

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

*Əlyazması hüququnda*

**Heydərova Leyla Natiq qızı**

**“Azərbaycan modasının geyim sferasında rolunun tədqiqi” mövzusunda**

**MAGİSTR DİSSERTASIYASI**

**Ixtisasın şifri və adı:**

**050321 - “Dizayn”**

**Ixtisaslaşma:**

**“Dizayn və texniki estetika”**

**Elmi rəhbər:**  
**m.n.Y.Ç.Ağamalıyeva**

**Magistr proqramının rəhbəri:**  
**m.n.Y.Ç.Ağamalıyeva**

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

**BAKİ – 2015**

# M Ü N D Ə R İ C A T

	Səh.
<b>GİRİŞ.....</b>	<b>3</b>
<b>FƏSİL I. MODANIN MEYDANA ÇIXMASI VƏ XÜSUSİYYƏTLƏRİ</b>	
<b>1.1. Moda nədir.....</b>	<b>6</b>
<b>1.2. Orta əsrlərdə geyimlərin və parça materiallarının inkişaf tarixi.....</b>	<b>8</b>
<b>1.3. XVII əsr geyimləri və moda anlayışı.....</b>	<b>12</b>
<b>FƏSİL II. XIX-XX ƏSRLƏRDƏ GEYİM FORMALARININ TƏKAMÜLÜ</b>	
<b>2.1. XIX əsr Avropa geyimlərinin formalarının inkişafı.....</b>	<b>14</b>
<b>2.2. XIX əsrlərdə Azərbaycan geyimləri və xüsusiyyətləri.....</b>	<b>20</b>
<b>2.3. XX əsrin I yarısında dünya moda aləminin mənzərəsi.....</b>	<b>23</b>
<b>2.4. II Dünya müharibəsindən sonrakı dövrün moda mənzərəsi.....</b>	<b>28</b>
<b>FƏSİL III. MODA MƏDƏNİYYƏTİ VƏ ONUN MÜASİR HƏYATDA YERİ</b>	
<b>3.1. Moda mədəniyyəti və gündəlik həyat.....</b>	<b>34</b>
<b>3.2. Moda aləminə təsir edən amillər.....</b>	<b>40</b>
<b>3.3. Cəmiyyətlərin adəti və modası.....</b>	<b>46</b>
<b>3.4. Müasir Azərbaycan modası dünya geyim sferasında.....</b>	<b>52</b>
<b>NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR.....</b>	<b>55</b>
<b>İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI.....</b>	<b>57</b>
<b>ƏLAVƏLƏR.....</b>	<b>59</b>
<b>XÜLASƏ.....</b>	<b>67</b>
<b>PE3IOME.....</b>	<b>68</b>
<b>SUMMARY.....</b>	<b>69</b>

## GİRİŞ

Moda cəmiyyətlərin, ənənələrin, hadisələrin sehri aynasıdır. Mühəribələr, sülhlər, görüşlər, sənət hadisələri modaya hər cəhətdən təsir edir. Moda dövrlər boyu insanları öz təsiri altına almış, insanların dəyişiklik etmək arzusundan yaranan və cəmiyyətin yaşayış tərzinə təsir edərək həyat tərzini hərəkətə gətirən müvəqqəti yeniliklərdir.

Cəmiyyətdə uzun müddət davam edən modalar isə kök salaraq ənənəvi xüsusiyyətə çevrilmişdir. Geyim tarixi və moda vasitəsilə millətlərin sivilizasiyası, əxlaq anlayışları, ənənələri, adətləri və iqtisadi vəziyyətləri uzun zaman ərzində öyrənilir. Moda getdikcə ya adətə çevrilir, ya da qısa vaxtdan sonra yox olur.

Mövzunun aktuallığı. Müxtəlif geyim tərzlərinin yarandığı bir dövrdə, xalqımızın milli koloriti və estetik zövqünü əks etdirən və “milli etnik xüsusiyyətlər ilə müasir geyimi” birləşdirərək yeni kolleksiyaların yaradılması və dünya moda sferasına çıxaraq orada müəyyən yer tutmaq modelyer dizaynerlər qarşısında duran aktual problemlərdəndir.

Ümumiyyətlə, moda fenomeninin mövcudluğu qoruya bilmək üçün hər zaman əsaslı bünövrəsi olan tədqiqatlara, güclü axtarışlara və həssaslığa ehtiyac vardır. Azərbaycanda xalq geyimlərinin və Avropa geyimlərinin təkamülü müəyyən qədər tədqiq edilmişdir və bu sahə üzrə elmi – əsaslandırılmış tövsiyələr irəli sürülmüşdür, lakin müasir geyimlərin ornamental xüsusiyyətləri demək olar ki, ciddi araşdırma mövzusu olmamışdır.

Azərbaycanın sürətli inkişaf etdiyi bir vaxtda dünyaya açıldığı, ölkəmizdə çox saylı dünya səviyyəli tədbirlərin keçirildiyi bir vaxtda milli geyimlərimizin geniş kütləyə təqdim olunması üçün əlverişli şəraitin yaranması bu problemin tədqiq edilməsini vacib edir. Bir sıra dünya modelyerləri tərəfində maraqla qarşılanan və geyim kolleksiyalarında etnik motivlərimizdən istifadə edilməsi halları təqdirə layiq haldır. Bu baxımdan 2014 – ci ildə H. Əliyev mərkəzində “Müasir dövrdə Azərbaycan cazibəsi” adlı layihə çərçivəsində baş tutmuş tanınmış İtalyan dizayneri Renato Balestranın geyim kolleksiyasını maraqlıdır. Xalqımızın milli xüsusiyyətlərini, dünya görüşünü, estetik zövqünü əks etdirən, ölkəmizin

etnoqrafik zonalarına aid milli geyimlərimiz və müxtəlif milli elementlərin daxil edildiyi müasir geyimlər nümayiş olunmuşdur. Modelyer tərəfindən Şərqlə Avropa müasirliyinin birləşdirildiyi geyimlərdə məhsuldarlıq və bərəkət rəmzi olan “Nar” motivindən də geniş istifadə edilmişdir. Həmçinin qeyd etmək lazımdır ki, XXI əsrin moda tarixində öz izlərini qoyan Azərbaycan modelyerləri öz kolleksiyaları ilə bir sıra ölkələrdə keçirilən moda nümayişlərində, beynəlxalq müsabiqələrdə iştirak edirlər. Və onların kolleksiyaları maraqla qarşılanır. Ümumiyyətlə, hər ilməyə Azərbaycanın tarixi irsini yaşadan, milli ruhda yaradılan müasir geyimlərdən tək-cə müəyyən tədbirlərdə deyil gündəlik həyatda istifadə etmək vacibdir. Bununla bütün dünyaya öz xalq geyimlərimizin incəliyini açıb göstərə və sevdirə bilərik.

Tədqiqatın predmet və obyekt. Dissertasiyada avropa geyimlərinin təkamülü (ümumi şəkildə), Azərbaycan milli geyim xüsusiyyətləri (geniş şəkildə) tədqiq edilmişdir.

Tədqiqatın əsas məqsədi və vəzifələri – Azərbaycan və Avropa geyimlərinin elmi – nəzəri təhlili və xalq geyimlərinin milli etnik xüsusiyyətləri nəzərə alınaraq onların müasir geyim formaları ilə sintezinə dair təkliflərin irəli sürülməsindən ibarətdir.

Dissertasiyada bu məqsədlə aşağıdakı əsas məsələlər araşdırılmışdır:

1. Modanın meydana çıxması və xüsusiyyətlərinin təhlili;
2. Əsrlər üzrə dünya moda aləminin mənzərəsinin araşdırılması;
3. XIX – XX əsrlərdə Azərbaycan geyimlərində baş verən dəyişikliklərin təhlili;
4. Moda mədəniyyəti və gündəlik həyat, moda aləminə təsir edən amillərin araşdırılması;
5. Müasir Azərbaycan modasının bu gününü təhlil edilərək “müasir geyimi və milli etnik xüsusiyyətləri”nin sintez olunması ilə yeni geyim xəttinin yaradılması və dünya moda sferasına çıxaraq müəyyən yer tutmağa dair təkliflərin irəli sürülməsi.

Tədqiqatın informasiya bazası və işlənməsi metodları sistemli şəkildə yanaşmaya, tarixən yaranmış və formalaşmış geyimlərin təkamülü və moda

fenomenin səmərəli tədqiqat üsullarına əsaslanır ki, onlar da arxiv sənədlərinin, elmi, tarixi mənbələrin, eləcə də, xidmətlərinin vasitəsi ilə müəyyən edilmişdir.

Tədqiqatın elmi yeniliyi. Azərbaycanda modelyer dizaynerlərin qarşısında bir növ məqsədə çevrilmiş - xalqımızın milli koloriti və estetik zövqünü əks etdirən və “milli etnik xüsusiyyətlər ilə müasir geyimi” birləşdirərək yeni kolleksiyaların yaradılması məsələləri dünya moda sferasına çıxaraq orada müəyyən yer tutmağa köməklik edə bilər. XIX – XX əsr Azərbaycan, eləcə də Avropa geyimlərinin təkamülü və onların bədii – estetik xüsusiyyətlərinin araşdırılması və müasir şəraitdə yeni istifadəsinə dair təklif olunan tədbirlərin kompleks tədqiqi dissertasiyanın elmi yeniliyi hesab edilə bilər.

Tədqiqatın təcrübi əhəmiyyəti. Dissertasiyada araşdırılan və irəli sürülən təkliflər Azərbaycanda fəaliyyət göstərən modelyer dizaynerlərin, eləcə də, moda evlərinin işində istifadə oluna bilər.

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

Dissertasiya işin strukturu və həcmi. Dissertasiya işi giriş, 3 fəsil, nəticə və təkliflər, dissertasiya işinə edilmiş əlavə və istifadə olunmuş ədəbiyyat siyahısından ibarətdir.

# FƏSİL I. MODANIN MEYDANA ÇIXMASI VƏ XÜSUSİYYƏTLƏRİ

## 1.1. Moda nədir

İnsanların gözəl görünməsi və diqqəti öz üzərinə çəkmə arzuları, daha yaxşısını və gözəlini axtarmaq səyləri “gözəl geyinmək” ifadəsini ortaya çıxarmışdır. Bəşəriyyətin inkişafı ilə meydana çıxan yeniliklər xüsusilə geyimə təsir etmiş və insanın məşğul olduğu işə uyğun geyinməsi zərurətini yaratmışdır. Bu zərurət eyni zamanda, ictimai bir xüsusiyyət qazanmışdır və insanlar təbəqələrə görə geyinməyə başlamışdır. Təbəqələrə görə, geyim insanların ictimai və sosial vəziyyətlərini xarakterizə edən faktora çevrilmişdir. İnsan geyinmək istədiyində şüursuz olaraq moda anlayışını yaratmışdır. Məlum olduğu kimi moda latın dilində “Modus” sözündən törəmiş və məhdudlaşmayan mənasında ifadə edilir. Əslində modada məqsəd geyimin mütləq faydalı və lazımlı olması deyil, fərqli olmasıdır. Yəni isinmək və ya qorunmaq üçün modaya ehtiyac yoxdu. Amma insanın gözəl və cazibədar olmağa, şəxsiyyətini və stilini geyindiği şeylərlə ifadə etməyə olan ehtiyacını moda qarşılıyır. Hal – hazırda moda bir çox anlayışları özündə birləşdirən, bütün dövrlərdə insanları öz təsiri altına almış ictimai məfhumdur. Geyimə duyulan ehtiyac qədim zamanlarda insanların bədənlərini təbiətin təsirlərindən qorumaq düşüncəsindən yaranmışdır. Moda hadisəsi gözəlini axtarmaq duyğusu ilə yanaşı köhnələn geyimin yerinə eynisini deyil daha fərqlisini əldə etmək istəyi ilə başlamışdır.

Moda ictimai həyatın hər bir sahəsinə müdaxilə edir. Amma modaya dair əsərlərin böyük bir hissəsində geyim, hər şeydən öncə də qadın geyimi üzərində dayanılır. Geyimdə moda “moda anlayışı”nın içində çox kiçik bir yer tutur. Ənənəvi cəmiyyətdə moda yoxdur. Geyimlər müəyyən rollar ifadə edir, hər kəs öz yaşına, cinsinə, cəmiyyətdəki vəziyyətinə və işinə uyğun olanı geyinir. Moda həqiqətdə ancaq dəyişikliyə inanan cəmiyyətlərdə ortaya çıxan bir fenomendir. Buna görə də, bir tərəfdən iqtisadiyyata, bir tərəfdən də ictimai quruluşa möhkəm bağlıdır. Uzun vaxt ərzində, moda əhalinin yalnız çox az hissəsini maraqlandıran bir fenomen

olaraq qalmış və elit təbəqəyə xas olmuşdur. Modanın yalnız parça trendlərindən, ilin aksesuarlarından, rənglərindən, kimin necə geyindiyini, televiziya kanalları və ya jurnal səhifələrindən meydana gələcək qədər məhdud, dar çərçivədə bir mövzu olması mümkün deyil. Moda ifadə forması, mədəniyyət və dünyagörüşünün, duyğuların, həyatın və bir çox şeyin şərhidir. Əlbəttə ki, moda həyat tərzidir, lakin həssas olmayan və bəslənməyən bir həyat stilinin adı və varlığıyla daimi olması mümkün deyil. Moda fenomeninin mövcudluğunu qoruya bilmək üçün əsaslı bünövrəsi olan tədqiqatlara, güclü axtarırlara və həssaslığa ehtiyacı var.

Moda cəmiyyətlərin, ənənələrin, hadisələrin sehri aynasıdır. Müharibələr, sülhlər, görüşlər, sənət hadisələri modaya hər cəhətdən təsir edir. Moda dövrlər boyu insanları öz təsiri altına almış, insanların dəyişiklik etmək arzusundan yaranan və cəmiyyətin yaşayış tərzinə təsir edərək həyat tərzini hərəkətə gətirən müvəqqəti yeniliklərdir. XIX əsrin II yarısından əvvəlki dövrdə mövcud olmuş modadan bəhs etmək çətindir. II sənaye inqilabı ilə cəmiyyətdə geyim anlayışı da dəyişmişdir. Əsasən də, Fransızlar üçün moda hər cür adət və ənənədən kənar bir vərdiş olmuşdur. Cəmiyyətdə uzun müddət davam edən modalar isə kök salaraq ənənəvi xüsusiyyətə çevrilmişdir. Geyim tarixi və moda vasitəsilə millətlərin sivilizasiyası, əxlaq anlayışları, ənənələri, adətləri və iqtisadi vəziyyətləri uzun zaman ərzində öyrənilir.

Moda getdikcə ya adətə çevrilir, ya da qısa vaxtdan sonra yox olur. Modanın əhəmiyyətli xüsusiyyəti də onun İnsanın xarici görkəmi həmişə müəyyən mənada «incəsənət əsəri» olmuşdur. Bu sənət əsəri yaradıcılıq və incəsənət obyektidir. Ən qədim «geyim» – bədənin müəyyən hissələrinin rənglənməsi və tatuirovka edilməsi ilk növbədə mühafizə funksiyasını daşıyırdı.

Beləliklə, müasir dövrdə dizaynerin zəngin yaradıcılıq təxəyyülü tarixi kostyumdur. Bu kostyum, qədim xalqların geyiminin sadə formalarının elementlərindən tutmuş uzun təkamül yolu keçmiş müasir kostyumadək əhatə olunan tarixi yol keçmişdir.

## 1.2. Orta əsrlərdə geyimlərin və parça materiallarının inkişaf tarixi

Orta əsrlərdə geyimlər əsasən kostyum, tuman və plaşdan ibarət idi ki, o da yadellilərin təsirindən əmələ gəlmişdir. Orta əsr kostyumunun örtülülük dərəcəsi antik kostyuma nisbətən sərt iqlim, estetik idealın dəyişməsi və barbar dünyasının xristianlaşması ilə bağlı idi. Bu dövrün geyimi tukaya bənzəyirdi, lakin tədricən kostyumun forması bədənin formasına yaxınlaşmış, qollar biləyə doğru ensizləşmiş, geyimin aşağı hissəsi isə genişlənmişdi. Erkən orta əsrlər dövründə mənəvi aləmin maddi aləm üzərində üstünlüyünü əks etdirən yeni estetik ideal əmələ gəlmişdi. Bu dövrün kostyumu son dərəcə sadə və utilitar formaları ilə, amma müxtəlif rəngləri ilə xarakterizə olunur.

X- XI əsrlərdə roman üslubu dövründə, alman xalqları romalılardan qısa və uzun tunika (köynək) geyimlərini götürmüşdülər. Qadın kostyumlarında bel qayışının böyük rolu var idi, o əsas utilitar funksiyaları ilə yanaşı sədaqətlik simvolunu daşıyırdı.

X əsrdən başlayaraq şəhərlərin böyüməsi sürətlənir, peşəkarlıq istehsalat mərkəzinə çevrilirdi. F.Brodelinə görə, “Avropanın ilk sənaye inqilabı” IX əsrdən başlayaraq XIII əsrdək davam etmişdir. XI – XII əsrlərdə parça toxuyan və paltar tikən dərziyələrin sexləri yaranır. XII əsrdə ev şəraitlərində toxunan parçalar yalnız kəndlərdə qalmışdı.

XII əsrdən başlayaraq ərəb ölkələrindən gətirilmiş pambıqdan İtaliyada, Flandriyada, Almaniya və İspaniyada pambıq parçalar istehsal edilməyə başlanır. XII əsrin ortalarında İtaliyanın Siciliya adasında ipəkçiliklə məşğul olurdular, XIII əsrdən başlayaraq Fransada ipək istehsal edirdilər. İngiltərədə, Skandinaviyada və Fransada kobud mahud, İtaliyada və qərbi Almaniya zərif mahud istehsal olunurdu. XIII əsrdən başlayaraq şəhər mərkəzləri parçanın növünə görə ixtisaslaşmağa başlayır. Bu dövrdə , kişi və qadın kostyumlarının ciddi, bir – birindən fərqlənən sərhədləri yox idi, bu hal eynilə kəndli, şəhərli və feodalların kostyumlarına da aid idi. Bütün geyimlər bir biçimli idi, onlar yalnız keyfiyyətinə,



qiymətinə və bəzəyinə görə fərqlənirdilər. Yalnız Dahi Karlın dövründə geyimlərin rənglərində fərq əmələ gəlməyə başlamışdır.

Xaç yürüşü nəticəsində Avropaya Şərqdən yeni geyim elementləri – ənənəvi bağlama ilə yanaşı düymə ilə bağlama, baş geyimi kimi əmmamə və s. gəlir. X – XI əsrlərin qadın kostyumları Bizans kostyumlarını xatırladır.

Şimali Fransa, İngiltərə, Almaniya da inkişaf edən qotika üslubu XII – XV əsrlərdə üç inkişaf dövrü keçmişdir. XII əsrdə qadın və kişi geyimlərində yeni biçim yaranmışdır. XIII əsrdə qotikanının ən yüksək həddə çatdığı bir dövrdə kostyumlar harmonik, dəb – dəbəli, uyğun ölçülərə malik olmuşdur. Kostyum düşünülmüş ciddi ansamblı xatırladırdı. Ümumiyyətlə XIII əsri “biçim inqilabı” adlandırılır. XIV əsrdə qotik üslublu modanın «Burqund modası» adlı yeni şaxəsi yaranmışdır.

XIV– XV əsrlərdə Avropada yüksək keyfiyyətli parçalar istehsal olunurdu ki, bu parçalar da Şərqdən gətirilən parçalardan heç də geri qalmırdı. Baxılan qotik üslubun hökm sürdüyü dövrdə Avropa ölkələrindən keyfiyyətli parça toxunmasına görə İtaliya birinci yeri tuturdu. Siciliyada ipəkçilik çox inkişaf etmişdir. XIV əsrdən başlayaraq parça toxuyan ustaların Siciliyadan Lukka şəhərinə köçməsi (1381- ci il) nəticəsində ipəkçilik yaxşı inkişaf edir və bura ipəkçilik mərkəzinə çevrilir. Lukkada kilsə, saray adamları və feodallar üçün bahalı parçalar hazırlanır, Vatikan, İngiltərə və Fransa hökmdarlarının geyimləri üçün parça sifarişləri yerinə yetirilir. Baxılan dövrdə Venesiya məxmər parçalarının istehsalı mərkəzi idi. XIV əsrdən başlayaraq bütün Avro-pada Venesiya məxmərləri və xüsusi ilə də, qızılı və gümüş saplı, xovlu məxmərlər yüksək qiymətləndirilirdi. Venesiyada nazik şəffaf ipək və gerb geyim parçaları, Florensiyada üzərində gül naxışları olan məxmər parçalar, Genuyada qara fonda xırda naxışlı, xovu kəsilmiş məxmər parçalar istehsal olunurdu.

XV əsrin ortalarından başlayaraq Avropada yeni sənaye yüksəlişi baş verir – sexlər öz yerini manifakturalara verir, burada əmək və ixtisas bölgüsü aparılır. İtaliyanın şəhərləri manifaktura istehsalının mərkəzinə çevrilir, bu isə parça istehsalının artırılmasına səbəb olur. Burada pambıq, yun, ipək manifakturaları da inkişaf edir. İtaliyanın parça və bərbəzək istehsalı XVII əsrdə liderliyi özündə saxlayır.

Sonralar alman tarixçisi Q.Veys orta əsri “qayçıların ağalıq dövrü” adlandırır. Modalı geyim tikən dərzilərin işləri yüksək qiymətləndirilirdi. Bu dövrdə başlayaraq sosial status təkcə parçanın qiyməti ilə, bərbəzəklə deyil, həm də dəyişən modanın tələbatına uyğun müəyyən edilirdi.

Bu dövrdə cismani gözəllik alicənablıq qayəsinin bir hissəsi sayılırdı. XIV əsrdə, dövrün idealına uyğun olaraq bədənin formasını yaxşılaşdırmaq məqsədilə geyimin konstruksiyasında kəşflər edilmişdi. XV – XVI əsrlərdə bütün Avropa ölkələrində İtalya kostyumlarına olan meyl onları ümumavropa modasının əsas nümunəsinə çevirmişdir. İtalya mədəniyyətinin cazibədarlığı məhz İtaliyada mənəvi həyatın klassik yüksəlişinin baş verməsi – Dirçəliş dövrünün yaranması ilə izah edilə bilər. Dirçəliş dövrü insanı tərənnüm edən, sərt dini ehkəmçilikdən uzaq tutan və onu əhatə edən kainatı dərk edən azad yaradıcı şəxsiyyətin ləyaqətini dəyərləndirən dövr kimi qiymətləndirilir.

Vəzifəli şəxslər, bəzi sənət adamlarının nümayəndələri (həkimlər, vəkillər, tacirlər) digər ölkələrdə olduğu kimi uzun geyimlərdən istifadə edirdilər. İtalya kostyumlarının özünəməxsusluğu bu geyimlərdə konstruktiv xətlər üzrə kəşiklərin (qol yerləri, dirsək tikişləri, döş xətti) olması ilə fərqlənirdi. XV əsrin sonları – XVI əsrin birinci yarısında İtaliyanın geyimlərindəki ahəngdar nisbətlər və konstruktiv kəşiklər digər ölkələrə də yayılmağa başlanmışdı. İtalya kostyumu tədricən özünəməxsus xüsusiyyətlərini itirərək İspan modasına tabe olur.

Artıq XVI əsrdə İtaliyada krujeva və tikmə naxışlarının həndəsi formalarının məcmuəsi çap edilir. Belə məcmuələr üçün ornamentləri tanınmış rəssamlardan Sezare Veçellio çəkirdi. XVI əsrin sonunda gipyur əmələ gəlir. XVI əsrdə İtalya parça və cah – cəlal predmetlərinin istehsalı üzrə Avropada birinci yeri tutmaqda davam edir, bu sahədə digər dövlətlər də rəqabətə girir.

XVI əsrdə İtaliyada, Almaniya, Niderlandda da üzərinə naxış vurulmuş parçalar geniş yayılmışdır. İtaliyada naxış vuran ustalar rəsmləri gildasına həkk edərək hamar ağ, yaşıl, qırmızı və ya göy rəngli parçalara qara rənglə, əl üsulu ilə möhürləyirdilər. Almaniya bazarlarında möhürlənmiş parçalar mühüm yer tuturdu, belə ki, onlar ölkəyə gətirilən bahalı ipək parçaları əvəz edirdi. Parça üzərində möhürlənmiş rəsmlər İtalya krujevalarını və şərq rəsmlərini təkrar edirdi.

Niderlandda kətan parça üzərinə rəsmləri möhürləmə üsulu ilə köçürürdülər. Bryuqtedə və Utrextedə müxtəlif taxta lövhələrin köməyi ilə basmanaxışlı məxmər parça istehsal olunurdu. Artıq XVII əsrdə möhürləmə üsulu ilə hazırlanmış ipəyi hörmə naxışlı ipək parçalar tədricən sıxışdırıb aradan çıxarır.

XVI – XVII əsrlərdə kostyumun ən qiymətli və modalı bəzəyi İtaliya sənətkarlarının işləri olan krujevalar sayılırdı. Kostyumun hazırlanması sənəti XVI əsrdə yüksək səviyyəyə çatmışdır. Dərzi sənəti nəsilədən – nəsilə keçərək, kifayət qədər hörmətli peşə sayılırdı. Artıq dərzilərin ixtisaslaşdırılması məsələsinə xüsusi fikir verilirdi.

XVI əsrdə dərzilərdən bir qrupu kişi geyimlərini, digər qrupu isə qadın donlarını tikirdilər. Əksər hallarda dərzilər parçanı sifarişçinin üzərinə ataraq arşın və XVI əsrdə tam karkaslı kostyum əmələ gəlmişdir. XVI əsrin ikinci yarısında İspaniyada qadınlar üçün bütöv karkas kostyum yaranır. Bu kostyum metal korsetdən və metal halqaları olan yubka karkasından ibarət idi. Belə kostyuma moda idealına uyğun olan forma verilirdi. Üst geyimi qismində XVI əsrin ikinci yarısında geniş yayılan jaket əvəzinə geniş, qollu, ayrıla bilən iri yaxalıqlı, düyməsiz geyimdən ibarət olan ispan plaşları ən modalı hesab olunurdu.

### 1.3. XVII əsr geyimləri və moda anlayışı

Avropada gedən otuz illik müharibə kostyuma öz təsirini göstərmişdir. Otuz illik müharibə dövründə ən modalı geyim hərbi kostyumlar hesab olunurdu. Kostyumla bərabər modabazlar boğaz hissəsi qatlanmış, dabanlıqlarında şporlar olan uzunboğaz kavaləriya çəkmələrindən, düymələri çox olan plaşlardan, enli və quş lələkləri ilə bəzədilmiş şlyapalardan istifadə edirdilər. Qadın kostyumunda da müəyyən dəyişikliklər baş verirdi. Belə ki, metal karsetlər aradan çıxır, bel xətti bir qədər qaldırılır, həcmi artır, kişi modasının elementləri peyda olmuşdur.

XIV Lüdoviq hakimiyyətə gəldikdən sonra Fransa modası ən yüksək tempdə inkişaf edir. Onun dövründə Fransada yeni modistka – dərziləri qadın peşəsi əmələ gəlir. Beləliklə, kişi və qadın ustalarının peşəsinə görə bir – birindən tam fərqli olması müəyyənləşir, yəni kişi kostyumlarını kişi dərziləri, qadın donlarını, baş geyimlərini, aksesuarları qadın modistkaları, alt geyimlərini isə dərzilər tikirdilər.

XVII əsrdə Fransa XIV Lyudoviqin idarəsi dövründə Avropa modasının qanunvericisinə çevrilmişdir.

Bu dövrdə Fransanın maliyyə naziri ölkədə inkişafda olan krujeva istehsalından əldə edilən yüksək gəliri yaxşı dərk edir, buna görə, 1665 – ci ildə Alanson şəhəri yaxınlığında krujeva istehsal edən emalatxananın əsasını qoyur. Burada 30 nəfər Venesiya ustaları bir il ərzində fransız qadınlara öz sənətlərinin sirlərini öyrədirlər. İstehsal edilən birinci krujeva nümunələri hökmdara göstərilir, bunu bəyənən hökmdar ölkəyə gətirilən krujevalardan istifadə edilməsinə yeni qadağa qoyur.

Tezliklə Fransa krujevanı digər ölkələrə ixrac etməyə başlayır. XIV Lyudoviqin Versaldakı yeni iqamətgaha köçürülməsinin şan – şöhrəti bütün Avropa hökmdarlarında tərəfdarlıq və paxıllıq hissələrini oyadır. Bu dövrdən başlayaraq Fransada istehsal edilən bütün əşyalar ləl – cəvahirat və eleqantlıq simvoluna çevrilir. Fransadan digər ölkələrə ipək parçalar, ipək lentlər, krujevalar, əlcəklər və i.a. yeni biçimli və müxtəlif görünüşlü, bəzəkləri olan geyim əşyaları ixrac edilməyə başlayır.

1642 – ci ildən etibarən Parisdən ildə iki dəfə bütün Avropa ölkələrinə sonuncu modaya uyğun mumdan hazırlanmış iki – böyük və kiçik Pandora gəlinçikləri göndərilirdi. Böyük Pandora rəsmi dövlət kostyumlarını, kiçik Pandora isə adi insanların geyimlərini reklam etmək üçün nəzərdə tutulmuşdur. Qeyd etmək lazımdır ki, Pandora gəlinçiklərinə olan maraq həmin dövrdə o qədər böyük idi ki, hətta gəlinçiklər müharibə zonasından keçərdisə döyüşlər həmin vaxt dayandırılırdı. Gəlinçiklər döyüş hissəsindən keçdikdən sonra döyüşlər davam etdirilirdi.

1670–1680–cı illərdə formalaşan kostyum böyük fransız inqilabınadək, yüz ildən çox dövr ərzində demək olar ki, dəyişməmiş olaraq qalmışdır. Bu kostyum köynəkdən, dizədək tumandan, uzun qollu alt geyimindən, qollu və düymələnən üst geyimindən ibarət idi.

XIV Lyudoviqin dövründə qadın modasına xüsusilə fikir verilirdi, çünki qadınlar bu dövrdə saray adamları arasında daha çox diqqət mərkəzində idilər. Onlar fransız sarayının bəzəyi sayılırdı. 1650- ci ildə korset yenidən modaya qayıdır.

XVIII əsrdə Fransa Avropa modasına “başçılıq” edirdi. XVI əsrin sonundan başlayaraq XVIII əsrin əvvəllərində Avropa incəsənətində aparıcı stil Barokko olmuşdur. Bu dövrün kostyumun hərbi xarakterini yumşaltmaq məqsədilə onun yaxalığı və manjetləri krujevalarla bəzədilirdi.

Məhz XVIII əsrdə Fransada yeni bədii stil olan “rokoko” (“nəzakətli stil”) stili əmələ gəlir. Bu dövrdə kostyumları, baş geyimlərini, ayaqqabıları ən qiymətli daş – qaşlar ilə bəzəməyə başlayırlar. (şək. 1, 2)

Fransada modanın həqiqi qanunvericisi Mariya – Antuanettanın modistkəsi Roza Berteni “modanın naziri” adlandırırdılar. R.Berteni birinci kutyurye hesab etmək olar. O kraliçaya ilk yeni don və şlyapa modelini təqdim etmişdir. O, həftədə iki model tərtib edirdi. XVIII əsrdə İngiltərənin paytaxtı London modanın ikinci mərkəzinə çevrilmişdir. Beləliklə, burjuaziyanın yeni sinfi öz modasını yaratmışdır. Burada rahatlığı təmin edən yeni formalı, fraq və redinqotdan ibarət klassik geyim yaranır. İngiltərədə antik irsə qayıdaraq yeni moda stili yaranır. Qadın və kişi geyimində antik stil Böyük Fransa inqilabı ərəfəsində ən yüksək moda sayılırdı.

## FƏSİL II. XIX - XX ƏSRLƏRDƏ GEYİM FORMALARININ TƏKAMÜLÜ

### 2.1. XIX əsr Avropa geyimlərinin formalarının inkişafı

XVIII əsrdə Böyük Fransa inqilabı (1789 – 1794 – cü illər) zamanı qadın kostyumunda antik moda vüsət alır. Inqilabın əvvəllərində, yəni 1790 - cı ildə yubkadan və kişi frakını xatırladan qısa karako jaketindən ibarət olan qadın kostyumları kişi dərziləri tərəfindən yun parçadan hazırladıqlarına görə “portonovski” adlandırırdılar. Qadınlar kişi şlyapalarına inqilab tərəfdarları kimi üç rəngli rozet və lentlər taxırdılar, lakin bu qadınların cəmiyyətdəki real vəziyyətini dəyişmirdi. Direktoriya dövründə modalı qadınlar yüngül don – köynəklərdə və səndəllərdə antik ilahə kimi görünürdülər. 1795 – 1799 – cu illərdə Fransa hökuməti direktoriya adlanırdı.

Burjua cəmiyyətində, xüsusilə XIX əsrdə qadın kişisinin özünəməxsus maddi və sosial müvəffəqiyyətinin viziti idi. Moda çox tez – tez sənayenin inkişaf mənafeyinə uyğun şəkildə dəyişirdi, bir stil digərini əvəz edirdi. Tədricən yeni dövrün qəhrəmanlarının – bankirlərin, sahibkarların həyat obrazlarına uyğun geyimlərin universal formaları əmələ gəlirdi. Kostyum çoxrənglilikdən və dekorativlikdən azad olaraq uniformaya yaxın formalar almağa başlayırdı.

Avropada Napoleonun özünü imperator elan etməsi XIX əsrə qədəm qoyarkən özü ilə modada yeni fikirlərin gəlməsinə səbəb olmuşdur. Bu dövrdə geyimdə də sadələşmə görülürdü. Həm qadın, həm də kişi geyimlərində Qədim Yunan və Roma geyimlərinin xüsusiyyətləri nəzərə çarpırdı. Fransada Napoleonun imperiya qurması ilə birlikdə geyimlərdə başlayan dəb “Ampir” adlanırdı. Bel kəsiyinin yuxarıda olması ilə başlayan moda, Fransız rəssamı Jacques Louis Davidin əsərlərində ölümsüzləşmişdir. Paris, Florensiya və Venesiyada nəşr olunan bir çox moda jurnallarında Davidin əsərlərinə böyük yer verilmişdir. Bu dövrdə Paris yenə moda mərkəzi idi. XIX əsrin əvvəllərində ilk dəfə Parisə xaricdən xəz paltolar gəlməyə başladı. Bu vaxta qədər kəşmir şalından istifadə edilirdi.

Fransız inqilabı digər ölkələrə də çox böyük təsir etmişdir. Bu dövrün geyimi müasir dövrümüzdə də istifadə edilir. İmperiyada bir neçə yüksək bel kəsimi, ağ geyimlər dəb olmuşdur. XIX əsrin birinci yarısında Napoleonun həyat yoldaşı Jozefin gözəllik və parlaqlığın simvolu olmuşdur. Jozefinanın geyimi üçün böyük məbləğdə pul ayrılmışdır. Geyimlərdə bel kəsimi yuxarıda olub, həddindən artıq dekoltelər dəb olmuşdur. Ağır məxmər plaşlar, geriye doğru sallanan zərif quyruqlar meydana gəlmişdir. Əsrin sonrakı illərində bel kəsimi getdikcə təbii yerinə gəlmiş, romantik dövrün yeni cizgisi qərarlı və səssiz ortaya çıxmışdır. Qadınlar incə bel görünüşünə əhəmiyyət verirdilər. 1832 – ci ildən sonra gənc qadınlar axşam geyimlərində daha çox ətəklər qabarıq formada olan dekolteli paltarlar geyinirdilər. 1840 – cı illərdə paltarlarda bədənlər dar və bellər incədir. Gecə paltarlarının yaxaları çiynlərdən aşağı idi. Gündüz paltarlarında isə yaxa qapalı olurdu. Gündüz geyimləri ilə şallar və plaşlar da istifadə edilmişdir.

Napoleonun sarayında qadın dərziləri İspan imperatriçasının romantikani bəyənməsini nəzərə alaraq qadın ətəyi üçün yeni bir dəstək olan “Crinoline”ı yaratmışlar. Crinoline sərt parçadan düzəldilmiş qabqırıq ətəkli qadın geyimi olmuşdur. Paltar konus formasındadır. Ancaq saray ballarında və aristokratların axşam əyləncələrində geyinilən bu geyim, burjuaziya arasında qəribə və kobud görünmüşdür. 1869 – cu ildə Kraliça Viktoriya və Şahzadə Metterniçin bu geyim formasını bəyənməmələri, yeni bir dəb cərəyanının yaranmasına səbəb olmuşdur. Yeni formada ətəyin qatlarından biri arxaya çəkilib omba üzərində qıvrımlarla qabarıqlıq yaradıldı. Bu dəb 1870 – ci ilin sonlarında daha da şişirdilmiş formada idi. Omba arxadan yastıqla dəstəklənmiş və qollar dirsəyə qədər idi. Arxası quyruqlu paltarlar pencəklə geyinilirdi. Bu illərdə “Polones” adlandırılan və bədənə tam oturan ətəkləri drapirovkalı paltarlar çox bəyənilmişdir. Bu paltarlarda ətəyin önü yerə qədər idi, arxadan isə quyruq formasında uzanırdı. geyinərkən sanki önə doğru əyilmiş kimi görünür. Qolları uzun və dardır. Bədənin önü düymələrlə bağlanmış, dik və yüksək yaxalar istifadə edilmiş və gödəkçələr astarlanmışdır. 1893 – cü ildə bədənin boyu tam belin üzərinə gəlmişdir. Bəldə sıx kəmərdən istifadə edilmişdir. Dik və sərt yaxalı kişi köynəyini xatırladan köynəklər

geyilmişdir. Dəniz paltarlarında geniş qollar, qapalı yaxa, belə tam oturan bol ətəklər və uzun şalvarlar ilk dəfə qadın geyimlərində dəb olmuşdur.

XVIII əsrin sonu XIX əsrin əvvəllərində qat – qat və dairəvi olan iç ətəklərin yerinə daha sadə tək qatlı daxili ətəklər əvəz olunmuşdur. Pambıqlı parçadan hazırlanan korsetlər geyilməyə başlanmışdır. Bu dövrə aid altarlarda ətəyin uzunluğu ayaq biləklərinə qədər uzanırdı. Qolları bol ya da dirsəkdə darlaşıb biləyə doğru enlənirdi. Paltarların üstünə bu dövrdə dəb olan fiqarolar (bulerolar) geyilirdi. 1820 – ci illərdə qadın paltarlarında dəyişikliklər olmuşdur. Belləri incə göstərən korsetlər, çan ətəklər bu dövrdə yenidən dəb olmuşdur. Bellədə qalın kəmərdən istifadə edilərək belin incəliyi göstərilmişdir. 1825 – ci ildə ilk dəfə “Qoyun budu” adlandırılan qollar yaranmışdır. Bu qollarda üst hissəsi büzməli, biləyə doğru daralan formalardan istifadə edilmişdir. XIX əsrdə qollar çox bol idi. Şlyapalar tüklərlə bəzədilirdi, paltarlar belə otuzdurulurdu. ətəklər isə bol və büzməli idi. Bu dövrdə də qadınlar saçlarına müxtəlif mücəvhərlər, qiymətli daşlar, tük və çiçəklər taxırdılar. Əllərindəki çətirlər paltarı tamamlayırdı. Dəri və velvətdən düzəldilmiş, gümüş zəncirlərlə belə asılmış çantalardan istifadə edilirdi.

Qadınlar gecələr uzun əlcəklər geyinirdilər. Bu əlcəklərin üstü qiymətli qızıl, gümüş, yaqut, mirvari kimi daşlarla bəzədilirdi. Əlcəklər əvvəllər biləyə qədər, gecə paltarları üçün isə biraz daha uzun olurdu. Fransada qadınların taxdıqları daşqaşlar, Napolyondan sonra daha da şişirdilmişdi. Yunan stili olan taclar, kəmərlər, boyunbağı, sırğa və bilərziklər taxılırdı. Avropada olduğu kimi Amerikada da daşqaş taxmaq dəb olmuş və qadınlar artıq tək gecələr deyil, gündüzlər də daşqaş taxırdılar. Daş – qaşlarda klassik və qotik dövrün təsirləri görülür. Əsrin ortalarından etibarən müxtəlif model və bəzəmələrdə uşaq papağı formasında, çənə altında bağlanan papaqlar dəb olmuşdur. Bu dövrdə istifadə edilən daşqaş və aksesuarlarda da bəzi dəyişikliklər olmuşdur. Qadın paltarlarında qollar ləğv edilmişdir. Əsrin əvvəllərində boynu boş saxlayıb, qollarda bilərziklər, barmaqlarda üzüklər və broşkalar daşqaş kimi istifadə edilmişdir. Şərqdən təsirlənərək rəngli velvətlərdən hazırlanan tüklü türbanlar dəb olmuşdur. Saçlar sadələşmiş və toppuzlar dəb olmuşdur. Öndən taxtaya ayrılıb hamar daranır, arxadan ya tökülür ya da tora yığılırdı. Alına düşən tel saç düzümünü canlı göstərirdi. 1820 – ci illərdə



köynəyin üstünə qabaqdan düymələnən və arxadan da bağlanan yaxalar taxılmağa, uzun şalvarlar geyinilməyə başlanmışdır. Bu model 1800 – 1815 – ci illər arasında bütün Avropaya yayılmışdı. Bu paltonun önü kvadrat formasında və belə qədər, (arxada) quyruğu dizə qədərdir. Yaxalıqlar əvvəllər dik tutulur, qolların üstü və çiyinlər doldurulurdu. Rəsmi dövətlərdə öndə qısa, öndən arxaya doğru düşən uzun şalvarlar, o vaxtın dəbli kişisi olaraq tanınan “Beau Brummel” tərəfindən geyinilmişdi. Bu şalvarlar əvvəllər dar olmuş, biləyin üstündə düymələnirdi. Əsrin əvvəllərində kişilərdə aksesuar olaraq çəliklər, qalstuk və kəpənək formalı qalstuklar dəb idi. Əvvəllər Napoleon şlyapası, daha sonralar silindir formalı şlyapalar istifadə edilməyə başlanmışdır. Gündəlik kostyuma silindir, mərasim kostyumuna isə üçbucaq formalı əlavə edilirdi.

Napoleonun süqutu ilə dəb ağ rəng ilə vidalaşır. Ağ rəngli paltarlar artıq dəbdən düşür və ağ rəng geyinənləri “köhnə dəblə geyinən” adlandırırdılar. Dəbdə yenə də ciddilik hökm sürürdü. Fransız inqilabı dövrü kişi dəbinə təsir etmiş, kostyumlar sadələşmişdi. Dəbdə olan pariklər, saçın pudralanması, üçbucaq formalı şlyapalar və s. dəbdən düşməyə başlamışdı. Artıq məxmər və naxışlı ipək parçalardan istifadə edilmirdi. Bunun əvəzinə sadə şal və yun parçalar işlənirdi. Kişi geyimlərində qara rəngdən başqa yaşıl, göy, qəhvəyi, boz rənglərdən də istifadə olunurdu. Sadə və ideal kişi geyimi “dendi” adlanırdı. İngiltərə dənizmin mərkəzi olmuş, daha sonra isə bu cərəyan Avropaya yayılmışdır. Sadə olmasına baxmayaraq, dendi geyimi çox bahalı idi. Bu geyimdə korsetdən də istifadə olunurdu. Geyim sadələşdiyinə görə yeganə gözə çarpan element qalstuk idi. Bu səbəbdən qalstuka tələbat artırdı. Səliqəli kişi gündə bir neçə dəfə paltarını dəyişməli və köynəyi tərtəmiz olmalı idi. Qadın geyimləri isə ampir dövrünün davamı kimi inkişaf edirdi. Romatizm dövründə müxtəlif tarixi dövrlərə qarşı maraq var idi. Fransa və İngiltərə yenə də modanın hegemonu hesab edilirdi. Kişi kostyumları əvvəlki dövrdə olduğu kimi ciddi və sadə idi, frank yenə də hakim mövqeyini qoruyurdu. Uzun şalvar, ipək və ya məxmərdən olan rəngli jilet, qalstuk əlavə edilirdi. Qalstuk səliqəli bağlanmalı idi. Üst geyimi olan palto gündəlik geyimə çevrilirdi. Paltonu artıq cavan oğlanlar da geyinməyə başlamışdı. Dəbdə olan şalvarın ayağı qövsvari kəsində olurdu. Dendilərin şalvarları ağ və ya açıq

rəngdə, jileti damalı və ya güllü, yaxalıq isə sərt və dik formada olurdu. Astar geyimin ahənginə uyğun seçilirdi. Lakin romantizmin sonunda yaxalıq indiki formanı almağa başlayır, öndən qalstuk taxılırdı. Qalstuklarda axşamlar ağ, gündüzlər qara rəngə üstünlük verilirdi. Romatiklər qara qalstuku daha çox bəyəndilər. Bu dövrdə qadın geyimi kişi geyimindən daha çox dəyişikliyə məruz qalmış, geyimlərin bütün silueti dəyişmişdi. Tuman bir az qısalmış və paltarın gövdəsi bədənə kip otururdu. Bu dövrdə köynək meydana gəldi və qadınların zahiri görkəmi müxtəlifləşdi. Korsetdən yenə də istifadə olunurdu. Qollar çiyindən dirsəyə, dirsəkdən də biləyə doğru genişləndirirdi. Dekolteyə artıq çiyinlər də görünməyə başladı. Dekolte başın formasının gözəgəlimli olmasını tələb edirdi

1830 – cu illərdə paltarların qolları və bədəni nisbətən daraldı və dekolte aradan qalxdı. Tuman qısalır və çoxlu quçurlarla bəzədilirdi. Həmin dövrün axırlarında güllü və yüngül parçalar məxmər və kətan parçaları sıradan çıxardı. 1829 – cu ildə Parisə yeni gələn mühəndis Timonye tikiş maşını ixtira edir və bu səbəbdən dəb böyük dəyişikliyə məruz qalır. II Rokoko dövründən başlayaraq Çarlz Frederik Vaun yaratdığı “krinolin”lər dəb olmağa başlayır və 1850 – ci ildə ən yüksək inkişaf mərhələsinə çatır. Krinolin zəngəbənzər büzməli tumandır və altdan üt-üstə geyinilmiş alt tumanlar vasitəsilə formaya salınır, yumşaq materialı olan parçalardan tikilirdi. 1856 – cı ilə qədər alt tumanlar geyinilirdi. 1859 – cu ildə süni krinolin meydana gəldikdən sonra buna ehtiyac qalmadı. Artıq 1867 – ci ildə insanlar krinolin geyinməkdən imtina etməyə başladılar. Paltarın kip bədənə oturan forması və enişli çiyinləri dəbdə hələ də romantizm üslubunun davam etdiyini göstərirdi. 1870 – 1890 – cı illərin modası böyük şəhərlər modası idi. Əvvəlki dövrlərə görə kişi kostyumları formasına görə dəyişməyib. Dəyişən yalnız kiçik detallar və materiallardır. Bugün də dəbdə olan kişi geyim dəsti – şalvar, jilet və pencək 1875 – ci ildən geyinilməyə başlanmışdır. Bu dövrdə qadın geyimlərində ciddi dəyişikliklər olmuş və indiki geyimin əsası qoyulmuşdur. Qadın geyimi kişi geyiminə bənzəməyə başlamışdır. Həmin dövrdə İngiltərədə yeni bir moda cərəyanı yayılmağa başlayır. Bu cərəyanın aparıcı şəxsləri artıq dəbdə tarixi üslublarla bağlı hər şeyi rədd edirdilər. Nəticədə bədənə kip oturan “kollan” adlı kostyumlar meydana gəldi. Bu dövrdə müxtəlif formalı ətiklər də dəbdə idi.

Məxmər, qızıl, gümüş parçalarla yanaşı kəşmir parçalardan da geniş istifadə edilirdi. Arxada hələ də geniş şleyf bütün qırçınlar boyunca parçanın axarını göstərirdi. Yüksək rütbəli şəxslərin xanımlarının geyimində əmək şleyfin uzunluğuna qədər davam edirdi və əlavə qırçınlar, büzmələr və lentlərlə bəzədilirdi. 80 – ci illərin axırlarında paltarlar iki müxtəlif rənglə tikilir və daha çox bəzədilirdi. Tumanın əyəyi öndən qısaldılır, arxadan isə şleyf uzadılırdı. Dar qol, aşağı enən çiyin, hündür daban ayaqqabılar qadının geyiminə zəriflik gətirmişdi. Kiçik şlyapalar və günəş çətirlərindən istifadə edilirdi.

Fransa dəbi 1900 – cü ilə ümumdünya sərgisində birinci yeri tutmuşdu. XIX əsrdə dəbdə iki cərəyan yaranmışdı: idman stilinə meyilli və dekorasiyası zahiri görkəmi ilə maraqlandıran.

XIX əsrin axırında modada yeni geyim növü olan günəşəbənzər tumanlar, dilim kimi qol meydana gəldi. İdman və mərasim geyimini birləşdirən modern üslub yarandı. 1900 – cü illərdə Şərqi rəngarəngliyi Paris dəbini ələ alır.

## 2.2. XIX əsrlərdə Azərbaycan geyimləri və xüsusiyyətləri

Çar Rusiyasının XIX əsri əvvəllərində Şimali Azərbaycanı işğal etməsi, onun siyasi müstəqilliyini əlindən alsa da, ölkənin natural təsərrüfat qapalılığı və feodal özbaşınalığına son qoymuşdu. Ölkəmizin Ümumrusiya bazarına qoşulması və bu iqtisadi sistemin tərkib hissəsinə çevrilməsi burada əmtəə istehsalı və mal dövriyyəsinin artmasına, ticarət – iqtisadi əlaqələrin inkişafına səbəb olmuşdu.

Maddi mədəniyyətin digər sahələri kimi, geyimlər də sosial – iqtisadi həyat şəraiti ilə üzvi surətdə bağlı olub xalqın əmək fəaliyyətinin, onun təsərrüfat – istehsal məşğuliyyətinin xarakterini, bədii estetik zövqünü, cəmiyyətin ictimai qrupları arasındakı sosial – zümrə fərqlərini aydın özündə əks etdirir. Geyim mədəniyyətinin səciyyəsi baxımından bu dövr hər şeydən əvvəl, tarix səhnəsinə burjuaziya və proletariatlardan ibarət yeni sinfi təbəqələri çıxarmışdı. Qeyd etmək lazımdır ki, geyim mədəniyyətinin inkişafında yeni yaranmaqda olan milli burjuaziyanın xüsusi rolu olmuşdur. Feodal geyim və bəzək ənənələrini davam etdirən milli burjuaziya özünün mövcud geyim dəbini tezliklə çıxarıb Avropa geyimi ilə əvəz etməmişdi. Məhz bu səbəbdən də milli geyim ilə Avropa geyimi arasındakı üstü örtülü mübarizə XX əsrin əvvəllərində kəskin şəkildə davam etmişdir. Lakin burjua saraylarındakı bərqərar olmuş labüd dəblər tədricən milli libasları çıxarmağı və Avropa geyim dəbini qəbul etməyi təkidlə tələb edirdi.

Əvvəllər olduğu kimi, XIX əsrdə də geyim dəbi xalqın mənəvi həyatı ilə üzvi surətdə bağlı olmaq ənənələrini qoruyub saxlayırdı. (şək. 3) Bu cəhət özünü bayram və mərasim geyimlərində daha aydın büruzə verirdi. Bütün bunlarla yanaşı milli geyim mədəniyyəti özünə məxsus xüsusiyyətlərə də malik olmuşdur. Belə ki, XIX əsr Azərbaycan geyim dəstlərində əhalinin müxtəlif zümrə və ictimai qruplarına aid olan peşə mənsubiyyəti öz əksini tapmışdır.

XIX əsrin geyim dəblərində o dövrün qəbul olunmuş etik normalarına ciddi əməl olunduğu nəzərə çarpır. Məlum olduğu kimi, moda insanların daim təzələnen məişət və estetik etiyalarına müvafiq olaraq məişət əşyalarının, o cümlədən geyim formalarının qısa müddətli zahiri dəyişməsindən ibarətdir. Geyim dəbləri sahəsində

zövqlərin dəyişkənlik tezliyi isə hər bir tarixi dövrün həyat səviyyəsi ilə ölçülür. Bu mənada XIX əsrin sonu və XX əsrin əvvəllərində Azərbaycanda sənaye istehsalının inkişaf etməsi təkcə həyat tərzini deyil, habelə fabrik üsulu ilə hazırlanan geyim materiallarının növü və keyfiyyətinə də əsaslı təsir göstərmişdir. XIX əsrin geyim formaları biçim üsuluna və formalarının keyfiyyətinə əsaslı təsir göstərmişdi.

XIX əsrin geyim formaları biçim üsuluna və tikiş texnikasına görə, özündən əvvəlki tarixi dövrlərdə təşəkkül tapmış geyim növlərinin məntiqi davamı olsada yeni dövrün tələblərinə məruz qalmışdır. Bu cəhət özünü daha çox şəhər – kübar geyimlərdə və peşə geyimlərində təzahür etdirirdi. Xüsusilə əmək bölgüsünün artması müxtəlif növ peşə geyimlərinin yaranmasını şərtləndirmişdir. Cəmiyyətdə peşə, zümrə fərqlərinin artması onların libasında da özünü göstərirdi. XIX əsrdə Azərbaycan geyimlərində baş verən dəyişikliklərdən biri də hərbi geyimin və onunla bağlı olan əsləhə növlərinin gərəksizləşməsi, aradan çıxması olmuşdur.

XIX əsrin ortalarında Azərbaycana Rusiya, İran, Avropa ölkələrindən gətirilən parçalar yerli istehsalı üstələməyə başlayır. H.Z.Tağıyevin pambıq parça materialına yüksək tələbatın artdığını nəzərə alaraq 1901 – ci ildə Bakıda pambıq parça istehsal edən fabrik açılır.

Qadın geyimləri tipoloji cəhətdən ümumazərbaycan səciyyəsi daşıyırdı. Geyimlər rəngarəngliyi, kəsimi və tikiş üslubunun mürəkkəbliyi, eləcə də forma və növlərinin müxtəlifliyi ilə seçilirdi. Köynəklərdə qız və gəlin köynəkləri göz oxşayan əlvan rənglərdən, qadınlarda tünd, qocalarda isə qara rənglərdən istifadə edirdilər. Qadın tumanları - ətəklər 3 növdə tikilirdi: alt tumanı, orta tuman, üst tumanı. Bəzən hava soyuq olduqda 2, 5 hətta 8 tuman - ətək üst – üstə geyinilirdi.

Azərbaycanda kapitalizmin sürətli inkişafı ilə əlaqədar olaraq artıq XIX əsrin II yarısından Avropa geyimlərinin xalq arasında yayılması, qadın geyimləri içərisində “don” adlanan geyim növü meydana gəlmişdir. Don dedikdə “bütöv bədənli qadın donu”ndan bəhs edilir. Uzun ətək və qısa ətək qadın donlarının üç müxtəlif forması mövcuddur: gövdəli, kəmərçin və büzməli.

Qadın geyimləri gündəlik və bayramlıq hazırlanırdı. Hər iki geyim dəstində “döşlük” və “önlük” geyimi tamamlayırdı. ( şək. 4) Döşlük döşdən başlayaraq dizdən aşağıya qədər qadın libasının ön hissəsini təşkil edirdi. Önlükdə isə döş hissə

yox idi və qatmalar vasitəsilə belə bağlanırdı. Gündəlik paltarlarla geyinilən döşlük və önlük ucuz, toy və bayram paltarları ilə geyinilən döşlük və önlük isə bahalı parçalardan tikilirdi. Ətəyin qıraqlarına başqa rəng parçadan qırçınlı köbə qoyulurdu.

Beleliklə, XIX əsrin sonarı – XX əsrin əvvəllərinə aid Azərbaycan geyimlərinin tipoloji cəhətdən XVIII əsrin geyimlərindən bir o qədər də fərqlənir. Lakin bu dövrün geyimlərində müəyyən təkmilləşmə prosesi nəzərə çarpır. Bu dövrü geyimləri XX yüzillərin 50–ci illərindən başlayaraq elmi ədəbiyyatda müəyyən qədər işıqlandırılmışdır. Azərbaycan Dövlət Tarix Muzeyində, Azərbaycan Dövlət İncəsənət Muzeyində, həmçinin, respublikanın digər şəhər və rayonlarında yaradılmış tarix – diyarşünaslıq muzeylərində bu dövrə aid kifayət qədər faktik material, milli geyim nümunələri toplanmışdır. Onların bir qismi “Azərbaycan milli geyimləri” adı altında nəfis albom halında nəşr olunmuşdur.

### 2.3. XX əsrin I yarısında dünya moda aləminin mənzərəsi

XX əsrin əvvəllərində modanın keçirdiyi təkamül ictimaiyyətdə günümüzdə uyğun istiqamətlərə bölünməklə yanaşı, müxtəlifliyin artmasına, sosial qruplar arasındakı qarışıq münasibətlərin yaranmasına və fərqli sosial qruplar arasındakı əlaqələrin daha da genişlənməsinə gətirib çıxarmışdı. Labüd tərzdəki dəyişikliklər, fərqli təbəqələrdəki şəxslərə sürətlə ötürülürdü. Bu prosesdə üst təbəqədəki insanlar model olaraq mühüm əhəmiyyət kəsb etmişdir.

Cəmiyyətdəki sosial təbəqələr içində və arasında olan bu bölünmə modanın 3 müxtəlif kateqoriyada inkişaf etməsinə gətirib çıxardı: dəbdəbəli moda dizaynı, dəb sənayesi və küçə tərz. Bu 3 kateqoriya bir – birilə incə əlaqə ilə bağlı idi. Küçə tərzinin dəbdəbəli moda dizaynları üzərində, digər ikisinin isə moda sənayesinin üzərində bəzi təsirləri var. Bu 3 kateqoriya arasındakı mühüm bağlılıq müxtəlif moda tədbirləri və onların müştərilər ilə olan münasibətlərinə istinad edirdi. Dünyanın hal – hazırda qəbul olunmuş əsas moda mərkəzləri olan Paris, Nyu York və London müxtəlif cəhətlərdən mühüm əhəmiyyət kəsb edirdi. Bir çoxu Nyu York dizaynerlərinin spesifik həyat təzlərini göstərən, real və ya fantastik geyimlər hazırlamaqda usta idilər. Londondakı dizaynerlər isə gənclərlə yaxın əlaqədədir, moda üslubuna təsir göstərən müxtəlif məşhur mədəniyyətlərdəki yaradıcılara daha yaxın olmalarına baxmayaraq, onlara qazanc gətirməyən, çox çirkin, zövqsüz və təcrübədən keçirilməyən layihələrdən ibarət olan bir mühit daha yaxın idi.

Moda mənbələri, cərəyanları tarix boyunca dəyişikliklərdən keçmiş, bir çox hadisədən təsirlənmişdir. Və nəticədə də mürəkkəb bir hal almağa başlamışdır. Tarixi bazada modanın keçmişinə nəzər salsaq, bu dəyişiklikləri və təsirləri daha yaxşı görə bilərik.

1920 – ci illər... tüfeyli həyat tərz, bolluq və biganə davranışlar üstünlük təşkil edirdi...

I Dünya müharibəsinin başa çatması ilə insanlar daha müstəqil olmaq və əylənmək istəyirdi. Bu dövrdə 1800 – cü illərin ortalarında geyinilən geyimlər kişilərin gündəlik geyimlərindən ibarət idi.

Qadınların geyim üslubu isə müstəqillik hərəkətdən olduqca təsirlənmişdi. Çünki, Qərbdə qadınlar bərabərlik və siyasi hüquqlar üçün mübarizə aparırdı. Bu müharibə ən "zərif" ifadəsini qadınların xarici görünüşündə və geyimlərində tapmışdı. Buruq və hörmə saçları qısa və rahat kəsiqlər əvəzlənmişdi. Dəbdəbə, qabarıq geyimlərdən çox sadəlik və rahatlıq ön plandaydı... Geyimlər ilə yanaşı duruş, fiqura, saç və kosmetika sektoru da inkişaf etdi. Film sənayesi və artistlərin də bu inkişafa mühüm təsirləri var idi. Kişilərdə rəsmi gecə geyimlərini xatırladan manto tipli geyimlər dəbdəbə idi və şapkalara onlara xüsusi bir zəriflik qatırdı. Smokinin populyarlığı yavaş – yavaş artsa da, hələ tam olaraq qəbul olunmamışdı. Rəsmi gecə geyimləri ilə qara dəri ayaqqabılar geyilirdi.

Dizdən bağlı olan şalvarlar “knickerbockers” (sonralar “knickers” şəklində qısaltıldı) zövqlü kişilərin dəbdəbəli geyimi idi. Paltolarda böyük yamalı ciblər, kəmərlər, tək düymə və daha çox apoletə üstünlük verilirdi. Kişilərin ayaqqabıları isə “knickers”lər ilə uyğunluq təşkil edirdi. 1925 – ci ildə bol şalvarlar dəbə düşdü. Moda kişilərin geyimlərinə 30 ilə yaxın təsir etdi.

Qadınlar 20 – ci illərin əvvəllərində daha çox bol və bəldən olan geyimlərə üstünlük verirdi. Geyimlər zaman keçdikcə ombaya qədər enməyinə baxmayaraq, bol geyimlər bir müddət daha varlığını davam etdirdi. Kişilərdə isə jazz geyimi çox sürətlə dəbə minir, və həmin sürətlə də aradan qalxmışdı. Bu modada pencəklər uzun və sıx belli, uzun arxa yırtmaçlı idi. Düymələr çox sıx tikili idi. Tvit geyimlər elə həmin illərdə populyarlıq qazandı. Qabarıq, toxunma yunlu parça mənasını daşıyırdı. Daha sonra bu termin evdə hörülən yunlar üçün istifadə edilirdi.

20 – ci illər eyni zamanda düymənin ili oldu. 1893 – cü ildə patentləşdirilən zəncirbənd isə 30 – cu illərə qədər geniş yayılmamışdır. 1925 – ci ildə belsiz geyimlər yarandı, müstəqillik müharibəsində ətəklərindən imtina etməyən qadınlar, dizdən bir qədər uzun qat – qat ətəklərə böyük rəğbət göstərdilər. Ancaq 1928 – ci ildə üslubun təkrar dəyişməsi ilə geyimlər, paltarlar bədənə oturmağa başladı. Ən çox istifadə olunan toxunma materialı pambıq və yun oldu, yüksək keyfiyyətinə görə ipəyə üstünlük verilsə də, məbləğinin yüksək olması məhdud səviyyədə qaldı. Bu dövrün ortalarında süni ipək yarandı və təbii ipəyin əvəzinə istifadə olunmaya başlandı.



Qadın modasının (haute couture) mərkəzi hal – hazırda da Parisdir. Ancaq kişilərin geyimləri Londondan təsirlənirdi. Fransadakı modelyerlər yenilikləri asanlıqla qəbul etmədiyinə görə, bütün kişi moda jurnalları Londondakı stil və trendlərdən ibarət idi. Bu dövrdə kişilərin digər populyar geyimi fanila idi. Fanila yun geyim mənasını daşıyır. Fanila orijinal olmaqla yanaşı, ağır, rahat, yumşaq, yüngül gecə geyimi idi. Boz populyar rəngdir və boz fanila şalvarlara da “grayers” deyilirdi. Digər moda olan rənglər ağ, bej və zolaqlı modellər idi. Fanila şalvarlar ənənəvi olaraq ilıq havalarda geyilirdi. Gənclər də bütün gün fanila şalvarlar və yaxalıqlarla gəzirdi.

Geyim sənayesi bəlkə də sadə üslublar ilə 1920 – ci illərdə daha da inkişaf etdi. İstehsal olunan geyimlər hər bir təbəqəyə uyğunlaşdırılmağa çalışılsa da, yenə də münasib qiymətlərdə olan geyimlərə üstünlük verilirdi. 1922 – ci illərdə ölkələrin ilk outdoor alış – veriş mərkəzi olan “The Country Club” Kansas City, Kansas’da açıldı. Bugün hal – hazırda da fəaliyyətini davam etdirir.

1930 – cu illər... Hazır geyimə rəğbət azalır... 24 Oktyabr 1929 – cu ildə baş verən böyük Wall Street Böhranı modaya öz mənfi təsirini göstərdi. Bu böhranın səbəbi pul siyasətindəki yetərsizlik nəticəsində pulun dəyərinin kəskin surətdə aşağı düşməsi idi və 1932 – ci ilin sonuna qədər geniş yayılan bankların müflisləşməsi və eyni zamanda Amerikan Federal Rezerv Bankının pul fondundakı azalmanın qarşısının ala bilməməsi böhranın böyüməyində mühüm rol oynadı. Bu böhrandan sonra təqribən 8 milyon insanın işsiz qalması ilə geyimə ayrılan büdcə də aradan qalxmış oldu. Geyim sənayesi büdcənin daralmağına gətirib çıxardı. Qadınlarda tikiş tikməyində böyük artım oldu. Çünki, yenisi alınmazdan əvvəl bərpa edilir, yamalanırdı. Hazır geyimə rəğbət azaldı və üslublarda mənfi dəyişikliklər yarandı. Qadın modasında 20 – ci illərdəki ağır kişi görüntüsünü daha yumşaq, qadın cizgiləri əvəzlədi. Geyimlərin topuqlara qədər enməsi ilə yanaşı, yaxalar da çiyənə qədər endi. Yüksək belin təkrar üstünlük qazanması ilə birgə bellər daha incə, ombalar daha kiçik görünməyə başladı. Ətəklərdə detallara daha çox diqqət edildi. Qadınlarda zərafəti, incəliyi ön plana çıxaran geyimlər moda olduğu halda, kişilərdə isə geyimlər insan gövdəsini daha iri göstərməyi qarşısına məqsəd qoymuşdu. Çiyinlər vatka ilə qaldırılır, geyimin qolları da biləklərə doğru daralırdı. Double –

breasted geyimlərə tələbin artması müasir iş geyimlərinin meydana çıxacağına müjdəçisi oldu. Geniş çiyinli, yırtmacsız pencəkləri bol kəsikli, uzun şalvarlar tamamlayırdı. Bu geyimlər boz, qara, mavi və tünd mavi olurdu.

Qadınlar xəzin bütün növlərini səhər – axşam istifadə etməyə başladı. Xəz şallar, adi şallar, paltolar, müxtəlif aksesuarlar qadın geyimlərini bəzədi. Şapkalarda həndəfi fiqurlar istifadə olunmağa başladı, beretin əvəzinə cloche şapkalara üstünlük verildi, bu dövrün sonlarına doğru da hicab meydana çıxdı. Ayaqqabıda isə barmaq və topuğu göstərən modellər, rəqs ayaqqabıları, ev ayaqqabıları, biləkdən bağlı, toqqalı modellər, çantada da isə muncuqlu dizaynlər moda oldu. 30 – cu illərin sonlarında da dəridən istifadə olunmağa başladı. Bütün bu incəlik və zərafətin müqabilində, idman geyimləri isə kişilərə xas bir abu – hava yaratdı. İdman geyimləri, dəri pencəklər moda oldu. 1935 – ci ildə Nazir Rooseveltin yeni anlaşmasının nəticəsi olaraq təkrar firavanlıq geri qayıtmış oldu. The rebounding iqtisadiyyat, iş geyimləri üçün yeni dizayn nəzərdə tuturdu. Bu, həmin geyimlərdən istifadə edən iş adamlarının statusunu mükəmmələşdirmək üçün idi. Vatkalar çiyin uclarını bir istiqamətdə göstərirdi və əlavə parça qoldakı boşluğu doldurur, çiyin bölgəsində bir pərdə (drape) yaradırdı. Bu detalına görə, bu dəst “London drape” və ya “drape cut” olaraq bilinirdi. Bu yeni geyimin fərqli versiyaları daha sonra yarandı. Onlarda 4 əvəzinə 6 düymə, düymələrə doğru əyri yaxa və daha uzun kənarlar var idi. Onların moda olmağında Clark Gable, Cary Grant kimi bir neçə Hollywood ulduzunun filmlərində bu geyimlərdən istifadə etməyinin böyük rolu olmuşdur. Həmin andan sonra orta Amerikada bu geyim populyarlıq qazandı.

Məşhur “Palm Beach” geyimlərinin dizayn edilməyi də 1930 – cu illərə söykənir. Bu geyimlərin tikilməyində Gabardindən istifadə edilmişdir. Onlar çox sürətlə Amerikanın mükəmmələ bərabər və Wall Street İş adamları arasında isti günlər üçün üstünlük verilən yay geyiminə çevrildi. Elə həmin vaxtlarda blazers (Çalvarı müxtəlif parçadan, parlaq düyməli bir növ pencək) populyarlıq qazandı. Bu geyimlər 19-cu əsrin son zamanlarında İngilis universitet tələbələri tərəfindən kriket, tennis oynayarkən, geyilərkən, onun Amerikan versiyası isə mavi, yaşıl, tütün qəhvərengi, krem rənglərindən ibarət idi. Bu dövrdə zərərverici maddə ehtiva

etməyən, yuyula bilən və asanlıqla daşınan parçalar yarandı. Günümüzdə də qadınların əvəzsiz aksesuarlarından hesab olunan neylon çorablar, 1935 – ci ildə istifadə edildikdən sonra istehsal olunmağa start verildi. Bu dövrə qədər düymədən ilk öncə ayaqqabıda istifadə olundu. Sonra isə geyim parçalarını qapamaq məqsədilə istifadə olunmağa başlayaraq populyarlıq qazandı.

30 – cu illərdəki kişi modasında gangster təsirindən bəhs etmədən bu mövzuyu müzakirə etmək əskiklik olar. Gangsterlər oğru hesab olunaraq alçadılarkən, ziddiyyət təşkil edən geyimlərinə görə “iş adamı” imicini əks etdirirdi. Ancaq səciyyəvi iş rənglərini və üslublarını seçmir və hər detallı çox uc nöqtələrdə istifadə edirdilər. Sonralar gangster üslubuna oxşar geyimləri ilə diqqət çəkdiyinə görə və istəklərə əsasən Nyu Yorklu modelyerlər “Broadway” dəstini yaratmaq məcburiyyətində qaldılar. 1931 – ci ildə isə kişilər üçün moda jurnalı olaraq “Apparel Arts” nəşr edilməyə başladı. Daha sonra bu orta təbəqə Amerikalı kişilərin moda qayda və inkişafını ehtiva edən jurnala çevrildi. Bu on ildə müxtəlif təbəqələr üçün geyim istehsalını dəstəkləyənlərin sayı çoxaldı və bunun nəticəsidir ki, qadınlar günümüzdə yaxşı kəsilən, yaxşı tikilən geyimləri əldə etdilər.

## 2.4. II Dünya müharibəsindən sonrakı dövrün moda mənzərəsi

II Dünya müharibəsi, dünya modasını sonsuza qədər dəyişdirmişdi. Almaniya moda nəzarətini ələ keçirməyə başladı. Fransa moda evlərini Berlinə daşıyaraq Berlinin, dünyanın moda mərkəzi olmağını istəyirdi.

Müharibədən əvvəl Nyu–York modelyerləri Atlantik okeanının ətrafına gəzintilər təşkil edərək, hər il Fransadakı nəzərəçarpan və zəngin moda şoularında iştirak edir, geriyyə qayıtdıqda isə Parisdəki modanı kopyalayırtdılar. Birləşmiş Millətlər Paris'dən uzaqlaşmağa başladığıda, yeni moda yaratmaq təşəbbüskarlığına başladılar və əsasən idman geyiminə üstünlük verdilər. Bunun nəticəsi olaraq da dünyanın idman geyim mərkəzinə çevrildilər. 1941 – ci ildə hökumət bütün təbii parça anbarlarını müsadirə etdi. Süni ipək parça sənayesi sürətlə yayılmaya başladı və neylon corablar aradan qalxdı.

8 Mart 1942 – ci ildə US Government War Production Board geyimin hər görünüşündə nizam-intizam yaratdı və təbii ip istifadəsinə məhdudiyət qoydu. Mülkü geyimdə istifadə olunan yun tədarüki, hərbi ehtiyacı ödəmək üçün 204.000 tondan 136.000 tona endirildi. Bütün ölkələrdə həyata keçirilən istehsallar süni iplə hazırlanmağa başladı. Bunlardan ən çox istifadə olunanlar arasında xüsusilə viskoz və süni ipək başlıca yer tuturdu. Ancaq, buna baxmayaraq onlar yaxşı əvəzedici deyildi, çünki isti saxlamır və elastikliyi demək olar ki yox dərəcəsində idi.

Amerikan dizaynerlərinin liderlik etdiyi idman geyim modası ilk dəfə lisey şəhərciklərində dəbə mindi və cəmiyyətin hər təbəqəsi və hər yaş qrupu ilə uyğunlaşdırıldı. 25 Avqust 1944 – cü ildə nəhayət Almaniyanın Parisi işğal etməsi ilə dünya moda səhnəsinə təkrar çıxan Fransadakı 53 modelyer birləşərək müxtəlif yerlərdə sərgi təşkil etdilər. Müharibənin sonunda məcbur geyilən köhnə, yamanmış geyimlərdən tənqə gələn qadınlar dəyişiklikliyə hazır idilər və bununla da moda yumşaq, dişi və romantik abu – havaya büründü.

Bu dövrdə ön planda olan detallar isə ətəyin kənarlarında, yaxalarda, bellərdə birləşik və a – line ətəklər, köynəklər, büstqalter və kəmərlər olaraq 2 hissəyə bölünən

korset və təkrar meydana çıxan neylon corablar üstünlük təşkil edirdi. Təbii ki, müharibə başa çatdıqdan sonra mənfi təsirlər sadəcə qadın modasında görülmədi, kişi modası da bundan olduqca təsirləndi. Üslublar tam kəsik və uzundan ibarət idi. Bu dəyişiklikliyin bir səbəbi də müharibə vaxtı qıtlığa qarşı əks reaksiya idi. Uzun paltolar və tam kəsik şalvarlar bolluğun və dəbdəbənin nişanəsi olaraq görülürdü. Bu geyimlərdə dəbdəbədən tutmuş, sadəliyə qədər bütün rənglər var idi. Əl boyaması qalstuklarda da dəbdə idi. Hündür binalar, eqzotik ağaclar, limuzinlər, rodeo (amerikan oyunu) ilə məşğul olanlar, günəşin batışı və bəzən də pin – up qızları qalstukların üzərində görülən formalar idi.

II Dünya Müharibəsindən sonra Parisin yüksək modadakı gücünü geri qazanması ilə Amerikan dizaynerləri idman geyim sahəsində operativlik, etibarlılıq və hörmət qazandılar. Müharibədən sonra modada ən böyük dəyişikliklərdən biri də kişi modasının gündəlik köynəklərlə uyğunlaşması oldu. Hawaii və ya Carisca köynəkləri 1946 – 47 – ci illərdə ilk dəfə Kaliforniya və Florida çimərliklərində geyildi. Bu köynəklər parlaq rənglərdən hazırlanırdı və üzərində meyvə, çiçək, alov, qadın, dəniz rəsmləri var idi. Bu dövrün sonunda kişilər formalardan yorulmuşdu və yeni bir görünüş istəyirdi. Amerikan dizaynerləri dünyanın idman geyimi üzərindəki suverenliklərindən əl çəkildilər. Amerikanın idman geyimindəki trendlərini ilk öncə Avropa tətbiq etməyə başladı. Gənc insanlar tarixdə ilk dəfə modanın əsasını qoydular, yaşlılar da onları izləməyə başladı.

1950 – ci illərdəki kişilərin geyim alışı tezlikləri bir – birləri arasında fərqlilik göstərirdi. Orta təbəqəyə mənsub olanlar, işləyənlərlə müqayisə edildikdə, daha tez – tez dəst geyim alırdı. Bu hadisə 1988 – ci illərə qədər baxmayaraq ki, bu dövrdə alınan geyimlər dəst kostyumlardan cins, idman köynəkləri, idman geyimlərinə keçid baş tutsa da davam etdi.

Ancaq 1973 – cü ildə işləyən kişilərin, orta kateqoriyalardakılarla müqayisə edildikdə daha çox cins, idman köynəyi, idman geyimləri kimi rahat geyimlərə üstünlük verdikləri görüldü. Bu idman geyimlərindən istifadə etmək, iş geyimlərini geyinməkdən daha çox postmodernist abu – havası yaradırdı.

Qadınlar 1950 – ci illərdə “Cigarette”adlandırılan dar şalvarlar, çiçək naxışlı dişli detalların üstünlük təşkil etdiyi ‘toplar, dar və qısa pencəklər geyinirdi. 1960 –

cı illərdə başlayan hazır geyim (prêt – a – porte) anlayışı, moda tarixi şüurunu podiumlara daşımağa başladı. Modaya təsir göstərən mühüm cərəyanlar, arxivlərin tədqiq olunması vasitəsilə yenilənməsi nəticəsində yarandı. 1960 – cı illərdə mini etək ‘küçə tərzı’ mənimsənməyə başlandı.

Müharibədən sonrakı dövrdə kişi formaları, kişilərlə oxşar işlərdə çalışan qadınlar da görünməyə başladı. 1940 – cı illərdə daşımacılıq işində çalışan qadınlar kişilərlə eyni geyimləri geyirdi. Etəklər şalvarlarla yer dəyişdirdi, kişilərin geydiyini ilə oxşarlıq təşkil edən şalvar, qalstuk, şapkadən ibarət dəstlər hazırlandı. Ondan sonra dəmiryolu konduktorları, tibb bacıları və hava yolları stüardessaları işlərinin bir hissəsi olaraq uniseks formalar geyinməyə başladılar. 1978 – ci illərdəki kolleksiyalarda, fərqli bazar və daha az dəyişiklik üçün küçə punk geyimlərinin ağır elementləri – qara şalvarlar, zəncirli və çəngəlli, iynəli dəri pencəklər istifadə olunmağa başlandı.

Club həyatının və populyar musiqi təsirlərinin 1981 – ci illərdə görülməsi ilə geyimlərdə təkrar dəyişiklik yarandı. Amerika və Fransa’da, 1960 – cı ildən sonra qadınların adam başına geyim xərcləri kişilərlə müqayisə edildikdə, olduqca böyük artım göstərdi. 1990 – cı ildə Amerika qadınları kişilərin 2 qatı, 1984 – cü ildə Fransız qadınları kişilərdən 30% daha çox geyimlərə pul xərcləyirdi. Qadın və kişi arasındakı bu müxtəlifliyin psixoloji ölçüsü qadınların moda əsasında artım göstərən əsas kodlara kişilərdən daha asan uyğunlaşmaları şəklində açıqlanmaqdadır.

Qadınların postmodern modanın ehtiyaclarını yerinə yetirmə məsələsində üstünlük təşkil etmələri onların geyim vərdişlərinə də əks olunmaqdadır. Kişilərin geyim seçimi hal – hazırda da olduğu kimi o vaxtlarda da onların sosial pozisiyalarının açıqlanmasında faydalı olurdu. Kişilərin geyim vərdişləri sosial və sənayedən sonra yüksək zümrəni bildirən mədəni dəyişikliklərin bir barometri kimi idi. Sosial təbəqələr arasındakı iyerarxik əlaqələr iş yerində geyilən geyimlərə təsir göstərərəkən, iş yeri xaricində rahatlığa verilən üstünlüyün əhəmiyyəti getdikcə artmaqda və təbəqə kodlu geyimdən çox, yaş əsas tutan geyimlər kimi xarakterizə edilməkdəydi. Bütün bunların təsiri ilə Avropada və Amerikada geyim satışlarında

yaş çox mühüm faktora çevrildi. 1950 – ci illərlə ziddiyyət təşkil edən günümüzün modası gənclərin tərzinə istiqamətləndi.

Kişilərdə də geyim qadınlarda olduğu kimi çox mühüm dəyişikliklərdən keçmişdir. XIX əsrdə şapka, faktiki və ya müvəqqəti, sosial status mənasını daşdığı halda, XX əsrdə iş yerlərində geyilən geyimlər də şəxslərin şəxsiyyətləri haqqında məlumat verirdi. Cins və t – shirtlar, tamamilə bir – birindən fərqli mənalarda idi. Eyni zamanda bu dövrdə kişi geyiminin əsas elementi olan iş geyimi dövrü də beləcə başa çatdı və mənasında da məhdudiyət yarandı. Eyni zamanda müxtəlif geyim növləri aradan qalxsa da, qara dəri motosiklet pencyi kimi xatırlandığına görə güclü, neqativ xatırlatmalar, dominant mədəniyyətdə rəmzi şəkildə istifadə olunmağa başladı. Xaricən görüldükdə, daha geniş və daha qarışıq anlayış olan moda üçün 1978 – ci ildən sonrakı 10 illik dövr, 1950 – ci illərin mühərrik sənayesində, 1970 – ci illərin kompüterində olduğu kimi, əzmkar, nəticəyə aparan bir dövr olmuşdur. Ralph Lauren, Calvin Klein və Giorgio Armani kimi dizaynerlər 1970 – ci illərin ortalarında gözlənilməz sürətlə mühüm moda imperatorluğunu qurdular və əldə etdikləri gəlirlər sosial statuslarına öz töhfəsini verdi. XX əsrin sonlarında, qadın azadlığının simvolu hesab olunan qalstuklar və kişilərin XIX əsrdəki sosial statuslarından könüllü surətdə imtina etmələri, həmin vaxtlarda kimin, harada, nə geyindiindən asılı olmağa başladı.

Bütün bunlar reklamlarda, moda jurnallarında və filmlərdəki qadın azadlığının simvoluna çevrildi.

1980 – ci illərin əvvəllərində rəhbər vəzifə tutan qadınlar üçün əyri qalstuklar, çox güman ki, qadın gücünün simvoluna çevrilərək, olduqca populyarlaşdı. Bunun müqabilində tez – tez, çalışan qadınlar üçün hazırlanan qalstuklar (həm dövlət sektorunda (hərbi) həm özəl sektorda (hava yolları, dəmir yolları)) öz statusunu itirdi və qadının müxtəlif üslublarda bürokratik və iyerarxik strukturadakı gündəlik mənimsənilməsini əks etdirməyə başladı. Həmin vaxtlarda meydana çıxan supermodel və ya dizayner etiketi olan “cat walk” üslubu qısa müddətdə bütün sosial və coğrafi sahələrə qədər yayıldı. Bu mənada, modadakı dəyişikliklər XX əsrin sonlarında “lifestyle” və ya mədəni təcrübələrlə azaldı.

Modada sadəlik ön planda idi və bu sadəlik müxtəlif təbəqələr arasında qəbul olunduqdan sonra bəzi iqtisadi və sosial trendlərdə də öz əksini tapdı.

Simvolik müqavimətə qarşı alternativ geyimlər... Tarixdəki və qadın jurnallarındaki Victorian mədəniyyəti, əsasən yerli ideologiya üzərində təzyiqliq tətbiq edirdi, ancaq çox qəribədir ki, geyimdə də bir qərarlılıq var idi. Bunun bir səbəbi də geyimin, yazılı mədəniyyətin ziddinə olaraq, şifahi və yazılı olmayan mədəniyyətlərarası müxtəlifliklərə təzyiqliq göstərməyi idi. Bu fərqliliklər nəticəsində qadınlarda alternativ geyim üslubu yarandı. Bu üslubda kişilərlə ortaqlı istiqamətdə, göstərişli və dominant üsluba müqavimət göstərən bir geyim var idi. Bu üslub, eyni zamanda daha ucuz idi, istehsalı çətin deyildi və təbəqə fərqlini güdmürdü. Bu üslub sosial dəyişiklikləri, simvolların dəyişən strukturalar və sosial qaydalarla necə uyğunluqlı təşkil etdiyini təsvir edirdi. Bu üsluba daha çox feminist hərəkatı dəstəkləyən qadınlar tərəfindən üstünlük verilirdi. Ancaqlı İngiltərə'də qadınlardan səsvərmə hüququnu müdafiə edən qadınlardan hərəkatı “Women’s Social and Political Union” sərt bir şəkildə geyimlərdəki simvolik güc hesab olunan alternativ üslubu rədd etdi.

Rədd etmələrin səbəbi bu hüququ müdafiə edən qadınlardan dövlət sahəsini zəbt etməsi, siyasi iclaslara maneə törətməsi və bəzən də mülkiyyətə zərər verməsi idi. Bu hərəkatların sonunda qadının ictimaiyyətdəki yeri və nələr edəbiləcəyi göstərilmiş oldu.

XIX əsrlə müqayisə edildikdə, XX ci əsrin sonlarındakı geyimlərin daha qarışıqlı olduğunu görürük. XIX əsr geyimləri kateqoriya və təbəqələr arasındakı fərqlilikləri əsas götürürdü. Şəhər təbəqə kodlarını qəbul etmək və şərh etmək olduqca asan olmağına baxmayaraq regional kodlar yersiz görülürdü. XX əsrin sonlarında isə müxtəlif növlərdəki işlər üçün geyilən geyimlər ifşa olunmağına münasib idi. Kişilər arasında əsas fərqlilik kostyum geyinən və geyinməyənlər arasında yaranmışdı. Ancaqlı, küçə tərzi XIX əsrdəki üslubdan çox qarışıqlı idi. Rahat geyimlərin təsvir edilməyi peşə geyimləri ilə müqayisə edildikdə daha çətin dir, çünki onlar şəxsin özünü ifadə etməyində bir vasitədir və daha çox fərqlilik göstərir.

Qadınlarda XIX əsrdə şəxsiyyət təsirlərinin görüldüyü mədəniyyət normalarına uyğun geyim və fiziki görünüşdəki dəyişikliklər, moda



dəyişiklikliyindəki klassik modeli izlədi. Yuxarıda sadalananlar moda dizaynerləri tərəfindən təklif şəklində verildi, qabaqcıl əyləndiricilər tərəfindən populyarlaşdırıldı, yüksək təbəqədəki qadınlar və bu təbəqəyə daxil olmaq istəyənlər tərəfindən istifadə olundu. Fransada yaranan moda geyim, bu ölkədəki ənənəvi qadın modellərinin təzyiqi ilə istifadə olunmağa başlandı. Buna zidd olaraq, geyimdəki və fiziki görünüşdəki yüksək və orta təbəqə normalarındakı dəyişikliklər qadınların az bir hissəsində görüldü və dövlət sahəsində fərqli yerə qoyuldu.

XIX əsrdə dəbdən düşən geyimlər XX əsrdə nisbətən və ya tamamilə dominant üslub şəklində ortaya çıxdı. XIX əsrdə bəzi şeylərdən məhrum edilməyin başlıca səbəbləri arasında insanların sosial statusunun səviyyəsi və uyğunsuzluğu var idi. XX əsrin sonlarında isə bu səbəblər yerini yaş və bəzi hallarda da şəxslər arasındakı yarış faktoruna buraxdı. XIX əsrdə yaşayan qadınlar XX əsrdə yaşayanların azlığı, öz ünsiyyət tərzlərini moda vasitəsilə inkişaf etdirdilər. Nəticədə bu alternativ gündəlik stereotip və ya karikaturalar kimi moda tərəfindən mənimsəndi.

## **FƏSİL III. MODA MƏDƏNİYYƏTI VƏ ONUN MÜASİR HƏYATDA YERİ**

### **3.1 Moda mədəniyyəti və gündəlik həyat**

Geyimlər ictimai nəzarətin bir vasitəçisi olmaqla yanaşı, eyni zamanda təbəqələrarası münasibətləri də tənzimləyir. Geyimlər bizim bildiyimizdən də artıq dərin məna kəsb edir. Moda əyləncə sənayesinin bir ünsürü olaraq, güclü istiqamətləndiricidir. Moda ictimai güc tərəfindən təsdiqlənən şəxsiyyətlərin cəmiyyətdə nümayiş olunduğu bir sahədir. Fərdlər bu sahədə öz şəxsiyyətlərini seçmək müstəqiliyinə sahibmiş kimi görünür.

Moda ictimai müstəvidə bütün fərdlərə açıq bir dəniz kimidir və fərdlər bu yolla həm şəxsiyyətləri ilə uyğunluq təşkil edən üslubları təyin edə bilər, həm də geyim sənayesindəki istehsalçıların yaratdıqları üslubları mənimsəyə bilər və onları əldə edə bilər. Cəmiyyətdə bəyənən və həyat təzlərini əhatə edən ictimai strukturalar qarışıq mədəniyyət sistemləridir. Fərdlər, ictimaiyyətdə nümayiş olunan mədəni dəyərlərin mövcud təbəqə ilə uyğunluğunu yoxlayır, ictimai fərqlilik və mədəni kapital üçün mübarizə edirlər. Bütün bu mədəni təcrübələr uşaqlıq dövründən etibarən, ailə daxilində və təhsil dövrü ərzində qazanılır. Bu vəziyyət mövcud ictimai təbəqə strukturunun təkrar istehsal edilməyinə öz töhfəsini verir. Gender rolları əvvəlcədən öyrənilərək və mənimsənilərək ilk qəbul prosedurasından keçmişdir. Bu üslub ictimai strukturada üstünlük təşkil edən nüfuzlu, ən yüksək təbəqə olub, həlledici gücə də sahibdir.

Sinifli cəmiyyət strukturalarında üst təbəqənin rəğbət göstərdiyi geyim tamamilə digər təbəqələr tərəfindən istər ictimai struktura, istərsə də sahib olduğu mədəni təcrübələr cəhətdən mənimsənilməyə bilər. Fərdlər gündəlik həyatda sosial şəbəkələri genişlətməyə başladığıca və digər ictimai qruplarla əlaqə yaratmağa çalışdığıca yeni mədəniyyət formaları effektivlik əldə edə bilər və sürətlə qəbul oluna bilər.

Geyim əsasən təfəkkürün nə olduğu kimi başa düşülə bilər, geyim təfəkkürün simvollaşmış formasıdır. Estetik zövqlər, bəyənələr, iqtisadi vəziyyət, status, aid

olduğu təbəqə və ya yüksəlmək istədiyi təbəqəyə dair göstərişlər geyimin dilindədir. Moda kütləni bu yolla dərk edir, modanın ən böyük istinad nöqtəsi də kütlədir. Süni və fərdi dəyə iki hissəyə bölə biləcəyimiz nüfuzu əldə etmək vasitəsidir. Şəxsi nüfuzə sahib olmayan insanlar süni nüfuz əldə etmək üçün modadan istifadə edir. Eyni zamanda ictimaiyyətdəki fərdin tənhalığının aradan qaldırılma vasitəsi hesab olunan moda, fərqli olmağı qarşısına məqsəd qoyur, bənzər şəxslərlə arasındakı fərqləri də azaldan bir sahədir. Şəxsi nüfuz və sahib olduğu cəmiyyətdə status əldə etmək məqsədilə ictimai dəyişikliklərlə uyğunlaşmaq, təsdiqlənən davranış və formalarını hərəkətə gətirmək, cəmiyyətdə yer tutmaq üçün olduqca vacibdir. Statusun təkrar istehsal edilməyini və bu yolla zövqün daha da təkmilləşməsi yuxarı təbəqələrdəki şəxslərdə tez – tez rast gəlinən haldır. Xüsusilə, sistemlə uyğunlaşmaq üçün iqtisadi sistem dəyişdikcə, kapitalizm daha elastik və qazanc əldə etməyin fərqli yollarını axtardıqca, ön plandakı aktyorların da geyim tərzini dəyişir. Əsasən də, göz qabağında olan şəxslərin iş geyimləri belə, bu dəyişikliklərə məruz qalmışdır. Müdirlərin geyim tərzini artıq getdikcə dəbdəbəli – idman üslubunda və rahatdır, bu vəziyyət kapitalizmin əsas prinsipinin “imkan verin geyinsinlər” formasına çevrilmişdir.

Sosial inkişaf və iqtisadi böyümə bir – birinə bağlı olub, dəyişiklikliyin geniş təbəqələr arasında yayılmağında olduqca effektivdir. Çünki, dəyişikliyi təmin edən əsas ünsürlərdən biri də, iqtisadi inkişafı birgə, orta təbəqələşmədir. Modanın inkişafı da orta təbəqənin üst və alt cəhətdən nə qədər genişlədiyindən asılıdır. Moda son dövrdə, ictimai qruplar arasındakı münasibətlərin mürəkkəbləşməyinə səbəb olan, müxtəlif qrupların bir – birilə təmasına görə çeşidlənmişdir. Modaya uyğun tərzlərin yaranmağı və nümayiş olunması mərkəzləşmiş olsa da, daha sonralar fərqli qruplara yönəlmişdir. Bu prosesdə nümunə götürülən şəxslər üst təbəqənin göz qabağında olan fərdləridir. Qatı qaydalarla formalaşan təbəqə modası ilə uyğunluq təşkil etməsi, fərdin həmin təbəqəyə aid olduğunu və ya olmaq istədiyini göstərir. Ənənəvi təfəkkürdə geyim statusu təyin edərkən, müasir təfəkkürdə isə geyimlər aşağı və üst mədəniyyətin geyimlərini imitasiya edir. İqlim, ənənəvi strukturada xüsusilə geyim fərqliliklərini təyin edən bir ünsür ikən, müasir geyim təfəkküründə isə həlledici rol oynamırdı. Ənənəvi geyimdə tərz və üslublar

uzunmüddətli davamlılığını qoruyurdu, tərzlər günümüzdə moda ilə qısa müddətdə dəyişiklikliyə məruz qalmışdır. Geyimlərin hazırlanmağında əl əməyi ənənəvi təfəkkürdə ön planda olsa da, müasir geyim təfəkküründə hazır paltarlara istinad edən, partiya istehsalları meydana çıxmışdır. Moda ənənəvi geyim təfəkküründə əxlaq cəhətdən ictimaiyyətdəki etibarlı qaydaları əks etdirsə də, müasir təfəkkürdə isə yerini etirazçı tərzlərlə əvəzləmişdir.

Modanın paylaşım və yayılma sürətini dəyişdirən ən mühüm ünsürlərdən biri də, postmodernizmin obrazları ilə əhatə olunan elektron medianın tamaşaçı, istehlakçı üzərindəki cazibədar gücüdür.

Sənaye cəmiyyəti strukturundakı dəyişikliklər dəbdə olan geyimlərin, istehlak mallarının xüsusiyyətini və mənasını da dəyişdirmişdir. İstehlakçıya füsunkar görünmək üçün moda dizaynerləri müxtəlif cəhətlərdə strategiyanın istehsalına istiqamətləndirir. Müəyyən bir neçə ölkədəki dizaynerlər tərəfindən yaradılan lyuks dizayner modasının əksinə, sənaye modası, həm müxtəlif ölkələrdəki oxşar məhsullardan istifadə edən, yenə bənzər ictimai qrupları qarşısına məqsəd qoyan istehsalçıları, həm də iş sahəsini müəyyən ölkə və ya qitədə tutan firmaları təsvir etməkdədir. Burada əsas məqsəd, müəyyən tərz deyil, media mədəniyyətini yaradan obrazların kütlələrə yayıldığı, dünyada rəqabət gücü yüksək olan bir nişanə yaratmaqdır. İlk əvvəl reklamlar vasitəsi ilə bir dəyər yaradan sənaye modası, bir media mədəniyyəti forması olaraq özünü istehlakçıya cəzbedici göstərməyi qarşısına məqsəd qoyur. Digər bir növ oland küçə tərzləri isə, şəhərli alt – mədəniyyət tərəfindən yaradılan, qısa ömürlü moda və cərəyanlarıdır.

Hər bir təbəqənin dəyişiklikliyi və yayılma xüsusiyyətləri bir – birindən fərqli olsa da, bəzi dövrlərdə bir – birindən təsirlənir. Küçə tərzləri xüsusilə, bəzi dövrlərdə birbaşa yada bilvasitə olaraq görülə bilər. Ancaq, bu paylaşım cəmiyyətdəki uyğunluğun kənarına çıxan, bir üsyandan daha çox istehlak məqsədilə digər ictimai qruplarla qaynaşmaya istinad edir. Burada da seçilən nümunəvi şəxslər, media mədəniyyətindən və idman dünyasındandır.

İstər lyuks, istərsə də sənaye modası medianın istehsal etdiyi mədəniyyətlə sıx bağlıdır – kodlarını, məhsullarını, obrazlarını, temalarını və motivlərini bu qaynaqdan alır, buradan bəslənir. Geyim sənayesi və media mədəniyyəti bir – birinə

oxşayır, digər mədəni sahələrdən əldə etdiklərini müvafiq formata salaraq, təkrar emal edərək təqdim etməklə yanaşı, yeni mənalar yaradır.

Moda müntəzəm bir formada yeninin təkrarlanmasıdır və bir dəyər itkisidir. Bəzisi strateji metodlarla modaya uyğunlaşmaq, moda mahnılarını söyləmək, populyar şəxslərlə eyni hisləri yaşamaq və virtual mühitdə iştirak etmək, şəxsiyyətlərdən törəyən fərdlərin bir növ istehsalı olub, əslində bu, həyatın tək mənası kimi dərk olunan bir vəziyyətdir. Craneə görə, moda, populyarlaşmağın, populyar mədəniyyətin və kütləvi hal yaratmağın, kütlə mədəniyyətinin birləşdirici xüsusiyyətidir. İctimai təbəqələrdəki fərqli qruplara və müxtəlif həyat tərzlərinə istiqamətlənən istehlakçı modası qəbilələşməni təmin edir. İstehlakçı modası təbəqə modası ilə müqayisədə daha dəyişkəndir və ehtimal edilməsi daha çətindir. Moda hər şeydən məlumatlı olmağı lüzumlu edir, aydan aya ildən ilə nələrin etibarlı olduğunu bilib, təkrar emalı təmin edilir. Bu təkrar emal hər vətəndaş üçün bir vəzifədir, əgər bu həyata keçirilməzsə istehlak cəmiyyətinin həqiqi vətəndaşı ola bilməz. Ancaq bu hərəkətli və dövrü moda zövqü, fərdin öz varlığına o qədər də çox şey qatmır. Ancaq modanın dominant xüsusiyyətdə olması ya ictimai nailiyyət və qəbul ya da ki təcrid kimi qəbul edilməlidir.

Moda müəyyən ictimai qruplara səslənir, birilərinin şəxsiyyətini təsdiq edərkən, digərlərini təcrid edir və ictimai gündəliyi bu qaydada müəyyənləşdirir. Fərdlər bunu həyata keçirərkən, mühüm bir sahə hesab olunan ictimaiyyət yerini günümüzdə elektron media ilə əvəzləmişdir. İctimai sahəyə nəzarət mediaya yönəlmişdir və vizual təqdimat da burada həyata keçirilir. Gözəl və estetik olmayanın belə, gözəl və estetik olaraq qəbul olunması, modanın mükəmməl marketinqini onun tanıtma ünsürü kimi istifadəsindən qaynaqlanır. Müəyyən tiplərin yaradılması, adların dəyişdirilməsi, seçmə, yalan, təkrarlama, iddia, düşmənin müəyyənləşdirilməsi və nüfuza güvənmək kimi metodlar modanın tanıtılmağı üçün istifadə olunur. Kütlə, müasir dünyanın ən böyük nüfuzudur və təslimiyyət geyim yolu ilə həyata keçirilir. Üsyan edənlər və boyun əyənlər moda yolu ilə yoxlanıla bilər. Xüsusilə, fərdlərin moda nişanələrini dərk etmə formaları üsyan etmək və ya razılıq verməkdə effektivdir. Mədəni kodlamanı düzgün oxumaq

üçün müəyyən obrazların yaradılmağında məqsəd fərdlərdə istənilən reaksiyanı almaqdır.

Moda şəkillərinin necə dərk olunub oxunduğu və kodların necə deşifr edildiyini başa düşmək üçün media məzmunlarının korporativ şərhə yetərlidir. Media məhsullarının çox səsliliyi və cəmiyyətin müxtəlif təbəqələri üçün mənə kəsb edən temalarına görə çox mənalı bir vəziyyət mövcuddur. Alıcının etnik kökəni, ictimai təbəqəsi, yaşı və mətnin təbiiliyi kimi ünsürlər bu mənalandırmada olduqca effektivdir. Moda şəkillərində modelin istifadə olunmasında və geyimin özündə gizli mənalar tapıla bilər. Populyar şəxslərin və ya sənətçilərin üzərində gördüyümüz geyim əşyaları populyar mədəniyyətin formaları ilə öz mənasını tapır. Geyim əşyalarının mənaları açıq və ya qapalı ola bilər. Geyimlər səssiz mesaj ötürən bir vasitədir. Modanın əsas daşıyıcı qrupu qadınlardır. Buna görə də hər dövrdə müəyyən qadın imicini dizayn etmək ön plandadır. Günümüzdə ideal qadın imici müasir, çalışın və dinamik qadındır. Ənənəvi qadın həmsöhbət qəbul edilmir, müasir qadın isə ucaldılır. Sadə məhsulların təqdimatlarında belə, ənənəvi qadın imiclərindən başqa təmiz, estetik, gözəl və dəbdəbəli qadınlardan istifadəsi getdikcə ənənəvi qadın imicinin sadəcə neqativ mesajlarda istifadəsinə səbəb olmuşdur. Uyğun qadın obrazına dair media vasitələrindən istifadə etmək modanın tez – tez üstünlük verdiyi aktiv metoddur. Texnologiyanın gündəlik həyata daxil olması və onun təkrar formalaşdırılması nəticəsində, bu texniki ağıllı texnologiyanın geniş yayılmış mühitlərindən biri qismində qarşımıza çıxan yeni istiqamətlər sürətlə və daha çox şəxsə çatmaqda mühüm rol oynamışdır. Təkrar formalaşan televiziya, mobil telefonlar və rəqəmsal mühitlər reklamın gücünü, sürətini və paylaşımını artırmışdır. Və hətta, geyimi asanlıqla mənimsənilməyəcək retro (geri qayıdış) və vintage (keçmişə dair) tərzləri bu yolla sürətlə təbii, qanuni və qəbul olunan bir vəziyyətə gəlmişdir. Bu yolla üst təbəqəyə aid olan və şəxsə özəl dizayn hesab olunan Haute Couture mənasını itirərək parçalanan, nümayiş olunan, və kütlələr tərəfində paylaşılan bir formaya çevrilməyə başlamışdır.

Medianın ən effektiv sahələrindən hesab olunan reklam, ictimai dünyanın dərinliklərində öz yerini tutan mesajlar ilə gündəlik həyatın formalaşmasında olduqca əhəmiyyətlidir. Reklamın həqiqəti bizi aldatmadığı istiqamətindədir, eyni

zamanda reklam doğru və ya yanlışdan da ötə mənə kəsb edir. Reklam, öyrənmək və başa düşmək üçün deyil, ümid etməyin əsasında formalaşdığı üçün yaydığı kəhanət də inandırıcıdır. Moda da eyni strategiya içərisindədir – moda, çirkin və gözəllikdən də ötə işləyən bir mexanizmdir. Reklamın vizual ziyafət olaraq təklif etdiyi və prosesə tabe tutulduğu maddə bədənədir. Xüsusilə, qadının bədənə reklam və moda cəhətdən bərəkətli bir sahədir. Onsuzda, bədən ən gözəl və ən bərəkətli istehlak obyektinə olan moda vasitəsilə sitayiş olunma səviyyəsini daha da artırır. Vitrinlərin qarşısızalmaz cazibədarlığı və birgə geyimlərlə təchiz olunan modellərin cansız bədənələri ilə təhrikedicidir. Onlar obyekt və baxış arasında yaranan simvolik və səssiz alış – verişin, iqtisadi və real mübadiləyə səbəb olan körpüləridir. Vitrin səviyyəsində təsis olunan bu mağazaya dəvət məcburi deyil. Bu formada bədən üzərindən moda və reklamın sehirli dünyası, həzz və statusun açarını fərdlərə təklif edir. Modanın qarşısızalmaz cazibəsi, təsirləri, tətbiq etdiyi metodlar və nəticələri gündəlik həyat mədəniyyətinin yaranmağında mediaya istinad etmək kimi xüsusiyyətlərə də malikdir. Moda gündəlik həyat mədəniyyətində bir panoptikon, bir ekstravagantlıq ya da bir karnaval funksiyasını həyata keçirə bilər. Hər biri müxtəlif dəyərləndirməyə tabe olan bu anlayışlar modanın fərqli funksiyalarını təsvir etməkdə funksional ola bilər. Fərdin uyğunluq davranışını tənzimləyən, sistemə inteqrasiya olan və müntəzəm surətdə müşahidə etmək hissi ilə qəbul olunan, sərhədlərin xaricinə çıxmamağı təmin edən panoptikon və moda bu nöqtədə bir – birilə üst – üstə düşür. Bədən moda yolu ilə nəzarətdə saxlanılır. Bir şənlikdə olan vasitələr, hər kəs tərəfindən, asanlıqla, istənilən tezlikdə və istifadə edənə seçdiyi məqsəd üçün istifadə edə bildikləri dərəcədə şənliklərə abu – hava qatır. Hər şəraitdə iqtisadiyyat və texnologiya bir – birilə uyğunlaşan bir formada əməkdaşlıq edir və sistem şəklində öz işlərini təmin edir.

### 3.2. Moda aləminə təsir edən amillər

Müasir dövrdə dəbə iyerarxik şəkildə baxdıqda görürük ki, dəb insanın öz ictimai mövqeyini müəyyən etmə, beləliklə də müəyyən bir ictimai sinfin üzvü olduğunu göstərmə vasitəsidir. Modanı izləmək çox pul tələb edən bir prosesdir. Çox vaxt insanlar maddi gücünü nümayiş etdirir. Geyim modaları özündə bir sıra əhəmiyyətli xüsusiyyətlər daşıyır.

Modanın təsir vasitələri kommersiya təşkilatları və reklamlardır. Bu təşkilatlar zaman keçdikcə müxtəlif yeniliklər meydana gətirir. Bu yeniliklərin moda olub olmayacağı ictimaiyyətin münasibətindən asılıdır. Yeni moda məhsulları əvəz olunmuş köhnə məhsullara nəzərən daha çox istehlak və istifadə xüsusiyyətinə malik olmaya bilər. Çox vaxt istehlakçının tələbinin texniki xüsusiyyətdən çox yenilik amilinə söykəndiyi nəzərə çarpır. Yeni modalar daha əvvəlki moda hadisələri ilə əlaqəlidir və onların nəticəsində yaranır.

Son illərdə Avropanın maddi çətinliklər içində olması və ya yüksək dərəcədə bahalıq modaya çox böyük təsir etmişdir.

Geyim modasının əsas elementi parçadır. Parça olmasa moda meydana gəlməz. Rənglər parçada canlanır, formalar parça ilə yaradılır. Növbəti ilin və ya fəslin modası təqdim olunarən ilk əvvəl parça nümayiş olunur, sonra geyimə keçilir. Parça sərgisindən təxminən 4 ay sonra geyim modası müəyyənləşir.

Müxtəlif dövrlərdə fərqli geyim üslublarının fərqli istehlakçı tərəfindən qəbul etdikləri moda növlərini aşağıdakı kimi təsnifləşdirmək olar:

- Yüksək moda – “Ot – kutyure”;
- Kütlə modası – “Pret – a – porte”;
- Klassik moda.

Yüksək moda – yüksək qiymətli, məşhur, xüsusi dizayn edilmiş geyim formaları və ya stillərinə deyilir.

Kütlə modası, digər sözlə desək “Pret – a – porte” istehlakçılar arasında müəyyən populyarlıq qazanmış və zəruri olaraq ardıcıl istehsal olunan, müxtəlif



qiymət kateqoriyalarına malik olan və pərakəndə satışlarda böyük miqdarda satılan geyim stilləridir.

Klassik moda isə uzun zaman ərzində çox sayda istehlakçı tərəfindən bəyənilən geyim tərzidir.

Zövqlər çox fərqlidir. Bəziləri qadına xas geyinməyi, bəziləri idman üslubunda geyinməyi xoşlayırlar. Amma əvvəlcə insanlar öz geyim tərzlərini müəyyən etməlidirlər. Dəbdə olan geyimi əynində daşımaq bir ədəb və mədəniyyət tərzidir. Hər dəbdə olan geyimi öz tərzinə uyğun formada tapıb geyimlərinə əlavə edərsə, insanlar dəblərini vurğulamış, hər dəbdə olan geyim ilə fərqli bir geyim tərzini yaratmamış olur.

1787–1936–cı illər arasında moda qravürlərinin ölçülərini araşdıran A.L.Kroeberə görə bu sahədəki lazımlı dəyişikliklər geyimlərin bolluq və uzunluğundakı dəyişikliklərə görə nisbətən nizamlı templə meydana gəlir.

Həqiqətən də, modanın mövcud olma səbəbi rəqabət, təqlid, rədd ya da laqeydlik reaksiyasıdır. Hətta laqeydlik öz – özlüyündə bir moda sayıla bilər. Bir bəzək əşyası kimi görünən geyim ictimai siniflər arasındakı əlaqələri ifadə edən göstəriş dəyəri qazanmışdır. Orta əsrlərdən etibarən saray adamları kralın ətrafında zərəfət yarışına girmiş və ticarət burjuvası da sarayı təqlid etmək üçün heç bir xərcdən yayınmamışdır. Fransada İkinci İmperatorluq Burjuaziyası da bu qaydalara uyğunlaşmışdır. İmperatorluq sarayının dəbdəbəsiylə gözləri qamaşdıran, amma hörmətli olmağa da diqqət yetirən burjuaziya geyim modasında bu iki cərəyanı birləşdirməyi bacarmışdır. Qadınların gündəlik geyimi ipək, velvet, krujeva kimi qiymətli parçalardan hazırlanır, boyunlarından topuqlarına qədər uzanırdı, çiyinlər ancaq gecə ziyafətlərində açıq olurdu. Kişilər isə redingot və qara şalvara üstünlük verirdilər. Bu dövrün iqtisadi rifahı modanın bir sənətə çevrilməsinə kömək etmişdir.

Belle Jardiniere (1847), Bon Marche (1852), Printemps (1865), Samaritaine (1869) kimi hazır geyimlərin satışı ilə məşğul olmağa başlayan şəxslər tərəfindən “Yenilik Mağazaları” açıldı. Bir tərəfdən aristokrat və yüksək burjuaziya, digər tərəfdən də kiçik burjuaziya xalqını təmin edən bu şərait II Dünya Müharibəsinə qədər mövcud olmuşdur. Lakin çox vaxt siyasi təşvişlərlə əlaqəli olaraq ictimai

dəyişiklikləri modaya “Haute Couture” –un Poiret, Chanel, Dior, Courreges kimi adlar əks etdirirdi.

Əslində bu gün dərzilik və stilistik sənəti müəyyən bir cəmiyyətin estetik zövqlərini və mədəniyyətini, əxlaqi qadağalarını və siyasi cərəyanlarını əks etdirir. Bərabərhüquqlu və ya diktator tərəfindən idarə olunan sabit bir cəmiyyətdə, modanın da sabit olması maraqlı məqamdır. Buna nümunə olaraq Mao Zidong dövründə Çinli kütlələrin uniforma geyinməsinə göstərmək olar.

Əslində sadəcə "dəb" kimi görünən və geyimlərlə dilə gələn bu vəziyyət daha ciddidir. Çünki yalnız tiplər deyil, düşüncələr, zövqlər, əyləncə növləri, oxunan kitablar və ağla gələcək hər şey monotonlaşmaqdadır. Belə olduqda da fərqlilik, yaradıcılıq getdikcə yox olur. İnsanlar tək tip gənclərin arasında itib getmək istəmir və fərqliliyini nümayiş etdirmək, rəngli bir şəxsiyyət halına gəlmək istəyirsə, kütlədən ayrılmalı və öz şəxsiyyətini ortaya qoymalıdır.

Elə isə hamının geyindiğini geyinməyin, saçını hər kəsin boyadığı rəngə boyamağın və hər kəsdə olan saç stilinə sahib olmağın heç bir mənası yoxdur. Əlbəttə, dəbi izləmək lazımdır ancaq moda qurbanı olub hər kəslə eyni olmaqdan çəkinmək lazımdır. Özünə xas olmağın orijinallığı da buradan başlayır. Çətin olan bir şeyi bacara bilmək və öz tərzilə işin öhdəsindən gələ bilmək təqdirəlayiqdir.

İlin rənglərini və cizgilərini müəyyən edən beynəlxalq moda şurasında Avropanın müxtəlif ölkələrinin dəb nümayəndələri bir yerə yığışırlar. Bu şuranın qərarlarını dünyada baş verən sosioloji, psixoloji, iqtisadi və siyasi amillər istiqamətləndirir.

Sosioloji amillər qədim zamanlarda dəb görkəmli şəxslərin geyimlərini təqlid etmək formasında idi. Kralın, padşahın təyin etdiyi, saray adamlarının, ordunun və kilsə adamlarının təqlid etdiyi bir moda mövcud idi.

Sosial amillərin təsirində hal – hazırda iqtisadi cəhətdən orta və üst təbəqə əsas rol oynayır. Modanın üst təbəqələrdən aşağı doğru təqlid yolu ilə yayılması artıq keçmişdə qalmışdır. Bugünkü dəbə bir sıra hadisələr təsir edir. Bunların müəyyən bir hissəsi sosial hadisələrdir.

1950 – ci ildə məşhur aktrisa Audrey Hepburnin bədən ölçüləri, saç modeli, geyimləri dəbə çevrilmiş, 1990 – cı ildə isə müğənni Madonnanın saçları və makyajı dəb olmuşdur.

1981 – ci ildə Şahzadə Diana dəbi müəyyənləşdirən bir simvol olmuşdur. Onun geyimləri, görünüşü, saçları, hətta davranış tərzini cəmiyyətə uzun müddət təsir göstərmişdir. “Afrikadan kənar” filmi bir neçə oscar mükafatı almış bir filmdir. Bu film ekrana çıxan kimi torpaq rəngləri ilə safari paltarları vitrinləri bürümüşdü.

1989 – cu ildə “Kaşmir ifadəsi” filmindən sonra narıncı, bənövşəyi, yaşıl, mavi və ağ-qara burmalarla bəzədilmiş trikotaj kostyumları dəb olmuşdur.

Psixoloji amillər, qısa əmək dəbi gənclərin böyüklərə qarşı reaksiyasının rəmzidir və üsyan kimi nəzərdə tutulur. Əvvəllər yalnız gənclər qısa əmək geyinirdilərsə, zaman keçdikcə bütün yaş hədlərində olan qadınlar tərəfindən istifadə edilməyə başlanmışdır.

Qadınlar kişilərdən fərqli olduğu və örtünmə ehtiyacı duyması dini düşüncəsi ilə qədim zamanlarda və indiki dövrdə bəzi ölkələrdə hicab geyinirlər.

Cinslərin meydana gəlməsi 1800 – cü illərdə Amerikanın Şimalında “Qızıla hücum” hadisəsi ilə başlayır. Çətin iş şəraiti içində olan qızıl axtaranlar təbiətə qarşı dözümlü geyimlərə ehtiyac duyurdular. Levi Straus adlı iş adamı Fransadan gətirdiyi dözümlü parçadan şalvarlar düzəltdi. “Denim” adlandırılan bu şalvarları qızıl axtaranlardan sonra kovboylar da mənimsəmişdilər. İkinci Dünya Müharibəsindən sonra dünyaya yayılan iqtisadi böhran, bu şalvarların bütün ölkələrdə geyinilməsinə səbəb olmuşdur. Parça sonralar mavi rəngə boyanılmış və adı “Mavi Cins” olmuşdur. Ucuz və rahat bir geyim olan mavi cinslər uzun müddət moda dünyasında qalacağı görünür. “Qızıla Hücum” hadisəsi mavi cins geyinməyi ənənəviləşdirmişdir.

Iqtisadi amillər, modanın əsasını təşkil edən parça bir xam məhsuldur. Bu xam məhsul təbii və ya müasir dövrün texnologiyası ilə kimyəvi şəkildə hazırlana bilər.

Təbii olanlar yun, kətan, pambıq, ipək və s.dir. Bu təbii xammallar bəzi təbii səbəblərdən təsirləndiyi kimi iqtisadiyyatdakı fərziyyələrdən də təsirlənə bilər. Məsələn, quraqlıq nəticəsində qoyunların tələfi yun istehsalını azaldır. Yəni

quraqlıq olsa pambıq, kətan istehsalı olmaya bilər. Parça modaya təsir edən vacib materialdır. Parçaya təsir edən amillər modaya daha çox təsir edir.

I Dünya Müharibəsindən sonra qadınların 15 – 20 həttə 80 metrə qədər parçadan geyimlər geyinmələri, sonra qısa ələyin dəb olması parça istehsalının azalıb artması ilə bağlıdır.

Ölkələrin bolluq və qıtlıq dövrləri modaya böyük təsir etmişdir. Müharibələrin yaratdığı iqtisadi şərtlər amilə çevrilmişdi. Müharibə və qıtlıq vaxtı ələklərin qısalmağı təsadüf deyildi. Ölkələrin sülh və bolluq zamanlarında isə dəbdəbəli geyimlərin geyinilməsi və bahalı paltarların seçilməsi bu səbəblərdəndir.

Siyasi amillər, müəyyən ölkələrin bir dövr üçün diqqəti cəlb edəcək bir hadisəyə qarışması həmin ölkənin adının çox hallanmasına səbəb olur. Dünya ictimaiyyəti uzun müddət eyni məsələ ilə məşğul olur. Məhz bu şəraitdə stilistlər həmin ölkənin yerli rəng və motiv fəaliyyətlərini geyimlərə əks etdirir.

1973 – 1974 – cü illərdə dünya neft böhranı şəraitində idi. Neft böhranı OPEC deməkdir. OPEC də Ərəblərin çağırışını edir. Məhz həmin çətin dövrdə modanın mövzusu dərhal Ərəbistan olaraq müəyyənləşdirilmiş və Ərəb geyimləri dəbdə olmuşdur.

1970 – ci illərin əvvəlində ABŞ – in o zamanki prezidenti Nikson Qərbi ilə heç bir əlaqəsi olmayan Qırmızı Çinə səfər etmişdi. Bu siyasi bir hadisə olmuşdur və sonrakı il ərzində Mao yaxalılar və əjdaha fiqurları dəb olmuşdur.

1991 – ci ildə Sovet Sosialist Respublikaları İttifaqı dağılandıqdan sonra gözlər oraya yönəlmiş və insanların başlarını rus kalpakları bəzəməyə başlamışdır.

Fransada 13 – cü Lüdoviq dövründə bir ov şənliyində atdan yıxılan Madmazel Fontagenin saçlarını bir corab rezini ilə yığması həmin il qadınlar arasında (Fontage Stili) saç stilinin yaranmasına səbəb olmuşdur.

Şahzadə De Uelslə gözəl bir qadına çiçək vermiş və Şahzadə cib bıçağı ilə pencəyinin sol yaxasına bir deşik açıb çiçəyi ora taxmışdı. Bu Fransız alicənablığı günümüze qədər gəlib çıxmışdır. Azad və sadə geyimi qadın dünyasına ilk dəfə gətirən məşhur stilist Chanelin qaz ocağının partlaması nəticəsində uzun saçlarının

yanması səbəbindən saçlarını qısa kəsərək bir şənliyə getməsi yeni saç modasının yaranmasına səbəb olmuşdur.

Məşhur ürək cərrahı Doktor Bernardın ürək əməliyyatları apardığı illərdə geyindiği əməliyyat köynəklərinin stili kişi köynəklərində bir model olmuşdur.

II Dünya Müharibəsinin baş verdiyi illərdə İngilis Generalı Montgomerinin geyindiği bluzan pencək Montgomeri adını almış və müharibədən sonrakı illərdə kişilər arasında dəbdə olmuşdur. Günümüzdə də bu tip pencəklər geyinilməkdədir.

Beləliklə, insan geyinmək istədiyi zaman bəlkə də şüursuz olaraq moda düşüncəsini yaratmış olmuşdu. Əslində moda da məqsəd geyimin gərəkli və lazımlı olması deyil fərqli olmasıdır. Ancaq insanların gözəl və cazibədar olmağa, şəxsiyyətini və stilini geyindiği şeylərdə ifadə etməyə olan ehtiyacını moda qarşılayır.

### 3.3. Cəmiyyətlərin adəti və modası

Bir çox ölkələrdə əhalinin gündəlik həyat fəaliyyətində «adət»i «moda» əvəz edir. Görünür, modanın funksiyasının yerinə yetirilməsi sosial həyatın orqanizmi üçün heç də kifayət deyildir.

Modadan daha çox qüvvəsi olan, nizamlayıcı mexanizmin bütövlüyünü təmin edə biləcək, qəbul edilə bilən və müasir sosial sistemlərdə dəyişiklikləri təmin edəcək daha güclü mexanizm lazımdır.

Nisbətən çox əyilə bilən, hərəkətli və adətə nisbətən universal mexanizm sosial instituttur. Müxtəlif cəmiyyətlərdə elə adətin özü əsas əvəzedici roldan çıxış edir. Düzdür, sosial institutlar adətən tarixən yaranır və onlardan çoxu ənənəvi xassə daşıyır. Etnoqraflar çox hallarda adətlərə sosial institutlar kimi baxırlar, məsələn doğmalıq institutları, varisləmə və i. a.

Bununla yanaşı adət və institutlar arasında çox sayda keçid formaları fəaliyyət göstərir. Bunlardan ədliyyə cəhətdən tərtib edilmiş, kodlaşdırılmış və sistemləşdirilmiş adət (məsələn, hindi «Manu qanunları», «Saliça həqiqəti», qədim almanların və ya qədim slavyanların «Rus həqiqəti») hüququnu misal göstərmək olar.

Bununla belə, inkişaf formasında olan sosial institut adətdən mühüm dərəcədə fərqlənir. Adətdən fərqli olaraq davranışı müfəssəl reqlamentləşdirən institutun tərkibində ümumi və əsas elementlərə toxunan sosial çərçivə vardır. Əgər adət – davranış üslubudursa, onda institut – hər şeydən əvvəl onun şəraitidir.

Institut normaları mühüm dərəcədə formalaşdırılıb, obyektivləşdirilib, xüsusi vasitələrlə mədəniyyətə birləşdirilmişdir, adət isə yalnız təcrübənin təkrarına söykənir. Adət yalnız folklorda olduğu kimi, cəmiyyət və ya qrupun şifahi ənənələrə əsaslanaraq onun ardınca getdiyi üçün mövcuddur. Institutların yaranması və funksiyalanması sosial həyatın ayrı – ayrı sferaları differensiya olduqda (iqtisadi, siyasi, təhsil və i. a.) baş verir, doğma əlaqələri isə ikinci plana

keçir. Sosial institutların nizamlanmaya keçid prosesinin mühüm əhəmiyyəti vardır, belə ki, burada şəxsiyyətin avtomatlaşdırılması, onun ibtidai kollektivdən və ya kastadan ayrılmasını göstərmək olar. Sosial institutların funksiyalanması çox hallarda iri təşkilatlarla bağlıdır.

Belə bir sual yarana bilər, modanın özü sosial institut və ya institutların toplusu deyildirmi? Bildiyimiz kimi, moda sənayesi ilə bağlı çox sayda müxtəlif idarə və təşkilatlar fəaliyyət göstərir, məsələn modellər evi, moda jurnalı, reklam və i. a. Bütün bunların əsası moda ilə bağlıdır, yəni institutsuz nizamlanandır.

Adları çəkilən institutlar, tələbinə görə qeyri – institutların prinsiplərinə, qaydalarına və istiqamətinə alət kimi xidmət edir. Qeyd etdiyimiz kimi moda hər şeydən əvvəl moda kimi qalır, heç nəyə çevrilmir, onun dəyərinin başlanğıcı bir qayda olaraq bütünlükdə sosial institutlar üçün səciyyəvi normativləri üstələyir.

Ən əsası isə modada institut aspektləri kor – təbii formalaşan sosial – mədəni innovasiyaları və rəqabətdə olan mədəni nümunələrin seçilməsinə tabedir. Özünü idarəetmə bütünlükdə təşkilat üzərində dominantlıq edərək onu özünə tabe edir.

Modanın iqtisadi institutlarla sıx bağlı olmasına baxmayaraq, onlara qarşı avtonomdur və tabe olması üçün çox saylı cəhdləri də nəticəsizdir. Daha yüksək dərəcəli hökmran institutlar da bu qəbildəndir.

Müasir cəmiyyətdə iqtisadi, siyasi, mənəvi, təhsil və digər sosial institutlar mühüm aparıcı rol oynayırlar. Məhz onlar cəmiyyətlər arasında oxşarlığı və fərqi müəyyən edirlər. Onlar eyni zamanda modanın «xarici» dəyərinin tərkibini müəyyən edirlər.

Modalı standartların əhəmiyyəti, interpretasiyası və real imkanları onların hansı torpağa düşdüyündən mühüm dərəcədə asılıdır. Yeri gəlmişkən daha bir sosial nizamlanma mexanizmi haqqında qeyd etmək lazımdır. Bu müxtəlif sosial hərəkətlərdir. Sosial hərəkətlərin əsasını qeyri – institut və qeyri – moda təşkil edir ki, bu institutlar və moda əlaqələndirilə və bir – birinə daxil ola bilər.

Xüsusi davranışın nizamlanması kimi sosial hərəkətin xüsusiyyətləri, onların fəaliyyəti üçün təşkilatçılıq, nizamnamə, müəyyən proqram və ən əsası

isə onların iştirakçıları üçün dəyər – normativ rolunu oynayır. Sosial institutlarda olduğu kimi bu hərəkətlərdə xarici simvollar, rituallar, mahnılar və i. a. eyni rol daşıyır.

Bu gün adətlərin mövcud olmadığını düşünmək olarmı? Bu suala əlbəttə mənfi cavab verilməlidir. Adətləri, bir qayda olaraq mədəniyyətin aləti kimi bazalı dəyər – normativ səviyyəsində qarışdırırlar, institutlar, sosial hərəkətlər və mo-da tərəfindən qoyulan qaydalara realizə edirlər, bəzən isə onlara müəyyən vasitələrlə qoşulurlar. Buna görə, eyni adətlər inqilabi dəyişikliklərin silahı və institutların hansı sistemə daxil edilməsindən asılı olaraq sosial formasını təmamilə itirmiş adətlərin qalmasına və bərpasına xidmət edə bilər.

Müasir cəmiyyətlərdə sosial institutların və modanın hökmranlığı dövründə adətin aradan çıxarılması və funksiyasının dayandırılması haqqında danışmaq çox səhv olardı.

O, mədəniyyətin instrumental səviyyəsində yuxarıda göstərilən beş sosial funksiyanın yerinə yetirilməsi kimi davam edir. Bununla yanaşı o, çox hallarda sosial həyat fəaliyyətinin sektorlarında aparıcı yerləri tutur, bu və ya digər formada ənənəvi cəmiyyəti özünə cəlb edir.

Müasir cəmiyyətlərdə adət nisbətən təmiz görünüşdə, bəzi mühüm məişət və mənəvi xasiyyətlər sferalarında öz funksiyasını yerinə yetirir. Bu nizamlayıcıya çox dərəcədə vətəndaş bayramları və ritualları, diplomatik protokolları və əlbəttə ailə, doğmalığ münasibətləri tabedirlər.

Bəzi sosial sistemlər, sistemaltı və sosial qruplar özünəməxsus müasir ənənəvi cəmiyyətin daxilində adaları və arxipelaqları xatırladırlar. Onlar üçün tək-cə adət əlverişlidir, moda isə bir qayda olaraq yararsız olduğundan sosial nizamlanma məqsədilə qəbul edilir. Artıq qeyd etdiyimiz kimi kəndlilər ilk növbədə adətlərə əsasən həyat sürürlər.

XX əsrədək müxtəlif ölkələrdə yaşayan kəndlilər üçün ev əşyaları və geyim mühüm dərəcədə ənənəvi hal idi. Hətta məlumdur ki, bizim dövrdə də, urbanisasiyanın təsirlərinə baxmayaraq kənddə şəhərə nisbətən adətin təsiri güclü, modanın təsiri isə zəifdir.



Kəndli ənənələrinin ideoloji motivlərində çoxlu qarışıqlıq vardır. Burada kollektivləşmə və sonrakı dövrlərdə kəndlinin həyatı tərzinin sərt və ağılsızcasına məhv edilməsinə etinasızlıq göstərmək və hansısa natamam, kəndliliyin zədələnməsinə zərər gətirən alternativ kimi «əsassız», kökü olmayan sivil tətbiq etmək yanlışdır. Bu ideologiyada modanın ifşa edilməsini və adəti işıqlandırmaqla bərabər ən-ənəvi cəmiyyətdə bizə məlum olan idarə etmənin cizgilərini görürük.

Müqəddəslik adətinin dəyəri xüsusi dəyərdir, bununla bağlı sosial mahiyyətli dini mərasimlərinin formaları adətə əsaslanır və bütün bunlar müqəddəs mərasimlərin dəyərini təşkil edir. Bu dəyərlər intensiv və obyektivdir, onlar dəyişilməz və toxunmazdır, onların toxunmazlığının pozulması, cəmiyyətdə və ya qrupda sitayiş edənlərin sərt neqativ sanksiyalara məruz qalması deməkdir. Müqəddəslik tarixi «əziz tutma» prosesinin nəticəsidir.

Müqəddəs obyektlər real və ya yalnız insanların təsəvvüründə ola bilər. Onlar insanlar tərəfindən yeni əlamət və forma ideyaları kimi təklif oluna bilər, məsələn, maddi obyektlər, insanların əl – qol hərəkəti, rənglər və i. a.

Tarixdə müqəddəsliyin atributları işlənmişdir və işlənərkə davam edir. Məsələn, cansız təbiət, bitki, heyvan, siyasi rəhbərlər və i. a. Sosial həyatda olduğu kimi, müqəddəslik sahəsində də əlbəttə dindar adətin hökmdarıdır.

Buradan da, müxtəlif dinlərdə modanın qəbul edilməsi ənənəsini söyləmək olar. Hələ XIX əsrin ortalarında tanınmış kilsə xadimi, arxiyepiskop Ambroisi yazırdı, «modanın hansı mənəvi boşluğa səbəb olduğunu, hansı yalançı anlayışların tərəfdarı olduğunu, hansı yanlışları əmələ gətirdiyini və yaydığını gördükdə insana ar gəlir və ürəyi ağrıyır».

Beləliklə, müxtəlif ibadətlər prinsip etibarilə moda ilə barışmazdır. Bu əsasən dünyəvi «vahid» xalqın və onun düşmənlərinin müqəddəsliyini yerinə yetirən totalitar siyasi reoimlərə əsaslanır.

Nəzərə almaq lazımdır ki, müqəddəs dəyərlər cəmiyyətin sosial qruplarının və fərdlərin normal funksiya göstərməsi üçün lazımdır. Sosial qrupun və «mən» fərdiliyinin üstünlüyünü və bərabərliyini təşkil etdiyindən onların ətrafında,

elektronun fiziki nüvəsi ətrafında olduğu kimi ətraf dəyərlər yerləşir. Bütün insanlar üçün 1948 – ci ildə bilavasitə BMT – nin baş assambleyası tərəfindən insan hüquqlarının deklarasiyasında qəbul edilmiş dəyərlər mövcuddur.

Həqiqətən, əgər mənəviyyatın ümumbəşər normaları, insan şəxsiyyətinin dəyərləri, həqiqət, ümumi bəşəri mənəviyyət haqqda olan fundamental təsəvvürlər hər il və ya yüz ildə bir dəfə belə yeniləşdirilərsə onda insan həyatı mümkünsüz olardı. Həqiqi müqəddəs dəyərlərin həyəcanlı əzilib – büzülməyə məruz qalması mümkün deyildir. Düzdür, bunun həyata keçirilməsi modanın təsirindən deyil, müxtəlif xəyalların, həm də apelyasiyaedici müqəddəs dəyərlərin təsiri altında «qeyri – düşüncəli» insanlığı və ya «qeyri – düşüncəli» xalqı birdən – birə xoşbəxt olmağa çağıran tələblər vasitəsilə bütün insanların mövcudluğu ola bilər.

Modanın sferası iri sosial təşkilatlarda kəskin şəkildə məhdudlaşır. Bunlara bilavasitə güclü sənaye və ticarət təşkilatları, firmalar və i. a. daxildir. Müəyyən firma stilləri tərtib edilir, əsas qoyulan təşkilatın və şəxsiyyətin tarixi təriflənməsi, xüsusi rituallar və bayramlar, uniformalar, himn və i. a. tərtib edilir. Hətta geyimdə belə modanın təsiri məhdudlaşdırılır və ya mühakimə edilir. Amerikalı C.Malloyun tanınmış «Uğurlu geyim» kitabında işgüzar geyim sahəsində təcrübə tövsiyələrinə aid bölmə vardır.

Modanın işgüzar adamın geyiminə mənfi təsirini araşdıran müəllif modalı geyimin iş üçün deyil, yalnız asudə vaxtlarda istifadə edil-məsi üçün lazım olduğunu vurğulayır. Onun nəzər nöqtəsinə əsasən modalı geyim dizaynının təhlükəsizliyinin səbəbi, birinci Roma dövründə əmələ gələn dizaynerlərin çoxunun amerika torpağına xarab, özgə standartları gətirməsi; ikinci, dizaynerlərin geyim istehsalına bağlılığının məqsədinin istehlakçılardan çoxlu pul qoparmaqdan ibarət olmasıdır.

Adət modanın antipodudur, lakin bu o demək deyildir ki, yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi o, modanın əhəmiyyəti ilə seçilə bilməz, digər sözlə desək modanın hökmranlığında qala bilər. O həm də bilavasitə arxaik və onun müasir müxtəlifliyinə aiddir. Hətta modaya əks olan din də modanın orbitinə cəlb edilə

bilər. Bizim dövrdə modanın dini təzahürü çox da nadir hadisə deyildir, doğrudur dinin yayılması nisbətən dərin proseslərə bağlıdır.

Doğrudur, din moda deyildir. Lakin moda öz əhəmiyyətinə görə müxtəlif dəyərlərə bölünməyə, eyni zamanda dində də iştirak etməyə qadirdir. Əlbəttə bu halda dini davranışın motivi modanın olmadığı yerdən mühüm dərəcədə fərqlənir. Modanın nə vaxt yarandığı sualına yuxarıda cavab verməyimizə baxmayaraq onu ümumi şəkildə cavablandırmaq mümkündür.

Əvvəllər qeyd etdiyimiz kimi modanın həmişə və heç yerdə olmamasının nəticə ifadələri bir qədər pis vəziyyətdə qoyur, lakin bu tarixi inkişafın məhsuludur. Əlbəttə mədəni nümunələrdə innovasiya və qarşılıqlı mübadilə və xüsusilə sosial reallıq dəyişikliyə və mübadiləyə, öz təbiətinə görə dinamik və canlıdır.

Doğrudur, bütün cəmiyyətlərdə bu və ya digər formada modaya xas olan oyun və nümayişlilik dəyərlərini şöhrətpərəst və paxıllar, yaradıcı şəxsiyyətlər, inqilabçılar, geri çəkilənlər, cinayətkarlar adətlə diktə edərək hökmran nümayəndələrində bu və ya digər formada dəyişir.

### 3.4. Müasir Azərbaycan modası dünya geyim sferasında

XX əsrdə, yeni sovetlər dövründə Azərbaycanda milli geyim nümunələri ikinci plana keçərək öz yerin yeni üslublu, rahat, funksional, digər sözlə avropa ruhu hiss olunan geyimlərə verir. Ölkəmizdə moda onilliklər üzrə dəyişilmişdir. XX əsrin sonlarında Sovetlər birliyinin dağılması nəticəsində, moda artıq xüsusi norma və standartlarla ayaqlaşmır və yeni zövqlər, yeni modelyerlər nəsli yaranmağa başlayır. Modelyer – dizaynerlər Yüksək modanı və “pretv – a – porte” təcrübəsini öyrənir, yeni paltar kolleksiyası yaradarkən ondan istifadə edirlər.

1990 – cı illərin sonlarından başlayaraq respublikamızda «ot – kutyur» (Yüksək moda) və «pret – a – porte» (kütləvi moda) xətləri üzrə çalışan modelyerlər (F.Xələfova, L.Əhmədova, R.Sərdarov və s. gənc modelyerlər) müasir dövr geyimləri ilə etnik motivləri sintez edərək maraqlı kolleksiyalar yaradırlar. Dünya səviyyəli, geyim kolleksiyaları ilə dünya podiumlarını fəth edən Fəxriyyə Xələfova bir çox geyim kolleksiyalarında, milli geyim elementləri ilə müasir üslub arasında uğurlu ahəngdarlıq yaradaraq onlara tarixi ruh vermişdir. Qeyd etmək lazımdır ki, dəfələrlə xüsusi mükafatlara layiq görülən müəllif, sonuncu «Misilsiz dəb – dəb» adlı kolleksiyası ilə (19.04.2006 – cı ildə) Moskvada keçirilən «Etno – Erato» adlı beynəlxalq müsabiqə zamanı baş mükafat – brilliant qaşlarla bəzədilmiş qızıl qayçı almışdır.

2012 – ci ildə “Caspian – rose” adlı geyim kolleksiyası Tiflisdə, Astanada və s. təqdim edilmiş, modelyerlər tərəfindən xüsusi rəğbətlə qarşılanmışdır. Artıq qeyd etdiyimiz kimi Fəxriyyə Xələfova milli motivləri öz əsərlərində qabariq şəkildə irəli cəkir. Belə ki o, Qarabağ xanımlarının geyim dekorundan kolleksiyalarında istifadə edir.

XX əsrin sonlarından, hər mövsüm üçün stillərin müxtəlifliyindən istifadə edilməsi, modelyerlərin modanın istiqaməti ilə bağlı təklif etdikləri geyimlərin jurnallarda, televiziya verlişlərində və internetdə reklam olunması sayəsində müasir geyim dizaynının mühüm tendensiyalarını, onların inkişafı xəttini müəyyən etmək

mümkün olmuşdur. Dizayn isə müasir həyat obrazının formalaşmasına təsir edərək insanın tələblərini müəyyən edə bilən mühüm sahəyə çevrilmişdir.

Qeyd etmək lazımdır ki, hazırda dünya modasının paytaxtı olan Fransa müasir geyimlərdə milli çalarların olmasını dekorativ elementlərin dizaynında tarixiliyin duyulmasını yüksək qiymətləndirir.

Ümumiyyətlə, geyim insanın daxili aləmini, onun zənginliyini açır. Onun geyimində müəyyən qədər milliliyin olması onu tarixinə, adət ənənələrinə bağlayır. Məhz bu baxımdan yerli, eləcə də dünya modelyerlərinin Şərqi ölkələrinin, o cümlədən Azərbaycan geyimlərinə xas olan dizayn elementlərinə – paltar üzərində şəbəkəli, ornamental naxışların salınması, bəzələrdə qaşlardan, muncuqlardan istifadə edilməsi, dəmir pullarla geyimin dekorlaşdırılması, həmçinin qol və ya sinə hissəsinin elementlərinə, milli geyim aksesuarlarına edilən müraciət Avropa və Şərqi geyimlərinin yaxınlaşmasına yenidən səbəb olmuşdur. Buna misal olaraq, 2014 – ci ildə may ayının 30–da H. Əliyev mərkəzində “Müasir dövrdə Azərbaycan cazibəsi” adlı layihə çərçivəsində tanınmış İtalyan dizayneri Renato Balestranın geyim kolleksiyasını nümayişi baş tutmuşdur. (şək.1, 2)

Xalqımızın milli xüsusiyyətlərini, dünyagörüşünü, estetik zövqünü əks etdirən, ölkəmizin etnoqrafik zonalarına aid milli geyimlərimiz və müxtəlif milli elementlərin daxil edildiyi müasir geyimlər layihə çərçivəsində nümayiş olunmuşdur. Şərqi koloriti ilə Avropa müasirliyinin birləşdirildiyi geyimlərdə məhsuldarlıq və bərəkət rəmzi olan “Nar” motivindən də geniş istifadə edilmişdir. 40 – dan çox libasların nümayişində dünya şöhrətli maniken İrina Şeyk də iştirak etmişdir. Həmçinin qardaş ölkə Türkiyənin tanınmış modelyerləri tərəfinən paytaxtımızda nümayiş etdirilən geyim kolleksiyaları da bu qəbildəndir.

XXI əsrin moda tarixində öz izlərini qoyan Azərbaycanın modelyerləri artıq, əsrlər boyu və hal – hazırda bir sıra ölkələrdə keçirilən moda günlərinə, beynəlxalq müsabiqələrə dəvət edilir, onların əməkləri moda biliciləri tərəfindən qiymətləndirilir.

Bu gün ölkəmizdə iqtisadiyyatın yüksəlişi, həyat səviyyəsinin, rifahın daha da yaxşılaşması geyim sahəsinin inkişafını əhatə edən problemlərin aktuallığını artırmışdır. Əvvəllər dünya modasında baş verən yeniliklər haqda məlumatlar

dolayı yollarla, çətinliklə əldə olunurdusa, son illər informasiya xidmətlərinin genişlənməsi sayəsində bu məsələ xeyli asanlaşmışdır. Həmçinin əhalinin alıcılıq qabiliyyətinin artması nəticəsində Azərbaycanda butiklərin sayının çoxalması, bir çox dünya brendlərinin yerli bazarlarda təqdim edilməsi adi hal almışdır.

Təkcə son bir neçə ildə Dior, Chanel, Armani, Versaçi, Yudaşkin, Laliqve və s. kimi tanınmış dünya şöhrətli markaların məhsulları Azərbaycan moda sənaye bazarında özünəməxsus yer tutur.

2007 – ci ilin mart ayında təşkil olunmuş «Moda və aksesuarlar» sərgisində moda qanunvericiləri sayılan Fransa, İtaliya və Böyük Britaniya və s. xarici ölkə şirkətləri öz məhsullarını nümayiş etdirmiş və özləri üçün tərəf müqavillərini məhz Azərbaycanda tapa bilmişlər. Bu da öz növbəsində geopolitik vəziyyətinə, zəngin təbii resursları, ilk növbədə neft, qaz ehtiyatlarına görə, eləcə də ölkə iqtisadiyyatının yüksək artımı ilə seçilən Azərbaycanın dünya moda aləmində bir daha tanınmasına şərait yaratmışdır. «Financial Times» jurnalının «Şərqi Avropanın parlaq gələcəkli şəhəri» adlandırdığı Bakıda, eləcə də ölkədən kənarında keçirilən moda sərgiləri də bu qəbildəndir. Qeyd edilənlər ölkəmizi bu sahə üzrə dünyada bir daha tanıdır və beynəlxalq səviyyədə öz spektorunda əlaqələr yaradır.

Beləliklə, gənc modelyerlərimiz xalqımızın milli koloriti və estetik zövqünü əsas tutaraq “müasirlik və milli xüsusiyyətləri” birləşdirərək dünya moda sferasına çıxmalı və bu sahədə öz sözlərini deməlidirlər.

## NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Geyim insanın daxili aləmini, onun zənginliyini açır. Onun geyimində müəyyən qədər milliliyin olması onu tarixinə, adət ənənələrinə bağlayır. Geyimlər ictimai nəzarətin bir vasitəçisi olmaqla yanaşı, eyni zamanda təbəqələrarası münasibətləri də tənzimləyir. Geyimlər bizim bildiyimizdən də artıq dərin məna kəsb edir. Moda əyləncə sənayesinin bir ünsürü olaraq, güclü istiqamətləndiricidir. Moda ictimai güc tərəfindən təsdiqlənən şəxsiyyətlərin cəmiyyətdə nümayiş olunduğu bir sahədir.

Müasir dövrdə dəbə iyerarxik şəkildə baxdıqda görürük ki, dəb insanın öz ictimai mövqeyini müəyyən etmə, beləliklə də müəyyən bir ictimai sinfin üzvü olduğunu göstərmə vasitəsidir. Modanı izləmək çox pul tələb edən bir prosesdir. Çox vaxt insanlar maddi gücünü nümayiş etdirir.

Müasir dövrdə yerli, eləcə də dünya modelyerlərinin Şərqi ölkələrinin, həmçinin Azərbaycan geyimlərinə xas olan dizayn elementlərinə – paltar üzərində şəbəkəli, ornamental naxışların salınması, bəzəklərdə qaşlardan, muncuqlardan istifadə edilməsi, dəmir pullarla geyimin dekorlaşdırılması, həmçinin qol və ya sinə hissəsinin elementlərinə, milli geyim aksesuarlarına edilən müraciət Avropa və Şərqi geyimlərinin yaxınlaşmasına yenidən səbəb olmuşdur. Buna misal olaraq 2014 may ayının 30-da H. Əliyev mərkəzində “Müasir dəbdə Azərbaycan cazibəsi” adlı layihə çərçivəsində tanınmış İtalyan dizayneri Renato Balestranın geyim kolleksiyasını nümayişi baş tutmuşdur. (şəkl. 5) Həmçinin qardaş ölkə Türkiyənin tanınmış modelyerləri tərəfindən paytaxtımızda nümayiş etdirilən geyim kolleksiyaları da bu qəbildəndir.

XXI əsrin moda tarixində öz izlərini qoyan Azərbaycanın modelyerləri artıq, əsrlər boyu və hal – hazırda bir sıra ölkələrdə keçirilən moda günlərinə, beynəlxalq müsabiqələrə dəvət edilir, onların əməkləri moda biliciləri tərəfindən qiymətləndirilir.

Bu gün ölkəmizdə iqtisadiyyatın yüksəlişi, həyat səviyyəsinin, rifahın daha da yaxşılaşması geyim sahəsinin inkişafını əhatə edən problemlərin aktuallığını

artırmışdır. Əvvəllər dünya modasında baş verən yeniliklər haqda məlumatlar dolayı yollarla, çətinliklə əldə olunurdusa, son illər informasiya xidmətlərinin genişlənməsi sayəsində bu məsələ xeyli asanlaşmışdır. Həmçinin əhalinin alıcılıq qabiliyyətinin artması nəticəsində Azərbaycanda butiklərin sayının çoxalması, bir çox dünya brendlərinin yerli bazarlarda təqdim edilməsi adi hal almışdır.

2007 – ci ildə təşkil olunmuş «Moda və aksesuarlar» sərgisində moda qanunvericiləri sayılan Fransa, İtaliya və Böyük Britaniya və s. xarici ölkə şirkətləri öz məhsullarını nümayiş etdirmiş və özləri üçün tərəf müqavillərini məhz Azərbaycanda tapa bilmişlər. Bu da öz növbəsində geopolitik vəziyyətinə, zəngin təbii resursları, ilk növbədə neft, qaz ehtiyatlarına görə, eləcə də ölkə iqtisadiyyatının yüksək artımı ilə seçilən Azərbaycanın dünya moda aləmində bir daha tanınmasına şərait yaratmışdır. Qeyd edilənlər ölkəmizi bu sahə üzrə dünyada bir daha tanıdır və beynəlxalq səviyyədə öz spektorunda əlaqələr yaradır.

Beləliklə, gənc modelyerlərimiz xalqımızın milli koloriti və estetik zövqünü əsas tutaraq “müasirlik və milli xüsusiyyətləri”n sintezi nəticəsində yeni geyim kolleksiyaları yaradaraq dünya moda sferasına çıxmalı və bu sahədə öz sözlərini deməlidirlər.



## İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SIYAHISI

1. Əfəndiyev Rasim. Azərbaycan bədii sənətkarlığı dünya muzeylərində. Bakı: Işıq, 1980.
2. Əfəndiyev Rasim. Azərbaycan el sənəti. Bakı: Azərbaycan Dövlət Nəşriyyatı, 1971.
3. Əfəndiyev Rasim. Azərbaycan maddi mədəniyyət nümunələri. Bakı: Azərbaycan Dövlət Nəşriyyatı, 1960.
4. R.Əfəndiyev, S.S.Dünyamalıyeva. Azərbaycan geyimləri. Bakı: Azərbaycan Nəşriyyatı, 1997
5. Paşayev B.S. Parça və geyim məmulatlarının bədii layihələndirilməsi. Bakı: Təhsil, 2004
6. Dünyamalıyeva S.S. Azərbaycan geyimlərinin bədii – dekorativ xüsusiyyətləri. Bakı: Elm, 2013.
7. Dünyamalıyeva S.S. Moda tarixi və dünya xalqlarının milli geyimləri. Bakı: Təfəkkür, 2013.
8. Агамалиева Е.С. Использование народного творчества в формировании современного костюма, Баку: Изд. Аз.ГЭУ, 2006.
9. Андреева И.А. Массовая мода и техническая эстетика. Жур. «Техническая эстетика», Москва, 1985.
10. Барташевич А.А. Основы художественного конструирования. Учебник для вузов. Минск: Высшая шк., 1984.
11. Блок М.И. Апология или ремесло историка. Москва: Изд. ГАВУ, 1986.
12. Богатырев П.Г. Вопросы теории народного искусства. Москва: Изд. «Легпром», 1981.
13. Варламов Г.Г., Струков О.Д. Элементы художественного конструирования и технической эстетики. Москва: Сов. Радио, 1980.

14. Горина Г.С. Народные традиции в моделировании одежды. Москва: Изд. Легпромиздат, 1994.
15. Гофман А.В. Новая теория моды и модного поведения. Москва: Изд. Питер 2004.
16. Дмитрук А.Г. По законам красавицы: О дизайнерском творчестве. Киев: Мистецтво, 1985.
17. Ермилова В.В., Ермилова Д.Ю. Моделирование и художественное оформление одежды. Москва: Изд. Академия, 2001.
18. Зомбарт В.А., Народное хозяйство и мода. Москва: Изд. СПб., 1994.
19. Каминская Н.М. История костюма. Москва: Изд. Легкая индустрия, 1977.
20. Кибалова Л., Гербенкова О., Ламарова М., Иллюстрированная энциклопедия моды. Прага: Изд. Артия, 1986.
21. Ключарев А.И. Несколько замечаний о современных модах в одежде. Москва: Изд. Легпром., 1981.
22. Любимова Т.Е. Мода и ценность. Москва: Изд. Легпром., 1983.
23. Мамедова Л.Г. Цветовая гармония в создании костюма. Баку: Изд. Аз.ГЭУ, 2004.
24. Мамедова Л.Г. Агамалиева Е.Ч. Стильный образ единое гармоничное целое. Баку: Изд. Аз.ГЭУ, 2004.
25. Мода и стиль. Современная энциклопедия. Москва: Изд. Аванта+, 2002.

# ƏLAVƏLƏR



**Şəkil 1. Barokko üslublu geyimlər**



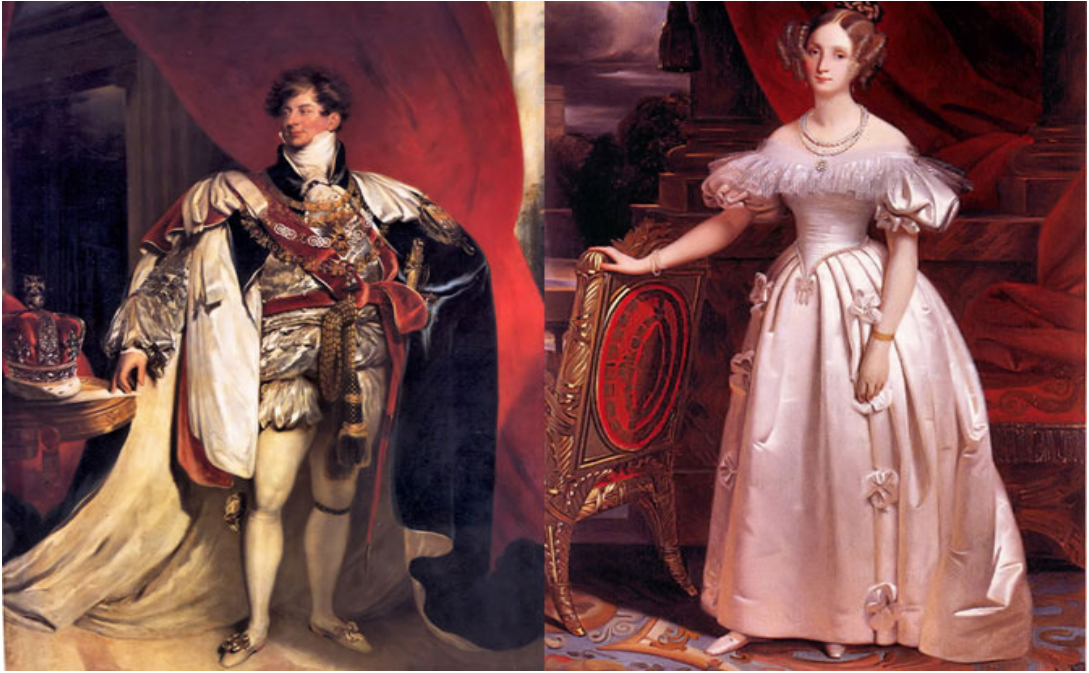


Şəkil 2. Barokko üslublu geyimlər





Şekil 3. Orta  sr Avrupa geyimleri





Şəkil 4. Ortaəslərdə Avropa qadın geyim formaları





Şəkil 5. XIX əsr Azərbaycan kişi geyimi





Şəkil 6. Azərbaycan milli geyim formaları





Şekil 7. Milli geyimlər. Italian modelyeri Renato Balestranın geyim kolleksiyasından



## XÜLASƏ

Azərbaycanın sürətli inkişaf etdiyi və dünyaya açıldığı müasir dövrdə, hər ilməsində Azərbaycanın tarixi irsini yaşadan, milli ruhda yaradılan müasir geyimlərdən təkcə müəyyən tədbirlərdə deyil gündəlik həyatda istifadə etmək vacibdir. Azərbaycan modasının geyim sferasına çıxması ilə bağlı aparılan tədqiqatın elmi – nəzəri təhlili zamanı aşağıdakı bir sıra məsələlər araşdırılmışdır:

**“Modanın meydana çıxması və xüsusiyyətləri”** adlı **I Fəsil**də moda nədir, orta əsrlərdə geyimlərin və parça materialların inkişaf tarixi araşdırılır və XVII əsr geyimləri və moda anlayışı açıqlanır.

**“XIX-XX əsrlərdə geyim formalarının təkamülü”** adlanan **II Fəsil**də XIX əsr Avropa geyimlərinin formalarının inkişafı, XIX əsrlərdə Azərbaycan geyimləri və xüsusiyyətləri, XX əsrin I yarısında və II Dünya müharibəsindən sonrakı dövrün moda mənzərəsi araşdırılır.

**“Moda mədəniyyəti və onun müasir həyatda yeri”** adlı **III Fəsil**də moda mədəniyyəti və gündəlik həyat, moda aləminə təsir edən amillər və müasir Azərbaycan modasının bu günü təhlil edilir.

**“Nəticə və təkliflər”** bölümündə günümüzədək çatmış arxeoloji materiallar, yazılı mənbələr və səkillərin, muzeylərdə qorunan milli geyimlərimizin araşdırılması və öyrənilməsi sayəsində, modelyerlərimiz tərəfindən müasirliklə milli etnik motivlərin sintezi nəticəsində Azərbaycan modasının dünya səviyyəsinə çıxarılmasına dair təkliflər irəli sürülür.

## РЕЗЮМЕ

В период быстрого развития Азербайджана и его выхода на мировой уровень, использование исторического наследия Азербайджана, а также созданной в национальном духе современной одежды не только в особых случаях, но и в повседневной жизни очень важно. В ходе научно-теоретического анализа выхода азербайджанской моды в сферу одежды мирового уровня были рассмотрены следующие вопросы:

**В первой главе "Зарождение моды и его функции"** исследованы вопросы моды, история развития одежды и тканей средневековья и раскрыты понятия моды и одежды в XVII веке.

**Во второй главе "Эволюция форм одежды XIX-XX веков"** расследованы вопросы развития форм одежды Европы, одежды Азербайджана XIX века и его характеристика, моды I половины XX века и периода после Второй Мировой войны.

**В третьей главе "Культура Моды и его место в современной жизни"** анализируются культура моды в повседневной жизни, факторы, влияющие на мир моды и мода Азербайджана сегодня.

**В разделе "Выводы и предложения"** даны предложения по поводу выхода азербайджанской моды на мировой уровень в результате синтеза современности и этнических мотивов в работах современных модельеров, благодаря дошедшим до наших дней археологическим материалам, письменным источникам и изображениям по исследованиям национальной одежды, защищенных и сохранных в национальных музеях.

## SUMMARY

In the period of rapid development of Azerbaijan and its output on a global level, the use of the historical heritage of Azerbaijan, as well as set up in the national spirit of modern clothing, not only on special occasions, but also in daily life is very important. In the course of scientific and theoretical analysis exit Azerbaijan in the sphere of fashion clothing world – class addressed the following issues:

In the **I chapter**, "The origin of fashion and function," The problems of the fashion history of garments and fabrics of the Middle Ages and the notions of fashion and clothing in the XVII century.

In the **II chapter**, "The evolution of forms of clothing XIX-XX centuries" investigated the development of forms of European clothes, clothes of XIX century of Azerbaijan and his characteristic fashion I half of XX century and the period after the Second World War.

In the **III chapter** of "fashion culture and its place in modern life," examines the culture of fashion in everyday life, the factors affecting the world of fashion and fashion in Azerbaijan today.

In the "**Conclusions and Recommendations**" are offer on the release of Azerbaijani fashion on a global level as a result of the synthesis of modern and ethnic motives in the works of modern designers, thanks to extant archaeological data, written sources and images on Investigations of clothing, protected and stored in national museums.

**869 m qrup maqistrantı Heydərova Leyla Natiq qızı «Azərbaycan modasının geyim sferasında rolunun tədqiqi» adlı magistr**

**dissertasiyasının**

**R E F E R A T I**

**Mövzunun aktuallığı.** Müxtəlif geyim tərzlərinin yarandığı bir dövrdə, xalqımızın milli koloriti və estetik zövqünü əks etdirən və “milli etnik xüsusiyyətlər ilə müasir geyimi” birləşdirərək yeni kolleksiyaların yaradılması və dünya moda sferasına çıxaraq orada müəyyən yer tutmaq modelyer dizaynerlər qarşısında duran aktual problemlərdəndir.

Ümumiyyətlə, moda fenomeninin mövcudluğu qoruya bilmək üçün hər zaman əsaslı bünövrəsi olan tədqiqatlara, güclü axtarışlara və həssaslığa ehtiyac vardır. Azərbaycanda xalq geyimlərinin və Avropa geyimlərinin təkamülü müəyyən qədər tədqiq edilmişdir və bu sahə üzrə elmi – əsaslandırılmış tövsiyyələr irəli sürülmüşdür, lakin müasir geyimlərin ornamental xüsusiyyətləri demək olar ki, ciddi araşdırma mövzusu olmamışdır.

Azərbaycanın sürətli inkişaf etdiyi və dünyaya açıldığı bir vaxtda, ölkəmizdə çox saylı dünya səviyyəli tədbirlərin (Evrovizion 2013, Olimpiada – 2015 və s.) keçirildiyi bir vaxtda milli geyimlərimizin geniş kütləyə təqdim olunması üçün əlverişli şəraitin yaranması bu problemin tədqiq edilməsini vacib edir. Bir sıra dünya modelyerləri tərəfində maraqla qarşılanan və geyim kolleksiyalarında etnik motivlərimizdən istifadə edilməsi halları təqdirə layiq haldır. Bu baxımdan 2014–ci ildə H. Əliyev mərkəzində “Müasir dövrdə Azərbaycan cazibəsi” adlı layihə çərçivəsində baş tutmuş tanınmış İtalyan dizayneri Renato Balestranın geyim kolleksiyasını maraqlıdır. Xalqımızın milli xüsusiyyətlərini, dünya görüşünü, estetik zövqünü əks etdirən, ölkəmizin etnoqrafik zonalarına aid milli geyimlərimiz və müxtəlif milli elementlərin daxil edildiyi müasir geyimlər nümayiş olunmuşdur. Modelyer tərəfindən Şərqi koloriti ilə Avropa müasirliyinin birləşdirildiyi geyimlərdə məhsuldarlıq və bərəkət rəmzi olan “Nar” motivindən də geniş istifadə edilmişdir. Həmçinin qeyd etmək lazımdır ki, XXI əsrin moda tarixində öz izlərini

qoyan Azərbaycan modelyerləri öz kolleksiyaları ilə bir sıra ölkələrdə keçirilən moda nümayişlərində, beynəlxalq müsabiqələrdə iştirak edirlər. Və onların kolleksiyaları maraqla qarşılanır.

Ümumiyyətlə, hər ilməsində Azərbaycanın tarixi irsini yaşadan, milli ruhda yaradılan müasir geyimlərdən təkcə müəyyən tədbirlərdə deyil gündəlik həyatda istifadə etmək vacibdir. Bununla bütün dünyaya öz xalq geyimlərimizin incəliyini açıb göstərə və sevdirə bilərik.

**Tədqiqatın predmet və obyektı.** Dissertasiyada avropa geyimlərin təkamülü (ümumi şəkildə), Azərbaycan milli geyim xüsusiyyətləri (geniş şəkildə) tədqiq edilmişdir.

**Tədqiqatın əsas məqsədi və vəzifələri** – Azərbaycan və Avropa geyimlərinin elmi – nəzəri təhlili və xalq geyimlərinin milli etnik xüsusiyyətləri nəzərə alınaraq onların müasir geyim formaları ilə sintezinə dair təkliflərin irəli sürülməsindən ibarətdir.

**Dissertasiyada** bu məqsədlə aşağıdakı əsas **məsələlər** araşdırılmışdır:

6. Modanın meydana çıxması və xüsusiyyətlərinin təhlili;
7. Əsrlər üzrə dünya moda aləminin mənzərəsinin araşdırılması ;
3. XIX – XX əsrlərdə Azərbaycan geyimlərində baş verən dəyişikliklərin təhlili;
4. Moda mədəniyyəti və gündəlik həyat, moda aləminə təsir edən amillərin araşdırılması;
5. Müasir Azərbaycan modasının bu gününü təhlil edilərək “müasir geyimi və milli etnik xüsusiyyətləri”nin sintez olunması ilə yeni geyim xəttinin yaradılması və dünya moda sferasına çıxaraq müəyyən yer tutmağa dair təkliflərin irəli sürülməsi.

**Tədqiqatın informasiya bazası və işlənilməsi metodları** sistemli şəkildə yanaşmaya, tarixən yaranmış və formalaşmış geyimlərin təkamülü və moda fenomenin səmərəli tədqiqat üsullarına əsaslanır ki, onlar da arxiv sənədlərinin, elmi, tarixi mənbələrin, eləcə də, xidmətlərinin vasitəsi ilə müəyyən edilmişdir.

**Tədqiqatın elmi yeniliyi.** Azərbaycanda modelyer dizaynerlərin qarşısında bir növ məqsədə çevrilmiş - xalqımızın milli koloriti və estetik zövqünü əks etdirən

və “milli etnik xüsusiyyətlər ilə müasir geyimi” birləşdirərək yeni kolleksiyaların yaradılması məsələləri dünya moda sferasına çıxaraq orada müəyyən yer tutmağa köməklik edə bilər. XIX – XX əsr Azərbaycan, eləcə də Avropa geyimlərinin təkamülü və onların bədii – estetik xüsusiyyətlərinin araşdırılması və müasir şəraitdə yeni istifadəsinə dair təklif olunan tədbirlərin kompleks tədqiqi dissertasiyanın elmi yeniliyi hesab edilə bilər.

**Tədqiqatın təcrübi əhəmiyyəti.** Dissertasiyada araşdırılan və irəli sürülən təkliflər Azərbaycanda fəaliyyət göstərən modelyer dizaynerlərin, eləcə də, moda evlərinin işində istifadə oluna bilər.

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

**Dissertasiya işin strukturu və həcmi.** Dissertasiya işi giriş, 3 fəsil, nəticə və təkliflər, dissertasiya işinə edilmiş əlavə və istifadə olunmuş ədəbiyyat siyahısından ibarətdir. Dissertasiya işi 69 səh.-dən, 7 səkildən ibarətdir.

“**Modanın meydana çıxması və xüsusiyyətləri**” adlı **I Fəsildə** moda nədir, orta əsrlərdə geyimlərin və parça materialların inkişaf tarixi araşdırılır və XVII əsr geyimləri və moda anlayışı açıqlanır.

“**XIX-XX əsrlərdə geyim formalarının təkamülü**” adlanan **II Fəsildə** XIX əsr Avropa geyimlərinin formalarının inkişafı, XIX əsrlərdə Azərbaycan geyimləri və xüsusiyyətləri, XX əsrin I yarısında və II Dünya müharibəsindən sonrakı dövrün moda mənzərəsi araşdırılır.

“**Moda mədəniyyəti və onun müasir həyatda yeri**” adlı **III Fəsildə** moda mədəniyyəti və gündəlik həyat, moda aləminə təsir edən amillər və müasir Azərbaycan modasının bu günü təhlil edilir.

“**Nəticə və təkliflər**” bölümündə günümüzədək çatmış arxeoloji materiallar, yazılı mənbələr və səküllərin, muzeylərdə qorunan milli geyimlərimizin araşdırılması və öyrənilməsi sayəsində, modelyerlərimiz tərəfindən müasirliklə milli etnik motivlərin sintezi nəticəsində Azərbaycan modasının dünya səviyyəsinə çıxarılmasına dair təkliflər irəli sürülür.