdə inkişaf etdirilməsi müşahidə olunur.

FƏSİL III. XXI ƏSRİN MODASI: EKOLOGİYA VƏ REALLIĞIN VİZUAL DİZAYNI

3.1. İnsanların yaşayış sahəsində “dizayn və ekolojiya” anlayışlarının vəhdəti

Ekoloji dizayn, ekoloji estetika müasir dizaynın inkişafında aparıcı istiqamətlərdən biri qismində dəyərləndirilməlidir. Ekoloji yanaşma çərçivəsində çoxlu sayda cərəyanların mövcudluğunu qeyd etməliyik. Olduqca müsbət haldır ki, həmin bu problematika müxtəlif səviyyələrdə - elmi işlərdən başlayaraq interyerlərin və kütləvi istehlakçı üçün geyimin dizayn layihələrinə qədər ciddi aktualaşdırılır. Parlaq üz-qabıqlı jurnallar, televiziya verilişləri ekoloji problemlərdən, ekoloji həyat tərzindən bəhs edir. Bu cür materialların bir çox hallarda populist səviyyədə olmasına baxmayaraq, onlar ekoloji şüur və təfəkkür adlandırdığımız bir dəyərin inkişaf etdirilməsi yönəmdə xidmət göstərir, təbiətə qarşı ehtiyatlı və diqqətli münasibət ənənələrinin formalaşdırılmasını şərtləndirir.

Əgər ekologiyanın inkişafını 1970-ci illərdə və bu gün müqayisə etsək aydın olur ki, inkişaf templərinin kifayət qədər ləng olmasına baxmayaraq, müəyyən müsbət nəticələrin əldə olunmasını əminliklə söyləmək olar. Vəziyyətin birmənalı olmadığına əsas mahiyyəti bundan ibarətdir ki, ekoloji məhsullar, ekoloji geyim və ekoloji həyat təzi yüksək maya dəyəri və haqqında danışdığımız tələblərə cavab verən məhsulun istehsalına təbii materialların ciddi məsrəfləri səbəbindən əslində insanların kifayət qədər kiçik çevrəsinə əlçatan olur. Dizaynın ətraf mühitlə münasibətlərin ikili xarakter daşması dizaynın özünün mahiyyətində yer alır. Özünün yaranma anından başlayaraq, dizayn təbiətlə qarşılıqlı fəaliyyət prosesinə daxil olub. Bir mədəniyyət hadisəsi olaraq, dizayn “dünya-xaos” və “dünya-mədəniyyət”in sərhədini damğalamışdır. Təbiət dizaynın işğal etdiyi, təbiət varlığını mədəniyyət landşaftına və transformasiyaya uğramış cismə çevridiyi bir ərazi olmağa başladı.

Təbiətlə mədəniyyət arasındakı sərhəddə mövcud olaraq, dizayn həmçinin elmin və incəsənətin qovuşuğunda da yer almışdır. İnsanın həyat fəaliyyəti məkanının abadlaşdırılmasına dair elmi cəhətdən əsaslandırılmış yanaşmanın

təbii, təəssüf ki, tək cə həyat standartlarının dəyişməsinə gətirib çıxarmayıb, həmçinin ekoloji balansın pozulmasına da səbəb olmuşdur. Müasir alimlər ətraf mühitin inkişafı və mövcudluğunun quruluşu və spesifikasiyası haqqında kifayət qədər böyük həcmdə bilgilərə malikdir, insanlar bitkilərin yeni sortlarını, heyvanların yeni cinslərini yetişdirməyi, havanı idarə etməyi öyrəniblər. Bu səbəbdən tam əminliklə deyə bilərik ki, insanın sosiomədəni fəaliyyətinin təsiri nəticəsində tək cə insanın özü bioloji varlıq olaraq deyil, həm də təbiət dəyişikliklərə məruz qalmışdır. Əgər təbiətdə istirahətin və asudə vaxtının keçirilməsini təbliğ edən reklam prospektlərinə diqqətlə nəzər salsaq görərik ki, təbiətin özü də bizim üçün əşyalar sisteminin bir hissəsinə çevrilmişdir.

“Təbiət” dedikdə biz artıq daha çox təbii mühiti deyil, bizim üçün adi, öyrəşdiyimiz komfortun müəyyən səviyyəsini ehtiva edən məkanı başa düşürük – rahat yolları, isti suyun olmasını, kondisionerlərin, istilik sisteminin və adi həyatımızın digər ciddi zərurətə çevrilmiş bir çox elementlərin mövcudluğunu nəzərdə tuturuq. Təbiətə məntiqli, dərəkkalı, səmərəli deyil, məhz istehlaki münasibət insanın həyatı və ümumilikdə dünyamızın təhlükəsizliyi üçün ciddi təhdidlər yaradır. P.Kozlovskinin rəyinə görə, ekoloji problemi termodinamikanın ikinci qanununun nəticəsi qismində dəyərləndirmək lazımdır, çünki həmin qanun enerjilərin sonluğunu və təbii təbiət strukturlarının kövrək, incə və zərif olduğunu əsaslandırır.

“Ekoloji yaşayın” – bu şüar, bir tərəfdən, insana qarşı diqqətli olmasına, planetimizə qarşı məhz evimizə qarşı olduğu kimi münasibət sərgilənməsinə gətirib çıxarır, digər tərəfdən isə sterilizasiya və unifikasiyanı, manipulyasiyanı, gündəli həyat səviyyəsində simulyakrların və gerçəklik modellərinin yaradılmasını qəsdən törədən bir şüar kimi diqqət çəkir. Doğrudur, həyatın yeni keyfiyyətini təklif etməklə, erqonomika təbii tələbatlara əsaslanır, lakin yenə də həmin hippilərdə yaxud maarifçilərdə olduğu kimi təbiətə qayıdışı deyil, təbitüstü bir məkanın yaradılmasını təbliğ edir. Belə ki, Dubayda yerləşən dünyanın ən hündür Burjal-Arab otelində, onun nəhəng yelkəni xatırladan gözəl binada olaraq dərk edərsən ki, küçəyə çıxan anda hansı şəhərdəsən. Eyni komfort, eyni incəsənət əsərləri, eyni steril havaya

Parisin, Vaşinqtonun, hətta Moskvanın da interyerlərində də rast gəlmək mümkündür. Milli kolorit də həmçinin coğrafi mənsubiyyəti olmayan bir əşyaya, komfortun tərkib hissəsinə çevrilir.

Təbiətlə qarşılıqlı münasibətlər texnoloji mükəmməlliyi ilə belə bir kontekstdə əlaqə yaradır ki, təbii çoxluq və qeyri-müəyyənlik əvəzinə həmin bu kontekst nizam və qayda, habelə anlaşılma illüziyasını əmələ gətirir. Müəllif olduğu fəlsəfi-bədii “Amerika” adlı essədə J.Bodriyar qeyd edirdi ki, çağdaş zəmanəmizin başlıca xüsusiyyəti daha süni yaşayış məkanının yaradılmasıdır və burada insan ağıq əmək şəraitindən, əstəliklərdən, aclıqdan, zorakılıqdan, müharibələrdən artıq əziyyət çəkmir, hətta ağır mənəfi konfliktlər və sarsıntılar da keçirmir.

Belə bir situasiyada söyləyə bilərik ki, texnologiyalar bütün bəşər mövcudluğunu əhatə edir – onun cismani vəziyyətindən, idrakı, sosial varlığından başlayaraq (dövlət-maşın), mənəvi görkəminə qədər (ənənəvi, dini yaxud elmi metodiklərin tətbiqi ilə şəxsi böhranların həll olunması). Təsadüfi deyil ki, “texnologiyalar” anlayışı həyat aləminin bədii tərtibatının həm üsulları, həm də formalarına dair tətbiq edilməyə başlayır. Axı məhz rəssam-dizaynerlər texnika və texnologiyaları zahirən təbii formalara bənzər bir şəkildə edir, süni surətdə yaradılmış dünyaya cəlbedicilik gətirir.

Bununla parallel olaraq texnisizmlə balı ciddi məyusluq baş vermişdir ki, bu da mənəvi təcrübənin təbiətdə atarışına, ətraf mühitin dəyərliliyinin və əhəmiyyətliliyinin kəskin surətdə dərk edilməsinə gətirin çıxarmışdır. Bu, dizayn və memarlıqda özünü xüsusilə parlaq və qabarıq şəkildə büruzə vermişdir, burada dinamika modernizm şüarından başlayaraq (“yaşayış üçün ev-maşın”, oturmaq üçün “stul-aparat”) ekoloji estetikadan zövq və həzz almağa qədər açıq aşkar özünü nümayiş etdirir.

Ekoloji böhranın inkişafı ilə bağlı tənqidi nəzər nöqtəsinin sərgilənməsini utopik romanlarda, “kibarpank” üsulbda çəkilmiş kinofilmlərdə görmək mümkündür, burada sünu surətdə yaradılmış millilikdən xaric ekoloji mühit əhalinin böyük əksəriyyətinin aşağı səviyyəli həyat tərzini sürməsi hesabına dəstəklənir, qorunub saxlanılır. Kiberpankın estetikası təbii və texniki, virtual və gerçək

olanların uzlaşdırılmasına əsaslanır. Bu ənənə F.Lanqın “Metropolisindən” başlayaraq Vaçevski qardaşlarının “Matrisasına” qədər müşahidə olunur. Diqqətlə baxsaq görürük ki, “kiberpank estetika” təbii və qeyri-təbii olanların qarşılıqlı münasibət problemlərini aktuallaşdırır ki, bunun həmçinin insan həyatı məkanını təşkili sferasında dizayn fəaliyyətinin həyata keçirilməsinə də aidiyyəti vardır.

Əslində aydın olur ki, ekoloji dizayn təbiəti onun mədəniyyətdən əvvəlki vəziyyətinə qaytarmaq iqtidarında deyil, sadəcə olaraq süni “yeni təbiililik” yaradır ki, bu da təbiət və mədəniyyət arasında tarazlığı bu və ya digər şəkildə qorumağa imkan yaradır. Təbiətilik texnologiyaların və incəsənətin təbiətin yeni ekoloji konfigurasiyasının yaradılması məqsədilə istifadəsinə əsaslanır. Məsələ burasındadır ki, hətta landsaft dizaynı, ekoparklar insan dəstəyi olmadan, təəssüflər olsun ki, öz mövcudluğunu sürə bilməz. Dubayda “Palma adaları” layihəsi yeni təbiililiyin yaradılmasının nümunəvi misalıdır – bu, palma şəklində süni yaradılmış adalardır (Cumeyra, Cəbəl Əli və Deyra adaları), onların inşa edilməsinə 7 milyon kub metrə yaxın daş kütləsi istifadə olunmuşdur.

Dizaynda ekoloji istiqamət tarixən 1970-ci illərdən etibarən texnoloji böhranın fəsadlarına cavab olaraq inkişaf etməyə başlayır. Dizaynın bu sferası hal-hazırkı dövrdə artıq öz tarixinə malikdir və bir sıra istiqamətlərə bölünür. Belə ki, interyer və kostyumda ekoloji üslub süni materiallara əks olaraq ekoloji təmiz, təbii materialların istifadəsini nəzərdə tutur.

1970-ci illərin dəb aləmində ekoloji üslub təkcə təbii parça və rəngləri deyil, həmçinin təmiz qidanı, təbii komponentlər əsasında kosmetik vasitələri də irəli çəkirdi. O zaman təbii kosmetika xətləri praktiki cəhətdən bütün iri istehsalçılar tərəfindən açılırdı. Belə kosmetika dünyanın müxtəlif ölkələrin və xalqların ənənəvi reseptləri əsasında yaradılır, onun istifadəsi isə müəyyən ritualları nəzərdə tutur. Ekoloji üslubun 1970-ci illərdə populyarlığı həm də gənclik kultu ilə bağlı olmuşdur.

Dizaynın müasir ekoloji istiqamətinin vəzifələri ekoloji üslubla müqayisədə daha həcmlidir. Başlıca məqsəd – təbiət və mədəniyyətin dialoqunun zəruriliyini nəzərə alan insan yaşayışının erqonomik mühitinin yaradılmasıdır. 1970-ci illərin ekoloji üslubu ütün diqqətini təbii materialların istifadə olunması üzərində

fokuslayır, ekoloji istiqamət isə ümumilikdə əşya fetişizminə qarşı çıxış edir, ekoloji cəhətdən təmiz texnologiyaları, istehsal proseslərinin optimallaşdırılmasını təbliğ edir.

Ekoloji hərəkətin son hədd variantı – sintetik materialların istifadəsindən tam imtina olunmasıdır; daha yumşaq variant isə sintetik materialların istifadəsini qəbul edir, ancaq onlar öz keyfiyyətinə görə təbii materialları üstələməli yaud, ən azı, onların xüsusiyyətlərinə və xassələrinə malik olmalıdır (parçaların, xüsusilə də idman məşğuliyyəti üçün nəzərdə tutulmuş parçalar sahəsində işlənmələr, həmin materiallardan tikilən geyim nümunələri gündəlik həyatımıza da daxil olur, misal üçün termopaltar, “nəfəs alan” parçalar). Doğrudur, süni materialların təbii materiallar şəklində istifadəsini və təklif olunmasını yolverilməz hesab edən istiqamət də mövcuddur.

İstehlakın ekologiyalaşdırılması keyfiyyətli və uzunmüddətli əşyalara qayıdışı nəzərdə tutur. Belə yanaşma təkcə istehsal həcmi azaldılmalı deyil, həmçinin istehlak həcmi o cümlədən də əşyaların universallığı hesabına minimallaşdırılmasını stimullaşdırılmasıdır. Paradoksal olsa da, tədqiqatçıların hesablamalarına görə mini-gruplar üçün kiçik uzunmüddətli keyfiyyətli əşyaların yaradılması seriyalı əşyaların kütləvi istehsalından iqtisadi nöqteyi-nəzərdən daha sərfəlidir. İstehsal prosesinin ekoloji minimallaşdırılması second-hend mallarının çiçəklənməsində də öz əksini tapmışdı. Son hədd variantı – Greenpeace üslubunda “zibil dizaynı”, bu zaman geyim istifadə olunmuş qablaşdırmadan, plastik qablardan hazırlanır. Qarderobun minimallaşdırılması, uzunmüddətli istifadə üçün nəzərdə tutulmuş keyfiyyətli əşyaların istehsal edilməsi vintajın aktuallaşdırılmasına da gətirib çıxartmışdı. Vintaj – keçmişdə böyük dizaynerlər tərəfindən yaradılmış əşyaların istifadəsi, yaxud köhnə əşyaların yenidən düzəldilməsi. 2000-ci ildə dəbə daxil olmuşdur. Bu tendensiya dəbin demokratikləşdirilməsi, vizual obraz vasitəsilə hər bir insanın fərdliliyinin üzə çıxarılması ideyasına xidmət edirdi. Qeyd etdiyimiz həmin istiqamət həm də mövsümi dəb, modellərin köhnəlməsi problemini aradan qaldırır ki, bu da həmçinin ətraf mühitin qorunub saxlanılmasına müsbət tərəfdən təsir göstərmək iqtidarındadır.

Ekoloqlar təbii xəz və dərinin onların süni analoqları ilə tamamilə əvəzləmək təklifini irəli sürürlər. Bu cür təşkilatların fəaliyyəti təbii xəz və dərinin istehsalçıları və alıcılarına qarşı yönəlib və, hər şeydən başqa, dəbli nümayişlər vaxtı aksiyaların keçirilməsindən ibarətdir ki, bu zaman məşhur kutüryelərin hazırladığı xəz məmulatları öldürülmüş heyvanların qanını simvolizə edən qırmızı rəngli boya ilə bulaşdırılır. 1993-cü ildə “Fendi” Dəb evinin nümayişləri keçən zaman heyvanların müdafiəçiləri podiuma müxtəlif plakatlarla daxil ola bilmişlər, bu aksiya kütləvi informasiya vasitələrində böyük rezonans doğurmuşdur. Təbii xəz və dərinin istifadəsinə qarşı keçirilən aksiyalarda bir çox ulduzlar da iştirak edir, və 1990-cı illərin əvvəlində bu cür materiallara olan tələb müvəqqəti aşağı düşmüşdür, ancaq 1990-cı illərin sonlarına yaxın təbii materiallar yenidən podiumlara və küçələrə qayıtdı. Modelyerlərin, dizaynerlərin böyük əksəriyyəti təbiətə qarşı xəyanət etdiklərinə görə ekoloqlar tərəfindən konyunkturuluqda, yalançılıqda ittiham edilmişdir. “Ekoloji təbliğat” çərçivəsində modelyerlər Moskino və Kastelbajak təbii xəzlər əvəzinə plüş oyuncaqlardan istifadə olunmasını istehza ilə təklif etmişlər. Kastelbajak tərəfindən “teddi” plüş ayı balası oyuncaqlarından hazırlanmış kürk 1992-ci ilin dəb mövsümünün xitinə çevrilmişdir. Ekoloji problemlərin istehza ilə dolu anlamı J.P.Qotyenin “hay-tek” kolleksiyasında da yer almışdır (hay-tek termini yüksək texnologiyalar mənasında işlədilir), kolleksiya isə “zibil şıq”ı təbliğ edirdi: bunlar çirkab vedrələri, elektron platalar, konserva bankaları idi ki, bu da texnologiyaların inkişafının əks tərəfi ideyasını, cəmiyyətin ekoloji problemlərini orijinal formada nümayiş etdirirdi.

Başqa bir istiqamət – parçaların yaradılması, emalı və boyanması istiqamətində ənənəvi texnologiyaların istifadəsidir, çünki süni parça və materiallar təbiətlə, demək olar ki, assimilyasiya olunmur, onların istehsalı isə ətraf mühit üçün çox zərərliyədir. Levis firması ekoloji cəhətdən təmiz materiallar yaratmaq üçün boyaq maddələri və parçalarla müxtəlif eksperimentlər aparır. Lakin hal-hazırda təbii xammala keçidi tam olaraq reallaşdırmaq qeyri-mümkündür. Təbiətlə assimilyasiyası mümkün olan, öz-özünə parçalanan və, bununla yanaşı, yüksək

istismar keyfiyyətlərinə malik süni materialların yaradılması istiqamətində həyata keçirilən təcrübələr və sınaqlar kifayət qədər perspektivli görünür.

Ekoloji mədəniyyət müəllif və istehlakçının dialoqunu nəzərdə tutur və stimullaşdırır ki, bu da təkrar istehsal proseslərindən qurtulmağa və milli, etnik fərqləri qoruyub salamağa imkan verir. Ekoloji yanaşma yapon dizaynerləri Y.Yamomoto, Rei Kavakubo, İssei Miyakinin əsərlərində möcüzəli şəkildə açılır. Onların kolleksiyaları münasibətlərin ekologiyalaşdırılmasını inkişaf etdirir, geyimin yeni “ekoloji” dərinə uyğundur ki, burada insan yaşadığı mühitlə ilkin olaraq harmonikdir. Ənənələrə qarşı xüsusi münasibətin sərgilənməsi hesabına geyim kifayət qədər müasir görünür, çünki adət və ənənələr keçmişin fonimeni kimi deyil, hüzariki dəyərlərin əsası və təməli qismində qəbul olunur.

Yapon ənənəvi kostyumun ümumi prinsipləri bunlardan ibarətdir: sərbəst biçim, universallıq, sadəlik, çoxlaylılıq – müasir modelyerlər tərəfindən iqtibas edilmir, kostyumun forma yaradıcılığının qanunları olaraq çıxış edir. Belə geyimin unikalılığı insan və kostyum arasında xüsusi fəzanın yaradılmasından ibarət deyil, bu, həmçinin, transformasiyaya uğrama, dəyişkənlik, insanın özünü ifadə prosesində yardımçı rolu oynayan fərdi obrazın yaradılmasıdır. Parçanın fakturasına diqqətli yanaşma, parçalar, müasir texnologiyalarla eksperimentlərin aparılması yaponlar tərəfindən ənənəvi olaraq materiala qarşı həssas yanaşılmasına tamamilə uyğundur.

İncəsənət və gerçəklik arasında sərhədin aradan qaldırılması, ənənəvi yapon mədəniyyətinə xas olan incəsənətin kontekstuallığı yaradıcılıq prosesində istehlakçının iştirakı ideyasını birinci yerə çıxarır, bədii əsərin natamamlığı isə həyatın əbədi hərəkəti ilə bağlı buddist dərinə uyğundur. Öz işinə ciddi fəlsəfi münasibət modelyerin müəllifliyi ilə işıq üzü görmüş “Özümləşibət edərkən” kitabında əksini tapmışdır, burada Yamomoto həyat, varlıq yaradıcılıq problemləri haqqında alim-filosof Kiokatsi Vaşida ilə söhbətlərə xeyli vaxt ayırır. V.Vendersin lentə aldığı “Şəhərlər və geyimlər haqqında bloknot” sənədli filmində rəssam insan və urbanistik mühitin qarşılıqlı münasibətlərin ekoloji tərəfi barədə düşünür.

2007-ci ildə Tokioda “21-21 Dizayn Sayt” adlı muzey açılmışdır, onun yaradıcıları memar Tadao Ando və dizayner İssei Miyaki təkcə müasir dizayn

mərkəzini deyil, həmçinin müasir yapon incəsənətin laboratoriyasını yaratmaq məqsədini qarşılarına qoymuşdular. Layihənin özü ekoloji üslubun çox gözəl bir nümunəsidir, interyerlər isə milli yapon ənənələrinin müasir mədəniyyətlə uzlaşdırılması məsələsinə söykənən ekoloji mədəniyyətin inkişafına kömək etməlidir. “Ekologiyalılığın” özündən əlavə, başlıca hədəf kimi “müşahidəçiyə münasibətin ekologiyalaşdırılması” da qoyulur: ətraf mühitdə estetik obyektin mənimsənilmə subyektindən böyük asılılığı, bu da incəsənətin olduğu kimi meyarlarının və sərhədlərinin hərəkətliliyinə gətirib çıxarır (bu, V.Qaasın, H.Hermerenin, Yu.Sepantın, T.Cessopun, D.Gibsonun və başqaların işlərində öz əksini tapmışdır). F.Fronlix təbiətin bir incəsənət əsəri kimi şəxsən özünün anlaşılmasını işləyib hazırlamışdı. Araşdırmaçı xanımın qənaətinə görə, belə bir yanaşma təbiətə qarşı utilitar münasibətin əvəzinə onun estetik cəhətdən qiymətləndirilməsinin və mühafizəsinin gəlməsini təmin etməlidir. Həmin qeyri-atropoloji estetika Şərqi fəlsəfəsi çərçivəsində təbiətin başa düşülməsinə çox yaxındır, burada insan – dünyanın mühüm olmasına baxmayaraq, sadəcə bir hissəsidir. Təbiətin və kosmosun vəhdəti kimi yaponlar tərəfindən təbiətin belə bir dərki yapon bağçasını bədii fenomenə çevirir.

3.2. Parça və ekolojiya

Təbiətə, ətraf mühitə, insana zərərli təsir göstərməyən parçalar ekoloji parçalar hesab olunur. Ekoloji parçalar – bu, bir qayda olaraq təbii materialdan, pestisidlərin və bu kimi digər zərərli və təhlükəli kimya maddələrinin istifadəsi aparılmadan yetişdirilmiş təbii liflərdən (təbii ipəkdən, pambıqdan və s.) hazırlanmış parçalardır.

Bununla yanaşı, təbii ekoloji parçaların istehsalı zamanı ətraf mühiti çirkləndirən maddələrdən – təbiəti yalnız istehsal prosesi zamanı deyil, həmçinin zibilxanaya atıldıqdan sonra da çirkləndirməyən zərərli boyalardan, ağardıcılardan istifadə olunmamalıdır. Bugünkü gündə bəşəriyyətə ekoparçaların istehsalı üçün nəzərdə tutulmuş təbii xammalın aşağıdakı növləri məlumdur: daha məşhur və

populyar – boyanmamış yaxud təbii (eko) boyaq maddələri ilə rənglənmiş, pambıq və kətan. Pambıq hətta boyana aparılmadan da müxtəlif rəngli ola bilər, ilkin olaraq yetişdirilən pambıq növləri rəngli idi. Qarğıdalı, çətənə, bambuk və banan liflərdən hazırlanmış parçalar mövcuddur. Həmçinin bitki ekastraktları ilə aşılanmış dəri də ekoloji hesab edilə bilər.

Ekoparçaların üstün cəhətləri: ekolojilik, antiallergiklik, hava keçiriciliyi, köhnəlməyə davamlılıq, uzunmüddətlik.

Ekoparçaların çatışmazlıqları: əzilməyə məruz qalması, bahalıdır.

Ekoloji parçaların, materialların növləri:

Üzvi pambıq. Bizim alışdığımız xammaldan fərq bundan ibarətdir ki, onun yetişdirilməsində heç bir kimyəvi maddələrdən istifadə olunmamalıdır. Amerika Birləşmiş Ştatlarında və bir sıra Avropa ölkələrində üzvi pambığın standartı artıq təsdiq edilmişdir. Bu materialın 95 faizi kimyəvi gübrələrdən və pestisidlərdən ən azı üç il ərzində azad olan torpaqda yetişdirilməlidir. Bundan əlavə, bu cür xammalda genləri modifikasiya olunmuş orqanizmlər olmamalıdır. Mütəxəssislər iddia edirlər ki, üzvi pambıq həqiqətən təhlükəsizdir, bəzi hallarda isə, misal üçün, ekzemalar, müxtəlif dəri pozuntuları yaxud allergiyalar zamanı onun istifadəsi hətta faydalıdır.

Gələcəyin daha bir bitkisi kimi alimlər **qarğıdalını** hesab edirlər. Dəqiqləşdirmək lazımdır ki, qarğıdalı xammalından hazırlanmış parça özünün tərkibinə görə sintetikaya daha yaxındır, lakin onun başlıca üstünlüyü və müsbət tərəfi – yüz faizlik bioloji parçalanmasıdır (həll olunmasıdır). Bundan əlavə, istehsal xüsusi məsrəflər tələb etmir və prosesin özü də kifayət qədər sadədir: qarğıdalı nişastasından polimer hazırlanır, ondan isə sonradan qarğıdalı sapları alınır. Parça da məhz bu saplardan ibarətdir. Bəzi mütəxəssislər hesab edir ki, qarğıdalı parçası tekstil bazarında öz yerini tutacaq. Məsələn burasındadır ki, qarğıdalı parçası nəmişliyi çox yaxşı hopturur, ancaq, demək olar ki, göz qabağında tezliklə quruyur. Parçanın günəş şüalarına və digər xarici təsirlərə dayanıqlığı da yüksəkdir. Yumşaqdır ə, ən əsası, hipoallergendir.

Gicitkən də alimlərin diqqətindən kənarda qalmayıb. Bu bitkidən hazırlanan parçanın əsas üstünlüklərindən və müsbət cəhətlərindən biri – onun möhkəmliyidir. Bu haqda əvvəllər də məlumatlar var idi, keçmişdə gicitkəndən kanat və parusin (qalın kətan parça) hazırlanırdı. İndi isə alimlər bu xammalın zahiri görünüşünə də diqqət çəkirlər. Məlum olmuşdur ki, ciyitkən ipək sayağı təbii parlaqlığa malikdir. O, asan boyanmaqla yanaşı öz parlaqlığını və ipək kimi yumşaqlığını, zərifliyini, hamarlığını, parlaqlığını qoruyub saxlayır. Bu xammal istehsalatda artıq istifadə olunur, ancaq elit parçaların hazırlanması və bahalı kağız sortlarının alınmasında tətbiq edilir. Mütəxəssislər ciyitkəni həmçinin üzvi pambıq və yunla birgə istifadə edirlər. Bu, möhkəm, köhnəlməyə qarşı dayanıqlı geyim hazırlamaq imkanı verir ki, o, rahat boyanır və formanı çox yaxşı saxlamaq qabiliyyətinə malikdir. Ciyitkən liflərini keyfiyyətli cins şalvarın bəzi növlərində artıq indi tapmaq mümkündür.

- **Kətan.** Əgər bu bitki köhnə qayda ilə, pestisidlərin və herbisidlərin istifadəsi aparılmadan yetişdirilsə.

- **Remi (rami).** Ciyitkənin xüsusi növüdür. Qərbi Asiyada bitən bitkidən hasil olunur. O, pambıqdan 5 dəfəyə qədər daha möhkəmdir, rütubəti çox yaxşı hopdurur və tezliklə də quruyur. Sənaye miqyasında yetişdirilməsi mümkünsüzdür.

- **İpək.** Bu material özünün antibakterial xüsusiyyətləri və son dərəcə yüksək zərifliyi ilə çoxdandır ki, hamıya tanışdır. Hal-hazırda baramaları öldürməmək üçün, baramalar öz “məkanlarını” tərk etdikdən dərhal sonra onları toplayan şirkətlər fəaliyyət göstərir ki, buna humanist ipək adını veriblər

- **Xempa** (çətənə bitkisindən əldə olunan parça). Çətənə bitkisindən hazırlanan material yumşaq və möhkəmdir, uzunmüddətli dövr ərzində istismar edilə bilər, daimi istifadə zamanı isə bu parçanın son dərəcə gözəl və yaxşı keyfiyyətləri hətta artır. Materialın dayanıqlığı çətənə liflərinin xüsusi struktura malik olması ilə təmin edilir: xarici təsirlərə dayanıqlığı, parça deformasiyaya uğramır və selsi üzrə 90 dərəcə isti suda yuyulduqdan sonra xarab olmur, geyinilmə prosesində öz formanı itirmir. Çətənə bitkisindən hazırlanan parçalar həmçinin gəmiçilikdə də istifadə olunurdu. Məsələn burasındadır ki, bu, dəniz suyu ilə

təmasdan sonra xarab olmayan təbii xammaldan hazırlanmış yeganə parçadır. Çətənə bitkisindən XIX əsrdə ən nazik batist köynəklər hazırlanırdı.

Psevdoekoloji tekstil. Bugünkü gündə dünyada ekotəhlükələr bazarında istehsalatın yuyulmasının çoxlu sayda imkanlar mövcuddur. Bura, o cümlədən, yeni ekoparçalar adlandırılan materiallar barədə informasiyanın yayılması da daxildir. Yalnız bir sual əmələ gəlir: əvvəllər sizə əcdadlarınız flis yaxud bambuk parçasını hazırlamağı necə fikirləşmədilər?

Bambuk. Emal olunmuş taxta bambuk selülozadan hazırlanan parçalar da təbii parçalar kateqoriyasına aid olunur. Nə qədər təəccüblü olsa da, bu xammaldan hazırlanan geyim əşyaları olduqca yumşaq və yüngül olur. Bu material pambıqla müqayisədə nəmişliyi 4 dəfə daha yaxşı absorbsiya edir! Ancaq bütün digər ekoloji xammalın növləri ilə müqayisədə bambukun ən başlıca üstünlüyü, yəqin ki, onun təhlükədən qorunmuş olmasıdır, çünki hamıya yaxşı məlumdur ki, bambuk çox sürətlə böyüyür və dünyada onun plantasiyaları həddindən artıq çoxdur. Bundan əlavə, material parçalanır və ekolojiyə heç bir zərər yetirmir. Onun istehsal edilməsi pambıqın istehsalı ilə müqayisədə iki dəfə daha ucuz başa gəlir. Hər şeydən əlavə - bambukdan hazırlanan parçalar bir sıra müalicəvi xüsusiyyətləri ilə də tanınır: antibakterial, antistatik, dezodoroloji, absorpsion və dəridə mübadilə proseslərini stimullaşdıran xüsusiyyətləri ilə zəngindir.

Viskoz – “süni” adlandırılan parçalardır, lakin onlar təbii mənşəli materiallardır. Viskoz və bambukun istehsalı üçün istifadə olunan xammal – təbii ağac lifləridir. Viskoz XIX əsrin sonlarından “ixtira edilmişdir” və artıq XX əsrdən başlayaraq sənaye miqyasında istehsal olunur. Ağac materiallarından istehsal prosesinin özü zəhərli kimyəvi maddələrin köməyi ilə mürəkkəb kimyəvi reaksiyaların istifadə olunmasını təzərdə tutur.

Təbii müasir parçalara həmçinin soya parçaları da aid edilə bilər. Bambuk da olduğu kimi, bu bitkinin plantasiyaları asanlıqla bərpa edilir, materialın özü isə bioloji cəhətdən parçalanandır. Soyadan hazırlanan parçalar istiliyi yaxşı saxlayır, antibakterial xüsusiyyətlərə malikdir və tezliklə quruyur. Əl ilə yoxlanıldıqda belə lifi ipəklə səhv salmaq asandır.

Alimlər yosunlardan da təbii parçalar hazırlamağın öhdəsindən gələ bilmişlər. İslandiya mənşəli yosunlara daha çox üstünlük verilir, ancaq həmçinin qonur, yaşıl və mavi fəsilələrin ypsunlarından da istifadə olunur. Həmin parçalarda insan dərisinə müsbət təsir göstərən amin turşuların və mineralların olması sayəsində onları unikal adlandırmaq olar. Yosunların tərkibində az miqdarda da olsa gümüşün mövcudluğu geyimə antibakterial, canlandırıcı və həyat tonusunu yüksəldən kimi xüsusiyyətlər verir.

Parçaların hazırlanması mümkün olan baha bir bitki – çətənədir. Əlbəttə, həmin bitki ətrafında daim mübahisələr baş verir. Bir çox ölkələrdə çətənə istehsalı qadağandır, bu səbəbdən də belə parçaların hazırlanması olduqca ləng baş verir. Amma heç nəyə baxmayaraq, alimlər ümidlərini itirmir və izah etməyə çalışırlar ki, bu cür xammal həm pambıq, həm kətanla müqayisədə nəhəng üstünlüklərə malikdir. Bu bitkinin yetişdirilməsinə çəkilməli olan xərclər kiçikdir, lakin ondan hazırlanan parçaların effekti heyranedicidir: mühkəmlilik, antibakterial xüsusiyyətlərə malik olma, plastiklik və yüngüllük. Mütəxəssislər çətənə parçaların üzvi pambıqla 55 faizin 45 faizə nisbətdə birgə istifadəsinə daha çox üstünlük verir.

Bütün bu ekoloji cəhətdən təmiz parçalar artıq sadəcə işlənmələr deyil, real materiallardır, və onları Stella Makkartni, Corcio Armani, LeviStrauss və digər dünya kutüryeləri öz diqqət dairəsinə daxil ediblər. Əlbəttə, adi mağazalara haqqında danışdığımız bu “möcüzə-yeniliklər” hələ daxil olmayıb, ancaq ümid edirik ki, ən yaxın gələcəkdə bu mütləq baş verəcək.

Flis, polar flis – ancaq kiçik bir müddət öncə bunun ekoloji yenilik və superkəşf olması barədə danışmağa başladılar. Bəs əslində plastikdən lifi necə hazırlamalı? Yenə də, plastikdən lifin istehsalı prosesi zəhərli kimyəvi maddələrin istifadəsi ilə mürəkkəb kimyəvi reaksiyaların aparılmasını nəzərdə tutur.

3.3. Eko-moda və onun müasir həyatımızda yeri

Eko-dizayn – insanın öz seçimi ilə həm ekologiyanın vəziyyətinə, həm də, nəticə olaraq, öz sağlamlığına təsir edən ekosistemin bir ayrılmaz hissəsinin olduğunun dərkinə yönəlmiş uzunmüddətli dayanıqlı trenddir.

Eko-dizayn – məmulatın həyat tsikli boyunca ətraf mühitin qorunmasına olduqca böyük diqqət yetirən bir dizayn istiqamətidir. Məmulatın yaradılması, istifadəsi və utilizasiyasının (zərərsizləşdirilməsinin) bütün tərəfləri kompleks şəkildə nəzərə alınır. Eko-dizayn gözəllik, rahatlıq və qiymətin aşkar və adi tələbatları ilə bir bərabərdə aşağıdakılara xüsusi diqqət ayırır:

- Layihələndirilmə, hazırlanma, istifadə və utilizasiya (zərərsizləşdirilmə)
- Zamanı resursların istehlak edilməsinə.
- Materialların mənşəyinə. Bir çox aspektlər nəzərə alınır, istehsalçı (tədarükçü) tərəfindən ətraf mühitin qorunmasından başlayaraq müəssisələrdə işçilərin hüquqlarının qorunmasına, fermerlərə qarşı korrekt münasibətin sərgilənməsinə və s. qədər.
- Məmulatın istifadəsi zamanı təhlükəsizliyə, insan sağlamlığına zərərlərin olmamasına, səs-küyün, tullantıların, şüalanmanın, vibrasiyanın və s. minimuma qədər endirilməsinə.
- Utilizasiyanın (zərərsizləşdirilmənin) sadəliyinə, ekologiyaya minimum zərər yetirməklə materialların təkrar istifadəsi mümkünlüyünə. Eko-dəb və eko-geyim – dünyada yenidən fəal surətdə inkişaf etməyə başlayan və gələcək üçün böyük maraq kəsb edən yeni bir sahədir. Bu sahə yeni mentalitet, təbiətə və insana qarşı hörmətçil münasibət, təbii resursların səmərəli istifadəsini nəzərdə tutur.

Eko-moda mövzusu dünyada get-gedə daha da populyarlaşır, bir çox dizaynerlər isə ekoloji geyim xətlərini buraxmağa başlayıb. Misal üçün, Parisdə hər il “Ethical Fashion Show” keçirilir, bu, aparıcı dizaynerlərin iştirak etdikləri etik dəb nümayişidir. Bir çox ölkələrdə eko-moda mövzusu yenidən populyarlıq qazanmağa başlayır, lakin öz eko-xətlərini buraxan yaxud öz işində ekoloji standartlara riayət edən dizaynerlərin sayı get-gedə artır. Məsələn, Eston dizayneri – Rit Aus öz dəbli

paltarlarını parça qırıntılarını toplamaqla ərsəyə gətirir. Tekstil tullantılarını bir yerə ahəngdar formada yigaraq “əsl sənət əsəri” yaradan Rit, Hindistan və Banqladəşdə yerləşən iri brend fabriklərlə kontrakt imzalayaraq, onların nəhəng tullantı sahələrindən parçaları toplayaraq öz işçi qrupu ilə yeni geyimlər düzəldir. Bu da ekologiyanın çirklənməsinin qarşısını almağa kömək edir və yeni ekoloji təmiz geyimlərin ərsəyə gətirilməsinə gətirib çıxarır. Özünün mahiyyətinə və funksiyalarına görə eko-dizayn qruplara bölünməlidir.

Bu cür qruplara aşağıdakı prinsiplərə cavab verən məmulatları aid etmək lazımdır:

1. İstehsal zamanı insanların sağlamlığına və ətraf mühitin vəziyyətinə diqqətlə yanaşılması. İnsanların həyat və əmək şəraitinin yaxşılaşdırılması ilə bağlı qayğılar, əməyə hörmətlə yanaşma və onun layiqincə qiymətləndirilməsi; 2. Müxtəlif xalqların mədəni müxtəlifliyinə və ənənələrinə hörmətlə yanaşmaq. Ekomodada müxtəlif xalqlarda geyimin yaradılması zamanı istifadə olunan naxıştımə, toxuma, hörülmə və bu kimi digər ənənəvi texnikaların qorunub saxlanılmasına və bərpasına kömək edir; 3. Xüsusi təşkilatlar tərəfindən parçaların sertifikatlaşdırılması. Xəz, dərinin bütün növləri və s. kimi heyvan mənşəli parçaların istifadəsindən imtina edilməsi; 4. Parçaların istehsalı üçün asan bərpa olunan resursların istifadəsi: tezböyüyən bambuk, gicitkən, yosun və s.

Şübhəsiz, demək olar ki, bir neçə belə prinsiplərin birləşdirilməsini hazırda kifayət qədər dəbdə olan “hand-made” termininə aid etmək mümkündür ki, bu da əllə hazırlanıb kimi tərcümə olunur. Məhz bu səbəbdən həmin termindən istifadə edildikdə insan əlləri ilə hazırlanmış məhsul nəzərdə tutulur. “Hand-made” dünyası özündə fəlsəfəni və dəqiq riyazi hesablanmanı, ilhamı, fantaziya uçuşunu və sərt qaydaları, bugünkü günün dəb yeniliklərini və klassikanın dərinliklərini ehtiva edir.

“Hand-made”lə məşğul olmaqla, insan təkəcə özünü bir şəxsiyyət olaraq reallaşdırmaq iqtidarında olmur, həm də geyimin yaradılmasında istifadə olunan xalq sənətlərinin qorunub saxlanılmasına və bərpasına kömək edir. Bu, nəsildən nəsilə ötürülən biliklərdir, bura toxuculuğu, naxış tikməni, toxumanı, hörməni, boyamanı və bu kimi digər bilik və səriştələri aid edə bilirik.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Bu gün dəb bəşəriyyətin az qala bütün günahlarında ittiham olunur yaxud müasir insan üçün özünəməxsus şəkildə terapiya kimi dəyərləndirilir. Tezliklə dəyişkənliyə uğrayan dəb özünün çirkləndirmə izlərini qoymaqladır. Geyimin həyat tsiklinin hər addımı ilə ekoloji və istehsal amillərin generasiya potensialı artır. Misal üçün, mürəkkəb poliefir daha geniş istifadə olunan istehsal lifidir və neftdən hazırlanır. Texniki məlumatlara uyğun olaraq, son 15 ildə dəb sənayesində istehsal proseslərinin artması ilə süni liflərə, xüsusən də poliesterə, tələbat az qala iki dəfə yüksəlmişdir. Poliefir və başqa sintetik parçaların istehsalı xam neftin böyük həcmi tələb olunan kifayət qədər enerjitutumlu prosesdir. Uçan üzvi birləşmələrin, çəkilmiş hissəciklərin və xlorlu hidrogen kimi acı qazların tullantılarının həcmi böyüyür. Qeyd edilmiş maddələrdən hər biri respirator xəstəliklərini törədə yaxud onları daha da ağırlaşdırma biləcək maddələr qrupuna aiddir. Uçan monomerlər, həlledicilər və poliefir parçaların istehsalının digər əlavə məhsullar üst və yeraltı sulara, bundan sonra isə bitkilərə daxil olur. Resursların qorunması, bərpası haqqında müvafiq Qanuna uyğun olaraq təbiətin müdafiəşiləri toxuculuq sənayesinin bir çox istehsal güclərini tullantıların zərərli mənbələri hesab edir. Ətraf mühit və təhlükəsizlik problemləri təkcə süni parçaların istehsalı prosesinə aid deyil. Pambıq tikiş istehsalında tətbiq edilən ən geniş yayılmış və universal liflərdən biridir, bununla yanaşı, həmçinin təbiətə, bizi əhatə edən mühitə ikili təsir göstərmək imkanına da malikdir.

Bu gün moda – xəyallar, rüyalar fabrikidir. İnformasiya ilə hədsiz dərəcədə zəngin müasir dünyamızda mövcudluğun şokundan özümüzü qorumaq üçün ağırkəsici qismində çıxış edən dəb bu funksiyanı belə yerinə yetirir – müxtəlif oriyentirlər, ən azı dünyanın vizual konturunda, fərqli-fərqli oriyentirlər, istiqamətlər təklif edir. Dəbdən terapiya vasitəsi kimi istifadə etmək, yaxud onun quluna çevrilmək – hər birimizin seçimidir.

İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Yunusov N. Muasir modanın inksaf tendensiyalari, Bakı, 2006
2. Андреева И. Мода и культура одежды. Москва, Изд. “Знание”, 1987
3. Андрёва Р. Энциклопедия моды. СПб, ЛитЭра, 1997
4. Гофьман А. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведение. Москва, Изд. Наука, 1994
5. Ермолова Д. История домов моды. Москва, Академ., 2003
6. Зиммель Г. Мода. Изб.в III том.-х. Том II, Созерцание жизни, Москва, Изд. “Юристь”, 1996
7. Катсанова Л. Японская мода, вчера, сегодня и завтра. Азия и Африка сегодня. 2006, N1.
8. Колощенко М. Психология моды теоритический и прокладной аспекты. СПб, Изд. СПбУГТ, 2001
9. Казловский П. Культура постмодерна. Москва, 1997
10. Moda в контексте культуры. СПб, Изд. СПБКУГИ, 2007
11. Мода и стиль, Изд. “Аванта plus”, 2002
12. Неросов Я.Они определяют моду. Москва, Астрел, 2005
13. Петров Л. Мода - это общественная явления. Л., Знание, 1974
14. Спектор М., Китьсюз Д. Конструирование социальных проблем. Средства массовой коммуникации и социальных проблем. Казань. универ. 2000
15. Тангейт Д. Построение бренда в сфере моды. Москва, 2006
16. Тиль Э. История костюма. Москва, 1971
17. Fashion New, Taschen, 2006. Human & nature, ecological problems. London, 1998
18. New understanding of nature. N.Y. Colombia University Press, 1986
19. www.globalstyle.ru

ƏLAVƏLƏR









mmonro.livemaster.ru





XÜLASƏ

“Moda sferasında ekoloji problemlərin tədqiqi” adlı dissertasiya mövzusunun elmi – nəzəri təhlili zamanı aşağıdakı bir sıra məsələlər araşdırılmışdır:

“Mədəniyyət fenomeni - modanın tədqiqinin nəzəri əsasları” adlı **I Fəsildə** dövrlərin mədəni fenomeni – moda təhlil obyektinə çevrilir və modanın öyrənilməsinin nəzəri əsasları açıqlanır.

“XX əsrin II yarısı - XXI əsrin əvvəllərinin mədəniyyətində moda ənənələrinin dinamikası” adlanan **II Fəsildə** 1960-cı illərin moda və gənclik mədəniyyəti: yenilikçilərdən futurizmə qədər olan yol, 1970-ci illərdə moda inkişafının vektoru kimi polistilizm və pis zövqlərin səltənəti adlandırılan dövr işıqlandırılır, qranjdan vintajadək istehlak: XX əsrin sonu - XXI əsrin əvvəllərində moda tədqiq edilir.

“XXI əsrin modası: ekologiya və reallığın vizual dizaynı” adlı **III Fəsildə** insanların yaşayış sahəsində “dizayn və ekologiya” anlayışlarının vəhdəti, parça və ekologiya, həmçinin eko-moda və onun müasir həyatımızda yeri müəyyənləşdirilir.

“Nəticə və təkliflər” bölüməsində göstərilir ki, eko-dizayn – insanın öz seçimi ilə həm ekologiyanın vəziyyətinə, həm də, nəticə olaraq, öz sağlamlığına təsir edən ekosistemin bir ayrılmaz hissəsinin olduğunun dərkinə yönəlmiş uzunmüddətli dayanıqlı trenddir. Eko-dizayn – məmulatın həyat tsikli boyunca ətraf mühitin qorunmasına olduqca böyük diqqət yetirən bir dizayn istiqaməti olub özünü geyim sferasında da büruzə verir.

SUMMARY

During the theoretical analysis of the theme of **"The study of ecological problems in the sphere of fashion"** the following issues were studied:

In **Chapter I**, the cultural phenomenon of the **"Phenomenon of culture - the theoretical basis of fashion research"** is transformed into a fashionable object and explains the theoretical foundations of fashion study.

Chapter II, "The Dynamics of Fashion Traditions in the Second Half of the 20th Century - Early XXI Century Culture" the fashion and youth culture of the 1960s: from the innovators to the futurism, the period of the 1970s, as a vector of fashion development, is termed the realm of polystyism and bad tastes, consumption until the end of the XX century - at the beginning of the XXI century, fashion is investigated.

Chapter III "Fashion of the 21st Century: Ecology and Visual Design of Reality", describes the combination of concepts of "design and ecology" in the habitat of people, fabric and ecology as well as eco-fashion and its modern life.

The **"Outcome and Suggestions"** section shows that eco-design is a long-term sustainable trend that is based on the fact that human beings have an integral part of the ecosystem that affects both the state of the environment and, ultimately, their own health. Eco-Design is a design orientation that focuses on the protection of the environment throughout the life cycle of the product and it also reflects itself in the clothing industry.

РЕЗЮМЕ

В ходе теоретического анализа темы **«Изучение экологических проблем в сфере моды»** были изучены следующие вопросы:

В **Главе I** культурный феномен **«Феномен культуры - теоретическая основа исследования моды»** превращается в модный объект и объясняет теоретические основы изучения моды.

В **Главе II «Динамика модных традиций во второй половине XX века - культура начала XXI века»** мода и молодежная культура 1960-х годов, от новаторов до футуризма период 1970-х годов, как вектор развития моды, называют царством полистиизма и дурных вкусов, потребление до конца XX века - в начале XXI века мода исследуется.

Глава III «Мода XXI века: экология и визуальный дизайн реальности», описывает сочетание понятий «дизайн и экология» в среде обитания людей, ткани и экологии, а также эко-моды и ее современной жизни.

Раздел **«Итоги и предложения»** показывает, что эко-дизайн - это долгосрочная устойчивая тенденция, основанная на том факте, что люди имеют неотъемлемую часть экосистемы, которая влияет как на состояние окружающей среды, так и, в конечном счете, на их собственное здоровье. Эко-дизайн - это ориентация на дизайн, которая фокусируется на защите окружающей среды на протяжении всего жизненного цикла продукта, а также находит свое отражение в швейной промышленности.

876 m qrup magistrantı Abbasov Əlizamin Faiq oğlunun
“Moda sferasında ekoloji problemlərin tədqiqi” adlı
magistr dissertasiyasının

R E F E R A T I

Mövzunun aktuallığı. XX əsrin kütləvi mədəniyyəti içərisində özünəməxsus yeri olan moda sənəti əsasən iki istiqamətdə: “kütləvi” və “fərdi” istiqamətdə inkişaf etmişdir. Əsasən kütləvi istiqamət üzrə bədii üslub və imiclər meydana gəlmişdir. Bu üslublar isə öz növbəsində yarım üslublara və geyimin keyfiyyətini bildiren (de-lyuks) moda xətlərinə bölünmüşdür. Yeni üslublar arasında müasir cəmiyyətləri düşündürən və bir başa sağlamlıq nöqtəyi-nəzərindən vacib bir xətt – ekoloji üslub yaranmışdır. Bəlkə də, orta əsrlər dövründə geyimdə və tekstil sahəsində ekoüslubun yaranacağı çoxlarının aqlına belə gəlmirdi. Çünki, XX əsrdə texnologiyanın sürətli inkişafı, kimyəvi silahlardan müharibə zonalrında istifadə, təbiətə insan tərəfindən vurulan ziyanlar, sənaye sahələri tərəfindən atmosfərə atılan tullantılar sayəsində ekologiyanın ciddi şəkildə çirklənməsi bu üslubun yaranması zərurətini meydana çıxarmışdı.

“Modanın bir istiqaməti olan eko-üslub özü-özlüyündə bir sənətdir” - bu nöqtəyi-nəzərin tərəfdarları olan modelyer-dizaynerlər aşağıdakı arqumentləri əsas tuturlar: ekoloji-modanın əsas məqsədi praktiklik və ya faydalılıq deyil, əksinə o yaradıcı təxəyyülün imkanlarını sınaıyır, onun geyim tərzinə və qarderoba gətirdiyi dəyişikliklər, cəmiyyətin funksional, sosial-iqtisadi və siyasi tələblərinə deyil, onun estetiklik və sağlamlıq tələblərinə cavab verir.

Aktuallığı ilə fəqlənən hazırki dissertasiya işində əsas tədqiqat məsələsi kimi qəbul edilən ekomodanın müzakirəsi və analizi, XXI əsrdə texnikanın günü-gündən inkişafı ilə moda sferası və insanların mədəni həyatı üçün zəruri olan “sağlamlıq, keyfiyyət və gözəllik” kimi eko-faktorların bir araya gətirilməsini tələb edir.

Tədqiqatın predmet və obyektı. Dissertasiyada geyim, habelə dəbin inkişafı yolu (ümumi olaraq), moda aləmində ekologiya problemlərinin aspektləri (ətraflı olaraq) təhlil edilmişdir.

Tədqiqatın əsas məqsədi və vəzifələri – XXI əsrdə hər bir cəmiyyətdə geyim sahəsində aktual olan eko-dizayn, eko-moda, eko-üslub kimi faktorların araşdırılması və onların müasir dövrdə həyatımızdakı yerini, düzgün inkişaf yolunu müəyyənləşdirməkdən ibarətdir.

Dissertasiya işində bu istiqamətdə bir sıra məsələlər araşdırma mərkəzinə çevrilmişdir:

1. Hər bir tarixi etapda mədəni fenomen olan modanın öyrənilməsinin təhlili;
2. XX əsrdə geyim xəttinin və dəb aləminin geniş şəkildə analizi;
3. Dizayn və ekologiya kimi fərqli amillərin cəmiyyətdə uzlaşması;
4. Parça və dəb sahələrində yaranan ekoloji problemlərin səviyyəsi, müasir dövrdə yerinin təyin olunması.

Tədqiqatın informasiya bazası və işlənilməsi metodları. Tədqiq olunan mövzunu əhatə edən bölmələr sistemli təhlil olunmuş, moda aləmində ekoloji problemlərin araşdırılması eko-amillərin müəyyən edilmiş tədqiqat üsuluna əsaslanır. Bu üsullar isə arxiv məəxəzləri, elmi araşdırma, şəbəkə xidmətlərinə istinad edir.

Tədqiqatın elmi yeniliyi. Müasir zamanda insanların həyat şəraitində özünü biruzə verən, ekologiya problemi dizaynın bütün sahələrində, xüsusən də, geyim sferasında özünü büruzə verir.

Müasir cəmiyyət kontekstində, xüsusilə moda sferasına təzahür edən eko-problemlərin araşdırılaraq aradan qaldırılmasına dair irəli sürülən tədbirlərin kompleks tədqiqi dissertasiyanın elmi yeniliyi hesab oluna bilər.

Tədqiqatın təcrübi əhəmiyyəti. Müasir cəmiyyətdə, insan faktorunu ekologiya mənfi təsirlərindən qorunmaq üçün eko-dizaynın bədii dilini moda sahəsinə tətbiq etmək lazımdır.

Tədqiqat işinin müddəaları Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetinin (UNEC) “Texnologiya və Dizayn” fakültəsində (mühazirə, tezis və s. qismində) istifadə edilə bilər.

Dissertasiya işin strukturu və həcmi. Dissertasiya işi giriş, III fəsil, nəticə və təkliflər, dissertasiya işinə edilmiş əlavə və dəbiyyat siyahısından ibarətdir. Dissertasiya işi ümumilikdə 80 səh, 6 şəkildən təşkil olunmuşdur.

“Mədəniyyət fenomeni - modanın tədqiqinin nəzəri əsasları” adlı **I Fəsildə** dövrlərin mədəni fenomeni – moda təhlil obyektinə çevrilir və modanın öyrənilməsinin nəzəri əsasları açıqlanır.

“XX əsrin II yarısı - XXI əsrin əvvəllərinin mədəniyyətində moda ənənələrinin dinamikası” adlanan **II Fəsildə** 1960-cı illərin moda və gənclik mədəniyyəti: yenilikçilərdən futurizmə qədər olan yol, 1970-ci illərdə moda inkişafının vektoru kimi polistilizm və pis zövqlərin səltənəti adlandırılan dövr işıqlandırılır, qranjdən vintajadək istehlak: XX əsrin sonu - XXI əsrin əvvəllərində moda tədqiq edilir.

“XXI əsrin modası: ekologiya və reallığın vizual dizaynı” adlı **III Fəsildə** insanların yaşayış sahəsində “dizayn və ekologiya” anlayışlarının vəhdəti, parça və ekologiya, həmçinin eko-moda və onun müasir həyatımızda yeri müəyyənləşdirilir.

“Nəticə və təkliflər” bölüməsində göstərilir ki, eko-dizayn – insanın öz seçimi ilə həm ekologiyanın vəziyyətinə, həm də, nəticə olaraq, öz sağlamlığına təsir edən ekosistemin bir ayrılmaz hissəsinin olduğunun dərkinə yönəlmiş uzunmüddətli dayanıqlı trenddir. Eko-dizayn – məmulatın həyat tsikli boyunca ətraf mühitin qorunmasına olduqca böyük diqqət yetirən bir dizayn istiqaməti olub özünü geyim sferasında da büruzə verir.

Magistrant :

Ə.F.Abbasov

Elmi rəhbər:

dos.Y.Ç.Ağamalıyeva