

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ

AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ

MAGİSTRATURA MƏRKƏZİ

Əlyazması hüququnda

Məmmədova Səkinə Eynulla qızı

“Dəyişən cəmiyyətdə modanın nəzəri və metodik əsaslarının tədqiqi”

mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASIYASI

İxtisasın şifri və adı:

060321 - “Dizayn”

İxtisaslaşma:

“Dizayn və texniki estetika”

Elmi rəhbər:

Magistr proqramının rəhbəri:

s.ü.f.d. L.H.Məmmədova

s.ü.f.d. L.H.Məmmədova

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

BAKİ – 2019

MÜNDƏRİCAT

GİRİŞ	3
FƏSİL I. MODA ANLAYIŞININ MƏNİMSƏNİLMƏSİ VƏ MÜHÜM TƏRƏFLƏRİ	
1.1. Cəmiyyətdə fərdi və sosial qrupun moda anlayışı	7
1.2. Dəbin yaranma tarixi ilə bağlı düşüncələr	13
1.3. Moda funksiyalarının təzahür xüsusiyyətləri	20
FƏSİL II. MODANIN NƏZƏRİYYƏLƏRİNİN TƏHLİLİ	
2.1. Avtokratik və motivasiya nəzəriyyəsi	24
2.2. Modanın faktlarla dolu nəzəriyyəsi və ideoloji səbəbiyyətinin nəzəriyyəsi	32
2.3. C.Gerdanın modasının təkamül nəzəriyyəsi. Modanın sosial-psixoloji kompleksinin aktuallığı	42
FƏSİL III. MODANIN NƏZƏRİ VƏ METODİKİ TƏDQIQATININ ƏSAS İSTİQAMƏTLƏRİ	
3.1. Moda tədqiqinin müstəqil istiqamətləri ilə bağlı yanaşmalar	49
3.2. Moda haqqında əsas konsepsiyaların təhlili	52
3.3. Azərbaycan modasının nailiyyətləri və bu yöndəki irəlliləmələr	68
NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR	77
İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT	79
ƏLAVƏLƏR	81
XÜLASƏ	84
PE3IOME	85
SUMMARY	86

GİRİŞ

Min illər boyu geyim, mədəniyyət tarixində ətraf mühitə uyğunlaşmaq üçün mühüm vasitə hesab olunmuşdur. İnsanın inkişafının ən erkən mərhələlərindən başlayaraq Kostyum ən əhəmiyyətli mədəniyyət vasitələrindən birinə çevrilir. Müxtəlif geyim formaları ideyasını ortaya çıxaran cəmiyyətin sosial quruluşunun dərinliyinə nüfuz edir. Bir çox elmi sahələri ilə birləşərək moda fenomeninin ayrılmaz bir komponentinə çevrilir. Zamanla mədəni tədqiqatlar, sosiologiya və psixologiya ilə birgə tədqiq olunan bu sahə ona daxil olanların davranış və davranış proseslərini mədəni təcrübədə vurğulayır.

Müasir dünyada moda, onun mürəkkəb daxili strukturunu və cəmiyyətdəki bir sıra funksiyaları dəstəkləməyə əsaslanan, dünya mədəniyyətinin, hərtərəfli və çox ölçülü fenomeninə çevrilmişdir. Tarixdə modanın ziddiyətli şərtləri, davranış motivasiyasına və mədəniyyət dəyərlərinə söykənərək, onu ictimai və sosial yönümlü dəyişikliklərə uğradır. Bu sahə də yaranan elmi əsərlərin təhlili Avropa mədəniyyətində moda fenomeninin Sosial mədəni məkanda müasir işlənməsinin kompleks tədqiqatı zamanı yeni metodoloji və nəzəri yanaşmasının tətbiqi zərurətindən irəli gəlir.

Fəlsəfə, sosiologiya və psixologiya kimi bir çox sahələrlə əlaqələndirilən moda mütəxəssislər tərəfindən ətraflı öyrənilməkdədir. 21-ci əsrdə modanın öyrənilməsi yönümlü istiqamətlər daha maraqla qarşılanılır. İlk növbədə adı çəkilən sahələrin öyrənilməsi təbəqələşmənin göstəricisindən irəli gəlir. İkincisi isə artıq İnsanlar arasında xüsusi bir fenomenliyə çevrilən moda nəzəri anlayışları və metodiki bilikləri əhəmiyyətli konsepsiyalar birləşdirir. Bugün bir çox işlər modanın yenilənməsi və institusionalizmə təsiri məsələlərinin vacibliyinə bu sahə ilə bağlı metodiki və nəzəri bilikləri də müəyyənləşdirir.

Mövzunun aktuallığı. Günü - gündən yenilənməkdə olan modanın nəzəri istiqamətləri ilə bağlı məlumatların azlığı bu sahə üzrə yaradıcı həllərin inkişaf etdirilməsinə də aktual problemlərdən hesab olunur. Qloballaşan dünyada modaya təsir edən problemlərin təhlili məsələləri ictimai mühitin mühüm faktorlarındanır.

Bu anlayışın universallaşdırılması və qloballaşması onun iqtisadi və nəzəri cəhətlərini təşkil edərək yeni bir tendensiyanı ortaya çıxarır.

Mədəniyyət məkanının sosial strukturunun tərkib hissəsi kimi moda fenomenini şərh edərkən, subyektiv sahənin unikal əhəmiyyətini daha aydın görürük. Adı çəkilən sahəylə müasir metodologiya və nəzəriyyənin təkmilləşdirilməsi yönümlü tədbirlərin keçirilməsini şərtləndirir.

Tədqiqatın əsas məqsədi və vəzifələri. Dissertasiya işində araşdırılan məsələlər aşağıdakılardır:

1. Moda məfhumunun proses və hədəf kütləsi yönümlü aspektləri nəzərə alaraq, konseptual istiqamətdən yalnız geyimlə həddatlanmayan bu sahənin digər baxış bucağından öyrənilməsi və təhlili,
2. Modanın elmi-metodiki biliklərin əsasında formalaşaraq şərh edilməsinin mədəniyyətliliyi,
3. Modalı funksiyaların və yanaşmaların ümumi mənasının təkmilləşdirilməsi.

Tədqiqatın elmi yeniliyi. Bu magistr dissertasiya yazısında aparılan elmi-tədqiqatların yanaşmasını nəzərə alsaq deyə bilərik ki, moda sahəsində təsirli komponentlər təkmilləşdirərək, müstəqil elm istiqaməti kimi formalaşmasını, müddəaların, konsepsiyaların əhəmiyyətini, texnologiyanın inkişaf etdirilməsini, habelə bunların ölmülməsi yönündə işlərin aparılmasını tələb edir. Etibarlı bir yanaşma olaraq ənənəvi və kompüter dəstəkli yeni istiqamətlərinin yaradılması, fərdi komponentlərin nəzəriyyəsinə və metodologiyasına uğurlu inkişafın mənbəyini özündə səciyyələndirir.

Tədqiqatın informasiya bazası və işlənməsi metodları. Dissertasiya işinin yazılmasında sonda göstərilmiş ədəbiyyat siyahısından və sadalanan internet resurslarından istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın predmeti və obyektı. Dissertasiya işində moda nəzəriyyələri (ümumi şəkildə), dünya və Azərbaycan moda tədqiqatçılarının metodiki konsepsiyaları isə (geniş şəkildə) tədqiq edilmişdir. Eyni zamanda dissertasiya işində modanın ümumi anlayış kimi təhlili və funksiyaların tədqiqi aparılmışdır.

İşin təcrübi əhəmiyyəti. Magistr dissertasiya işində istifadə olunan və irəli sürülən nəzəriyyələri, metodologiyaları əhəmiyyətli şəkildə öyrənmək, moda prosesini elmi metodologiya səviyyəsində nəzərə almaq imkanı formalaşdırılır. Universitet, məktəb, incəsənət yönümlü kurslarda modanı daha asan və manuel şəkildə öyrənilməsinə həyata keçirməyə modifikasiya edir.

İşin strukturu. Dəyişən cəmiyyətdə modanın nəzəri və metodiki əsaslarının tədqiqi mövzusunda yazdığım dissertasiya işi, 3 fəsil olmaqla giriş, nəticə və təkliflər, ədəbiyyat siyahısından və əlavələrdən ibarətdir.

Dissertasiya işinin "Moda anlayışının mənimsənilməsi və mühüm tərəfləri" başlığı altında yazılan I fəslində modanın ümumi bir anlayış kimi izahında, ona verilən təriflərdən cəmiyyətdə modanın qruplara bölünməsindən, tarixi və inkişaf mərhələsində irəliləyən modadan, ümumilikdə onun funksiyalarından, bu funksiyaların həyatında oynadığı roldan bəhs edilir.

Modanın nəzəriyyələrinin təhlili adlandırdığım 2-ci fəsildə isə nəzəri cəhətləri ətraflı öyrənmə vəziyyətinin təhlili aparılır. Bu fəsil modanın avtoritar, motivasiya, hadisə məzmunlu, ideoloji, səbəb, multifaktorial məzmunlu nəzəriyyələrə ayrılmasının ümumi təhlilini şərh edir.

"Modanın nəzəri və metodiki tədqiqatının əsas istiqamətlərinə" yer ayırdığım 3-cü fəsil də isə modalı yanaşma tərzindən, sosialoqların adı çəkilən sahədə söylədikləri fikirlərdən bu sahənin əsas konsepsiyalarından, mövcud dünya və Azərbaycan modasında bu sahədə uğur qazanmış modelyarlardan, onların nailiyyətlərindən bəhs etmişəm.

Nəticə və təkliflər hissəsində isə hazırkı dövrdə modanın tədqiqatlarının vacibliyi vurğulanır. Günümüzdə modanın necə, hansı işlərlə genişləndirilməsi, gücləndirilməsi və öyrənilməsi yönümlü tədqiqatlarla bağlı təkliflər irəli sürülür.

Abrobasiya. Dissertasiya ilə bağlı başlanılan tədqiqatlardan və axtarışlardan hazırkı dövrə kimi " Dəyişən cəmiyyətdə Modanın nəzəri və metodiki əsaslarının tədqiqi" mövzusunda və "Moda anlayışının müasir sivilizasiya da rolu" adlı 2 tezis nəşr olunmuşdur.

1. Moda anlayışının mənimsənilməsi və mühüm tərəfləri

1.1. Cəmiyyətdə fərdi və sosial qrupun moda anlayışı

Keçmişdən bu günə kimi moda anlayışı, sosial bir dəlil olaraq qəbul edilib və minlərlə tədqiqat mövzusunun əsas tərkib hissəsini təşkil etmişdir. Əsasını "cəmiyyətin qarşılıqlı əlaqəsi" kimi izah edən bu anlayış, ictimaiyyətin həyatında dəyişikliyə ehtiyac olan və hazırlanan hər hansı bir yeni məhsula və ya xidmətə tətbiq oluna bilən mövcud müvəqqəti innovasiya kimi ifadə olunur. Elə bu baxımdan moda çoxluq tərəfindən yenilik, müxtəliflik axtarmaq və dəyişdirmək istəyi ilə daimi olmayan bir yenilik kimi hesab oluna bilər.

Modanın əsasən qədim dəyərlərə söykənsə də, sənaye inqilabı və iqtisadi çevrilmənin təsiri altında daha çox dəyişdiyinə şahidi oluruq. Qabaqcıl inkişafdan xəbər verən şəhərlər sosial vəziyyətin daha şəffaf halına gətirib çıxardığından, eyni zamanda qadınların mexanizasiya səbəbilə boş vaxtlarının artıqlığı sosial qarşılıqlı əlaqəni daha da sürətli hala gətirdi və modaya da marağı yüksəltdi.

Fərdi və kütləvi təsirlərə əsaslansaq ictimai bir təsdiq kimi qəbul etdiyimiz moda yarandığı vaxtdan bəri, bütün dövrlərdə diqqət çəkir, izlənilir və fenomenlik qazandırdı. Çoxşaxəli görünüşdən ictimai baxış bucağı müəyyən etmə, yaxud bəirlənmiş dərəcəyə çatmaq yönündə xidmət göstərdiyi cəmiyyətin istənilən mərhələlərində istifadə edilir. Digər baxımdan modanın həm cəmiyyətdən qidalanması, eyni zamanda ictimaiyyətə yol göstərməsi onun həddləri mövzusunda bir çox mürəkkəblərə səbəb olur. Ümumi bir mənada geniş sahəni əhatə etsədə, moda təriflərində ona məxsus müəyyən çərçivəsi olduğu aydın görünür.

Moda günü-gündən inkişaf edən cəmiyyətdə həyata keçən proseslər üçün katalizator rolunda çıxış edir. Bu proses qısa zaman kəsiyində yaranır, yayılır və dəbdən düşür. Beləliklə, moda insanların dəyişməz həyat şərtlərinə uyğunlaşmasına və sonrakı ehtiyaclarını müəyyənləşdirməyə yardımçı olur.

Moda "modus" sözündən yaranıb və latın dilində sərhədləri olmayan forma mənasında istifadə olunub. 15-17-ci əsrlərdə Fransada "La Mode" kimi istifadə olunmuşdur. İngilis dilində qarşılığı fashion sözüdür, mənası üslub, tərz, forma, şəkil, yüksək təbəqə, kübar cəmiyyət həyatı kimi anlayışların məcmusudur. Məşhur İngilis

təcrübəçisi William Harlitt, hələ 19-cu əsrin əvvəllərində "On Fashion" başlığı altında qələmə aldığı bir müsahibəsində modanın simpatiya, antipatiya və ziddiyyətlərdən yaranmış qarışıq nizamsızlıq kimi müəyyən etdikdən sonra onun böyük miqyasda bayağı olanla kiçik miqyasda bənzərsiz olan arasında bitməz - tükənməz döyüş olduğunu irəli sürür.(22)

Hər bir şəxs moda anlayışına fərqli yanaşır. Bəziləri üçün moda sadəcə maraqdır, digərləri üçünsə zəruri anlam daşıyır. Bəzən buna sadəcə iş kimi baxılır, digər bir qrup üçün isə heç bir mahiyyət daşımır. Kimlərsə onu bir çox mühitlərdə zövq tanrısı kimi qiymətləndirilir, kimlərsə üçünsə mədəniyyətin mühüm qolu, əhəmiyyətli forması sayılır, bu da insan manevasında və ən vacib geyimdə üzrə çıxır. Üslub tərz və geyim mühitində moda müəyyən qaydalar ehtiva edir. Bu fikirdən belə məlum olur ki, modayla ayaqlaşanlar, dəbi izləyənlər, digərləri isə yəni bununla getməyənlər isə, "dəbsiz" adlandırılırlar. Əsində bu deyimlə razılaşmaq doğru olmazdı.

Fikrimcə modanı izləmək və dəblə ayaqlaşmaq mütləq şərt sayıla bilməz. Yəni insan özünə nəyi uyğun bilib, yaraşdırırsa onu da geyinməlidir. Əlbəttə ki, bunu da müəyyən çərçivədə etmək lazımdır. "Moda tez-tez yenilənir və dəyişir" aksiomasının nə demək olduğunu araşdırsaq belə bir nəticəyə gələ bilərik. Bu o deməkdir ki, hər hansı şəxslər öz ideyalarını həyata keçirib, hansısa ilkin yaxud yeniliyin təməlini qoyub və nəyisə dəbin simasına çevirmişlər. Və yaxud da insan fantazyalarla olmasa belə, gündəlik həyatda hər an qarşılaşdığımız hadisələrin hər daim bizə gətirdikləri yeniliklər ideyaların carçısıdır. Axı, indi həyat və yaradıcılıqları ilə izlədiyimiz, yeri gələrsə adı hallanan sahədə peşəkar hesab etdiyimiz dizaynerlər, modelyerlər də sıradan bir insandırlar. Sadəcə hər hansı bir yeniliyi ortaya qoymaq, geyimin fantaziyalarla düz qoş etmək onların vəzifəsidir.

Yazıçı Michael Solomona görə "yeni bir stilin bir neçə qrup istehlakçı tərəfindən mənimsənilməsiylə əmələ gələn sosial genişlənmə prosesi" moda hesab olunur. Dəb müəyyən zaman kəsiyində çoxluq tərəfindən satın alınır və istifadə edilir. Əsrlər boyu təsirli olan geyim geyim stilləri və moda davamlı olaraq dəyişikliklərə

uğramış və fərqli üslub, biçimləri yaratmışdır. Bu terminə hər tərəfli nəzər saldıqda isə aşağıdakı təriflər ortaya çıxır.

Moda :

- İnsanların müxtəliflik axtarışı və yenilik sərgiləmə istəyidir.
- Cəmiyyətdəki dəyişiklik və bəzən tələbatından əmələ gələn müvəqqəti bir yenilikdir.
- Sosial kütlənin, ənənələrin və proseslərin əks olduğunu göstərən sehrli bir aynadır.
- İctimaiyyətin arasında sürətlə yayılan və hər segmentə güclü təsir göstərən bir faktdır.
- Məlum olan zaman kəsiyində çoxluq tərəfindən alınan və istifadə olunan şeydi.
- Bəirlənmiş zamanda müxtəlif sahələrdə yaradılan, əhali tərəfindən qəbul edilmiş yenilik stilləridir.
- Moda, cəmiyyət üzvlərinin bir çoxu tərəfindən daimi olmayan kimi mənimsənilən, zamana və mövcud hala görə ictimai qanunauyğunluqla qəbul olunan bir davranış formasıdır.

Bir çox tədqiqatçılar modanı kütləvi davranış qanunları ilə əlaqələndirirlər. Deməli bu anlayışa belə bir tərəfdə vermək olar. Psixoloq Z. Petrovun fikrincə moda sosial mühitin yaxşılaşdırılmasının xüsusi növü yəni meyarıdır.

Sosioloq eyni zamanda psixoloq kimi fəaliyyət göstərən E. Boqdanusun tərfi isə belədir : "əksəriyyət insan tərəfindən yeniliklərlə qəbul edilmiş təzahür forması moda hesab olunur". Xüsusəndə bu yeni hərəkət və düşüncə forması kimi seçim nümunələrinin vaxtaşırı dəyişməsində özünü daha çox göstərir.

Sosioloq Qofman modanı digər bir aspektdən qiymətləndirmişdir: "O vaxtaşırı dəyişir və ictimai davranış normalarının dövrü xüsusiyyətlərinə malik olan requlyatoru moda adlandırmışdır.

Sosial elmlərdə modaya yanaşma fərqli şəkildə izah olunur. Bernard və Lobel tərəfindən qələmə alınan "Fashion in Women's Clothes and the American Social System" məqaləsində modanı bir çox qollara bölürlər. Memarlıq, davranış, estetik, din, sənət, fəlsəfə, paltarlar, fizik və etik dəyərlər şəklində müəyyən edirlər.

Sosioloqların fikrincə isə üslub və sözü gedən anlayış tərzlərini simvolik olaraq xaricdə əks olunması kimi də müəyyən oluna bilər. Georq Simmelə görə moda

fərqliləşmə tələbatını təmin edə bilər, ona görə ki, müxtəlif təbəqələrə görə fərqli xassə daşıyır. Yüksək təbəqənin dəbi ilə, daha aşağı təbəqənin dəbi eyni ola bilmir, çünki üst sinif zamanla bu dəbdən imtina etdiyi halda, alt sinif isə bütünlüklə o dəbə doğru irəliləməyə can atır. Digər bir tərəfdə isə bizi əhatə edən bütün predmetləri, daha da geniş mövhumda söyləsək, bütün mədəni və ictimai mühitin elementləri kimi moda təyin edilmişdir.

Sosioloq Bernard Şou isə hesab edirdi ki, “moda cəmiyyətdə sürətlə yayılan epidemiyadır”. Əslində bu həqiqətə uyğun gəlir, lakin biz insanlar özümüz buna məcbur hesab etməsək, heç bu xəstəliyə də yoluxmırıq. Burdan belə bir fikir çıxarmaq da olmaz ki, modadan imtina olunmalıdır və ya o rədd edilməlidir. Əsla! Çünki o modanı yaradanlar öz sahələrində peşəkar çalışan dizayner-modelyerlərdir və onlar sezonu hansısa rəngdə və biçimdə görürlər, bunu da öz işlərində tətbiq edərək həmin biçim və rəngi bizə təklif edirlər. Bunu istəyib istəməmək qərarı isə bizə qalır. İstəməsək belə onu izləmək olar. Ən vacib nüans isə budur ki, sənin obrazın dəyişməyib və sən özünsən. Geyimin bir çox mənada daxili aləmi əks etdirməlidir. Modanı izləyəndə isə bir çoxumuz bunu unuduruq və elə bu səbəbdən də bayağı şit görüntü yaranır.

Modanın mövcud olan mədəniyyətləri əhatə etməsindən dolayı onun sərhədləri haqqında fikir söyləmək olduqca çətindir. Ümumilikdə ona ən qədim tərif kimi "zamana görə ərsəyə gələn dəyişmələrin meyardır" da söyləmək olar. Xüsusilə də dəb mövzusunda yaranan bu dəyişmələr qadınlar tərəfindən ardıcıl izlənilir. Lakin moda deyəndə ilk olaraq qadınlar ağıla gəlsə də müasir dövrdə bu onun həddlərini aşaraq cinsiyyətçilik ideologiyasının kənarına çıxmışdır. Çünki dəb insanları bir görüntü rəmzi kimi əhatə etmir. Əgər biz modaya geniş bir məcradan baxsaq görürük ki, o, yalnız geyimlə əlaqədar ümumiləşən bir fakt sayılmaz. Eyni zamanda fərdin yaşını, adət ənənələrini, təcrübələrindən doğan fikir və ideyaların ictimai mühitə təzahür edilməsi də hesab edilməlidir. Geyim və dəbi metafizik və həddləri aşan bir fəaliyyət kimi şərh edən fəlsəfə ustası Baudelaire bu yöndə belə bir fikir irəli sürmüşdür. “Moda, təbii mühitin zəhinlərimizə intişar etdiyi dünyəvililiyi, qaballığı və vulqarlıq düşüncələrindən xilas olmanın bir simptomu qismində göstərilir”.

Cəmiyyətin həyatında mühüm bir rola sahib olan müvəqqəti yenilik kimi istifadə olunan modanı 3 qrupa bölmək olar.

1. Dəyişikliyə və bəzənməyə cəhdlə cəmiyyətin həyatına daxil olan keçici yenilik
2. Müəyyən bir zaman ərzində effektiv təsirə malik ictimai bəyənmə, nəyəsə qarşı göstərilən hədsiz mübtəlalıq.
3. Daimi olmayan yeniliyə və ictimai yönümlü bəyənməyə məruz qalan.

Random House nəşrinin çap etdiyi bir kitabda modanı 4 maddəyə bölüblər.

- Gündəlik geyim vərdişi, etiket və dəvətlərin stili.
- Digərlərindən seçilmək, fərqlənmək üçün geyimin, davranışın və s. bu kimi şeylərin müəyyən bir cəmiyyət tərəfindən ənənəvi istifadəsi
- Stil, tərz, qanun.
- Hər hansı bir predmetin forması, bütünü.

Birinci maddə ilə üçüncü maddə arasındakı fərq ondan ibarətdir ki, birincidə obyektin biçimi dəyişdirilərək davam etməsi, üçüncü maddədə isə bəhs edilən obyektin modasının tamamilə ortadan qalxa biləcəyinə işarət etməsidir. Misal kimi, ədəklərin biçimləri dəyişdirilərək günümüzdə hələ də istifadə edilərkən, şlyapanın istifadəsi isə zaman zaman tamamilə ortadan qaldırılmışdır.

Moda sözünün kökünə nəzər salsaq görürük ki qədim hind tayfalarının işlətdikləri sanskrit dilində olan “madh” kəliməsindən götürülüb, mənası da ölçü, çəki şəklindədir. Lakin latın sözü olan "modus", 17-18-ci əsrdə yaşamış filosoflar tərəfindən materiyanın keçicilik xüsusiyyətini ifadə etməkdən dolayı işlədilirdi. Moda kəliməsi rus dilinə I Pyotrun hakimiyyəti illərində daxil olmuş və rus lüğətlərinə salınmışdır.

Moda kostyumun və bütövlükdə müasir cəmiyyətin vacib inkişafını şərtləndirən bir faktordur. XVIII əsrin 90-cı illərində mədəniyyətin mühüm fenomeni olan moda əsaslı şəkildə öyrənilmiş, ilk olaraq onun estetik təəcəssümünün ideali və zövqü mühakimə edilmişdir. Lakin onun təzahürünün real mahiyyətinin anlaşılması, cəmiyyətin bütün sahələrində əmələ gəlməsi və funksional göstəricilərin açılması modanın ətraflı öyrənilməsinə sosioloji yönümlü yanaşılma imkanı verir.

1.2. Dəbin yaranma tarixi ilə bağlı düşüncələr

Dəbin nə vaxt yarandığı ilə bağlı iki cür yanaşma mövcuddur. Birincisi dəbi geyim çeşidinin çoxluğu kimi şərh edən görüş mövcuddur ki, bu düşüncə tərzinə görə moda ən qədim dövrdən bəri mövcuddur. Bu dissertasiyada moda ilə geyim çeşidinin çoxluğu bir-birinin yerində istifadə edilərək, qazıntılar zamanı əldə edilən rəngli parçaları və qadınların bəzək əşyaları modanın varlığını göstərən dəlillər kimi qəbul edilir. Ancaq bu düşüncəni müdafiə edənlər öz tədqiqatlarında dəbin dövrümüzdəki ən əsas xüsusiyyəti hesab edilən formanın cəmiyyətdəki bütün təbəqələr tərəfindən geyinilməsi xüsusiyyətini əskik hesab etmişdir.

Təbəqələrə bölünmə ənənəsinin mövcud olduğu ənənəvi cəmiyyətlərdə geyim; şəxsin mövcud olduğu sosial təbəqəni əsk etdirmişdir. Bu baxımdan “ənənəvi cəmiyyətlərdə dəb mövcud deyil. Geyimlər müəyyən rolları bildirir, hamı yaşına, cinsinə, cəmiyyətdəki yerinə, işinə uyğun geyinir. Reallaşma ehtimalı olan dəyişikliklər olduqca əhəmiyyətsizdir. Şəxslər tərəfindən edilən şərhlər də mütəmadi olmamağa başlayır”.

Dəbin insanların yaranması ilə birlikdə meydana çıxması məsləsi, ancaq müxtəlif ölkə və dövrlərin özünəxas geyim, aksesuar bu günkü mənada yox, daha geniş mənada istifadə edildiyi doğru hesab edilə bilər.

Ancaq dəb sosiologiyası baxımından “Təsərrüfatın yaranmasından əvvəl və təsərrüfatla məşğul olan insanların çox olduğu cəmiyyətlərdə dəbdən yox daha çox adət- ənənələrdən bəhs etmək mümkündür. Dəbi əsasən sənaye inkişaf mərhələsində olan cəmiyyətlərin şəhərlərində görmək mümkündür”.

İkinci yanaşmaya görə bugünkü dəbin yaranma tarixi kimi sənaye çevrilişi və Fransa çevrilişini qəbul etmək lazımdır. 1789-cu ilə qədər daha çox saray ətrafında davam edən geyim zövqü çevrilişin bərabərlik və azadlıq mühitindən istifadə edərək cəmiyyətin bütün təbəqələrində təsir gücü olan vəziyyətə çevrilmişdir. “Fransa çevrilişindən etibarən dəb aşağı təbəqələr tərəfindən təqlid edilmişdir. Artıq dəb, “yeni olan”dır, öyrəşiləni alt-üst edən, insanı müasirləşdirən də budur”.

Sənaye çevrilişinin dədə təsir etməsinə səbəb sap və parça ixracatının daha ucuz və daha çox miqdarda olduğuna görədir. 1733-cü ildə Con Key, bir toxucunun,

iki şəxsin işini görməyinə şərait yaradan tikiş maşını yaratmışdır. Sənayedəki yeniliklər bu tarixdən etibarən dövrümüzdəki komputer texnologiyasına qədər inkişaf etməyə davam etmişdir.

Sənaye çevrilişi dəbin yenilik və inkişafına əsaslanaraq çevrilişin də nitcələrini diqqət mərkəzində saxlanıldıqda texnika ilə dəb arasındakı əlaqə daha dəqiq meydana çıxır:

1. Əhali sürətlə çoxalmışdır.
2. Qərb dünyasında həyat səviyyəsi yüksəlmişdir. Həyat səviyyəsindəki artım və qətiyyət davam etmişdir.
3. Qərb dünyasında kənd təsərrüfatı hakim iqtisadi fəaliyyət olmamış sənaye və xidmət sektoruna yer vermişdir.
4. Kəndlərdən şəhərlərə köç əhalinin fabriklərdə işləməsinə şərait yaratmışdır.
5. Texnologiyanın daim inkişaf etməsinin qaydaya çevirilməsi, insan ehtiyacı üçün bəzi maddələrin ixracatda istifadəsinə şərait yaratmışdır.
6. Gəlirlərin bölünməsində dəyişikliklər yaranmışdır.
7. İqtisadi fəaliyyət ailə daxili fəallət olmayaraq ölkə səviyyəsində və beynəlxalq ixtisaslaşmaya istiqamətlənmişdir.
8. Torpaqdan başqa ixracat vasitələrinin-yəni sərmayə sahibliyinin müəyyənləşdiyi nöqtədə sosial və məslək təbəqələşməsi yaranmışdır.

Bu nəticələr dəbin yayılması kimi ifadə edilərsə sənayedəki inkişaf parçanın daha qısa müddətdə və ucuz qiymətə əldə edilməsinə görə parçanı ancaq ehtiyac üçün istifadə etməyərək aşağı təbəqədə də zövqə görə istifadəyə şərait yaratmışdır. Bu isə həyat səviyyəsinin yaxşılaşması, əhalinin böyük hissəsinin şəhərlərə köçməsi ilə başlanmışdır.

Fransa çevrilişi nəticəsində burjua sinifinin meydana gəlməsi də dəbə təsir göstərmiş, burjua sinifinin həm saray əhalisindən, həm də xalqdan fərqli geyinmək istəməsi moda dizaynerliyinin məslək olmağına şərait yaratmışdır.

Dəbin şərh edilməsində “yüksək mədəniyyətə” aid olduğu mənası hakimdir. Dövrümüzdə isə cəmiyyətdəki bütün təbəqələrin istifadə metodudur. Bu

xüsusiyyət hazır geyimin başlanması ilə birbaşa bağlıdır. Fransada hazır geyimin başlanğıcını qoyan mağazaların ilk açılışı tarixi 1847-ci ilə təsadüf edir.

Geyimdə uzun müddət eyni üslubda davam etmiş tərzdən bəhs etsək, qeyd etməliyik ki, buradakı inkişaf modadan kənar inkişafdır. İstifadədəki rahatlıq və faydalı olma ənənəsinə əməl etmə əvvəlcə dəb kimi qəbul edilsə də, daha sonra dəb olmadığı başa düşülmüşdür. Buna görə də dəb ilə ənənəvi geyim arasındakı fərq daim nəzərdə saxlanmalıdır.

1789-cu il Fransa çevrilişini dövrümüzdəki dəbin başlanğıc tarixi hesab edərsək, ənənəvi geyim ilə dəbin fərqi asanlıqla görmək mümkün olacaq. Ənənəvi geyimdə sosial mövqə əhəmiyyət daşıyarkən, çevrilişin gətirdiyi azadlıq mühiti sinif fərqinin geyim yolu ilə dəqiq xətlərlə bir-birindən ayrılması prinsipinin ortadan qalxmasına şərait yaratmış və bu hal geyim çeşidinin çoxalması nəticəsində yaranmışdır.

Dəbi sosial xortum kimi qəbul etsək, onu digər sosial hadisələrdən ayıran ən əsas xüsusiyyət kimi, bəzən məntiqdən kənar və əziyyət verən ünsürləri özündə birləşdirdiyinə baxmayaraq təsirini qoruyub saxlaması ortaya çıxır,

XVIII əsrin başlanğıcında “allanqa” deyilən parikləri taxaraq pudralamaq ənənəsi mövcud idi. Bu dəb Fransa çevirilinə qədər davam etmişdir.

Bu pariklərlə müharibələrdə iştirak etmək mümkün olmadığı üçün əsgərlər üçün özəl səfər parikləri hazırlanmışdır. Dəbin ağılla mübarizəsi bu nöqtədə əhəmiyyətlidir. Çünki burada məntiqli olan əsgərlərin parik geyinməməsidir. Ancaq nüfuzlu şəxslər bu problemin həlli üçün sadələşdirici çarə təqdim etmişlər. Bənzər hal Osmanlı sarayında da yaşanmışdır. Yaşlı paşaların redinqot geyinməsi məsləsi daha sadə standartları olan İstanbulluların tiklimməsi ilə həll olunmuşdur.

Dəbin insana əziyyət verməsinə baxmayaraq rəğbət görməsini Bernard Rudofski “İnsan bədəninin dəyişdirilməyə çalışılması” kimi izah etmişdir.

İnsanın hərəkətlərinə mane kimi dəb XVIII əsrin ikinci yarısında Fransada imtiyaz kimi aristokrat qadınlar arasında səbətli ətəklər dəbə çevrilmişdir. Ətəklərin ölçüsü dörd metr yarıma qədər hazırlanmışdır. Aristokrat qadınlar arasında rəğbət gördüyü üçün bu imtiyaza onların da sahib olduğunu fikirləşən kəndli qadınlar da

səbətli ətəklər geyinməyə başlamışlar. O dövrdə dəb indiki kimi bütün təbəqələrə şamil edilmədiyi üçün bu ətəklərin aşağı təbəqənin qadınlarının geyinməsi qadağan edilir. Veblen “Avara sinif nəzəriyyəsi” kitabında bu ətəkləri belə təhlil edir: “ Bu ətəklər əməkdən uzaq qadınları təmsil edir. Bahalıdır, geyinənə hər hərəkətində maneə törədir, onları faydalı işlərdən məhrum edir”

Bir üslubun dəbə çevilməsində sosial və siyasi hadisələrin əsas rolu olduğu kimi, bəzən yazıçıların qələmə aldıkları əsərlərin də əhəmiyyəti böyükdür. Fransa kişi dəbinin sadələşməsində J.J. Russonun rolu böyükdür. 1760-cı ildən etibarən kişi geyiminin ən şişirdilmiş aksesuarlarından biri olan pariklər istifadə olunmağa başlamışdır.

Fransa çevrilişi geyimə böyük təsir göstərmişdir. Dövrün əvvəllərində naxışlı ətəklər, pariklər, pudralanmış saç aksesuarları birdən-birə ləğv edilmişdir. Beləliklə Fransa saray geyimi ləğv edilərək ingilis qaydası “sadə geyimlər” rəğbət qazanmağa başlamışdır.

Fransa çevilişinin dəbə başqa təsiri də əsrlər boyu geyimlərini özləri tikən təbəqənin iş bölgüsünün artması nəticəsində paltarların dərzilərə tikdirilməyə başlanmasıdır ki, burjuaziyanın fərqli olması arzusu “haute couture”un yaranmasına səbəb olmuşdur.

Fransa çevrilişindən sonra qadınların səbətli ətəklərinin yerini radikal dəyişikliklərlə bədənə kip outran paltarlar tutdu. Tərz dəyişdiyi halda geyimin şişirdilmiş forması davam etmiş, bu dəfə paltarlar bədənə daha çox yapışsın deyə ısladılmağa başlanmışdır. Bu müddətdə yeni bir aksesuar meydana gəlmişdir. “Redikul” adlı kiçik kisələr, çantaların əsasını qoymuşdur. Qadınlar 1808-ci ilə qədər quyruqlu paltarlar geyinmişlər. Şişirtmə əsasən quyruqların hazırlanmasında əsas götürülümüşdür. Paltarların quyruğu ən yüksək nöqtəyə çatdırıldıqda radikal bir qərarla paltarların quyruğu qısaldılmışdır.

Göründüyü kimi bir dəbin köhnəlməsi mərhələsi dəb olanın şişirdilməsi ilə birbaşa əlaqədardır. Yeni dəb cəmiyyətin gediş istiqamətini izləmədikdə əvvəlki dəb mövcud olmağa davam edir.

Napoleonun 1789-1799-cu illər Misir səfəri Avropada orta şərqə olan marağı artırmış və bu məntiq şal və sarıqlı dəbinin başlanğıcına şərait yaratmışdır.

XVIII əsrin sonlarında görülən “Dandi dəbi” geyimdə ingilis hakimiyyətinə böyük yer vermiş, pencək ilə genbalaq şalvarların yayılmasına şərait yaratmışdır.

XVIII əsrin sonlarında başlayan geyimdə sadəlik ənənəsi, bahalı matrealların replikasının yaradılmasına gətirib çıxarmışdır. Xalqın dəbi izləməsini asanlaşdırmaq üçün modelyerlər dəyərli matrealların təqlidini ortaya qoyaraq dəbi ancaq zənginlərin istifadəsindən uzaqlaşdırmışlar. Dədid ancaq varlılar tərəfindən istifadəsinin dəyişməsinin dəbdəki matrealların köhnəlməsinə də zəmin yaratmışdır. Aşağı təbəqənin də varlılarla birlikdə dəbi izləməsi modada çevirilişin yaranmasına gətirib çıxarmışdır.

XIX əsrin ortalarına doğru sənayenin inkişafı modanı sürətləndirmişdir. Tikiş maşının və toxuma sənayesinin inkişafı bu mərhələnin sürətlənməsinə şərait yaratmışdır.

1850-ci illərdə Avropalı qadınlar qabarıq ətəklər geyinərək Amerikalı qadınlar sadələşdirilmiş dəbin ilk nümunələrini yaratmışlar. Dizlərinin altına qədər olan ətəklər və bunun da altında büzməli alt geyimləri geyinmişlər. Geyimdə çevriliş Avropada lağlağıya səbəb olmuşdur. Bu dəbin inkişaf etməməsi nəticəsində Amerikalıları aşağı təbəqə hesab etməyin rolu böyük idi. O dövürdəki yanaşmalarda Avropalılarla müqayisədə Amerikalılar adi qaçqınlar idi. Ona görə də yeni bir tərz statusla birləşmədikdə rəğbət görmürdü. Halbuki, iyirminci əsrdə Amerikan tərz, iqtisadi üstünlüyünə görə bütün dünyada məmnunluqla geyiniləcək geyimə çeviriləcəkdi.

Qadın paltarlarında 1880-ci illərn əvvəllərində geyilməyə başlanılan korset Osmanlının ən əsas məsələsi olmuşdur. Geyilsin ya geyilməsin mübahisələri qadın jurnallarında uzun müddət aktual olmuşdur. 1889-cu ildə Parisdə Tillicka tərəfindən qələmə alınan elmi və tibbi yazıda korsetin varikoz, nəfəs yolları infeksiyası xəstəlikləri kimi bir çox xəstəliyə səbəb olduğu qeyd edilmişdir.

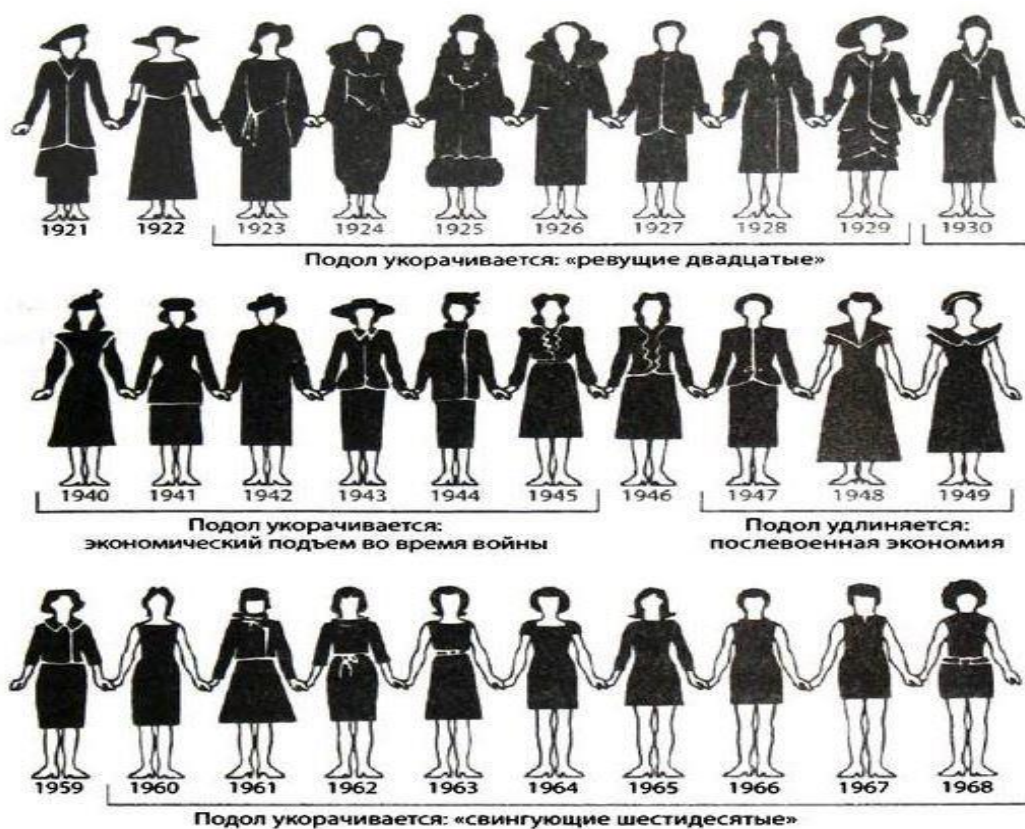
Sosial hadisələrin dəbə təsiri I Dünya müharibəsində özünü göstərmişdir. Qabarıq ətəklər müharibə boyunca geyinləməklə birlikdə 1919-cu ildə bir çənin içinə girilmiş kimi olan əmək dəbi yayılmışdır. 1920-ci illərdə qadın geyiminin ən əsas

xüsusiyyəti “kişi kimi qadın” tipinin yayılması idi. Gənc qızlar oğlanlara oxşamaq üçün bədənlərinə mane yaratmışlar. Kişi kimi saç kəsimi də bu dəbə daxildir. Bu dövrdə kişi işi kimi tərcümə edilən a la ofsiant dəbi hakim olur. 1927-ci ildə “a la garson” tərəşinin yerini “eaton tərəşi” alarkən qadına xas xüsusiyyət kimi ancaq boyalı dodaqlar və alınmış qaşlar qalmışdır. Üz tamamı ilə kişiyə bənzədilmiş, ətəklər getdikcə qısalaraq bədən dişiliyinin simvolu kimi ifadə edilməyə başlanmışdır.

II dünya müharibəsinin meydana gəlməsi ilə yaranan iqtisadi böhran dəbə də təsir göstərmişdir. Ancaq Almaniyada dəb öz gücündən heç nə itirməmişdir. Bu hal Almaniya və Fransada moda jurnallarının qadağan edilməsi nəticəsində yaranmışdır.

İldünya müharibəsinin sonunda Qərbi Avropada qadın və kişi geyiminin konkret xüsusiyyəti cəmiyyətdəki fərqi geyimlərdə tamamı ilə ortadan qalxması məsələsidir. Beləliklə dəb, azad olmaq mərhələsini tamamı ilə tamamlamışdır. 1960-ci illərə gəldikdə dəb, azadlığın ifadə forması və gəncliyin etiraz davranışlarını müəyyənləşdirən “qarşı dəb” kimi yeni forma qazanmışdır.

Bütün bu mərhələlərin sonunda; dəb-aktuallıq əlaqəsinin paraleliyini qavramış olan modelyerlərin əlində geyim, hər formada dəyişiklikdən, düşüncədən, tərzdən faydalanaraq istehlakçı cəmiyyətin dayandığı əsas mövqe olmuşdur.



1.3. Moda funksiyalarının təzahür xüsusiyyətləri

Moda yalnız geyimin deyil, həm də ümumən müasir cəmiyyətin əsas evolyusiya faktorlarından biridir. İnsan mədəniyyətinin xüsusi forması olan modanı hələ XVIII əsrin ikinci yarısında öyrənməyə başlamışlar. Ona incəsənət sahəsində və geyimdə estetik dəyərin və zövqün dəyişməsilə bağlı olan estetika hadisəsi kimi izah gətirilir. Lakin moda anlayışının əsas qayəsi dərk edilmədiyi üçün, onun cəmiyyətdə əmələ gəlmə və fəaliyyət göstərmə mexanizmlərinin dərinliklərini açmaqda modanın tədqiqinə sosioloji yanaşma imkanı yaradılıb.

XIX əsrin ikinci yarısı XX əsrin əvvəllərində moda tədqiqatçıları onun əmələ gəlməsinin sosial səbəblərini, həmçinin modanın təsirinin sosial, iqtisadi və mədəniyyət cəhətdən nəticələrini analiz edərək onu sosial fenomen faktoru kimi nəzərdən keçirirdilər. Modanı müxtəlif nöqteyi nəzərlərdən (sosial psixologiya, psixoanaliz, kapitalizmin bazar iqtisadiyyatı, kulturologiya) tədqiq edirdilər. Moda cəmiyyətin inkişaf dinamikasını xarakterizə edən müasir insan cəmiyyətinin başlıca komponenti kimi dururdu. Modalı ola biləcək yeni nümunələr yaradan dizaynerin

moda anlayışının təbiəti barədə dolğun-düzgün təsəvvürü olmalıdır. Çünki moda müasir dəyişən cəmiyyətdə sosial və iqtisadi münasibətlərin əsas tənzimləyicilərindən biridir.

Moda tədqiqatçılarının əksəriyyəti onun izahını modanın kütləvi davranış normaları ilə bağlılığı olduğundan çıxış edərək verirlər.

“Moda” anlayışının tərifini əvvəla belə bir formada təqdim etmək olar: Moda- sosial informasiyaların sintezinin (işlənməsinin) xüsusi üsulu, yeni meyarıdır (sosioloq Z. Petrova görə). Moda insanların əksər hissəsinə xas olan yeniliklərə münasibət bildirmənin bir növü olub, əsasən yeni hərəkət və düşüncə tərzini kimi seçim obyektlərinin zamanla dəyişməsində özünü büruzə verir (sosial psixoloq E. Boqdanusun tərif). Moda adət və sosial instansiyalarda paralel davranışın sosial idarəetmə formasıdır. Moda – vaxtaşırı dəyişiklik və kütləvi davranış nümunələrinin dövrü xüsusiyyətlərinə səbəb olan tənzimləyicidir (sosioloq A. Qofmanın tərif). Moda mədəniyyətin demək olar bütün sahələrinə (incəsənət, ədəbiyyat, sosiologiya, iqtisadiyyat, fəlsəfə, siyasət, ideologiya, tibb, texnika, idman və s.) aiddir. Dəyişmə prosesində olub maddi, mənəvi dəyərlərə aid hər şeyə aiddir.

Modanın əsas strukturu aşağıdakı elementlərdən ibarətdir:

1. Moda standartları. Yəni, davranış və yaxud hərəkətin üsulu və ya nümunəsidir.
2. Moda obyektləri. Onlar material və ya qeyri-material ola bilər. Buraya əsasən əşyalar, ideyalar, sözlər və onların xüsusiyyətləri daxildir.
3. Modanın dəyərləri və ya əhəmiyyəti.

Moda standartı yaxud obyekt insanlar tərəfindən dəbə düşürsə o mod olur, eyni zamanda moda dəyərini itirdikdə “dəbdən düşür” hesab olunur. Modanın yaranması davamçılarına müəyyən dəyərlərə nail olmaq imkanı yaradır. Modanın əsas daxili dəyərlərinə aiddir: müasirlik, universallıq (moda əslində zaman çərçivəsindən başqa heç bir sərhəd tanımır), əyanilik (moda öz sosial statusunu və özün haqda məlumatı nümayiş etməyə imkan verən kommunikasiya üsuludur). Moda evristik adlanan yaradıcılıq fəaliyyəti ilə bağlı olub, yenilik axtarışını, yaradılmasını, eləcə də köhnənin yeni kimi kəşf edilməsini stimullaşdırır.

20-ci əsrin kulturologiyası oyunu insan və cəmiyyət mədəniyyətinin universal elementi olaraq nəzərdən keçirir. Oyun dünyanın anlaşılması formasıdır. Moda isə öz növbəsində oyun davranışı forması olub, özünəməxsus tərzdə “moda qaydalarına” riayət etmək sahəsində standartını formalaşdırır.

İctimai statusun müəyyən göstəricisi olaraq moda “rol oyunu”, eyni zamanda ictimai rol anlayışlarını daha özündə əks etdirir. Həmin dəyərlər insanların ilk olaraq özünə və dünyaya, cəmiyyət və sosial institutlara habelə təbiətə olan maraqlarını nümayiş edirlər. Moda iştirakçılarının zövqlü davranışı onların standartlara, obyektlərə, dəyərlərə fəxslənmiş davranışdır. Modaya aşağıda sadalanan funksiyalar xasdır:

1. İnnovasiya – moda cəmiyyət və onun mədəniyyətində, təzə axtarış, köhnələrlə müqayisədə daha da mükəmməl sayılan yeni, mədəni nümunələri ortaya çıxarmağın eksperimental başlanğıcını stimullaşdırır.

2. Tənzimləyici – moda həyat tərzində yeni davranışı aşılaman, insana seçimi asanlaşdıran, bununla da yeniləşən dünyaya uyğunlaşmağa kömək edən çoxlu sayda mədəni modellərdən istənilən birini seçərək yeni mədəni formaları tətbiq edir. Moda yaxın keçmişlə uzaqlaşmaq şansını artırır və bununla da yaxın gələcəyə hazırlayır.

3. Psixoloji – moda insanda dəyişkənlik kimi bir illuziyası yaradıb yenilik, həmçinin özünü təsdiqdə psixoloji tələbatlarını təmin etməyə çalışır. Əlavə psixoloji yüklənmədən qoruma mexanizminin elementi kimi çıxış edən moda geniş sahədə şəxsiyyət davranışlarının hazır olan nümunələrini təklif edərək bir növ emosional yüngüllük yaratma üsuludur.

4. Sosial – O, insanları sosial-mədəni irsi xüsusiyyətlərə cəlb edir, bir sıra sosial normaları, dəyərləri qavramaq baxımından yardımçı olur, eləcə də müəyyən sosial sistemin animasiyasına səbəb olur. Bundan savayı moda tənzimləyici funksiya vasitəsilə cəmiyyətdə olan sosial gərginliklə yüklənməni qaydaya salır, həmçinin sosial bərabərsizliyi həm qeyd, həm də örtbasdır edir.

5. Nüfuzlu – Burada əsasən o, yüksək sayılacaq sosial status nümayiş etdirir yaxud daha çox statusun illuziyasını formalaşdıraraq sosial statusu ifadə edir. Bundan

əlavə o, elitar sosial qrupların obyektlərini təqlid etmək yolu ilə natamamlıq hissində üstün gəlməkdə köməklik göstərir.

6. Kommunikativ – moda həmçinin kütləvi kommunikasiya formalarından biridir.

7. İqtisadi – moda istehlak və yeni istehsal olunan malların reklamı forması olmaqla bərabər istehlakçı seçiminin tənzimləyicisi və satışın genişlənməsi vasitəsidir. Moda vasitəsilə istehlak standartlarının, əşyaların sosial olan obrazları hazırlanır.

8. Estetik – moda özündə kütləvi estetik zövqün xüsusiyyətlərini, estetik tələbatları (ehtiyacları) təmin edərək cəmiyyət arasında estetik olanolan qiymətlərin yayılması və dəyişməsi üçün bir üsuldur. Müasir dövrdə moda cəmiyyətdə yaranan və sənaye cəmiyyətinin ən vacib sayılan sisteminin norma və qiymətlərini danan postmodern cəmiyyətinə keçid dövrünə uyğun dəyişiklikləri əks etdirir. Postmodernizmləyin fərqliliyi, plüralizm və prinsipial eklektizmi, keçmişdə olduğu kimi müasir dövrün modasında da hamı üçün vahid - şablon moda standartının olmamasına gətirib çıxarıb. Çoxlu sayda ictimai qruplaşmalar geniş dəyərlər sistemi və uyğun olaraq müxtəlif, çoxşaxəli, həmçinin daima dəyişən moda standartlarına sahibdirlər. Həyat tərzilə yanaşı müəyyən ictimai qruplara xas olan davranış xüsusiyyətləri ilə əlaqəli olduğu üçün bir moda əvəzinə birdən çox olan “modalar” müşahidə edirik.

2 . Modanın nəzəriyyələrinin təhlili

2.1 Avtokratik və motivasiya nəzəriyyəsi

Modanın psixoloji məzmununa görə axtarışlar çox vaxt digər nəzəriyyələrin təhlili fonunda, xüsusi nəzəriyyələr kanallarında formalaşan, moda ilə bağlı təcrid olunmuş, sistematik olmayan, qəfil yaranmış ideyaların təhlilinə əsaslanır. Təbii ki, belə bir vəziyyət bu fenomeni sonuna qədər öyrənmək istəyənləri təmin edə bilməzdi. XIX əsrin sonunda, XX əsrin əvvəllərində, modanın digər fenomenlər ilə əsas münasibətlərini formalaşdırmaq üçün xüsusi bir moda nəzəriyyəsinə yaratmağa ehtiyac duyulur.

Şübhəsiz ki, ilk moda nəzəriyyəçiləri paltar tarixçiləridir. Onlar modanın inanılmaz gücünə diqqət yetirirdilər. Lakin onların imkanları - “Modanın fenomeni nədir? sualına tam cavab vermək üçün kifayət deyil. Bir zamanlar Doris Langley Moore buna görə çox pessimist həm də proqnozlaşdırıcı bir bəyanat bildirmişdir: Heç kim hələ öz müttəfiqləri üçün modanın mühüm əhəmiyyətini vurğulayan müəllif, xarici sivilizasiyalarda mövcudluğunu qismən və ya tamamilə inkar etməyəcək bir moda nəzəriyyəsinə formalaşdırmağa müvəffəq olmadı. Bu yanaşma oyunun birdən çox aktı görməkdən imtina edən teatr tənqidçilərinin fikirləri kimi etibarsız nəticələrə gətirib çıxarır. Müəllifin hökmü qanuni olsada eyni zamanda səhv hesab edilən bütün imkanları qoruya bilər.

Buna görə, elmin müxtəlif sahələrindən daha çox mütəxəssis bu suallara cavab tapmaq üçün axtarışa çıxıb.

Tarixən moda nəzəriyyələrinin formalaşması qeyri-bərabər idi. Konkret olaraq üç əsas dövrü qeyd etmək olar. Alimlərin moda problemlərinə dair böyük marağı XIX əsrin sonu - XX əsrin əvvəllərində müşahidə edildi. XX əsrin ortasında, moda bir sosial-psixoloji fenomen və geyim psixologiyasına həsr olunmuş bir sıra fundamental tədqiqatlar qeyd olunur. XX əsrin son onilliklərində, alimlərin diqqəti moda fenomenlərin müxtəlif aspektlərinə yönəlmişdi: sosial, iqtisadi, estetik, psixoloji və s.

Moda nəzəriyyəsinin məzmunu bir neçə qrupa bölünür: avtokratik, motivasiyalı, hadisə bazalı nəzəriyyələr, ideoloji səbəbli nəzəriyyələr və multifaktorial nəzəriyyələr.

Bəzi şəxslər moda təhsilində və yayılmasında əsas rol oynayır. Söhbət, bunu iddia edən və ya moda məhsullarını istehsal edən biznesmenlərdən söz edən “moda liderləri” haqqındadır. Buna baxmayaraq, moda nəzəriyyəçilərinin yalnız bir neçə adları tarixə aiddir, buna görə fərdi şəxslərin hərəkətləri moda dəyişikliklərinin başlıca səbəbi hesab olunur, məsələn, Bo Brummel və Mille de Fontanges.

Məşhur ingilis sənətkarı və sənət tarixçisi Quentin Bell bu mövqeyi tənqid edir: “Heç kim moda yaratmır, çünki biz moda olan bir cəmiyyətdə doğuluruq; bu olduqca xoşdur, çünki estetik bağlılıqlar bizim üçün müəyyəndir”. Öz fikrini sübut etmək üçün Bell aşağıdakı faktlardan danışır. Rusiyanın İmperatoru Yekaterina II, moda üzərində nəzərəçarpan bir təsir göstərmirdi, bunu edə bilmədiyindən deyil, özü istəmədiyi üçün, yalnız özü üçün çalışırdı. Uels şahzadəsi (XIX əsrin 70-80-ci illərində), göründüyü kimi, qadın modasına əhəmiyyətli təsir göstərə bilirdi. Lakin on il əvvəl moda olan 1885-ci ildə kralinaya qayıtmaq və ya modalı etmək cəhdləri moda dünyasına və istənməyən dəyişikliklərin müəllifi kimi ona qarşı İngilis qadınlarında nifrət yaranmışdır.

Moda monarxlar dünyasında ən təsirli olan Çarlz II, modanı tamamilə dayandırmaq üçün çox vaxt sərf etmişdir. 1666-cı ildə onlar, kişilərin geyiminin yeni bir modelini təqdim etdilər və düşünürdülərki o hər zaman modda qalacaq. Tarixçilərə görə, bu “olduqca fars tərzində bir don” idi. Padşahı onun sarayında olanlar təqib edirdilər və müvəffəqiyyət açıq görünürdü. Ancaq bu uzun sürmədi; jilet qısa müddətdə unudulmuşdu və İngilis qadınları hər zamanki kimi, Fransadan yeni geyimlər sifariş etməyə başladı. Bu faktlara əsaslanaraq, K. Bell aşağıdakı nəticəyə gəlmişdir: “... bir lider moda tərəfdarı ola bilər; o detalları təkrarlaya bilər, amma nə dayandıra, nə də tərsinə çevrilə bilməz”.

Geyim istehsalçılarının rolu da bir birinə ziddir. Onlar cəmiyyəti yeni modaya riayət etməyə məcbur edirlər, lakin mütəxəssislərin fikrincə, onların əsas məqsədi istehlak bazarını stimullaşdırmaq və istehsalın rentabelliyini təmin etməkdir.

Göründüyü kimi, Moda Evləri moda istiqamətini diktə edir. Amma xidmətdə müvəffəq olduqları müddətcə öz istehlakçıları sayəsində güclərini qoruyurlar.

ABŞ-da qadınlarla bir araya gələrək, Puare dedi: "Mən bilirəmki siz mənə moda kralı hesab edirsiniz. Sizin qəzetlər mənə belə adlandırırlar, və mən çox sayda insan tərəfindən tanınıram, izlənilirəm və mənə hörmət edirlər. Mənə verilmiş yol düzəldilə bilməz və mən heç bir şeydən şikayət edə bilmərəm və buna baxmayaraq, mən sizi moda kralının qüdrəti haqqında səhv anlayışdan yayındırmalıyam. Biz bir gün oyandığımızda vərdislərdə dəyişiklik etmək, boyun xəttini aradan qaldırmaq, qolu azaltmaq qərarına gələcək qədər qərarlı birisi deyilik. Biz diktatorlardan çox arbitrik. biz özünü dəyişməyə həsrətlə sevən və həmişə yenilik üçün çalışan bir qadının itaətkar qulları kimi görünsək daha yaxşı olardı. P.Püare: Bizim rolumuz, vəzifəmiz, o, geyindiyindən bezdiyi anda öz zövqünə və ehtiyaclarına uyğun gələn bir şey təklif edə biləcəyimiz anı diqqətli gözləməkdir. Ona görə də mən bir çubuqla deyil bir cüt antenlə danışiram, bir natiq kimi deyil, düşüncələrinizi oxuyan bir qulluqçu, sizin gizli düşüncələrinizi oxuya bilən bir qulluqçu kimi danışiram".

Digər bir məruzədə Puare, belə bir gülməli vəziyyətdən danışdı: "Modanın sonunu elan etməyə imkan verən əlamətlər var. Çox az adam onları tanıyır. Belə ki, şlyapalar bundan sonra sadə olmalıdır dediyimdə onlar, yarpaq, meyvələr, çiçəklər, lələklər və lentlər ilə dolu görünürdü. Hər hansı bir modanın artıqlıqdakı sonu. Ancaq bu bəyanatdan bir gün sonra, Calais millət vəkili kimi, bəzəkləri qaytarmaq üçün məndən yalvarmaq istəyən gül, meyvə, lent və yarpaq istehsalçılarının heyətini qəbul etdim. Amma qadın istəklərinə qarşı tək nə edə bilərəm ki? Şlyapalar yavaş yavaş sadələşdirildi və bu günə qədər bu davam edir və bunun üçün səmimiyyətlə üzr istəyirəm".

Fərqli düşünən nəzəriyyəçilər üçün əhəmiyyətli bir mürəkkəblik, moda inkişafında əsas hakimiyyət qüvvəsi olaraq bir monarx ya da istehsalçı, bu avtokratlar tez-tez zövqlərin dəyişməsinə qarşı çıxma bilmirlər, amma nəyə görə liderlər dəyişiklik etmək istəyirlər və ya nəyə görə onların məsləkdaşları onlara itaət etməyə hazırdırlar. Bu problemlər moda insan davranışının psixoloji determinantları haqqında nəzəriyyələr çərçivəsində qismən həll olunur.

Modanın motivasiya nəzəriyyəsi. Bu qrupda birləşən nəzəriyyələr əsasən modanın psixoloji tədqiqatlarının gələcək yollarını, ilk növbədə aşağıdakı modanın motivasiya amillərinin öyrənilməsini müəyyənləşdirdi.

Paul Nystrom, moda insan davranışları üçün çox geniş bir siyahını təqdim edən ilklərdən biri idi. O, yazırdı: "İnsanın modaya və moda dəyişikliyinə olan xüsusi motivləri və amilləri, hər mövsümün sonunda ortaya çıxan fiziki səbəblərdən cansıxıcılıq və ya real modadan yorulmaq, maraqlı, fərqli və orijinal olmaq istəyindən asılıdır. İnsan təbiətinin səbəb olduğu və modaya olan marağını təyin edən digər amillər də ola bilər, ancaq bunlar, modanın praktiki nəzəriyyəsini meydana gətirən çox təsirli və informativ bir amildir. "

Moda, paltar tarixində universal və daimi bir fenomen olduğu təqdirdə, nəzəriyyənin müəllifi ilə razılaşmaq olar. Yer üzündə yaşayan bütün qadınlar, hər yaşdan istisnasız olaraq, mütəmadi dəyişiklik istəyini, fərqli olma arzusunu, mövsüm modasından bezməyə, yorğunluğa qarşı üsyan etmək arzusunu daima nümayiş etdirirdi və yalnız daha sonra demək olarki moda - insan təbiətinin qərarlılığının nəticəsidir. Amma əslində, bu elə deyil.

Modanın bütövlükdə insanlıq tarixinə nəzər saldığı şərtlər müstəsna şərtlərdir. Bir qayda olaraq, moda və köhnə moda bir müddət birlikdə olurlar. Dəbli paltarlarla birlikdə kişilər və qadınlar böyük qardaşlarının, bacılarının, atalarının və analarının əvvəllər geyindiği modellərdən indidə istifadə edirlər.

Bu gerçək onu göstərirki, şəxsiyyət motivləri moda dəyişikliyinə yalnız moda və insan arasındakı xüsusi vəziyyətlərdə təsir göstərir, onlar arasında müəyyən bir əlaqə var. Bir tərəfdən, moda insan təbiətindən irəli gəlir, digər tərəfdən, insan təbiətinin özü modanın bir obyektidir.

Bu baxımdan, insanın xarici görünüşünü iç dünyası ilə əlaqədar edən geyimlərin nəzəriyyələrini nəzərdən keçirmək məqsədəuyğundur. Şəhvaniyyətin paltara və onunla əlaqədar olan utancaqlıq hissləri problemlərini, Prof. J. S. Flugelin işində müzakirə olunur. Müəllif, ilk baxışdan, çox inandırıcı şəkildə paltarlarda erotik təsvirlərin necə oynandığını göstərir. Tədqiqatçının fikrincə, paltar palitralı forma alır və bu həm şüurlu insan fəaliyyətinin, həm də şüursuz zehni mexanizmlərin

nəticəsidir. Flugel, fərdlərin cinsi ehtiyaclarını onlar paltar geyinərkən və ya soyunarkən görür. Onun tədqiqatlarının işığında, bir moda paltarın gələcəyini müəyyən edən cinsi fərqlilik bir insanın imicində mərkəzi bir hissə ola bilər. Flugel insanların şüurlu və şüursuz proseslərinin insan paltarlarında simvolik şəkildə necə ifadə ediləcəyini izah etməsinin dəyərində baxmayaraq, onun nəticələri bu simvollar şəklini dəyişdirən qüvvələrin təbiətini başa düşmək üçün kifayət deyil. Düzünü desək, professor F. J. Flugel bu cür məsələlər qoymamışdı. "Psixoloqlar göstərdikləri bütün bunlar, paltar tarixinə bağlı olduqları üçün böyük əhəmiyyət daşıyır" deyir C. Bell. - Cinsi impuls tarixi ətrafında hər şeyə çevrilə bilər, ümumiyyətlə, tarixin gedişində daim bir təsir kimi qəbul oluna bilər, amma biz burada müəyyən olmayan bir şeylə məşğul oluruq. Dəbdəbəli dəyişikliklərin səbəblərini görmək istəyırıksə, onda biz onları daimi hərəkətdə olan tarixi qüvvələr arasında dəqiq şəkildə müəyyən edəcəyik. Beləliklə, qadın modasının inkişafı davam edərkən kişi modasının sabilliyini açıqlamaq olar ".

Yeri gəlmişkən, J. Flugel öz fikirlərində tək idi. I. Bloch, E. Fuchs, modanın erotik ehtiyaclar ilə təsirləndiyini iddia etdi.

Zehni olmayan impulsların rolunu öyrənən tədqiqatçılar, tez-tez psixoloqlar tərəfindən sevilən yüksək dabanlı ayaqqabıları nümunə olaraq göstərilir. Flugel yüksək dabanın xüsusi duruşa səbəb olur, bu fiquranı "cavanlaşdırır", cinsi cəhətdən daha cazibədar hala gətirən, ayağın ölçüsünü vizual olaraq kiçildən və topuq bir fallik simvolu şəklində olur və bu modanın görünüşünü izah edir.

Belə şeyləri nəzərdən keçirərkən və izah edərkən əslində birdən çox kontekstin ola biləcəyini xatırlamaq lazımdır. 20-ci əsrdə qadınların niyə yüksək daban geydiyinin, məntiqli izahı ola bilərdi, ancaq əvvəlki əsrlərdə yüksək daban hər iki cins tərəfindən də geyildiyi unutmamaq lazımdır. Bu baxımdan belə bir sual yaranır: "Burada təqdim olunan motivasiya təhlili Louis XIV-in yüksək dabanına uyğun gəlirmi"?

Lakin əsas çətinlik başqa bir şeydədir. Flugelin düzgün izah etdiyini desək, və bəzi müəyyən və ya tanınmayan ehtiyacların müəyyən bir ayaqqabı və ya başqa bir şeylə təmin edilə biləcəyi ehtimal edilirsə, yüksək dabanlı ayaqqabıların modaya nə

üçün gəldiyini açıqlamaq asandır. Amma yüksək dabanın modadan çıxmasını və onun nə zaman geri qayıdacağını nə ilə izah edək?

İnsan təbiətinin daimi dəyişikliyə meyli olduğunu və buna görə də bir fətişdən digərinə diqqətini dəyişdirdiyini iddia etməklə, yenədə cavabı tapa bilmirik. İnsanlar hər zaman belə dəyişkən olurlar. Bəzən, məsələn, Çində müəyyən şərtlərin təsiri altında, insan cəmiyyəti yüzillər boyunca fətişlərinin sabitliyini qoruyur. Q. Plexanovun qeyd etdiyi kimi, insan təbiətinə əsaslanan modanın izahı göstərirkimi moda tədqiqatçıları təkrar təkrar başladıkları yerə qayıdırlar. Modanı öyrənərkən, açıq bir şəkildə P. Nystrom və ya J. Flugel tərəfindən göstərilən amillərlə məhdudlaşmayan bir insanın daxili dünyasının determinantlarını aydın şəkildə təmsil olunmalıdır. İnsan təbiətinə kifayət qədər izah tapmaq lazımdır.

İnsanın inkişafının sosial determinantları, fərdlərin sosial davranışları haqqında fikirlərin genişlənməsi moda səbəbləri ilə bağlı fikir dəyişikliyinə gətirib çıxardı.

Sosial psixologiya üzrə xüsusi bir fəslin olduğu bir neçə dərslik kitabının müəllifi olan I. S. Bogardus, bu fenomeni insan ictimai fəaliyyətinin nəticəsi olaraq hesab edir. Modanın meyllərində, geyimdə və ya fəlsəfi nəzəriyyələrdə, alim insanın risk və yenilənmə arzusunu, mütərəqqi inkişafı və yüksək sosial statusa olan ehtiyacın təmin olunmasını görür. Moda hər hansı bir ideologiyadan daha təsirlidir.

Tədqiqatçı modanın ictimai kontekstində yaranan bir sıra fundamental problemləri (bu problemlər bu gün də yarım əsrdən sonra da öz əhəmiyyətini itirməmiş) qısaca və dürüst ifadə etmişdir.

Hər şeydən əvvəl, söhbət istehsalçı və istehlakçıların iqtisadi xərclərinin artmasından gedir. Müəllif bunu artan ictimai fəaliyyətlə, hər bir rəsmi iş üçün yeni bir materialı yaratmaq, bahalı materiallara olan tələbatın artması və bir həddən artıq digərinə atma modası ilə birləşdirir. Tədqiqatçı dəbdəbəli qadının dəyərinin həmişə xaricdən kənar olduğunu vurğuladı.

Növbəti problemi, Boqadus, modanın qadınları qul etməsində görür. “ qadınlar yeni geyimləri axtararkən hər zaman yollarından azırlar. Hər il qadınlar, paltarların detallarını və formalarını izləyərkən çoxlu enerji itirirlər. Millətlər Liqası üçün idman

müsabiqələrində müvəffəqiyyətli və uzun nümayişlər üçün kifayət edə biləcək qədər enerji sərf edirlər.

Daha sonra, müəllif modada tez bir dəyişikliliyi və transformasiyanı tez-tez qiymətləndirir. Cəmiyyətin köhnə geyimli insanlara qarşı mənfi düşüncəsi, gözəl olanı görməkdə çətinlik yaradır. Çox gözəl paltarlar üçün mübarizə aparıldığı təqdirdə, söylər əsaslandırılsa da, ticarətin təsiriylə paltarların cazibə dərəcəsi ildən-ildə sabitliyini itirir.

Moda illüziyalar yaradır. Ölçü, çəki, müvəffəqiyyət, yaş, hakimiyyət illüziyalarını yaradaraq fərdi statusları qoruyur.

Digər bir problem moda despotizmini paltardada, məsələn, Dress Reform Liqasında dəyişikliklərin idarə olunması üçün ictimai qurumların yaradılması yolu ilə nümayiş etdirilməsinə yönəldilmişdir. Bogardus qeyd edir ki, belə bir təşkilatın yaradılmasına dair söylər heç vaxt gerçəkləşməyəcək. Moda tiranlığını ifşa etmək cəhdləri də adətən nəticəsiz olur. Müəllif qüyd edir ki - "Nəticədə, qadın geyiminin biznes və idman üslubları estetik xüsusiyyətlərdən məhrumdur, birincisi, kişi geyiminə bənzəyir, ikincisi isə yaraşıqsız olur".

30-cu illərin böhranı zamanı Amerika Birləşmiş Ştatlarında moda meyllərinin inkişafının vəziyyətini təhlil edən I. S. Bogardus ölkənin rifahı, başqa sözlə sabitlik dövründəki dövrlərdən daha tez-tez dəyişməsinə qeyd edir. Beləliklə, müəllif daha bir problemi ifadə edir. İlk baxışda bu problem moda hadisələrin nəzəri tədqiqatları üçün ənənəvi görünür və moda müxtəlif tədbirlərdən asılıdır (bunlar aşağıda müzakirə olunacaq). Lakin alim yalnız modanın müxtəlif sosial dəyişikliklərdən asılı olduğunu qeyd etmir, həm də moda dəyişikliklərinin təbiəti ilə ölkənin sosial və iqtisadi həyatının dinamizmi arasında birbaşa əlaqəni göstərir. Alimin sözlərinə görə, moda dəyişikliyi tempi kommunikasiya vasitələrinin təkmilləşdirilməsi, rəqabətin artması, yüksək keyfiyyətli məhsulların kütləvi istehsalının yeni və ucuz yollarının ortaya çıxması ilə intensiv şəkildə sürətlənir. Bogardus, Amerika Sənaye Tarixi Evinin (American Dry Goods House) müntəzəm zəngin alıcılarından biri, Birinci Dünya müharibəsi başa çatdıqdan qısa müddət sonra onun ehtiyaclarını ödəyəcək "bahalı, ekstravaqant və hətta lazımsız mal" ala bilməyəcəyini müəllifdən şikayət etdiyinə

nümunə verir. Göründüyü kimi, hər şey keçmiş müharibə dövründə özləri üçün sərf etmiş 18.000 yeni milyonər tərəfindən satın alınmışdı.

Imory Bogardus tərəfindən tərtib olunan problemlər, moda və cəmiyyət, moda və şəxsiyyət, yeni moda və keçmiş moda arasında ən kəskin ziddiyyətləri ortaya qoyur. Buna görə, mövcud moda nəzəriyyələrində təqdim edilən fenomenin əsas xüsusiyyətləri deyil, bu problemin bir və ya digər aspekti tədqiqatçı üçün maraq yaradır.

2.2. Modanın faktlarla dolu nəzəriyyəsi və ideoloji səbəbiyyətinin nəzəriyyəsi

İqlim şəraitləri, beynəlxalq ticarətin inkişafı, müharibə və inqilab, yeni ideoloji axınların yaranması, müxtəlif qəzalara görə bir çox tədqiqatçılar modanın formalaşmasına və paylanmasına daim təsir edən hadisələr kimi şərh olunurlar. Ancaq bu hadisələrin modaya təsiri şərtdir. Bu problem moda tənqitçiləri tərəfindən geniş müzakirə olunur.

Belə ki, iqlimin modaya təsirinin araşdırılmasında, bir insanın yeni bir ölkədə qarderobunu dəyişməyə məcbur olması halları istisna deyil. Avropalıları Hindistanda yaşamaq üçün xüsusi bir modanın lazım olduğunu inandırmaq üçün uzun illər lazım idi. C. Bell vurğulayır ki "Bəzən iqlim ehtiyaclarını nəzərə alaraq paltar növləri yaratmaq mümkündür, lakin onların inkişafı həmişə iqlimə zidd olaraq aparılır".

Qərb modasının fəvqəladə və eyni zamanda təəssüf doğuran qələbəsi Charles Campbell Hughesin Eskimos həyatına dair elmi işində təsvir edilmişdir. Eskimoslar tərəfindən çox effektiv və elverişli geyim növləri yaradılmışdır. İlk olaraq, heçkimin ağına gəlməzdiki, eskimos geyimlərini kimsə dəyişmək istəsin. Lakin, eskimoslar zamanla tacirlər tərəfindən gətirilən avropa geyimlərini qəbul etdilər, amma aydın idi ki, onlar Arktika şəraitinə çox pis uyğunlaşıblar.

Nəzəriyyəçilər, müharibələr və əhəmiyyətli tarixi hadisələrin paltar və modanın inkişafında çox mühüm rol oynadığını deyirlər. Torpaq işğallarının təsiri, məsələn, Çin paltarınınun tarixində aşkar görünür (tatarların hücumu, milli Çin paltarınauna tatar papağını əlavə etmişdir). Tarixdə əks effektiv bir çox nümunə var. barbarların Roma imperiyasına hücumları, onların Roma paltarlarını təsiri altında qalmasına

gətirib çıxarmışdı. Lakin tarixdə elə bir müharibə yoxdurki orada moda dəyişilməz qalsın. Bəzən xarici təsiri hər hansı ölkənin modasından seçmək çətin olur. Məsələn, dəbdəbəli görüntü demək olarki hər yerdə qarşımıza çıxır. Almanıyanın paltarı isə xaricilərin təsirlərinin bir çox əslini özündə göstərir.

20-ci əsrin ilk yarısında bu cür fikirlər moda dramatik təkamüllə qeyd olunub, bu da yalnız Napoleon dövründə qadınların modası ilə müqayisə edilə bilər. Buna əsaslanaraq bir çox nəticələrin ola biləcəyi düşünülür.

1812, 1914 və 1945-ci illərin müharibələrindən sonra qadın əlbisələri zamanla qısalır. Əsas tezis budurki, bütün böyük müharibələr qadın modasına böyük təsir edib və edəcək və geyimlərdə daha “cavan” və sadə tərzin yaranmasına səbəb olur.

Bununla belə, nə sonra, nə də indi elm adamları Napoleon ilə müharibədən və ya son dünya müharibəsindən sonra baş verən modalar arasında birbaşa və qəti əlaqə qura bilmirlər. Moda tarixini və əsas Avropa mübahisələrinin təsirlərinin izlərini təhlil edən tədqiqatçılar, tamamilə sülh adlandırıla bilən və yeni modanı müəyyənləşdirən müharibə dövrünə zidd olan bir dövrü təsbit etmək çətinidir. Məsələn, Yüzlük və Otuzillik müharibənin izləri, onun modaya təsiri öyrənilməyib. Moda və hərbi hadisələr arasında mütləq bir əlaqə yaratmaq üçün döyüşən və hərbi olmayan ölkələr arasında birmənalı fərq yaratmaq lazımdır.

XX-ci yüzilliyin hadisələri təhlil üçün uyğundur. K.Bell bununla əlaqədar bir çox sual verir və onları öz cavablandırır. Məsələn: “ Müstəqillik müharibəsi və 1917-ci il arasında ABŞ-da böyük bir müharibəni və “yüngül” mübahisəni yaşamışdılar. Bu hadisələr amerikan qadınlarının modasına necə təsir etmişdir? Heç necə. Napoleon və 1914-ci il müharibəsində ingilislər yalnız Krım müharibəsi iştirak etmişdilər. Bu, ingilis qadınlarının modasına təsir edib? Xeyr. Nə ispan taxtı, nə yeddi illik müharibə nə də ki 1870-ci il müharibəsi geyimə heç bir təsir göstərməmişdir.

Ən əsas hərbi geyimin modaya necə təsir etdiyinə diqqət yetirmək lazımdır. Fransız generalı Qalife tərəfindən yaradılan “Qalife” şalvarlara, cənubi-afrika müstəmləkəsi tərəfindən yaradılan “safari” təzine və ya 20-ci əsrlərin ortaların qadın və kişi geyimlərində paqonların yaranmasını xatırlamaq yetərlidir.

Ticarət, xüsusilə də, yeni materialların idxalı ilk baxışdan yeni bir moda yaratmır, bəzən isə nəzərəçarpan təsir göstərə bilər. Beləliklə, XVIII əsrin əvvəllərində hind parçaları Avropaya böyük miqdarda idxal edilmiş və onilliklər ərzində moda trendini təyin etmişdir. Latin Amerikasının ən geridə qalan bəzi əyalətlərində Avropa idxalı yerli geyimlərin yaradılmasına kömək etdi və bu da idxal axını dayandırıldıqdan sonra dəyişməyib.

Ümumiyyətlə ticarət, modanın ümumi istiqamətinə tabe olan ikinci amil kimi təsnif edilə bilər. Bir zamanlar bir çox Cənubi Afrikanın dəvəquşu yetişdirən fermaları dağılmışdır, çünki lüks boya yaratmaq üçün material kimi istifadə olunurdu və şlyapalarda bəzək kimi xidmət edən dəvəquşu lələkləri modadan çıxdı.

Geyimlərdə dəyişikliklər və yeni bir modanın təsdiq edilməsi bəzən müxtəlif təsadüf növlərinin nəticəsi olaraq qəbul edilir. Əsasən, bu dəyişikliklər paltar detallarına aiddir. İngilis-holland müharibəsində (1962 il) Fransız qalibləri öz geyimlərindən o qədər yorulmuşdular ki, bilmədən modanı yeni qalstuklara (və ya boğaz şərfələri) yönləndirdilər. Lord Spenser bilmədən öz üst geyiminini yandırmışdır və onu qısaldılar, buradan yeni moda yarandı – jaket modası. Moda və təsadüf əlaqələrini qiymətləndirən tədqiqatçılar, mütəmadi olaraq meydana gələn moda dəyişikliklərinin bir sıra təsadüflərin birbaşa nəticəsi olmadığını, anın ehtiyaclarını qarşılayırlarsa təsadüf ola biləcək bir moda ola biləcəyinə dair nəticəyə gəlir. Moda ilə inflyasiya prosesləri ilə meydana gələn hadisələr arasındakı əlaqələr birmənalı olaraq təfsir edilir. A. Laver (A. Laver) bu məsələ ilə bağlı belə demişdi: "Bəşər tarixində sosial psixoloqlar tərəfindən göstəriləndən daha çox diqqətə layiq bir çox maraqlı fakt var. Sonuncular düşünürdülərki korsetlərin yox olması iki bir biri ilə əlaqəli fenomenlərlə - əxlaqsız cinsi əlaqələrlə və məzənnənin inflyasiyası ilə bağlıdır.

Laverin ümumiləşmiş bədii cazibəsi, inadkar bir şeyi fakt kimi uyğunlaşdırmağa məcbur edir. Buna baxmayaraq, bəzi əsaslandırılmış nümunələr göstərmək mümkündür. İngiltərədə, Henry VIII zamanın, yaranmış pul mübahisəsi qızı Yelizavetanın dövründə belə davam edirdi.

Kraliçanın hökmranlığı dövründə fundun dəyəri əhəmiyyətli dərəcədə artmışdır. Lakin, analitiklərin fikrincə, bu, Elizabetin "korsetini daha sıxlaşdırdığından" baş verməmişdir, bu prosesin inflyasiya olmadığı üçün mümkün olmuşdur. Digər bir nümunə, ABŞ-da baş verən hadisələrlə əlaqəlidir. Vətəndaş müharibəsi dövründə və sonrasındakı ABŞ-da inflyasiya dövrü (1862-ci ildən 1868-ci ilədək) böyük bir əxlaqsızlıq dövrü hesab edilə bilər (bu dövrdə digər dövrlərə nisbətən əxlaqsızlıq özünü daha çox göstərirdi), ancaq aydındır ki, bu, korsetlərin azaldığı və ya ən azından ölçülərin kiçildiyi bir dövr hesab edilə bilməz. Əksinə, moda meyllərinin əks istiqamətdə inkişaf edildiyi, yəni böyük korsetlərin istifadə olunduğu bir dövr idi.

Digər tərəfdən, 1904-cü ildə Paris modasını 1914-cü ilin modası ilə müqayisə etsək, aşağıdakı həqiqəti asanlıqla görmək olar: XX əsrin ilk onilliyində korsetlər tədricən öz güclərini itirmişlər. Yenə də, korsetlərin əbədi ləğv edildiyini birmənalı şəkildə ifadə etmək olmaz. Bioqraf Puare Palmer (Palmer White) çox şişirdərək, demişdir ki, o korseti aradan qaldıraraq “ qadınlara yeni əndam” vermişdir. Əlbəttəki bu donları dahada sadələşdirmişdir. Və, əgər "korsetlər - pis pul " nəzəriyyəsi doğru qəbul olunarsa, onda bütün ehtimalla, Frankın dünya bazarında 1914-cü ildə sarsıtılmasına və sabit qalmasına nail olmaq olardı, lakin faktları nəzərə alaraq bu baş vermədi. Həmdə bütün qadınlar korsetlərdən tez imtina etdilər. Zamanla, qadınlar, korsetləri yalnız öz cazibələrini daha çox bildirmək üçün istifadə edirdilər.

Bu nümunələr, siyasi hadisələrə və ya müəyyən bir tarixi dövrün dominant mədəni dəyərlərinə bağlı olaraq moda nəzəriyyəsinin yaradılmasına cəhd göstərən əsas problemlərdən birinin mövcudluğunu xatırladır. 1860-cı ildə "korsetlər - pis pul" ifadəsi qəbul edilsəydi, 1860-cı ildə ABŞ-a Fransız modasını idxal etmək mümkün olmayacaqdı. Və ya, P. Puare İngiltərədə və Rusiyada qadın geyimlərinin taleyini dəyişdirdiyi dövrdə moda paltarları və inflyasiyası ilə yanaşı ixrac etmək məcburiyyətində qaldıqda, "qəpiqlərin səsinə gözəlləşdirən korsetlərin " ifadəsini qəbul etmək Müxtəlif ölkələrin rejimi arasında hər hansı bir fərq aşkar etmək çox çətinidir. mümkün olardı. Lakin bu baş vermədi.

Müxtəlif ölkələrin modası arasında hər hansı bir fərq aşkar etmək çox çətindir. Buna görə bəzi fərqlərin təzahürü mütəxəssislər üçün çox vacibdir ki, məsələn, XIX əsrin İngilis modası həmin dövrün Fransız modasından tamamilə fərqlənir və moda meyillərini müəyyən edən səbəblər kimi milli və ya yerli miqyaslı hadisələrini çağırır.

Geridə qalmış mərkəzlərin sakinləri, əsasən, paytaxt sakinlərinin modasını təqlid edirlər və tez-tez ekstraktal şəkildə bunu incəliklə edirlər və bu, öz növbəsində, əhəmiyyətli bir fərq təəssüratını yaradır. Keçmiş əsrlərdə, bir neçə dəfə qeyd edildiyi kimi, geyim yerli ənənələrdən çox təsirlənirdi. Ancaq həmişə fərdi məlumatlı vətəndaşlar var idi ki, onlar qaydalara riayət edir və fotoşəkillərdə gördükləri və ya jurnalların moda illüstrasiyasına uyğun olaraq geyimlərini dəyişirdilər. Bu mənbələrə görə, Londondan, Paris, Vyana və ya Milandan gələnləri müəyyənləşdirmək çətindir. İtaliya, Avstriya, Fransa və İngiltərənin eyni dövrdə müxtəlif siyasi hadisələr yaşandığı tamamilə aydındır. Amma bu, hamısı deyil: hər bir ölkə, fərqli bir "mənəvi atmosfer"ə malikdir. Bütün yuxarıda göstərilən nümunələr, əsasən də, yalnız ekspertlərə aydın olan fərqlərin təhlili əsasında qurulmuş nəzəriyyələrin obyektivliyindən asılı deyildir.

“Zamanın mənəviyyəti modanı idarə edir” - modanın ideoloji səbəbiyyəti nəzəriyyəsinin əsas tezisidir. Bunu sübut etməyə çalışarkən, J. Tarde Fransız geyiminin dəyişməsinin üç əsr üçün (XVIII-XIX əsrlərdən bəri) əks tərzdə olduğunu qəbul edir və belə bir metamorfozun, ilk növbədə, kişi geyimlərinin mümkün olmadığı qənaətinə gəlir: "Təsəvvür qanunları kimi, melodinin əks istiqamətdə oynanmasına icazə verməyən Louis XIV dövründən bəri müəyyən bir möcüzə mənbəyini təmsil edən hadisələr, münasibətlər və istəklər, qeyri-mümkündür. Bu vəziyyətdə, alim öz fikirlərində ziddiyyət göstərmir. Tarde qadınların moda tərsində inkişaf etməyə və fikir və əxlaqın inkişaf etdiyindən asılı olmayaraq, inkişaf etdirməyə imkan verir və bunu "qadınların siyasi və zehni həyatında, onların hər yerdə və hər zaman fiziki cəhətdən sevilməsinə olan arzuolunmazlığı və dəyişikliyinə baxmayaraq, onların çox az iştirakla izah edir. Şüur, bilindiyi kimi, cinslər arasında olan əlaqələrini azaltmayan sosial varlığın bir məhsuludur. Hər bir ölkədə, bütün

tarixi dövrlərdə, qadının şüuru güclü bir mənəvi atmosfer və vaxtdan asılı idi və şüursuz şəkildə bir donu tarixi bir qeyd kimi hazırladı.

Diqqətin, qadınların şüuruna yönəlməsi ciddi tədqiqatlar üçün təhlükəlidir və tədqiqatçıya kişilərin şüurunun laqeydliyinin səbəbləri, məşhur kişilərin və qadınların mənəvi atmosferin formalaşmasına təsir göstərməsi ilə əlaqədar bir sıra suallar doğurur. Bir kişinin və ya qadının şüuru, məsələn, aşağı əmək dilinin verildiyi 19-cu əsrin başlanğıcında, tarixin davamlı dəyişən bir gedişini təyin edirmi? Kişilərin şüuru həqiqətən dəyişdirilməyən jiletlər və silindrlər tərəfindən mühakimə edilə biləcək qədər zəhmli və laqeyd olubmu? Bu suallara cavablar olsaydı, o zaman alimlər bir qadının şüurunu təsvir etdiyində nə demək istədiyini izah edərdi ki, o, yaşadığı dövrün mənəvi atmosferi ilə bağlıdır.

Əslində, bu ideya, müharibə və ya inflyasiya kimi xüsusi tarixi hadisələrlə əlaqə qurarkən, başqalarından fərqli olaraq, qəbul etmək və ya rədd etmək çətindir. Başqalarına nisbətən daha obyektiv görünür və bəzi müəlliflərin sözlərini daha da ağırlaşdırır, məsələn A. Laver: ... Moda, yalnız vaxt tərzini əks etdirir. Hər hansı ciddi geyim tarixi tədqiqatçısı bu vəziyyətin olduğunu etiraf etməlidir; əksinə, moda dəyişikliklərinin Parisdə aparıcı dizaynerlərin sözləşməsinin nəticəsidir ki, qeyri-mümkün fikirlərə tamamilə ya da ya da eyni dərəcədə uyğun olduğunu sübut edən fikirlərə qayıdır ... Geyim tarixinin bir dövrü bizə hər hansı bir dövrün paltarının zamanın ictimai iqliminə tam uyğun olduğunu və əslində daxili əşyalar, hətta arxitektura kimi şeyləri gizlətdiyini dəqiq bir fikir verir. G tarixinin bir dövrü bizə hər hansı bir dövrün paltarının zamanın ictimai iqliminə tam uyğun olduğunu və əslində daxili əşyalar, hətta arxitektura kimi şeyləri gizlətdiyini dəqiq bir fikir verir. Louis XIV-silindrdə və Napoleon III sürtükündə təsəvvür etmək mümkün deyil; İmperatriçə Yevgeniyanı 20-ci illərin qısaldılmış ətəyində təsəvvür etmək mümkün deyil. Nümunələr sonsuz ola bilər. "

A.Laverin istinad etdiyi çox şey müzakirə edilə bilməz. Qərb mədəniyyətində moda tarixin mühüm bir hissəsidir. Bəzi tendensiyalar son zamanlar ən inkişaf etmiş şərq ölkələrinin bəzi tarixlərində özünü göstərir. Tarixi, görüntü dilində təmsil edənlər üçün bu təbii görünə bilər. Ancaq tez-tez tarixi anlayışlar səhvlərə səbəb ola

biləcək stereotiplər yaradır. K. Bell aşağıdakı nümunəyə istinad edir: insanlar, Fransa İmperatriçəsi Yevgeniyanı, bir qayda olaraq, Winterhalter (F.- X. Winterhalter) tərəfindən “çiyni açıq” kimi xatırlayırlar. Ancaq onlar bu geyimin gənclik modasının yalnız bir nümunəsi və əslində, onun 1920-ci ilə qədər yaşadığını və buna görə çox sayda digər geyimlərinin olduğunu unudurlar.

Belə bir imicin yaradılmasının əsl təhlükəsi, əslində mövcud olmaya biləcək səbəbə bağlılığı nəzərdə tutur. Louis XIV-nin pariklərlə və yüksək dabanlı ayaqqabılarla birləşmək istəyi, onların arasında irsi əlaqələr olduğunu göstərmir. Lakin zamanın sosial mühitini nümayiş etdirirlərmi? Və sosial mühit nə deməkdir?

Yeni tarixin təhlili göstərir ki, sosial şərait (müharibələr və ya pul inflyasiyası) geyim tarixində dəqiq əks olunmur. Buna görə, yeni bir sual yaranır: "Bu problem sosial mühitdə baş verən global dəyişikliklərdə, tez-tez ortaya çıxır ki, bu da tez-tez müharibələrin təbiətini və digər sosial narahatlıqları müəyyənləşdirirmi?"

Din və millətçilik cəmiyyətin sosial mühitində baş verən dəyişikliklərin başlıca hərəkət edən qüvvələri hesab olunur. Buna görə moda nəzəriyyəçiləri, dini və milli baxışların geyim və moda dəyişikliklərinin tarixinə birbaşa təsir göstərdiyinə inanır. Sikhlar, Müsəlmanlar və Qvakrlər geyim ilə dini baxışlarını açıq şəkildə nümayiş etdirirlər. Müasir dünya ən qədim xalqların milli kostyumun ən az birinin olmamasının bir faktını bilmir.

Dini və millətçiliyin kostyuma birbaşa təsiri olan ölkələr sabitləşdi, amma orda moda yox idi, yalnız bir forma mövcuddur (məsələn, 60-80-ci illərdə Çin kostyumu). Çox güman ki, bu kostyum tarixdən kənar, təbiətdəki transsəndent əvəzinə sonsuzluğa və milli xarakterin dəyişməz aspektlərinə aid olan fikirləri əks etdirir, çünki bu fikirlər modaya qarşı olmalıdır. Beləliklə, millətçiliyin ümumi müxalifəti kimi görünə bilər. Bu da bir dövlətin dini inancının başqa bir dindən fərqləndiyindən asılıdır; din nə qədər modaya qarşı çıxa bilər.

XVI əsrin Avropa geyimi, xristianlığın digər dini hərəkətlər tərəfindən sıxışdırıldığı dövrdə, geyimlərdəki dini münaqişənin aşkar bir izini tapmaq çox çətinidir. Florensiyada və ya Venesiyada olmayan, müəyyən bir tarazlıq Edinburq və Cenevrədə müşahidə olunurdu. Lakin St Varfalomeyin gecəsində qırğın zamanı

katoliklər özlərini başqa millətlərdən fərqləndirmək üçün paltarlarında xaç şəklində bir əlamətdən istifadə etməyə başladılar. Daha sonra o moda dekorasiya kimi geyimlərdə istifadə olunacaqdı. Demək olar ki, yarım əsrdən sonra, Protestant İngiltərə və Kalvinist Hollandiya, İspaniyaya qarşı ümitsiz bir mübarizə apararkən İspan modasını səylə təqlid etmişdir. XVII əsrdə Xristianlara qarşı xristianlar rəhbərlik edirdi, bu hadisələr o vaxtın modasında bir az əks olunurdu.

XIX əsrdən bəri və bu günə qədər, dövrün ictimai iqliminin geyimdə əks etdirən hipotezi təsdiq edən tarixi nümunələri tapmaq mümkün olmayıb. Ümumiyyətlə, demək olar ki, hər bir modaçı milliyyətçilik və moda arasındakı bəzi mənfi əlaqələri vurğulamağa cəhd edir.

Son 300 ildə millətçilik dünya ölkələrini yaradan və məhv edən müharibələrdən və təqiblərdən ilhamlanan dünyanın ən mühüm siyasi, sosial və estetik qüvvələrindən birinə çevrilmişdir. XIX əsrin əvvəllərində, hər bir Avropalı xalqın öz milli geyimi var idi, lakin əsrin sonlarına qədər bu geyimlər gündəlik istifadədən tədricən yox oldu; milli paltar millətin atributları, vətənpərvərlik bayramları, turistlər və reklam plakatlarının yaradılması üçün saxlanılan əşyalara çevrildi.

Məsələn, XIX əsrin ilk yarısında İrlandiyada yüksək həcmli şlyapalar, qısa gödəkcələr və diz boyu şalvarlar geyinilirdi. Əsrin sonlarına kimi bu şeylər siyasi karikaturaçıların və musiqi salonlarının istehsalı kimi görünürdü. Lakin, İrlandiya milli geyiminin tədqiqatçısı G. Moore, gənclik dövründə, yəni 60-cı illərdə, Mayo şəhərində diz boyu şalvarlar İrlandalı kəndlilərin adi paltarı idi. 19-cu əsrdə İrlandiya parnellizmin dövründə, Land Liqası və Keltlərin dirçəlişi zamanı diz boyu şalvarlar modasını itirdi.

Afrikanın və Asiyanın, Avropanın və Amerikanın təsirinin fərqli olduğu ölkələrdə oxşar tendensiyalar müşahidə olunur. Milli geyimlərin qorunması üçün bütün tədbirlər bu ölkələrin gəncləri arasında etiraz nümayiş etdirir. Gənclər vətəndaş paltarları və ya Avropalı üslublu hərbi forma üçün milli geyimlərini həvəslə dəyişirlər.

Moda ilə dövrün ictimai iqlimi arasındakı əlaqələri öyrənməyə başlayan qərblilər və anomaliyalar ümumiyyətlə belə bir əlaqə mövcud olduğuna dair düşüncəyə gətirmirlər, lakin bu əlaqənin mexaniki şəkildə qurulmasının mümkün olmadığını qəbul etmək məcburiyyətindədirlər. "Burada biz bəşəriyyətin bütün mənəvi tendensiyalarına görə mexaniki olaraq dönməyə sadə bir hava kanalı ilə deyil, gizli, mistik güclə məşğul oluruq. O, özünü doldurmaq üçün boş bir gəmi seçir və hər hansı bir stimulun dərhal cavab verməsinə ehtiyac yoxdur, lakin o, istənilən yerdə fəaliyyət göstərir - C. Bell.

Bir tərəfdən, əgər bu göndərişləri qəbul edərsə və sözdə Zamanın Mənəviyyəti olaraq obyektiv olmağın mümkün olmadığını idarə etsə, bu halda argumentlər bir tautologiyaya çevrilir: Zamanın Mənəviyyəti belə düşünür deyər moda belədir. Beləliklə, ideoloji səbəblər nəzəriyyəsindən görünür ki, bunun üçün əsas faktlar deyil, müəyyən qeyri-təbii fərziyyələrdir.

Digər tərəfdən, əgər ideoloji səbəblər nəzəriyyəsində rəşional bir şey aşkar etməyə çalışsınızsa, ya da insanların etik, dini, siyasi və estetik baxışları və geydiyi və ya köhnəlmiş paltarları arasında bir əlaqə qurmağa çalışsınız, bir müddət boşluqda olacaqsınız. Hər zaman istənilən şəkildə modanın öz özünə var olduğuna dair təklif olunacaq, müəyyən bir tendensiya var və heç bir ideoloji maneə ilə məhdudlaşmır. "Dəbli davranışın nümunələri heç bir xüsusi mənəvi və sosial münasibətdən asılı deyildir. Herbert Blumer qeyd etdiyi kimi moda bir ideologiyadır.

2.3 C.Gerdanın modasının təkamül nəzəriyyəsi Modanın sosial-psixoloji kompleksinin aktuallığı

Qeyri-təbii bir moda əsasının ideyası, moda, Həyat Gücünün ya da sözdə təkamül iştahının bir məhsulu olaraq fəaliyyətin nəticəsi olaraq , insanın deyil, Allahın işinin nəticəsi olaraq izah etməyə cəhd edən bir mütəffəkir - Gerald Heard'ın əsərlərində daha da inkişaf edildi. Müəllif inanır ki, bir insanın artıq təkamül proseslərinə məruz qalmır, yalnız onu inkişaf edənlər təkamül olunur və bu inkişaf daha sürətlidir, çünki daha az müqavimət göstərən bir mühitdə baş verir.

Gerdin kostyumun təkamül inkişafı ilə bağlı fikirləri əhəmiyyətli dərəcədə etirazları artırır. Tənqidçilərdən biri xüsusilə qeyd edir ki, həyatın təkamül prosesi ilk növbədə, dərzinin istəklərinin amansız olduğu şərtlər ilə müəyyən edilir. Modanın mərhələləri ilə canlının təkamül inkişafı arasında bir paralel, heyvanların inkişafının bərqərar olması, yəni fərdlərin mövcudluğunun müəyyən edilməməsi mümkünsüzlüyü istiqamətində bir sübut olduqda edilə bilər. Və bu qeyri-təbii güclərin istəyindən asılı olmadan davam edə bilər. Yaponiyada bəzi quş növləri bu şərtlərə tam uyğun gəlir, lakin onlar süni, qeyri-təbii, heyvandarlıq nəticəsidir.

Gerdin ifadələri geyimin inkişafı və insan bədəninin inkişafı arasında təəccüblü bir bənzərliyi ortaya qoyur: formaların bərabər yavaş inkişafı, xüsusi xüsusiyyətlərdə eyni artım, parçaların modifikasiyası, mistik qüvvələrə bənzərliyi.

J. Gerd moda problemlərini Çin geyimlərinin tarixinin təhlili əsasını öyrənən bir neçə müəllifdən biridir. O, yazır: “Birdən-birə başa düşürük ki, bəzi natamam səbəblər üzündən belə bir səviyyəyə çatmaq çətin ki, kifayət qədər səmərəli və praktik olsun. Bununla, müəllif Çinlilərin modaya qarşı ladeyid olduqlarını izah edir. Sonuncu hissəsi yazıçı tərəfindən dəstəklənən insan inkişafı irqçilik nəzəriyyəsinin təsiri altında təsvir edilmişdir. Gerdin irqi nəzəriyyəsi hər hansı bir paltar üçün tətbiq edilir, bu da əsərinin əhəmiyyətli bir dezavantajıdır.

Buna baxmayaraq J. Gerdin əsərlərində çox maraqlı araşdırmalar var. Beləliklə, Çinlilərin ayaqqabıları, bir at dırnağı görünüşünü verərək, Manjurii totem tərəfindən təyin olunan modanı görür və yenilməz atçının səma taxtına çıxma

biləcəyini, atın belində durduğu mifini əks etdirir. "Köhnə milli əzəmət əsrlər boyu irqi yaddaşı oyadır", - alim deyir.

Geyimin təkamül inkişafının səbəbi insanın cinsi davranış motivlərində tez-tez görülürdü. Məsələn, ənənəvi geyim və ayaqqabıların təhrif edilməsi və ya tərk edilməsi Çin mədəniyyətində cinsi cəlbədicilik kimi qiymətləndirilirdi.

Əslində belə bir vəziyyət olarsa, bəzi heyvanların "paltarları" da xüsusi bir məqsəd daşıyır. Məsələn, bir tovuzun quyruğu, cinsi xəbərdarlıq kimi təqdim edilə bilər, yalnız qulluq zamanı faydalıdır. K. Bell bu barədə şübhə edir: "Heyvanların parlaq rəngləri insanların gözəl geyimləri ilə eyni məqsədlə inkişaf edir. Erkən tovuz quşunun dişı tovuz quşu qarşısında quyruğunu açması onun gözəlliyini nəslini artırması istəyinin olması göstərir. Buna xanımlar və cənablar üçün, məsələn, ehtiyac varmı? Əgər belədirsə, Qərbin yüksək təbəqələri arasındakı müəyyən sicimətini necə izah edə bilər? Zəngin və qulluqçulardakı kostyumda iddialılıq və təfərrüatların təzələnməsi bu uşaqların doğulması problemlərinin nəticəsidir. Xoşbəxtlikdən, bu, belə deyil; şübhəsiz ki, kiçik ovuc və pəncə kimi, cinsi cəhətdən cəlbədicilik iqtisadi cəhətdən müəyyən edilmiş standartlar, təmiz və kövrək quruluş; siniflər sərbəst şəkildə "cütləşə" bilər və bunu heç bir xəyal xarakteri olmadan həyata keçirmək üçün çoxlu sübutlar mövcuddur.

Təkamül hipotezləri təsdiqlənməyib, çünki təkamül növləriylə əlaqəlidir, bunun üçün geyim modası nə siniflər, nə də millətlərin sinifləri nə də siniflərdə kiçik qruplar tərəfindən müəyyən edilir.

Modanın əsas nəzəriyyələri çərçivəsində təqdim olunan bir sıra fikirlər bizə bir sıra mühüm nəticələr çıxarmağa imkan verir. Qeyd etmək lazımdır ki moda heç vaxt geyimin universal şərti olmayıb.

O, tamamilə Avropa məhsuludur və Avropanın mədəniyyəti kimi uzun inkişaf tarixinə malikdir. Moda dünyanın böyük kütlələrinə təsir edən böyük bir gücdür. Moda bir qüvvədir.

Moda beynəlxalq bir fenomendir. Hər halda, bu tendensiya moda bir neçə mərkəz tərəfindən diktə edildiyi müddətcə mövcud olacaq. Bir əsr əvvəl bu tendensiya bədii üslubların formalaşmasında müşahidə olunmuşdur. Moda təbliğatı

müntəzəm bir proses hesab edilə bilməz. Qeyd etmək lazımdır ki, müəyyən hallarda arxaik formalar modaya baxmayaraq yaşayır. Tarixin bir çox fəlakətinin modaya əhəmiyyətli dərəcədə təsir etməməsinə baxmayaraq, modaya ən çox təsir edən bir sıra hadisələr təsbit edilə bilər. Məsələn, Fransa inqilabı, 1644-cü ildəki Puritaniya inqilabı və 1914-1930 və 1930, 1945-1960-cı illəri müharibə və müharibədən sonrakı dövrlər. Moda inkişaf tarixində ən çox diqqətəlayiq hadisələrdən biri, 18-ci əsrin sonlarından etibarən kişi və qadın geyiminin tarixi üçün nisbətən müstəqil yolların təsvir olunmasıdır.

İnsan təbiətinin mahiyyətini universal və dəyişməz olaraq başa düşmək, moda tarixini obyektiv şəkildə təhlil etməyə imkan vermir.

Moda tarixində fərdiyyətin rolu çox əhəmiyyətli ola bilməz. Siyasi tarixi, irqi və milli şəxsiyyət, hisslər, ideallar və moda arasındakı əlaqəni birmənalı şəkildə müəyyənləşdirmək mümkün deyil. Obyektiv arqumentlər tələb olunmadığı təqdirdə modanın bir izahını qəbul edə bilər.

Ən çox ehtimal, modanın inkişafı nəzəriyyələrində müzakirə edilən bəzi və ya bütün amillərin kombinasiyasının nəticəsidir. Onların təsiri təbiətinin təhlili, onların hər birinin nisbətinin qiymətləndirilməsi gələcək tədqiqatlar üçün perspektivli sahələr kimi görünür. Moda təbliğat prosesini sürətləndirən dəyişikliklərə səbəb olan bu amilləri yönəldən qüvvələr hələ də açıq bir sual olaraq qalır.

Bu qüvvənin təbiəti, C. Bellin fikrincə, T. Veblen (T. Veblen) ideyalarına qayıtmaq yolu ilə aşkar edilə bilər. Bu müəllif Boş sinif nəzəriyyəsində çox inandırıcı şəkildə pulun sosial norma və dəyərlərin dəyişməsinə göstərdi. Moda, zövq pulların qanunauyğunluqlarını təqib edir. Dəbli, bahalı şeylərə sahib olmaq nüfuzludur. Tanınmış moda nəzəriyyələrinə və onun göstərdiyi problemlərə görə prizmanın bir baxışdan ən azı geyim tarixinin əsas faktları ilə üst-üstə düşəcək bir modaya belə bir izahata yaxınlaşma ehtimalı ortaya çıxır.

K. Bell tərəfindən həyata keçirilən moda nəzəriyyələrinin təhlili şübhəsiz ki, bu fenomeni öyrənməyə metodoloji yanaşmanın müəyyən edilməsində əhəmiyyətli bir addımdır. Lakin ilk növbədə kostyum tarixində modanın öyrənilməməsinin göstəricisinə baxmayaraq, tənqidçi, tarixi təhlilin çərçivəsini aşma bilmədi. Onun

istifadə etdiyi tarixi mübahisənin üsulu, təklif olunan nəzəriyyələrin uyğunsuzluğunu və bəzən süniliyini sübut etmək üçün güclü bir vasitədir. Onun istifadə etdiyi tarixi mübahisənin üsulu, təklif olunan nəzəriyyələrin uyğunsuzluğunu və bəzən süniliyini sübut etmək üçün güclü bir vasitədir. Lakin, təəssüf ki, fenomenin təsvir edilməsinə deyil, həm də onun inkişaf dinamikasını ortaya çıxara biləcək həqiqətən "təsiredici moda nəzəriyyəsini" yaratmaq üçün kifayət deyil.

Geyimlərin inkişafında tarixi faktlara həddindən artıq əlavəlik kifayət qədər moda nəzəriyyəsinin yaranmasına mane olur. Bu halda, könüllü və ya könülsüz bir nəzəriyyənin yaranmasına dair ümumi qayda pozulur, buna görə də sadə model və ya konseptual sxem daha da təkmilləşdirilməsi üçün kifayətdir. Təqdim olunan moda nəzəriyyələrində elmi bir nəzəriyyənin yetkin strukturunun xüsusiyyətləri - deduktiv törəmlik və konseptual birlik - kifayət qədər ifadə edilmir. Yəqin ki, tədqiq olunan obyektin obyektiv əsasını dəqiq bir şəkildə başa düşülməməsinin səbəbi bundadır.

Modanın ortaya çıxması və inkişafının səbəblərini tapmaq üsulu şübhə yaradır. Təqdim olunan nəzəriyyələrin əksəriyyətində, gerçək görünən, zəruri olan təsadüfi realistlərin fikirləri çoxdur. Onlarda "baş verənlər" tez-tez "niyə olur" ilə müəyyən edilir. Buna görə əlavə arqumentlərin tətbiqi görünüşü ilə əlaqəli konsepsiyayı məhv edir. Gerd nəzəriyyəsi, həqiqətin xaricindəki daha yüksək bir səbəb anlayışı olan moda, dini bir izahat verir. Bu nəzəriyyə, təbiiliyin qeyri-təbii izahının bir nümunəsidir.

Moda hadisələrinin səbəblərini və moda əməliyyatlarının daxili qanunlarının işlədilməsi prinsiplərini anlama biləcək modaya elmi bir şərh lazımdır. Bu tələb moda fenomeninin disiplinlərarası səviyyədə sistematik geniş bir elmi tədqiqatını, moda problemlərinin bəyanatından onların həllinə keçidini əhatə edir.

Lakin bu vəziyyətdə tədqiqatçı birləşən konseptual çərçivə tapmaq problemi ilə üzləşir. Qeyri-təbii səlahiyyətlər? Cəmiyyət? İqtisadiyyat? Yaradıcılıq? Aktivlik? Reklam? Və ya bir şəxsiyyət?

Ötən əsrin son onilliklərində modanın daxili elmi tədqiqatı ilə tanışlıq bu fenomenə, ilk növbədə, sosial və insan elmlərindən olan maraqlara sübutdur.

Modanın ictimai xarakterinin öyrənilməsi, kollektiv şəkildə formalaşmış əhvaldan, normalardan və dəyərlərdən asılılıq fəlsəfə və sosioloji ənənəvi perspektivdir (A.B. Hoffman, M. N. Topalov, R. B. Fişman, B. B. Elkina).

Tarixdə, xüsusilə də geyim tarixində, cəmiyyətin və məhsuldar qüvvələrin inkişafı ilə bağlı moda meyllərinin formalaşması və paylanması xüsusiyyətlərini əks etdirir (H.M. Kaminskaya, N.Mersalova).

Modanın dünyaya bir şəxsin dəyərlə əlaqəsinin xüsusi bir təzahürü olaraq, eləcə də xalqın bədii fəaliyyət sahəsini, estetika (İ.V.Qriqoryeva) ilə həyata keçirir.

Semiotikada moda, əsasən mənasını ifadə etmək üçün bir işarə sistemi kimi tədqiq edilir. Moda arasında bir işarə sistemi və onu qəbul edən, onun içindəki mesajları şərh edən və istifadə edən (Y. M. Lotman) əlaqələr semiotik analizə məruz qalır.

Sosial-psixoloji tədqiqatlarda moda ünsiyyət prosesində psixoloji təsir üsullarından biri hesab olunur (Q.M. Andreyeva, A.V.Kovalenko, B. V.Parıgin).

Moda, şəxsiyyətlərarası ünsiyyətin xüsusi bir üsulu olaraq nəzərdən keçirildi (V. Y. Borev, A.V.Kovalenko, L. V. Petrov). Bu baxımdan, moda xüsusi bir şəkildə, təsvir, ictimai məlumatların emal ölçüsü (L.V. Petrov) olaraq təyin edilmişdir. Modanın emosional tənzimləyici cəhəti Y. L. Kolominskinin, B. F. Porşnevanın əsərlərində özünü göstərir. Moda, emosional rahatlama vasitəsi olaraq, təkrarlanan, təkəbbürlü monoton təəssüratlardan qurtuluşdur.

Psixoloji tədqiqatların nəticələri bizə aşağıdakı sözləri verməyə imkan verir. Modanın xüsusi davranış forması və davranışının hər hansı bir aspekti olaraq nəzərə alınması çox vaxt zehni və icraçı xarici hərəkətlərin birliyini nəzərə almadan aparılır. Psixoloji tədbirlər moda obyektı olan ehtiyacların və impulsların subyektlərinin tapıldığı şəraitləri əks etdirir və icraedici xarici hərəkətlər mövzuya dəbli obyektlər gətirir və ya çıxarır və onları dəyişir. Modanın kütləvi davranış şəkli kimi şərh edilməsi, həqiqətə uyğun olmayan bu fenomenin simasızlaşdırılmasına gətirib çıxarır. Psixologiya hələ bu həqiqəti sübut etməlidir.

Modanın mövcud psixoloji nəzəriyyələrinin məhdudiyyətləri, ilk növbədə, insan bioloji ehtiyacları və moda da - ilk növbədə sosial, seçilməsi və istifadə

proseslərinin izahatı ilə də izah olunur. Belə bölüşdürmə mexanistikdir və buna görə də tədqiq olunan fenomenin vahid bir baxışının yaranmasına kömək etmir. Ona, yalnız şərti olaraq, modanın əsas xüsusiyyətlərini digər fenomenlərlə əlaqələndirmək üçün icazə verilə bilər. Bu digər hadisələrin sırasında mövcud elmi nəzəriyyələrə və fərziyyələrə baxmayaraq, ilk növbədə, İnsan tərəfindən işğal edilir.

Beləliklə, tədqiqatçının diqqəti paltarla bir şey etməyə hazırlaşan İnsanda olduğunda orada yalnız intuitiv olmasına baxmayaraq, modanın mahiyyəti təxmin edilir. Moda, cəmiyyətdəki üstünlüklər, fikirlər, nəzərlər və normalar əsasında inkişaf etdirilən bir obyektin və ya fenomenin maddi və ideal modelinə olan münasibətidir. Şüur altında moda dəyər kimi təmsil olunur - obyektiv bir dünya ilə qarşılıqlı əlaqəsi baxımından və sosial mühitlə və özü ilə qarşılıqlı münasibət baxımından bir insanın həyatının xarakterini müəyyən edən bir məqsəddir. Təbii ki, bir-birinə münasibətdə, birləşmə və qarşılıqlı təsir mexanizmləri, bəzi qanunauyğunluqların olması ilə bağlı bir və ya bir başqa əlaqənin üstünlüyü haqqında suallar yaranır.

Suallara cavablar bir insanın psixoloji və sosial həyatı barədə məlumatlara əsaslanan psixoloji elm dərinliklərində tapıla bilər. Üstəlik, yuxarıda göstərilən məsələlər moda psixologiyasının psixoloji elminin başqa bir sahəsinin formalaşması üçün əsas ola bilər.

3. Modanın nəzəri və metodiki tədqiqatının əsas istiqamətləri

3.1. Moda tədqiqinin müstəqil istiqamətləri ilə bağlı yanaşmalar

Moda fərdi və ictimai mühit arasında vasitəçilik elementi kimi görünür, çünki sosial qarşılıqlı əlaqənin baş verəcəyi, ünsiyyətin məzmunu kimi mühüm təsirə malikdir.

Moda fenomeninin kifayət qədər çox sayda tədqiqatının mövcud olduğu anlayışda bir çox konseptual birlik aşkar edilmişdir. Modanın bir və ya bir çox başqa aspektlərin təhlilində ixtisaslaşan ədəbiyyatın öyrənilməsi onun müstəqil istiqamətlərinə dair aşağıdakı yanaşmaları müəyyən etməyə imkan vermişdir.

1. Antropoloji yanaşma: insan bədəninin təbii cizgilərinin və funksiyalarının modaya yanaşmasıdır. Bu tendensiyanın Bloch, D.Flugel, E.Fuchs və başqalarının əsərlərində geniş şəkildə təmsil edildiyinin şahidi oluruq.

2. Sosioloji yanaşma moda fenomeni ilə əlaqəli fəaliyyət göstərən ictimai reallıq, sosial institutlar və bu səpkidə olan hadisələrin fərdi sahələrini öyrənir. Sosioloji yanaşmaya xüsusi yer ayıran tədqiqatçılar bunlardı : B.Barber, E.Qoblo, Q.Zimmel, E.Kats, R.Keniq, P.Lazerkfelt, L.Lobel, D.Rismen, E.Sepir, N.Smelzer və başqaları. Rus tədqiqatçılarından Borev, A.V.Kovalenko, J.B.Petrova, M.N.Topalov bu yanaşma əsərlərində aparıcı şəkildə istifadə etmişlər.

3. Sosial-psixoloji yanaşma fərdlərin özləri ilə ictimai qrup arasında kütləvi ictimaiyyətin psixologiyası, cəmiyyətdəki bilik yolu, sosial psixoloji eksperiment üsulu və əməliyyat təhlili metodu ilə birləşmənin qarşılıqlı şəkildə araşdırır. G.Blumer, I.Bogard, A.Disher, İ. Kant, N.Reynhardt, W.Sunner, G.Tarder, E. Şeftsberi və bir çox başqa sosialoloqlar əsas təhlillərini bu yanaşmaya əsaslanaraq şərh etmişlər. Rus tədqiqatçılarından N.K.Mixailovski, B.O.Parigin və B.F.Poşnevin araşdırmalarında bu istiqamətin tədqiqi ilə bağlı dəyərlərin nəzəri əhəmiyyətə malikliyi də vurğulanır.

4. Psixoanalitik yanaşma "homo-modus"un fərdi davranış sistemini, xarici dünyaya olan münasibətinin formalaşmasını və moda dünyasında şəxsiyyətlərin fərqli xüsusiyyətlərini araşdırır. O.E.Beglar və E.Fromun əsərlərində modaya daha çox bu aspektdən yanaşılmasının vacibliyini görmək olar. Daxili dəyərlərə və modalı

şəxsiyyətə söykənən bu yanaşmanı rus tədqiqatçılarından G.M.Andreyev, İ.V.Griqoriev və M.İ.Kiloşenka daha çox araşdırmışdır.

5. Semiotik yanaşma simvolları, müxtəlif simvolik formaları, simvolik və semantik modalı sistemlərin əlaqəsini və işlənməsini müəyyənləşdirir. Dünyaca məşhur tədqiqatçılardan R.Barth, T.Veblen, J.Leopardi və T.Reedin əsərlərində modaya bu şəkildə yanaşıldığını və araşdırıldığını müəyyən edirik. Tədqiqatçı Lotman isə işarəli sistem kimi əlaqələndirdiyi bu yanaşma mühüm töhfələr vermişdir.

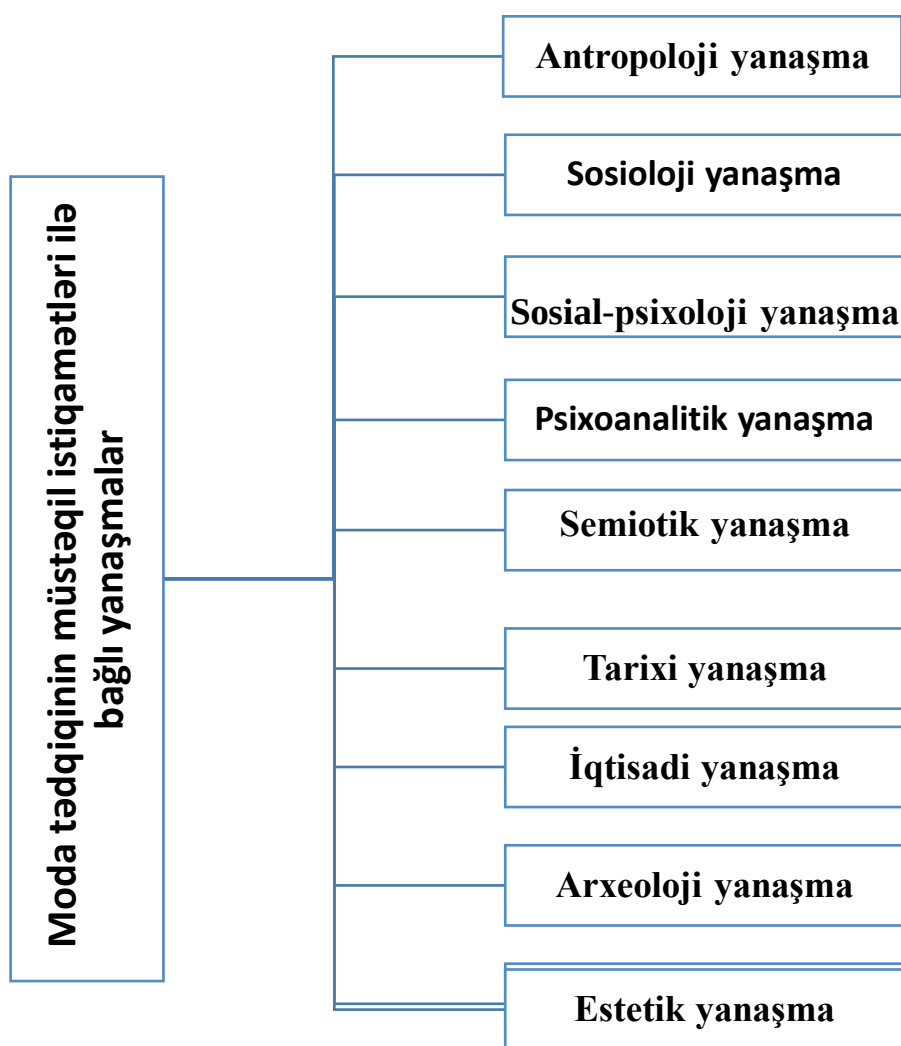
6. Tarixi yanaşma, modanı dövrü inkişafın bir məhsulu kimi qəbul edərək, onun dövrülüyünün və ərsəyə gəlmənin perspektivliyini öyrənir. Moda tarixinin yerli araşdırmalarında fəal iştirak edən K.Bell, D.Gerd, A.Krobör, A.Lavera, D.Richadson, N.M.Kominskaya, M.Mertsalova kimi tədqiqatçılar dövrü proseslər və tarixi inkişaf arasındakı əlaqələri dərinlən öyrənmişlər.

7. İqtisadi yanaşma moda məhsullarının istehsalı, bölüşdürülməsi və istifadəsi problemlərini, həmçinin inflyasiya və beynəlxalq ticarətin problemlərinin bu sahəyə təsiri yönlərini ətraflı öyrənir. Moda və iqtisadiyyatın qarşılıqlı əlaqəni V.Zombart, K.Mark, P.Nystramun əsərlərində izah etdiyimi aydın şəkildə görmək olar.

8. Arxeoloji yanaşma modanı dəyər kimi qiymətləndirir. Bu istiqamət bizlərə A.B.Hoffman, T.B.Lyubimayanın tədqiqatlarında təqdim edilmişdir.

9. Estetik yanaşma dövrünün estetik tələblərinə uyğun olaraq, bu cəhətlərin modalı təzahürünü təyin edir. T.Aderno, V.Kazerinova, O. D. Kaşenko, T.V.Korlova, E.Kirelva və başqaları bu yanaşmanın mühümlüyünü səciyyələndirib əsərlərində vurğulamışlar.

Təbii ki, modalı yanaşmaları bilmək özünü, həyat tərzini, düşüncəni dəyişdirir, müasir insanın inkişafı və hərəkətlərini proqnozlaşdırmaqda daha da yardımçı olur. Moda kimi bir fenomen ilə əlaqəli problematikalar geniş, fərqli şəkildə araşdırılmalıdır. Çünki onunla bağlı olan bütün bu məsələləri səthi müəyyən etmək heçdə mümkün deyildir. Aydın məsələdir ki, modanın gələcək istiqaməti cəmiyyətin sosial və ideoloji və siyasi inkişafının mühüm göstəricisi olacaqdır.



3.2. Moda haqqında əsas konsepsiyaların təhlili

Moda insan fəaliyyətinin demək olar ki, bütün sahələrinə nüfuz edən bir reallıqdır. Etiraf etmək lazımdır ki, bu gün modaya olan münasibət ictimai münasibətə çevrilmiş, yəni o, bir ictimai status əldə etmişdir. Bu həqiqətdə də belədir. Birincisi, moda bir çox sosial amillərin təsir obyekti olaraq cəmiyyətdəki bütün maddi və mənəvi prosesləri faktiki olaraq əks etdirir. Mədəniyyət sahəsində cəmiyyətdə üstünlük təşkil edən moda bu dövrün ideallarının fikir və münasibətlərinin, mənəvi və mədəni dəyər xüsusiyyətləri ilə müəyyən edilir.

Digər tərəfdən, moda özü xarici formanın dəyişiklik subyektidir. Dəyərləndirmə faktoru kimi, moda fərdin davranışına (gündəlik həyatda siyasi, iqtisadi, dini və s.), tələbatın strukturunun formalaşmasına və dəyər sistemlərinə təsir göstərir. Moda sahəsində tərz standartları və ictimai dünya görüşləri inkişaf etdirilir və dəyişir.

Modanın tədqiqi onun uğuru, liderliyi, kollektiv davranışı və ictimai nəzarət formaları ilə sosial təbəqələrinin əlaqəli təhlilinə imkan verir. Bu, müəyyən bir sosial qrupun və ya cəmiyyətin həyat tərz, şəxsiyyətin tipologiyası, istəklərinin xarakteri, arzuları, ehtiyacları, mövcud dəyərlər və davranış stereotipləri baxımından nəzərə alın bilər. Başqa sözlə, modanın öyrənilməsi bizə müasir sosial proseslərin xüsusiyyətlərini daha dərinlən təsəvvür etməyə kömək edir.

Nəticədə, bu, modanın sosial münasibətlərin ictimai quruluşu sayəsində ictimai əlaqələrin xüsusi bir tənzimləyicisi kimi nəzərdən keçirmək və modanın sosial mexanizmlərini həyata keçirən sosial şəraitin təhlilinə imkan verir.

"Moda" anlayışının təyini ilə bağlı problem kifayət qədər mürəkkəbdir, çünki bu söz özü çoxmənalıdır. Ən geniş mənada moda anlayışı "müəyyən bir dövrdə mövcud olan və mədəniyyətin zahiri formalarına ümumi qəbul edilən münasibət" kimi hesab olunur.

Etimoloji mənasına görə, bu söz – göstəriş, xəyal, tərz, qayda deməkdir (lat.). Böyük Sovet Ensiklopediyasında moda "həyatın və ya mədəniyyətin müəyyən bir sahədə xüsusi bir zövqün qısa hökmranlığı" kimi təqdim olunur. Stil anlayışından fərqli olaraq, moda məişət predmetlərinin və bədii əsərlərin xarici formalarının daha qısa müddətli və səthi dəyişikliklərini xarakterizə edir".

S. İ. Ojeqovanın redaktəsi ilə çap olunan "Rus dilinin lüğəti"ndə modanı "müəyyən bir zamanda hər hansı bir ictimai mühitdə üstün olan bir sıra vərdislər və zövqlərin (geyimlə bağlı) məcmusu kimi qiymətləndirir.

V. Dal tərəfindən "Böyük Rus dilinin izahlı lüğəti"ndə moda dedikdə "gündəlik həyatda, cəmiyyətdə, paltar və geyimdə müvəqqəti, dəyişdirilə bilən bir səliqə" kimi başa düşülür.

Lüğət məqalələrinin müəllifi A. A. Qritsanov "Sosialoji ensiklopediya"da modanı "ümumiyyətlə, insanlar üçün xarici (ilk növbədə obyektiv) mühitdə nisbətən sürətli və geniş miqyaslı dəyişikliklərə əsaslanan standartlaşdırılmış kütləvi davranışın qısamüddətli hökmranlığı" kimi təqdim edir.

Lakin, İ. P. Nikitin, "Fəlsəfi ensiklopediya lüğəti"ndə moda ilə zövqü estetik bir kateqoriya kimi birləşdirir: moda "yalnız zövq deyil, eyni zamanda bir çox qaydanı özündə təcəssüm etdirən ümumi bir qrupun üstünlükləri sistemidir".

Bütün yuxarıda qeyd edilən təriflərdən belə nəticə çıxır ki, moda incəsənətin xarici formalarına aid edilir. Bununla yanaşı, moda fikir və inanc baxımından da daxili mədəniyyət formaları ilə əlaqəlidir. Bundan savayı, belə bir yanaşma modanın konkretliyi və dəyişkənliyinə, onun cəmiyyətin inkişafının müəyyən dövrləri ilə məcburi əlaqəsinə əsaslanır.

Modanın paradoksallığı onun durmadan dəyişkənliyi ilə bərabər həm də onun stabil dayanaqlığındadır. Moda konkret növləri müxtəlifliyə görə dəyişir, lakin o özü, həmişə xüsusi bir ictimai hadisə olaraq qalır.

Sual oluna bilər: İctimai bir hadisə kimi modanın mahiyyəti nədir və onun hansı xüsusiyyətləri vardır?

Yəqin ki, təhlilin tam, düzgün olması üçün sualın tarixinə qısaca nəzər salmaq lazımdır. Əslində tədqiqatçılar arasında modanın yaranma tarixi barəsində ümumi fikir birliyi yoxdur: bəziləri onu qədim dövrə aid edir, bəziləri də antik dövrə gedib çıxır. Lakin sosioloqların əksəriyyəti, moda fenomeninin kapitalist münasibətlərinin meydana gəldiyi dövrdə ortaya çıxdığına inanırlar. Onların fikrincə orta əsrlərlər boyunca davam etmiş sinfi amiranəlik zəifləmiş və geyim (cah-calal kimi) aşağı təbəqənin özünü yuxarılara bənzətmə üsullarından biri kimi olmuşdur.

Ümumiyyətlə, modanın inkişafı və fəaliyyəti geniş sosial miqyasda sənaye inqilabı və konveyer istehsalın yaranması, feodal sinfi baryerlərin dağılması, coğrafi və sosial dinamikliyin, mədəni əlaqələrin artması, urbanizasiya, nəqliyyatın və kütləvi kommunikasiyaların inkişafı kimi amillərə səbəb olmuşdur.

İlk dəfə müasir mənada moda haqqında fikir söyləyən XVII əsr Fransız yazıçısı Jean de Labruyerdir. O, "Bu əsrin simvolları və ya adətləri" kitabında "insanlar hər

şeydə - yeməkdə, həyat tərzində, sağlamlıq və hətta vicdan baxımından da modaya itaət etdilər" deyərək, modanı rişxəndlə izah edir və modanın uzunömürlü olmayacağını vurğulayır. Qeyd edək ki, peşəkar bir tədqiqatçı olmasa da, J. Labruyer, moda prinsiplərindən birini - modanın dönərliliyini sonrakı əsərlərində təsvir etmişdir.

A. Smit "Mənəvi düşüncələr nəzəriyyəsi" adlı əsərində modanın maraqlı xüsusiyyətlərini vermişdir. Bu, ilk növbədə, müəllifin modanı adətlə müqayisə etdiyi faktlardan biridir. Bu da onun konturlarını, sərhədlərini ictimai bir hadisə kimi daha aydın təsvir etməyə imkan verir. Təəssüf ki, A. Smit moda və adət arasında olan konkret oxşarlıqları və fərqləri yalnız modanı "xüsusi bir adət növü" kimi göstərərək bu sahədə insanların davranışını əsasən imitasiya mexanizminə yönəltdi. Bundan əlavə, müasir moda tədqiqatçılarının əsərlərində elit təbəqələrin xüsusi əhəmiyyəti olan və əhalinin digər hissəsi üçün daha da inkişaf etdirilən modanın təqlid obyektini kimi təsvir olunması ingilis mütəfəkkirə aid edilir.

İ. Kant da moda fenomeninə biganə qalmayıb, onun əsas xüsusiyyətinə toxunaraq "insanın davranışında özünü daha nüfuzlu bir şəxsə bənzətməsinin təbii hal olduğunu göstərdi. Bu imitasiya qanunu - başqalarına nisbətən daha çox fərqlənmək, nəzər diqqətdə olmaq istəyi ... və həm də bundan heç bir fayda gözləməmək məqsədinə deyilir".

Filosof modanı ağılsızlığın və şöhrətpərəstliyin təzahürü hesab edirdi. Çünki, İ. Kant onu insanların qul asılılığını göstərən "... cəmiyyətdə bizə çox şey verən nümunə" adlandırırdı.

Beləliklə, moda mahiyyətini ictimai bir fenomen kimi müəyyən etmək üçün düşündüklərimiz ümumilikdə imitasiya (elitanın xüsusi rolu), çeviklik və dəyişkənlik kimi ictimai keyfiyyətlərinə işarə edir, amma burada hələ modanın nəzəri-ictimai konsepsiyalarını yaratmaqdan danışmaq mümkün deyil. Birincisi, sosiologiya özü elm olaraq yalnız XIX əsrdə formalaşır, ikincisi, bizim baxdığımız mütəfəkkirlərin düşündüyü fikirləri, onların evristik dəyərlər baxımından moda ilə bağlı nəzəri iddiaları məntiqi uyğunlaşdırılmış sistemin lazımi bütövlüyünə malik deyildir. Buna görə də, bizim üçün ən maraqlı olan XIX-XX əsrin tədqiqatçılarının əsərlərində

təqdim olunan modanın sosioloji konsepsiyalarıdır. Təhlilin asanlıığı üçün, onların arasında ən əhəmiyyətli nəzəri yanaşmaları müəyyənləşdirək və onların əsas nöqtələrini formalaşdırmağa çalışaq.

Sosiologiyada, moda fenomeninin təyininə müasir izahına əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərən şərti olaraq dörd yanaşma ayırmaq olar:

1. Bənzətmə anlayışı (Q. Tard, Q. Zimmel).
2. Əyani davranış nəzəriyyəsi (T. Veblen, V. Zomard, R. Ku-niq).
3. Kollektiv davranışa əsaslanan modanın izahı konsepsiyası (Lanq və Lanq, Q. Blumer).
4. Modanın öyrənilməsinə semiotik yanaşma (R. Bart, R. Sennet, J. Bodriyard).

Birinci halda, moda bənzətmə (yəni təqlid etmə) prosesi kimi götürülür. Belə ki, sosiologiya sahəsində fundamental məktəbin nümayəndəsi Q. Spenser əsərlərində iki növ bənzətmə göstərir: 1) "yüksək statusu olan insanlara hörmət", 2) "...ona hörmətini vurğulamaqla bərabərliyini ifadə etmək istəyi". Onun fikrincə, modanın yaranmasında iki mənbə mövcuddur. Modanın belə bir xüsusiyyətini könüllü əməkdaşlıq kimi vurğulayan Q. Spenser, moda təşəbbüskarlarını "özünü seçən kompaniya" adlandırmaqla yanaşı, onların həyatına sərt şəkildə özünün neqativ münasibətini bildirərək ("məcburi əməkdaşlıq rejimi"), bədxərclərin himayəsində olan frantlar, şlyapaçı və dərzilər, modabazlar və boş-bekar qadınlar" deyir.

Qeyd edək ki, sosioloq həmçinin bənzətmə ilə yanaşı elitanın rolunu vurğulayır və modanı cəmiyyətin yüksək təbəqələrinin imitasiyası prosesi kimi təqdim edir.

Fransız sosioloq Q. Tardın bu mövzuda mövqeyi fikrimizcə daha məzmunludur. Həmçinin Q. Spenser kimi, tədqiqatçı iddia edir ki, moda elit təbəqə tərəfindən yayılmış müasir moda modellərinin təqlid mexanizminə əsaslanır. Lakin sonra onun düşüncəsi təkamül faktı ilə yanaşı, bu mexanizm cəmiyyətin özünün həyatının əsas xarakteristikası kimi təhlil etməyə də imkan verir.

Q. Tard əmin idi ki, aşkar etdiyi "imitasiya qanunları" mövcudluğun bütün mərhələlərində insan cəmiyyətinə məxsusdur, çünki hər bir ictimai fenomen sosial hadisələrə xas olan davamlı imitativ xarakterə malikdir. O, sosial hadisələr kimi tendensiya və modanı müqayisə edərək adət-ənənəni ata-babaların insanı cəmiyyətin

çərçivəsi ilə məhdudlaşdıqları təqdirdə, moda bir "ekstraterritorial" xarakter daşıyaraq müasirlərin imitasiyası hesab edir. Ənənə, adət və moda şəklində mövcud olan imitasiya sayəsində, cəmiyyətin həyatında kəşf və ixtiraların seçilməsi və tətbiqi həyata keçirilir.

Beləliklə, əgər biz müəllifin təqdim etdiyi məntiqə baxsaq, əslində sosial varlıq kimi insan həmişə təqlid edəndir və cəmiyyətin özü isə bir imitasiyadır. Q. Tard modanın yayılmasına imitasiyanın bir forması kimi baxır ki, nəticədə vahid görünüşlü (formalı) bir cəmiyyətin yaranmasına və "Avropada geyim, qida, tələbat, fikirlər, qurumlar və incəsənətdə modanın qeyri-adi inkişafı bir növdə şəxsiyyətin yüz minlərlə nüsxəyə çevrilməsinə gətirib çıxarır". Bu nəticə, bizim fikrimizcə, yalnız modanın ictimai müzakirəsi sahəsində deyil, həm də müasir postmodern cəmiyyətin inkişafının sosioloji proqnozları baxımından kifayət qədər mənalı intuisiya üçün əsas verir.

Müəllifi Q. Zimmel olan klassik moda nəzəriyyəsi həmçinin bənzətmə konsepsiyası çərçivəsində yazılıb. O, modanın yaranmasını insanın ikili ehtiyacının təmin olunmasıyla bağlayırdı: başqalarından fərqlənmək və başqalarına oxşamaq. Bu ideya onun işlərində öz təsdiqini tapmışdır: moda "bir nümunəyə bənzətmə olub bununla ictimai ehtiyaclar təmin edilir, ayrıca bir insanı yola gətirir ki, hamı da o yolla gedir. Ancaq o eyni dərəcədə ümumi kütlədən ayırmaya ehtiyacı təmin edir".

Q. Zimmelin moda nəzəriyyəsi Q. Tard konsepsiyasına çox yaxın idi, lakin onun xüsusiyyəti modanın sinfi təbiətini nəzərə çatdırması idi.

O, modanın formalaşmasında nüfuzlu təbəqənin rolunu nəzərə alaraq, moda mexanizmi haqqında biliklərini daha da dərinləşdirmişdir.

Q. Zimmellin fikirlərinin gedişini təkrar canlandırıq. Modanın inkişafı aşağıdakı ardıcılıqla gedir: ən yüksək siniflər zahirən fərqlənən əlamətlərinin vasitəçiliyi ilə ən aşağılardan öz fərqlərini nümayiş etdirməyə çalışır; sonrakılar, daha yüksək məqama cəhd edərək bu əlamətlərə yiyələnir; onda ən yüksək siniflər yeni fərqləndirici əlamətləri (yeni dəblər) tətbiq etmək məcburiyyətində qalırlar və beləcə hər şey yenidən təkrarlanır və s.. Beləliklə, Q. Zimmel nəticə çıxarır ki, ən yüksək təbəqənin modası həmişə ən aşağının modasından fərqlənir, həm də moda ən aşağı

sferaya girməyə başlayan kimi ondan ən yüksək təbəqə dərhal imtina edir. Deməli moda, ictimai uyğunlaşmaya meyllərin fərdi meyllərlə birləşən bir çox həyat formasından başqa bir şey deyil.

Əyani istehlak nəzəriyyəsi modanın sosioloji təhlilində ikinci yanaşmadır. Bu istiqamətdə iş aparan müəlliflərin (V. Zombart, T. Veblen, R. Kuniq) əsərlərində bənzətmə anlayışından fərqli olaraq, əsas metodik quruluş "imitasiya" deyil, "əyani istehlak" və "imic" götürülür.

Beləliklə, kapitalist cəmiyyətini təhlil edən alman sosioloqu V. Zombart modanı sinif fərqlərini göstərməyə qadir bir fərdi burjua imicinin təzahürü olaraq qəbul edirdi. "Müasir kapitalizm..." əsərində müəllif tələbatın moda dəyişikliyinə birbaşa asılılığını ortaya qoymuşdur: "Əsrlər boyu insanların ilk sıralarda "təbəqələşdirilməsi": ruhanilik, şəhərli olması və cəmərdliyi baxımından daha keyfiyyətli, daha sabit olan tələbin stereotipini göstərmişdir. Bu qruplar içərisində əxlaq və adət dəyişikliyi nə qədər az olsa, moda dəyişiklikləri də az olur". Eyni zamanda, bir hadisə olaraq, modanın kapitalist bir cəmiyyətdə meydana gəldiyini və cəmiyyətdə süni ehtiyacları stimullaşdıran özəl müəssisə maraqlarına xidmət etdiyini vurğulamışdır.

Bu cür yanaşmanın digər nümayəndəsi T. Veblendir. Mənasız sinif və süni istehlak nəzəriyyəsinin yaradıcısı T. Veblen, ABŞ-da moda, köhnə aristokratlar tərəfindən deyil, yeni əmələ gələn "nuvorişlər" yüksək səviyyələrini, lakin son dövrdə əldə edilmiş statuslarını vurğulayan "şou üçün istehlak" ideyasını ortaya qoydu. Status nümayiş etdirmək vasitəsi nümayiş etdirilən istehlak vasitələrinin yüksək qiymətidir. T. Veblen bu hadisəni ifadə edən "nümayişkəranə istehlak" konsepsiyanı irəli sürdü.

Nümayişkəranə istehlak –bu, "sərvətə malik olmanın sübutu üçün istehlakdan istifadədir", istehlak "nüfuzu saxlamaq üçün bir vasitədir". T. Veblenin fikrincə, bu istehlakçı stil adlandırılan ən yüksək avropalılara bənzəməyə çalışan yeni zəngin amerikalılar idi. Lakin bunlardan fərqli olaraq öz istehlaklarını nümayiş etdirirdilər. Bu möhtəşəm istehlak, özlərini Amerika cəmiyyətinin elitesi kimi göstərmələrini gücləndirməyə imkan vermişdir.

Həqiqətən, bir burjua üçün, müvəffəqiyyətini təkcə karyera yolu ilə deyil, həm də zahiri görünüşlə göstərmək lazım gəlirdi. T. Veblenin nəzərinə geyim, hamıya və hər kəsə nə qədər zəngin olduğunu göstərmək üçün ideal bir fürsət olmaqla ictimai strukturun müəyyən bir aspektini – rifahını əks etdirir. Geyimə və paltarlara pul xərcləmək maddi uğurumuzu elan etmək üçün bütün digər yollardan üstündür. Çünki bir baxışda geyim maddi durumumuzu nümayiş etdirir. Kişilər geyimdə qadınlardan daha çox mühafizəkar olduğundan, qadınlar kişinin - atasının və ya ərinin maddi sərvətinin nümayəndəsi rolunu öz üzərlərinə götürürlər. Bu baxımdan, moda nəzəriyyəçilərindən biri (Lenhert) bu faktı dəbdə olan tendensiyaların sürətli dəyişməsinə təhrik edən əsas səbəb adlandırdı.

T. Veblen vurğulayırdı ki, geyimlər yalnız sərvət göstəricisi indikatoru funksiyasını yerinə yetirmək üçün deyil, həmçinin hər cür məhsuldar əməkdə iştirak etməməsinin nümayişini özündə əks etdirən özünəgöstərmənin mühüm bir yoludur. Geyim həmçinin, məhsuldar əməyin rüsvayçı səviyyəsilə əlaqənin olmamasını göstərmək üçün də istifadə edilə bilər. Bu barədə T. Veblenin fikrinə: "Qiymətli dəri ayaqqabı, qüsursuz paltar, lüks silindrik şapka və çəliklə əks olunan cazibədarlığın əksəriyyəti daşıyıcının insanlarda doğrudan və dərhal fayda gətirən işlərə aid olmayan bir daşıyıcıdır".

Qeyd edək ki, T. Veblen, "moda" (dəyişkənlik) və "gözəllik" fenomenlərinin əsas səbəbləri arasındakı fərqə istinad edərək, estetik təhlil əsasında moda verməkdən imtina edirdi.

Alman sosioloqu R. Kuniq tərəfindən təqdim edilmiş "Əyani istehlak" nəzəriyyəsi çərçivəsində moda konsepsiyası fikrindən yan keçmək olmaz. Öz nəzəriyyəsini irəli sürən müəllif analiz edərkən "status" anlayışından istifadə edir: "Moda statusun kod göstəricisidir". Özünü kifayət qədər çatışmayan yüksək sosial vəziyyətinə görə günahlandırılan R. Kuniq kədərlənərək deyir ki, modaya riayət etmək arzumuzdur. Bu müəllif üçün moda anlayışının bütün mümkün təzahürlərində fiziki cəhətdən dəyişən bir universal prinsip kimi təsəvvür edilməsi xarakterikdir.

Beləliklə, imitasiya nəzəriyyəsindən fərqli olaraq, "əyani istehlak" konsepsiyasının nümayəndələri, modanın xarakterizə olunması üçün bir ictimai

fenomen olaraq – “yüksək səviyyəli bir cəmiyyətin mənsubiyyətini nümayiş etdirmək” kimi daha bir əhəmiyyətli xüsusiyyət əlavə edirlər.

Bizim tədqiqat işimizdə moda analizinə üçüncü yanaşma (kollektiv davranış konsepsiyası) moda proseslərini qiymətləndirən Q. Blumerlə Lanq və Lanq tərəfindən "naməlum (anonim) bir kütlənin əleyhinə hökmün qarşısını ala bilməyən gücündə ortaya çıxan ibtidai davranış formaları" kimi təqdim olunmuşdur. Bu konsepsiyanın mərkəzində müasir cəmiyyətdə dar çərçivəli və simasız təmaslara malik olan gizli bir kütlənin fərdlərindən ibarət anonimlik anlayışı var. Belə şəxslər öz yanaşmalarını bu cəmiyyətin tələblərinə uyğunlaşdırmağa çalışır və əslində kütləvi moda da bu yanaşma strategiyasının nəticələrindən yalnız biridir. Moda ictimai nümunələri şəhər küçələrində, mətbuat, reklam və s. vasitəsilə qarşılaşırlar, bu da onlarda müasir moda haqqında öz fikirlərində düzəliş etməyə imkan verir.

Əgər bu nəzəriyyənin mahiyyətini qısaca xülasə etsək, o zaman moda proseslərini yeni yaranan sosial normalarla kollektiv uyğunluq proseslərinə bir çox hallarda oxşar olduğunu görürük.

Fikrimcə bu nəzəriyyədə vacib olan moda tədqiqatçılarının modanın ictimai xarakteri (dəyəri və ya norması) haqqında ümumi fikirləri olmamasıdır. Onun sosial norma ilə sıx əlaqəsinin olması fikrinin əsaslandırılması və etibarlılığıdır.

Sosioloq Q. Blumerin əsərlərində moda kollektiv yanaşma nəzəriyyəsi çərçivəsində təhlil edilir, amma yazıçı bu məsələdə Lanq və Lanqdan daha maraqlı məsələlər ortaya qoyur. Xüsusilə Q. Blumer işlərində çoxsaylı rəqabət aparan alternativlərdən bir neçə modanı toplu şəkildə seçərək təhlil edilə biləcəyi ideyasına əsaslanır. Başqa sözlə, istehlakçılar moda dizaynlarının bir çox mümkün alternativlərini sınaqdan keçirə bilər, alternativ üslublar arasında rəqabət isə moda proseslərin əsas xüsusiyyətidir. Yəni müəllif modanın inkişafında iki - innovasiya və seçmə mərhələsi ayırır. Bu halda o, müəyyən mənada modanın analizinin təbəqələşmə aspektini ləğv edir. Bizim fikrimizcə, çətinlik ondan ibarətdir ki, Q. Blumer kollektiv seçmə işinin mexanizminə izahat vermir, lakin bu prosesi formalaşdıran üç amili göstərir: modada olan dəyişikliklərin tarixi davamlılığı; yeni modaların cəmiyyətdə kütləvi dəyişikliklərə ehtiyacını təmin edən müasirliyin təsiri;

oxşar maraqlarla və sosial təcrübəylə insanların ictimai qarşılıqlı təsiri nəticəsində kollektiv zövqlərin tədricən formalaşması.

Sosial hadisə kimi modanın xüsusiyyətini vurğulayan Q. Blumer, ictimai sistemi dəyişmək iddiasının olmaması ilə fərqlənən ifadəli hərəkətlərə istinad edir. Moda, fərdiləşdirilmiş dəyərləri qəbul etməyə təşviq edir və artıq imitasiya məqsədi daşıyanları əvəz edir. Q. Blumerin fikrincə, məhz bu xüsusiyyət – dəyərlərin daimi yenilənməsi - modaya xüsusi bir hadisə kimi baxmağa imkan verir.

İctimai modanın təhlilində dördüncü istiqamət R. Bart, R. Sennet, J. Bodriyyar və başqalarının əsərlərində təqdim olunan semiotizmdir. Bu yanaşmanın adı moda tədqiqatçıları tərəfindən istifadə edilən "konseptual konsepsiyaya" - "işarə" anlayışına əsaslanır. Beləliklə, R. Bart "Moda sistemi" əsərində "moda semiotikaya daimi maraq göstərən müstəsna bir işarə fenomenidir" deyir. Əvvəlki nəzəriyyəçilərdən fərqli olaraq R. Bartın fikrincə "moda hər şeydə özünü göstərə bilər və həm də eyni tip geyim və ya arxitektura da müxtəlif formalara malik ola bilər".

Modanı təhlil edərkən, müəllif "... modaya razı olmayanları, modada hər şeyə qarşı çıxan və modaya uyğun gəlməyənləri müəyyən edən..." norma konsepsiyasından istifadə edir.

R. Bartın mövqeyinin mahiyyəti belədir ki, birincisi, sosioloq geyimin özündə ifadə etdiyi əlamətləri təhlil etməlidir: "Moda öz dəyərlərini formalaşdırır; Moda, təkcə sözdə deyildir".

İkincisi, bir system kimi moda bir-biri ilə təzad təşkil edən üç ünsiyyət qaydasından ibarətdir: imic-geyim (yalnız məhdud (konkret) əhəmiyyəti olan fotoşəkillər və ya rəsmlər); təsviri geyim (mətn, şərh və aydın təsvir); real geyim (yəni, modanın praktiki keçid mətni).

İkinci sistem kompleks əlamətlər mexanizminə malikdir - "materiya (şeylər) və sözlər arasında yerləşir", xarici dünya ilə modanı birləşdirir, amma eyni zamanda bu dünyanı kəskin şəkildə deformasiya edir.

Müəllif qeyd edir ki, sənaye cəmiyyəti öz malının daimi satışına ehtiyac duyur və "haqq-hesabını bilməyən istehlakçıları tərbiyə etməyə məcbur edilmişdir; geyim istehsalçıları və alıcıları eyni dərəcədə bərabər şüurlu olsaydılar, geyimlər yalnız çox

yavaş tempdə köhnəldikcə satın alınacaqdı. Alıcının qənaətcil şüurunu qarışdırmaq üçün, malı xəyallar şəbəkəsiylə örtmək lazımdır, satılmağa vasitəçilik edən, iştaha səbəb olan şəkillə bəzəmək lazımdır". Başqa sözlə desək, R. Bart bu sözləri: "arzu bir şeyin özünü deyil, ancaq adını ifadə edir, ticarəti bir xülya ilə deyil, məqsəd (ağıl, fayda, xeyir) ilə stimullaşdırırlar" kimi çox dəqiq ifadə edirdi.

R. Bart kimi semiotikanın nümayəndəsi J. Bodriyard da özünün "Simvolik mübadilə və ölüm" əsərində, modanın mühüm bir həqiqi xüsusiyyətinin - əlamətliyin olduğunu göstərir: "moda universal bir formadır... onda olan hər cür əlamətlər bir-birinə bənzəyir ... bu, universallaşmaya imkan verən yeganə işarə sistemidir. O, modanın təməl prinsiplərindən birini əlamət sistemi kimi - bir permutasiya prinsipi kimi formalaşdırır: "Moda əlamətlərinin heç birində daxili müəyyənlik yoxdur, buna görə də onlar hədudsuz əvəzetmə və bərabərlik azadlığı əldə edirlər. Bu görünməmiş azadlığın nəticəsi olaraq, özləri məntiqi şəkildə təkrarlanma əlamətlərinə riayət edirlər". Moda əlamətləri yalnız paltarda deyil, həm də siyasət, əxlaq, iqtisadiyyat, elm və mədəniyyət baxımından da mövcuddur, baxmayaraq ki, sonuncularda "əvəzetmə prinsipi heç vaxt belə sərbəst fəaliyyətdə deyil". J. Bodriyard moda universalizmini vurğulayaraq qeyd edir ki, xüsusi "moda cazibəsi" məfhumu var - "onun mənasını aradan qaldırmaqda heç bir qadağa ilə öhdəsindən gəlmək olmaz, məqsəd onu dərhal ictimailiyə çevirmək arzusudur".

Semiotizm istiqamətinin digər nümayəndəsi R. Sennet, R. Bart və J. Bodriyyarın moda haqqında fikirlərinə nəzərən daha irəli gedərək bildirir ki, "əşyalar öz-özlüyündə bir mənaya malikdirlər". Müəllif geyimlərə bir fərqləndirici əlamət olaraq baxırdı ki, "geyimlə "oynamaq" ardıcılıq elementi verən təşkilədi bir faktordur".

Düşünürük ki, ən maraqlısı, R. Sennetin müəyyən mənada əyani istehlakı və semiotik yanaşma konsepsiyası fikirlərini sintez etməyə cəhdidir. R. Sennetin sözlərinə görə, moda markasının sahibi cəmiyyətdəki daşıyıcısının mövqeyinə uyğun olmalıdır.

Rus tədqiqatçı Y. M. Lotman tərəfindən "Mədəniyyət və partlayış adlı əsərində ifadə olunan bəzi fikirləri görmədən keçmək mümkün deyil. O, modanın semiotik

xüsusiyyətinə diqqət çəkir və müşahidəçi ehtiyacının vacibliyini vurğulayır: "Moda dilində danışan, yeni məlumatın yaradıcısıdır ... uğur qazanmayan ictimaiyyət xaricində moda mənasını itirir".

Bununla yanaşı, semiotik istiqamətdəki nümayəndələrin moda ilə bağlı ideyaları bir neçə antoqonist ziddiyyətə malik idi, bunlar arasında Q. Makkreken öz mülahizəsinin ciddiliyi ilə önə çıxır. Onun mövqeyinin mahiyyəti belə idi.

Modaya, xüsusilə də geyimə, bir dil olaraq baxmaq mümkün deyil, çünki "dil arasındakı kəsilməyən söhbətlər (istehsal) edir ... kombinator birləşmələrin daha çox sərbəstliyi təmin edir". Əgər aşağı səviyyədə (dil qrammatikası) dil nisbətən sərt qaydalara bağlıdırsa, ən yüksək səviyyədə artıq olduqca çevikdir. Geyimdə belə kombinasiya azadlığı mövcud deyildir, çünki nisbətən sabit dəyərlərlə əlaqələndirilir, dil isə yeniləri yarada bilir. Dil açıq kod sistemdirsə, geyimlər qapalıdır. Buradan Q. Makkreken belə nəticə çıxarır ki, geyim ünsiyyətdə dildən fərqli şəkildə iştirak edir. Buna görə də, geyimin dil ilə müqayisəsi səhvdir.

Fikrimcə Q. Makkreken nəzəriyyəsi semiotik yanaşma baxımından "nümayiş (əyani) istehlakı" anlayışına daha çox aid edilə bilər. Müəllif modanı təhlil edərkən, R. Kuniqdən fərqli olaraq "status" məzmunlu konsepsiyaya istinad etmir, "imic" anlayışının əhəmiyyətini vurğulayır: "Yanımızdan keçən bir avtomobilin qiymətləndirilməsi zamanı biz, bu avtomobili idarə edən dəyərləndiririk". Müəllifə görə, malların istehlakı bir insanın imicini yaratmaq üçün istifadə edilir.

Beləliklə, semiotik yanaşmanın nümayəndələri üçün modanın xəyalı əlamətlərin kombinatoriyası kimi təsvir olunur və tədqiqatçıların vəzifəsi ondan ibarətdir ki, model əlamətlərinə qoyulan mənanı tanıyır, ictimai hadisələri təhlil edərkən bu məlumatlardan istifadə edir.

Bizim üçün xüsusi maraq doğuran müasir sosial düşüncədə ən məşhur olan bu tendensiya sosiologiyada strukturalizm tərəfdarlarının əsərlərində təqdim olunan moda anlayışıdır. Bizim tədqiqat işimizdə strukturalizm "moda" və "həyat tərzini" anlayışlarını təsvir edən P. Burdiyenin yazıları ilə təmsil olunur. Onun fikrincə, sosial məkan simvolik olaraq "fərqli bir həyat tərzini ilə təsvir olunan qrupların ansamblı" kimi fəaliyyət göstərir. Müəllif iddia edir ki, "eyni məkanda müxtəlif mövqeləri olan

şəxslər həyat tərzinin bütün təzahürlərində fərqlənirlər və ... həyat təcrübəsinin bütün aspektləri bu və ya digər ictimai mövqelərlə əlaqələndirilir". P. Burdiyenin sözlərinə görə, həyat tərzinin seçimi ya yüksək keyfiyyətli malların istifadəsi yolu ilə ictimai mövqeyini gücləndirmək istəyi, ya da onların statusunu yüksək mədəniyyətdə iştirakla elan etmək arzusu ilə üstünlük təşkil edir. İstehlak sosial siniflərin "fərqləndirici əlaməti" kimi çıxış edir və həyatın stilizasiyası sayəsində daxili səbəblərdən törəyən fərqlər bilərəkdən intensivləşir. Müasir cəmiyyətdə həyat tərzinin seçilməsinə təsir etmə faktorları olaraq, P. Burdiye, valideynlərin mədəni və maddi kapitalını, təhsil, peşə statusu və fərdi gəlirləri hesab edir.

P. Burdiye konsepsiyasının mübahisəsiz üstünlüyü olaraq nümayiş və semiotik yanaşmaların mövqelərini integrasiyaya cəhd kimi göstərə bilərik. Beləliklə, modanı siyasət, iqtisadiyyat və mədəniyyətdə ictimai fenomen kimi təhlil etmək imkanları əhəmiyyətli dərəcədə genişlənməmişdir. Lakin, bizim fikrimizcə, müəllifin "moda" və "həyat təzi" anlayışlarını müəyyənləşdirməsi, "həyat təzi" konsepsiyası "moda" terminə nisbətən daha uzun müddətli və müxtəlif xüsusiyyətləri ifadə etdiyi üçün əlavə arqumentlər tələb edir.

Beləliklə, Qərb sosiologiyasında modanın öyrənilməsinə ictimai yanaşma kimi əsas yanaşmaların təhlili bizə aşağıdakıları söyləməyə imkan verir.

1. Modanın bütün sosioloji konsepsiyalarında ümumi olaraq, modanı cəmiyyətə təsir edən bir ictimai fenomen kimi qəbul etməkdir. Lakin müxtəlif nəzəriyyələrdə modanın sosial xüsusiyyətlərini izah edərkən, baxışların əhəmiyyətli dərəcədə fərqləndiyi izlənilir. Bu, ilk növbədə, moda konsepsiyalarının əsasının tədqiqatın müvafiq istiqamətini müəyyən edən müxtəlif metodik quruluşlara əsaslanan olmasıdır. Bənzətmə konsepsiyası əsas metodik quruluşdursa, "imitasiya" anlayışındırsa, nümayiş istehlakı nəzəriyyəsində isə "nümayişçi istehlak" və "imic" konsepsiyası istifadə edilir, kollektiv davranışa əsaslanan modanı izah edən semiotik yanaşma "işarə" və "anonimlik" qaydalarına (Lanq və Lanq) əsaslanır.

2. Modanın bu konsepsiyalarında metodik quruluşlar arasındakı əsas fərq, onun ortaya çıxması üçün müxtəlif səbəblərin təsbit edilməsinə gətirib çıxarır: imitasiya nəzəriyyəsinin nümayəndələri üçün, modanın görünüşünün səbəbi cəmiyyətin həyat

fəaliyyətinə əsaslanan "bənzətmə qanunu" (Q. Tarde) və bununla yanaşı, insan ehtiyacının təmin olunmasında başqalarından fərqlənir və başqalarına oxşamağa zərurət duyur (Q. Zimmel); istehlak nümayişi konsepsiyasında özünün yüksək sosial statusu olmadığı üçün (R. Kuniq) və ya burjua fərdi imicini vurğulamaq ehtiyacı (V. Zomart) üçün günahını şüurlu şəkildə etiraf edir; kollektiv davranış nəzəriyyəsi bir səbəb kimi anonim bir kütlənin fərdləri davranışlarını bu cəmiyyətin tələblərinə uyğunlaşdırmaq üçün zəruri edir; semiotik nəzəriyyənin nümayəndələri bir sənaye cəmiyyətində malların daimi satılmasını stimullaşdırmaq (R. Barth) və xüsusi "modaya ehtiyac"ın (J. Bodriyyard) mövcudluğunun səbəblərini qeyd edirlər.

3. Modanın ictimai nəzəriyyələri ilə digər metodik əsasların istifadəsi modanın sosial xüsusiyyətlərində müxtəlif məzəmmətlərə gətirib çıxarır. Moda imitasiya nəzəriyyəsində, könüllülük və universallıq (toxunulmazlıq hüququ) kimi seçilirsə, "istehlak nümayişi" anlayışının nümayəndələri moda xarakteristikasına daha bir xüsusiyyət əlavə edirlər – elitaya aid olduqlarını nümayiş etdirmək. Modanın əlamətlik və yerdəyişmə prinsipinin əlamətlərin kombinatoriyası və rejimin bu xüsusiyyətlərinin təcəssümü kimi görünmək semiotik istiqamətin nümayəndələri üçün xarakterikdir (J. Bodriyyard, R. Bart).

Digər anlayışlardan fərqli olaraq, kollektiv davranış nəzəriyyəsində moda yalnız sosial bir fenomen kimi deyil, alternativ üslublar arasında rəqabətin və rəqabətin daimi yenilənməsi də daxil olmaqla yarışa qoşulan bir ictimai prosesdir (Q. Blumer). Ancaq bu konsepsiya kollektiv seçim mexanizmini izah etmir. Əlavə edək ki, yalnız Lanq və Lanq (Lang and Lang) kollektiv davranış konsepsiyası və semiotik istiqamət (R. Bart) nümayəndələri moda kimi mühüm ictimai xüsusiyyətləri normativ olaraq vurğulayır.

4. Q. Makkreken tərəfindən nümayiş olunan moda təmsilçiləri haqqında fikir mübadiləsinin tənqidi, onları struktivist P. Borduyenin əsərlərində həyata keçirilmiş mövqeyini aydınlaşdırmağa məcbur etdi. Semiotik yanaşma çərçivəsində nümayiş istehlakı konsepsiyaları və semiotik yanaşma ideyalarını (R. Sennet, P. Borduye)

sintez etmək üçün cəhdlər edilir, bu da modanın bir ictimai fenomen kimi təhlil edilmək imkanlarını əhəmiyyətli dərəcədə genişləndirir.

Rus sosioloqlarından moda tədqiqatlarına əsasən, ictimai ədəbiyyatda ən çox qeyd edilən B.D. Parıqinin (A. B. Hofman və digərləri ona istinad edir): "Moda cəmiyyətdə hakim münasibətlərin və sürətlə dəyişən zövqlərin, hobbilərin və s. təsiri altındakı spontan şəkildə yaranan standart kütləvi davranışın xüsusi və çox dinamik bir formasıdır" fikridir. Lakin, bizim fikrimizcə, bu tədqiqatçı mövqeyi mükəmməl deyil. Birincisi, o, "moda" və "həyat tərz" ifadələrini sinonimlər kimi istifadə edir: "Moda bir həyat tərz (mənim tərəfimdən vurğulanmışdır – O. B. Podolskaya) və davranış kimi yaranıb, mədəniyyətin xarici formaları, məişət və davranışları formalarını yayımını (təbliğatını) həyata keçirir, "bu gün üçün" necə olursa olsun mövcud olan adətlərə əlavə olaraq hazırlanmışdır".

Əlavə edirik ki, moda heç də həmişə "cəmiyyətdə hökm sürən zövq və əhvalın təsiri altına düşmür" - olduqca tez-tez adi zövqlərə qarşı bir növ etiraz kimi davranır (məsələn, hippilər və panklar).

Rus sosiologiyasında moda standartları və moda obyektləri ictimai fenomen olaraq modanın struktur elementləri kimi ayrılır: moda standartları obyektlərin (əşyalar, ideyalar və s.) müxtəlif xüsusiyyətləri olan bəzi obyektlər (maddi, ideal) vasitəsilə həyata keçirilir; bu və ya digər standartlar və obyektlər moda əlamətləri (nişanları) kimi çıxış etdikdə moda olurlar, bununla da cəmiyyətdə və ya sosial qruplarda moda kimi qəbul edilən bəzi dəyərləri əvəz edir və göstərilir.

Ənənə kimi moda kütləvi vərdiş gücüylə qeyri-rəsmi olaraq "qanuniləşdirilir" və ictimai rəyin gücüylə də "qorunub saxlanılır". Bir dəyər quruluşu olaraq moda bir vərdiş halında stabilliyə meyilli olan insanların arzu və istəklərini ifadə edir.

Xülasələşdirərək bu nəticələri qazanırıq.

1. Sosial bir fenomen olaraq modanın təhlili bizə əsas xüsusiyyətlərini vurğulamağa imkan verir:

- imitasiya (bənzətmə, təqlidçilik) - moda elitənin imitasiya prosesi kimi;
- fərdi ayrılmalara meyl etməklə ictimai uyğunlaşma tendensiyasının qarşılıqlı bir-birinə keçməsi;

- relyativizm - moda bir hadisə kimi və ya moda elementlərinin tez-tez dəyişməsi;
- dörilik - dövrü olaraq keçmişə, ənənələrə müraciət;
- irrasionallıq - moda bir şəxsin məntiqinə deyil, duyğularına çevrilir;
- universallıq (çox yönlülük) – modanın fəaliyyət dairəsi əslində məhdud deyil;
- könüllülük və qeyri (neutilitarnost) - modanın bu oyun xüsusiyyətləri bayram əhvalı-ruhiyyəsiylə bağlı olan evristika xarakteriylə fərqlənir;
- nümayişkarçılıq - cəmiyyətin daha yüksək səviyyəsinə mənsub olmanın nümayişi;
- normativlik - moda ictimai norma ilə sıx bağlıdır;
- əlamətlik - moda şəxsin cəmiyyətdə mövqeyini nümayiş etdirən bir sıra əlamətlər kimi şərh olunur;
- kütləvilik xarakteri -modada müxtəlif siniflər, sosial təbəqələr, peşəkar qruplar, demoqrafik kateqoriyalar və s. iştirak edir. Moda böyük ictimai sistemlərə məxsus olmaqla qlobal xarakter daşıyır.

2. Modanın xüsusiyyətlərini ictimai bir fenomen olaraq araşdıraraq, bunu mədəni nümunələrin və kütləvi davranışın dinamik dəyişməsi olaraq dolğun bir şəkildə təyin edə bilərik. Bu anlam modanın iki əsas xüsusiyyətini - dinamizm və kütləvi xarakterini göstərir və bu xüsusiyyətləri ictimai davranış və davranışın müəyyənləşdiricisi kimi modanın təhlili üçün istifadə etməyə imkan verir.

Sosiologiyada müəlliflərin əksəriyyəti ictimai həyatın daxili tərkibinin xarici dizaynı kimi müəyyən bir zamanda müəyyən bir cəmiyyətin kütləvi zövqünün səviyyəsini və xüsusiyyətlərini ifadə edən modanı xarakterizə edir. Ancaq modanın bir proses kimi araşdırılmasına həsr olunmuş çox az sayda əsər var. Məşhur moda nəzəriyyəçilərinin əsərlərindən yalnız modanı dinamikası ilə ifadəli və rəqabətli bir proses hesab edən Q. Blumerin əsərlərini qeyd edə bilərik.

3.3 Azərbaycan modasının nailiyyətləri və bu yöndəki irəliləmələr.

Azərbaycan müstəqilliyini qazandıqdan sonra, ölkəmizdə modanın inkişafı yönümlü ciddi, perspektiv addımlar atıldı. Bu da öz-özlüyündə müəyyən qədər bu sahəyə yeni mütəxəssis heyətinin cəlb edilməsiylə də bağlıdır.

Günümüzdə bir çox universitetlərdə və ya təhsil ocaqlarında moda üzrə bir çox fənlər tədris edilir. Adıçəkilən sahə üzrə fənlərin tədrisini vaxtilə keçmiş SSRİ-də təhsil alaraq yetişən və bugün Türkiyə, Rusiya kimi böyük ölkələrdə moda sərgilərini nümayiş etdirən modelyer-dizaynerlərin vasitəsilə həyata keçirilir.

"Mən istəyirəm ki, Azərbaycan xalqı dəblə geyinsin və dəbdən geri qalmasın" bu fikir məşhur rus modelyeri Valentin Yudaşkinə məxsusdur. O, 2003-cü ildə Ulu öndər Heydər Əliyevin kolleksiyalarının sərgilənməsi ilə əlaqədar Azərbaycana gəlmiş və gündən günə çiçəklənən respublikamızda moda sahəsinə xüsusi diqqətin ayrılması barədə danışmışdır. O, həm də bildirmişdir ki, bu sahənin ölkəmizdə perspektiv inkişafı üçün lazım olan bütün ünsürlər mövcuddur.

Artıq müasir dövrümüzdə dəblə bağlı olan hər bir sahənin ölkə daxilində inkişafı üçün bir çox addımlar atılır. Tədris müəssisələrimizdə peşəkar kadrların yetişdirilməsi, istənilən səviyyədə moda yarışlarının tərtib edilməsi, bu səpkidə nümayişlərin hazırlanması, xarici ölkələri təmsil edən modelyerlərin yeni və müxtəlif kolleksiyalarının sərgilənməsinin təmin olunması, rəngarəng eyni zamanda da fərqli aksesuar yarmarkalarının təşkili, eləcə də yerli modelyerlərin xarici ölkələrdə geyimlərinin nümayişi və s. bu yönümlü işlərin həyata keçirilməsində mühüm əhəmiyyət kəsb edən məsələlərdəndir.

Son vaxtlar ölkəmizdə dəb yeniliklərini bir üslub kimi formalaşdıran, yeni-yeni istiqamətləri təmsil edərək uğur qazanan bir çox modelyerlər fəaliyyət göstərirlər. Orxan Sultan, Raf Sərdarov, Fəxriyyə Xələfova, Rüşad İsmayıl, Zəfəra Qurbanova, Nazim Yunusov, Samirə Hüseynova, Zümrüd Mirzəliyeva, Leyla Əhmədova, Samirə Rəhimova, Natavan Əliyeva, Nailə Quliyeva, Səbinə Hüseyn, Şəhla Qəhrəmanova, Turan Kərimbəyli, Aygün Əliyeva, Gülnarə Xəlilova və daha başqa modacıların adlarını söyləmək olar. Adlarını sadaladığımız moda ustaları "pret-a-

porte" yeni kütləvi geyim və "haute-coutre" yönümlü bölmələrdə öz kolleksiyalarını hazırlayırlar.

Azərbaycan moda salnaməsinin əsas qurucularından biri olan Fəxriyyə Xələfova bu sahədə bu sahədə ilk addımını 1994 cü ildə Türkiyədə Ali bədii dizayn məktəbinə daxil olaraq atmışdır. Onun ilk nailiyyətlərindən biri də Azərbaycan Dövlət Televiziyasında adı çəkilən sahə ilə bağlı yeni layihələr hazırlamaq olmuşdur. "Misilsiz dəbdəbə", "Ümid ritmləri", "Sirr", "Neft ilahəsi", "Azərbaycanın milli geyimləri", "Ays" kimi kolleksiyalarında forma və materialın vəhdətliyi, milli üslubla modern üslubun stilizə edilməsi və ümumilikdə onların geyimdə ahəng təşkil etməsi baxımından böyük maraqla qarşılanmışdır. F. Xələfova şəxsi zövqə, yüksək estetik mədəniyyətə sahib, ictimai əxlaqını öndə tutan, fiziki, mənəvi mühitdə üstün bir şəxsiyyətə malik dəyər kimi bugünkü Azərbaycan qadınını təcəssüm etdirmişdir. Eyni zamanda o dünya şöhrətli dəb müsabiqələrinin də iştirakçısı olmuş, nailiyyətlər qazanmışdır. 2007 ci il tarixində Rusiyanın paytaxtı Moskvada baş tutan 8 ci Beynəlxalq " Etro-Erato" adlı milli geyim müsabiqəsində sərgilədiyi "Füsunkarlıq" kolleksiyası modelyerə şöhrət qazandırmışdı. Yarışmanın nəticələrinə əsasən "professionallığa görə" nominasiyasında üzərinə brilyant qaş düzülmüş "Qızıl qayçı" mükafatına layiq görülmüşdür. Bütün bu uğurlarından dolayı F. Xələfova beynəlxalq və əməkdar incəsənət xadimi fəxri adıyla təltif olunmuşdur. Beynəlxalq EKSPÖ-2000 sərgisində və eləcə də bu kimi bir çox tədbirlərdə, moda yarışmalarında münfislər heyəti kürsüsündə də əyləşmişdir.

Bir çox xarici ölkələrdə Azərbaycanın adını yüksəklərə qaldıran modelyerlərimizdən biri Gülnarə Xəlilovadır. Türkiyənin tanınmış moda ustalarından olan Yıldırım Maykurun karyerasının 50 illik yubileyinə həsr olunmuş tədbirə özəl olaraq dəvət alan qonaqlar sırasına daxil olmuşdur. Modelyer eyni zamanda sənətşünaslıq elmi sahəsi üzrə fəlsəfə doktoru adına layiq görülüb. O, ilk dəfə 2006-ci ölkəmizdə Milli Geyim Günün keçirilməsi ilə bağlı təşəbbüsü irəli sürmüşdür. Başqa modelyerlərdən fərqli olaraq Gülnarə xanım milli motivlərin, ümumilikdə milli ruhun gündəlik geyimlərə siraət etdirilməsinin tərəfdarıdır. Karyerasının müxtəlif dövrlərində onun kolleksiyaları ölkəmizdə və xaricdə də təşkil olunmuşdur.

Moda ustalarından biri olan Raf Sərdarov dəb sahəsində bir çox uğurlara imza atıb. Bunlardan ilk olaraq 1979-cu ildə SSRİ ölkələrində ilk dəfə dəb teatrı təşkil etmiş və buna "Stil" adını vermişdir. Onun iştirak etdiyi bədii televiziya proqramları, kinofilmlər və eləcə də bu teatrın şüarı "həm dəb yenilənir, həm də ritmlər " şəklində olmuşdur ki, bu da tamaşaçıların maraq dairəsini özünə cəlb edib.

1996-cı ildə ərəsəyə gətirdiyi "Turanfashion" brendi ilə böyük rəğbət qazanan bir modelyer Turan Kərimbəyli olmuşdur. O, bu brendi Azərbaycanda sərgilənən ilk moda festivalı zamanı yaratmışdır. İndi "Don Frida" adlı moda evinə başçılıq edir. Bir çox moda festivallarına qatılan Turan bəy 2000-2001-ci illərdə "İlin donu" nominasiyası ilə təltif olunmuşdur.

Azərbaycanda dəb sahəsi üzrə milli ruhu formalaşdıran, ənənəvi dünya üslublarında modernlik nümayiş etdirərək uğurlu ahəngdarlıq yaradanlardan biri də Nazim Yunusovdur. Xüsusilə də 2000-ci ildə sərgilədiyi "Axşam geyimləri" kolleksiyası milli koloritin müasir şəkildə təqdimatının göstəricisidir. O eyni zamanda "Şərq", "Xalça", "Milli geyim", klassik və pret-a-porte üslublarında bənzərsiz nümunələrin yaradıcısıdır. 2001-ci ildə kolleksiyasının orijinallığını vurğulayaraq yeddi qadın və bir kişi obrazı modeli ilə neft mövzusunun ilk variantını hazırlamış və nümayişə "Neft üslubu" adını vermişdir. Nazim Yunusov 2006 cı ildə ərəsəyə gətirdiyi "Milli üslub müasir variantda" müqayisəli şəkildə göstərərək, keçmişlə bugünün geyimlərini stilizə etmiş və bu kolleksiyayı yenilik novatorluq elementləri ilə zənginləşdirilmişdir. Sözü gedən kolleksiya xüsusilə gənc yaşda olan qadınlar üçün nəzərdə tutulmuşdur. Azərbaycanın seçilmiş modelyerləri sırasında Leyla Əhmədovanın özünəməxsus rolu və xidmətləri olmuşdur. Onun karyerasının çiçəkləndiyi bir dövrünə təsadüf edən "Səhrada qar" adlı kolleksiya xüsusilə daha da şöhrət gətirmişdir. Forma və siluetlərin bənzərsiz biçimləri, maraqlı rəng həlli, orijinallığı ilə fərqlənən bu kolleksiya bir birindən gözəl on altı geyimdən ibarət idi. Adı çəkilən kolleksiya ilə modelyer bir çox moda nümayişlərində, həmçinin Tbilisi şəhərində keçirilən moda müsabiqəsində də çıxış etmişdir.

Modelyer Səbinə Hüseynova yeni biçimləri və dəb sahəsində töhfələri ilə müasir Azərbaycan modasına özünəməxsus dəsti xəttini siraət etdirməyi bacarmışdır.

Səbinənin ərsəyə gətirdiyi "Azərbaycan nağılı" adlı kolleksiya altı hissədən ibarət olub, ayrı-ayrılıqda fərqli mövzulara həsr edilmişdir. "Vağzal", "Xalça tarixi", "Quşlar", "Xəzər şahzadəsi", "Qobilen kolleksiyası", "Cənnət bağı" kimi mövzulara həsr olunaraq bu hissələrdə əks olunan geyimlər modelyərə bu sahədə bir çox uğurlar qazandırmışdı.

Səbinə Hüseynova bu kolleksiyayı tarixin bizə miras qoyduğu milli geyimlərdən bəhrələnərək ərsəyə gətirmişdir. O kolleksiyada Şərqlə Qərbin geyimlərini sintez edərək vahid bir forma yaratmışdır. Modelyer bu nümayişi ilə Azərbaycan milli mədəni ruhunu dəyişik formalarla digər xalqların mədəniyyəti ilə uyğunlaşdıraraq öz dəsti xəttini tamamlamışdır. Onun hazırladığı bir çox modellərdə folklor ilə müasirliyin birgə vəhdətini görmək olar ki, bunun sayəsində də maraqlı geyim nümunələri ortaya çıxıb. Demək olar ki, Azərbaycanda ilk iddialı modelyerlərdən biridir ki, müasir kostyumlar da buta islimi ornamentlərindən, qızılı saplarla həkk olunan milli tikmələrdən məharətlə istifadə etmişdir. 2000-ci ildə İngiltərənin London şəhərində keçirilən "Yüksək moda nümayişində" "Azərbaycan nağılı" adlı kolleksiya ilə çıxış etmişdir. Eyni zamanda bu kolleksiyanın bir bloku olan "Xalça tarixi" ilə yarışmaya qatılan modelyer uğur qazanaraq "Qran-pri" mükafatına layiq görülmüşdür. Qeyd edək ki, bu yarışma 2003-cü ildə Rusiyanın paytaxtı Moskvada Vyacheslav Zaytsevin məşhur moda evində təşkil olunaraq, usta rəssam və modelyerlərin iştirakı ilə baş tutmuşdur. Səbinə Hüseynova isə bu ənənəvi yarışmanın qalibi olaraq "Qızıl heykəlciyə" layiq görülmüşdür.

Həmin illərdə yaradıcılığına yeni başlayan modelyerlərdən biri də M. Məsməliyeva olmuşdur. O, 2001-ci ildə yeddi geyimdən ibarət "pret-a-porte" tərzində hazırladığı kolleksiyaya "Şebeke" adını vermişdir. Bu geyimlər fərqli rəngi olan saya parçalardan öndən qısa, arxası isə topuğa kimi uzanaraq, qollar qanad formasını əks etdirəcək bir şəkildə və kapuşon detallı ilə biçimlendirilmişdi. Geyimin ön tərəfi bütünlüklə qızılı saplarla stilizə edilmiş nəbatı naxışlarla əhatə edilərək xoş bir görüntü yaradılmışdır. Paltara "axıcılıq" və yüngüllük qazandırmışdı ki, bu da nazik materialın istifadəsi ilə mümkün olmuşdur.

Saydığımız digər modelyerlərlə yanaşı Şəhla Qəhrəmanovada öz yaradıcılığında müntəzəm olaraq milli ornamentlərdən istifadə etmişdir. O 2002-ci ildə orjinal həlli ilə seçilən "qara rəngli kokteyl" geyimini hazırlamış və bu da dəblə maraqlananlar tərəfindən uğurlu bir addım kimi qəbul edilmişdir. Modelyer biser formalı muncuqlarla əhatə olunan xalçalarda rast gəlinən və göl adı verilən ornamental kompazisiyanı paltarın kürək hissəsində yerləşdirərək, bütövlükdə maraqlı bir görüntü yaratmışdır. Milli ornamentin belə istifadəsilə geyimlər həm zənginlik, həm də sadəlik qazanmışdır

2002-ci ildə Odessa şəhərində təşkil olunmuş "İlin fəsilləri" adlı müsabiqədə "pret-a-porte" geyim nominasiyasında, hazırladığı bədii estetik görünümlü orijinal kolleksiyası ilə qatılan Zemfira Qurbanova qaliblər sırasında olmuşdur. O, müsabiqədə "Qızıl əlli usta"adıyla təltif olunaraq bacarığını nümayiş etdirmişdir. Həmin illərdə gənclər və yeniyetmələr üçün geyimləri avanqard üslubda işləyərək, yenilikçi modelyerlər sırasına qatılanlardan biri də Kübra Nəbiyeva olmuşdur. O geyimlərində daha çox "komuflayj " effektiv, əsgər geyimlərinin rənglərinə uyğun və xaki tonlarda parçalardan istifadə edərək, yeni bir görüntü əldə etməyə çalışmışdır.

Modelyer Kübra Nəbiyevanın istifadə etdiyi detallar hansı ki, saçaq şəkilli bandanalar, bayıra tərəf çıxarılan ciblər, iri metal düymələr, dəmir sancaqlar, sapları çıxmış effekti yaradan kəmərlər, boş kapuşonlar və bu kimi bir sıra yeniliklər avanqard üsluba yeni bir görünüm qazandırır. Və zamanla bu üslub gənclər arasında sevilərək gündəlik geyim tərzində formalaşır.

2004-cü ildə Dünya Moda assosiasiyasının rəhbərliyi ilə Rusiyanın Moskva şəhərində "İlin paltarı" adlı müsabiqədə müvəffəqiyyət qazanmış iki azərbaycanlı modelyer Samirə Hüseynova və Nailə Quliyevanın da adlarını çəkmək olar. Modelyer Nailə Quliyeva toxunma işlərinə xüsusi önəm verir və daha çox əl işlərinin modelləşdirilməsi ilə məşğul olurdu. Onun geyim kolleksiyaları modern üslubun maraqlı həllini əks etdirirdi.

Azərbaycanın yerli xammalı olan "Şəki ipəyi" ilə misilsiz işlərə imzasını atan modelyer Samirə Hüseynova geyimlərində milli ruha və milli elementlərin zəngin istifadəsinə can ataraq maraqlı uyarlılıq əldə etmişdir. Samirə Rəhimovanın

geyimlərində isə 60-cı illərin biçim tərzini, müasirliklə sintezinin "pret-a-porte" üslubunda hazırladığını aydın şəkildə görmək olar. Bu paltarlar ətəyi dizdən yuxarı, bel xətti yuxarı qaldırılmış, geniş şəkilli yubkalar ilə tamamlanırdı. Modelyerin bir çox işlərində biser muncuqdan hazırlanmış motivlərə yer verdiyinin şahidi oluruq. O xüsusilə də çəhrayı rəngin çalarlarında olan muncuqlara üstünlük verir.

Qədim tariximizin ilk nümunələrindən obraz yaratmağa çalışan Hüseynova Pərvin ilk kolleksiyası ilə 2004-cü ildə çıxış edib. O bu kolleksiyaya "Sirli Qobustan" adını verir çünki, modelin bütün geyimlərinin üzərində Qobustan qaya təsvirləri yer alır. Geyimlərin dekorativ tərtibatında motivlərə geniş yer verən müəllif tamaşaçı tərəfindən maraqla qarşılanır. Eyni zamanda bu geyimlər də ən xırda detallar belə çox gözəl düşünülmüş, rəngin ahəngi, kontrastlığı mütənasib həlli düzgün verilmişdi. Modellerin qollarına taxdıqları bənd və sarğılar, ayaqlarına sarılmış bağlar, parça üzərindəki fərqli aplikasiyalar ümumilikdə Qobustan obrazının duyumunu və tamaşaçıya həmin abu havanı yaratmağa xidmət edirdi.

Modelyer Aygün Əliyeva gənc yaşlarından yapon geyimi ilə bağlı bir çox şeyləri araşdırmağa başlamışdır. Bütün bu səylərinin nəticəsində o, 2004-cü ildə hazırladığı ilk kolleksiyayı nümayiş etdirir və ona "Yapon motivləri" adını verir. Beş modeli təşkil edən bu kolleksiya ənənəvi milli yapon geyiminin müasir geyimlə birləşməsini və onların ümumi ahəngini aydın şəkildə göstərir.

Bu geyimlər də modelyer yapon milli geyimi olan "kimano"-nun müasirliklə interpretasiyasını əks etdirməyə çalışmışdır. Qara, ağ və qırmızı rəngin bir çox çalarlarına müraciət edən müəllif, biçimi milli yapon kimanosunun quruluşunda verərək, ona müasir dəyərlər qatmaqla geyimin yeni həllini ortaya çıxarmağa nail olmuşdur. O eyni zamanda yaponların libaslarında istifadə etdiyi çətir, yelpik kimi əsas atributları da unutmayaraq, paltara uyğun şəkildə istifadə edə bilmişdir.

Kişi modelyerlərdən Orxan Sultanın adını çəkə bilərik ki, onunda "Qədim şəhərin qadını", "Şərq ilahəsi", "Bahar gözəlliyi" mövzularında hazırladığı kolleksiyalar Moskva şəhərində "Krokurs Siti Moll"-da tamaşaçılara nümayiş etdirilmişdir. Azərbaycanlı və rus əsilli xalqların arasında təkrarsız üslubu, ahəng duyumu, motiv fərdliliyi ilə fərqlənən modelyer olaraq tanınmışdır.

Bu nümayişlə modelyerin Azərbaycan ornamentlərindən naxış və digər elementlərindən necə məharətlə istifadə etdiyinin şahidi olmuşuq. Eyni zamanda bu kolleksiyada tamamilə yeni modellərdən istifadə edildiyini də görürük. Orxan Sultan bu modellərdə Avropa ilə Şərqi , yeniliklərlə keçmişin birləşməsi ideyasını ortaya qoyurdu. Kolleksiyanın nümayişində məşhur rus modelyerlərindən biri olan Vyacheslav Zaytsev də qatılmış və nümayiş barədə söylədiyi xoş kəlmələrlə təbii ki, Orxanın yaradıcılıq uğurunu yüksək qiymətləndirmişdir.

Orxan Sultanın kolleksiyası Paris və Strasburqda keçirilən ənənəvi «Moda günləri» sərgisində nümayiş etdirilmişdir. Orxanın kolleksiyaları içərisində, Karl Faberjenin gül kompozisiyalarından ruhlanaraq yaratdığı «Saray zərgərinin gül aləmi» adlı, «haute couture» üslubunda yerinə yetirdiyi kolleksiya xüsusilə maraqlıdır. Burada hər bir model, bitkin dekorativ tətbiqi sənət nümunəsi olub, orijinal şəkildə güllər, tasmalar, biser toxumaları, mirvari və straza tipli muncuqlarla, eləcə də, zərgərlik işləri ilə tərtib edilmiş, «haute couture» nümunələri kimi təqdim edilir.(17)

Müasir Azərbaycan modasının ən çox danışılan modelyerlərindən biri də Rüşad İsmayıldır. Rüşadın moda sahəsindəki uğurları bütün dünyaya səs salmışdır. Onun uşaqlıqdan modaya olan marağı gənc yaşlarından kolleksiyalarını nümayiş etdirməsinə səbəb olub. O, dəfələrlə Milan moda həftəsində yeni kolleksiyalar ilə çıxış edib. Qeyd etmək doğru olar ki, Rüşad hal-hazırda "Affair" brendinin yaradıcısıdır. 2015-ci ildə keçirilən "Merter Moda 2015" müsabiqəsində o, münəfiqlər heyəti kürsüsündə əyləşərək həmkarlarını qiymətləndirmişdir.

Ölkəmizin müasir xanım modelyerlərindən biri də Zümrüd Mirzəliyevadır. 2014-cü ildə Moskva şəhərində keçirilən "Etro-Erato" xalq geyimləri müsabiqəsində modelyerin iştirak etdiyi kolleksiya 2 ci yerə layiq görülmüşdür. O, məşhur türk aktrisası Aydan Şenere də geyimlər hazırlamışdır.

Yerli moda sektorunun uğur qazanmış gənc modelyerlərindən biri də Natavan Əliyevadır. İstedadlı xanım eyni zamanda "Natavan Gallery"-nin qurucusudur. Onun canlandığı obrazların bir çoxu fərqli parçaları, biçimləri, müxtəlif printli

materialları, iri həmdə cəlbedici aksesuarları və futuristik elementləri ilə seçilir. Modelyerin "Sultan" adlı kolleksiyası ona daha çox şöhrət qazanmışdır .

Qeyd etmək doğru olar ki, Azərbaycan dəvət alan xarici moda ustalarının da rolu dəb sahəsində misilsiz yeniliklərin göstəricisi hesab oluna bilər. Belə görüşlərin və dəvətlərin tez tez planlaşdırılması yerli modelyerlərimizi motivasiya mənbəyinə kökləyərək, müsbət enerji də çalışmalarına yardımçı olar. Adı çəkilən moda tədbirlərindən biri də məşhur italyan modelyer Renato Bailestronun Azərbaycana gəlişi ilə baş tutmuşdur. Onun sərgilədiyi kolleksiya Heydər Əliyev mərkəzində keçirilmiş və bir çox xarici ölkələr tərəfindən maraqla qarşılanmışdır.

Ölkəmizdə moda və dəb mədəniyyətinin belə çiçəklənməsi, bilavasitə geyim tarixinin metodikasının və eləcə də nəzəriyyəsinin öyrənilməsi ilə sıx şəkildə əlaqədardır. Günümüzdə Azərbaycan modasında həyata keçən özünü təsdiqləmə mexanizminin uğurla süzdürülməsi istiqamətində keçirilən tədbirlər, dəbin müstəqil geniş perspektivlər qazandırır.

Geyim mədəniyyətimizin köklərindən bəhs edəcək məlumatların artırılması və təkmilləşdirilməsi yönümlü atılan addımlar, yeni dövr modelyerlərinə bir çox töhvələr verir. Qısa zaman kəsiyində moda sahəsində bir çox nailiyyətlər, irəliləmələr birdə belə bir fikir formalaşdırır ki, artıq respublikamızda modanın uğurlu inkişafına yetəri qədər imkan yaradılmışdır. Bu sahəyə yeni qədəm qoyan kadrların əldə etdikləri bilik, zövq və professionallıq, dolayısı yüksək nailiyyətlərin əldə edilməsi bugünkü modanın inkişafının reallığını bir daha təsdiqləyir.

Nəticə və təkliflər

Moda kostyumun və ümumilikdə ictimai mühitin əsaslı təkamül faktorlarından biridir. XVIII əsrin sonlarından başlayaraq moda fenomeni öyrənilmiş, ilk olaraq onun estetik zövqü və ideali araşdırılmışdır. Zamanla bu anlayış geniş mənə daşdığından tədqiqatçıları öz maraq dairəsində toplamağa müvəffəq olmuşdur.

Dəyişən cəmiyyətdə bu tendensiya mütəxəssislər tərəfindən ətraflı şəkildə araşdırılmalıdır. Çünki yeniliklərin bu qədər inkişaf etdiyi və modaya təsir göstərdiyi sistemlərin tamlığı, uğurlu birləşməsi keçmiş konsepsiyaları kölgədə qoyur. Elə bu baxımdan da global mühitdə moda strukturunun tədqiqi məsələləri mühüm səciyyə daşıyır. Bu araşdırmaların aparılması metodiki və nəzəri cəhətdən modanı əsaslı öyrənməyə müvəffəq olacaqdır. Yazdığım dissertasiya işində də bu yönümlü tədqiqatların təhlili verilmişdir. Hansı ki, öyrənilən yeni metodiki üsullar peşəkar modelyerlərə modanı elmi cəhətdən ətraflı şəkildə çatdırmaqda yardımçı olacaqdır.

Bildiyimiz kimi, müasir dövrümüzdə Azərbaycan iqtisadiyyatı gündən günə çiçəklənir. Əhalinin həyat səviyyəsinin yüksəldilməsi geyim sahəsinə olan marağı artırmışdır. Bu da öz növbəsində bir çox problemləri göz önünə gətirib. Ölkəmizdə moda sektorunun əsaslı inkişafının səciyyələndirilməsinə görə bilikli və peşəkar modelyerlərə ehtiyac duyulmaqdadır. Aparılan tədqiqat işinin ümumi mahiyyəti elə buna əsaslanır ki, modanın nəzəri və metodiki təhlili ilə daha uğurlu nəticələrin əldə edilməsi mümkün olacaqdır.

Bu tədqiqat tarixi-tənqidi analiz kontekstində həyata keçirilən sosial və mədəni bir fenomen kimi moda konsepsiyasının təkamülünün öyrənilməsinin aktual problemlərinə həsr olunub. Sosioloqlar və tədqiqatçılar adı çəkilən sahənin tədqiqi işləri zamanı nəzəri və metodiki biliklərə yiyələnmişlər. Daha sonra isə bütün bu konsepsiyaları nəzərə alaraq, modanın təhlilini şərh etmişlər.

Eyni zamanda bu yönümlü tədqiqatların aparılması moda ilə bağlı yeni dərslərin və kitabların dərcini də şərtləndirir.

Aldığımız nəticələrə baxmayaraq qeyd etmək lazımdır ki, dəyişən cəmiyyətdə modanın nəzəri və metodiki məsələlərinin təhlili daha ətraflı tədqiqat tələb edir. Bu dissertasiya da o, yalnız müəyyən mövzu daxilində öyrənilərək, tədqiq edildi. Qeyd

edək ki, bu araşdırma bir sıra suallar yaratmışdır ki, bunlara cavab isə tədqiqat zamanı təhlil olunan məsələlərdə həllini tapır.

İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT

1. Cem Hakko, Moda Olgusu, Vakko Yayınları, B.T.Y. 233 s.
2. Evrim Yurteri, Moda Giyim Eşyalarında Lider ve İzleyici Kişilerin Sosyo
3. Ekonomik Özelliklerinin Belirlenmesine İlişkin Bir Pilot Araştırma, İstanbul
4. Üniversitesi Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 1986 187 s.
5. Fatma Karabıyık Barbarosoğlu, Moda ve Zihniyet, İz Yayıncılık, İstanbul, 2002, 281 s..
6. Веблен Т. Теория праздного класса. М.: Прогресс, 1984.
7. Гофман А.Б. Moda ve alışkanlıklar // Рубеж: альманах социальных исследований. 1992. Вып.3. с. 42.
8. Гофман А.Б. Moda ve insanlar. Новая теория моды и модного поведения. М., 1999.
9. Зиммель Г. Moda. Избранное. Том 2. Созерцание жизни. М.: Юрист, 1996, с.268.
10. Зомбарт В. Народное хозяйство и moda. СПб., 1904.
11. Килошенко М. Психология моды. СПб., 2001, с. 19.
12. Каминская Н.М. История костюма. М.: Легпромиздат, 1986.
13. Комиссаржевский Ф. История костюма. Минск: Совлит. 1999.
14. Кибалова Л. Иллюстрированная энциклопедия моды. Прага: АРТІЯ. 1987.
15. Модный сезон // Журнал-каталог. зима-весна 2007.
16. Петров А.Т. Массовая коммуникация и культура. Автореф. докт. дис. Л., 1991.
17. Telman İbrahimov. Müasir moda sənəti. Bakı 2007.
18. N. R. Yunusov. "Müasir modanın inkişaf tendensiyaları", "Səda", 2006.

19. Məmmədova L.H., Dadaşova A.S. Azərbaycanca moda və Yüngül Sənayenin birgə inkişaf yolları. Qərb Universitetinin “Elmi Xəbərlər” jurnalı, №1, 2015, Bakı.
20. B.S.Paşayev, L.H.Məmmədova Moda və Kostyum Tarixi.
21. R.Əfəndiyev, S.S.Dünyamalıyeva. Azərbaycan geyimləri Azərbaycan Nəşriyyatı, 1997
22. Səmədzadə Aygün “Moda sənayesində stil istiqamətlərinin təhlili” Bakı 2017.
23. Qasımova E.N., Məmmədova L.,H. Kostyumun kompozisiyası.
24. Горбачева . Л. И. “Мода XX века”, Москва, 1997.
25. Paşayev B.S. Parça və geyimin layihələndirilməsi, Azərbaycan, Bakı, Təhsil 2013.
26. George B., Sproles, Leslie.S. Burns, Changing Appearances: Understanding Dress in Contemporary Society, Fairchild Publications, New York, NY., 1994, 94 s.
27. Graziella Festa, “Creare la moda, La Rivista”, Operare Vol.6, No. 1, 2007, 178.
28. Partridge E. Origine, “Fashion”, Short Etymological Dictionary of Modern English, RKP, London, 1960, 480 s.
29. Wolfgang Pesendorfer, “Design Innovation and Fashion Cycles”, The American Economic Review, Vol.85, No.4, 1995, 891 s.
30. Bernard Barber, Lyle S. Lobel, “Fashion In Women’s Clothes And The American Social System”, Social Forces, Vol.31, No.2, 1952, 221 s.
31. Андреева. И.А. “Массовая мода и техническая эстетика”, Жур. “Тех. эстетика”, Москва, 1985.
32. www.vikipediya.az
33. www.kultura.az

ƏLAVƏLƏR



Şəkil 1. Modelyer Gülnarə Xəlilova



Şəkil 2. Modelyer Fəxriyyə Xələfova



Şəkil 3. Raf Sərdarov



Şəkil 4. Rüşət İsmayıl



Şekil 5. Kadınların geyim tarzı



Şekil 6. Kişilerin geyim tarzı

XÜLASƏ

Zaman keçdikcə moda anlayışın həqiqi mahiyyətinin təsbit edilməsindən dolayı onun nəzəri və metodiki faktorlarının müəyyən edilməsi gərəklidir. Bu baxımdan moda elminin öyrənilməsinə həsr olunmuş tədqiqatlar mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Dəyişən cəmiyyətdə modanın nəzəri və metodiki əsaslarının tədqiqi mövzusunda yazdığım dissertasiya işi, 3 fəsil olmaqla giriş, nəticə və təkliflər, ədəbiyyat siyahısından və əlavələrdən ibarətdir.

Dissertasiya işinin "Moda anlayışının mənimsənilməsi və mühüm tərəfləri" başlığı altında yazılan I fəslində modanın ümumi bir anlayış kimi izahında, ona verilən təriflərdən cəmiyyətdə modanın qruplara bölünməsindən, tarixi və inkişaf mərhələsində irəliləyən modadan, ümumilikdə onun funksiyalarından, bu funksiyaların həyatımızda oynadığı roldan bəhs edilir.

"Modanın nəzəriyyələrinin təhlili" adlandırdığım 2-ci fəsildə isə nəzəri cəhətləri ətraflı öyrənməklə ümumi vəziyyətin təhlili aparılır. Bu fəsil modanın avtoritar, motivasiya, hadisə məzmunlu, ideoloji, səbəb, multifaktorial məzmunlu nəzəriyyələrə ayrılmasının ümumi təhlilini şərh edir.

"Modanın nəzəri və metodiki tədqiqatının əsas istiqamətlərinə" yer ayırdığım 3-cü fəsil də isə modalı yanaşma tərzindən, sosialoloqların adı çəkilən sahədə söylədikləri fikirlərdən bu sahənin əsas konsepsiyalarından, mövcud dünya və Azərbaycan modasında bu sahədə uğur qazanmış modelyarlardan, onların nailiyyətlərindən bəhs etmişəm.

Nəticə və təkliflər hissəsində isə hazırkı dövrdə modanın tədqiqatlarının vacibliyi vurğulanır. Günümüzdə modanın necə, hansı işlərlə genişləndirilməsi, gücləndirilməsi və öyrənilməsi yönümlü tədqiqatlarla bağlı təkliflər irəli sürülür.

РЕЗЮМЕ

Со временем, теоретические и методологические факторы должны быть определены из-за истинной природы моды. С этой точки зрения исследования по изучению модной науки имеют большое значение.

Диссертация, которую я написал о теоретических и методологических основах моды в меняющемся обществе, состоит из трех глав, введения, результатов и предложений, списка литературы и приложений.

В первой главе диссертации «Оценка моды и важные аспекты диссертации» она описывает моду как общую концепцию, исходя из определений, данных ей модным подразделением в обществе, моды, которая стимулирует историю и стадию развития, ее функции и ее роль в жизни этих функций.

В главе 2, которую я называю анализом теорий моды, проводится анализ теоретических аспектов обучения, который комментирует общий анализ автократических, мотивационных, случайных, идеологических, причинных, многофакторных теорий моды.

В главе 3, в которой основное внимание уделяется «основным направлениям теоретических и методологических исследований в моде», я рассказал о модальном подходе, идеях социологов в этой области, основных концепциях этой области, модных дизайнерах, добившихся успеха в этой области, а также об азербайджанской моде и их достижениях.

Результаты и предложения подчеркивают важность исследований моды в текущем периоде. Сегодня высказываются предложения о том, как исследовать, расширять, укреплять и изучать моду.

SUMMARY

Over the time, theoretical and methodological factors need to be identified to determine the real essence of fashion. From this point of view, research on the study of fashion science has great importance.

The dissertation that I wrote about the theoretical and methodological foundations of fashion in a changing society consists of three chapters, introduction, results and suggestions, a list of literature and supplements.

In the first chapter of the dissertation, "Fashion Appreciation and Important Aspects of Dissertation", it describes fashion as a common concept, from the definitions given to it by the fashion division in the society, the fashion that fosters the history and development stage, its functions, and its role of these functions in our life.

In Chapter 2, which I call the "Analysis of fashion theories", the condition of comprehensive learning of theoretical aspects is analysed. This chapter comments on the general analysis of fashion's autocratic, motivational, incidental, ideological, cause, multifactorial theories.

In Chapter 3, which focuses on "the main directions of theoretical and methodological research in fashion", I have talked about the modal approach, the ideas of the sociologists in this area, the main concepts of this field, the fashion designers who have succeeded in this area and the Azerbaijani fashion and their accomplishments.

In the part of summary and suggestions the importance of modern researches of fashion is emphasized. The ideas related with modern reasearches based on how fashion study, expand and strengthen are suggested.

876 m qrup magistrantı Məmmədova Səkinə Eynulla qızı «Dəyişən cəmiyyətdə modanın nəzəri və metodik əsaslarının tədqiqi» adlı magistr dissertasiyasının

REFERATI

Mövzunun aktuallığı. Günü - gündən yenilənməkdə olan modanın nəzəri istiqamətləri ilə bağlı məlumatların azlığı bu sahə üzrə yaradıcı həllərin inkişaf etdirilməsinə də aktual problemlərdən hesab olunur. Qloballaşan dünyada modaya təsir edən problemlərin təhlili məsələləri ictimai mühitin mühüm faktorlarındanır. Bu anlayışın universallaşdırılması və qloballaşması onun iqtisadi və nəzəri cəhətlərini təşkil edərək yeni bir tendensiyanı ortaya çıxarır.

Mədəniyyət məkanının sosial strukturunun tərkib hissəsi kimi moda fenomenini şərh edərkən, subyektiv sahənin unikal əhəmiyyətini daha aydın görürük. Adı çəkilən sahəylə müasir metodologiya və nəzəriyyənin təkmilləşdirilməsi yönümlü tədbirlərin keçirilməsini şərtləndirir.

Tədqiqatın əsas məqsədi və vəzifələri. Dissertasiya işində araşdırılan məsələlər aşağıdakılardır.

1. Moda məfhumunun proses və hədəf kütləsi yönümlü aspektləri nəzərə alaraq, konseptual istiqamətdən yalnız geyimlə həddənlənmayan bu sahənin digər baxış bucağından öyrənilməsi və təhlili
2. Modanın elmi-metodiki biliklərin əsasında formalaşaraq şərh edilməsinin mədəniyyətliliyi
3. Modalı funksiyaların və yanaşmaların ümumi mənasının təkmilləşdirilməsi

Tədqiqatın elmi yeniliyi. Bu magistr dissertasiya yazısında aparılan elmi-tədqiqatların yanaşmasını nəzərə alsaq deyə bilərik ki, moda sahəsində təsirli komponentlər təkmilləşdirərək, müstəqil elm istiqaməti kimi formalaşmasını, müddəaların, konsepsiyaların əhəmiyyətini, texnologiyanın inkişaf etdirilməsini, habelə bunların ölməliyi yönündə işlərin aparılmasını tələb edir. Etibarlı bir yanaşma olaraq ənənəvi və kompüter dəstəqli yeni istiqamətlərinin yaradılması, fərdi

komponentlərin nəzəriyyəsinə və metodologiyasına uğurlu inkişafın mənbəyini özündə əsəiyyələndirir.

Tədqiqatın informasiya bazası və işlənməsi metodları.

Dissertasiya işinin yazılmasında sonda göstərilmiş ədəbiyyat siyahısından və sadalanan internet resurslarından istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın predmeti və obyektı. Dissertasiya işində moda nəzəriyyələri (ümumi şəkildə), dünya və Azərbaycan moda tədqiqatçılarının metodiki konsepsiyaları isə (geniş şəkildə) tədqiq edilmişdir. Eyni zamanda dissertasiya işində modanın ümumi anlayış kimi təhlili və funksiyaların tədqiqi aparılmışdır.

İşin təcrübi əhəmiyyəti. Magistr dissertasiya işində istifadə olunan və irəli sürülən nəzəriyyələri, metodologiyaları əhəmiyyətli şəkildə öyrənmək, moda prosesini elmi metodologiya səviyyəsində nəzərə almaq imkanı formalaşdırılır. Universitet, məktəb, incəsənət yönümlü kurslarda modanı daha asan və manuel şəkildə öyrənilməsini həyata keçirməyə modifikasiya edir.

Abrobasiya. Dissertasiya ilə bağlı başlanılan tədqiqatlardan və axtarışlardan hazırkı dövrə kimi " Dəyişən cəmiyyətdə Modanın nəzəri və metodiki əsaslarının tədqiqi" mövzusunda və "Moda anlayışının müasir sivilizasiya da rolu" adlı 2 tezis nəşr olunmuşdur.

İşin strukturu. Dəyişən cəmiyyətdə modanın nəzəri və metodiki əsaslarının tədqiqi mövzusunda yazdığım dissertasiya işi, 3 fəsil olmaqla giriş,nəticə və təkliflər, ədəbiyyat siyahısından və əlavələrdən ibarətdir.

Dissertasiya işinin "Moda anlayışının mənimsənilməsi və mühüm tərəfləri" başlığı altında yazılan I fəslində modanın ümumi bir anlayış kimi izahında, ona verilən təriflərdən cəmiyyətdə modanın qruplara bölünməsindən, tarixi və inkişaf mərhələsində irəriləyən modadan, ümumilikdə onun funksiyalarından, bu funksiyaların həyatında oynadığı roldan bəhs edilir.

Modanın nəzəriyyələrinin təhlili adlandırdığım 2-ci fəsildə isə nəzəri cəhətləri ətraflı öyrənmə vəziyyətinin təhlili aparılır.Bu fəsil modanın avtokratik, motivasiya, hadisə məzmunlu, ideoloji, səbəb, mulifaktorial məzmunlu nəzəriyyələrə ayrılmasının ümumi təhlilini şərh edir.

Modanın nəzəri və metodiki tədqiqatının əsas istiqamətlərinə" yer ayırdığım 3-cü fəsil də isə modalı yanaşma tərzindən, sosialoqların adı çəkilən sahədə söylədikləri fikirlərdən bu sahənin əsas konsepsiyalarından, mövcud dünya və Azərbaycan modasında bu sahədə uğur qazanmış modelyarlərdən, onların nailiyyətlərindən bəhs etmişəm.

Nəticə və təkliflər hissəsində isə hazırki dövrdə modanın tədqiqatlarının vacibliyi vurğulanır. Günümüzə modanın necə, hansı işlərlə genişləndirilməsi, gücləndirilməsi və öyrənilməsi yönümlü tədqiqatlarla bağlı təkliflər irəli sürülür.