

SOSIAL-MƏDƏNİ FENOMEN KİMİ MODANIN ELMİ TƏDQIQI

Modanın sosial-mədəni hadisələrlə bilavasitə əlaqəsi, modanın hadisələrin forma və məzmununa yayılması sosial-mədəni yanaşmanı həyata keçirmişdir. Mədəni sferada moda cəmiyyətdə hökm sürən münasibətlərin və baxışların xüsusiyyətləri, mədəni-mənəvi dəyərlər, müəyyən bir dövrün idealları ilə müəyyən edilir, lakin moda xarici şəraitdə dəyişikliklərə məruz qalır. Sosioloji nöqteyi-nəzərindən dəb müəyyən bir sosial qrupun və ya bütövlükdə cəmiyyətin həyat tərz, fərdin tipologiyası, onun istəklərinin, meyllərinin, ehtiyaclarının təbiəti, davranış stereotipləri və həyat tərzilə əlaqələndirilir. Məqalədə bu fenomeni dərk etmək üçün əsas yanaşmalar (estetik, mədəni-tarixi, sosioloji, sosial-psixoloji, sosial-mədəni) təhlil edilir; modanın funksiyaları və onun mahiyyəti işıqlandırılır. Dəb həyatda yeni cəmiyyətin qurulması əsasında fəaliyyət göstərən sosial həyatın daim yenilənməsinin universal mexanizmi kimi mövqe tutur. Məqalədə nəzərdən keçirilən fikirlər belə qənaətə gəlməyə kömək edir ki, dəb mədəniyyətdəki müəyyən dəyişikliklərdən və onlarla əlaqəli sosial formalardan kənarda təsəvvür edilə bilməz.

Məqalənin metodologiyası modanın insan həyatının sosial-mədəni fenomeni olaraq, onun həm bir elm, həm də insanın günlük həyatının ayrılmaz hissəsi kimi nəzərdən keçirilməsindən, hazırkı dövrdə sosial tənzimləyici kimi çıxış edən modaya müxtəlif zamanlarda olan yanaşmalardan ibarətdir. Həmçinin, məqalədə modanın müasir cəmiyyətdə artan rolundan, onun cəmiyyət səviyyəsində dəyişən funksiyalarından, moda üslublarından, dəbin sosial vəziyyətindən də bəhs edilir.

Açar sözlər: moda, elm, mədəniyyət, trend, moda standartları

Giriş

Moda müasir mədəniyyətin ən mürəkkəb və dəyişkən hadisələrindən biridir. Müasir moda elə bir sistemdir ki, onun haqqında hər hansı bir mövqedən çıxış edərək birmənalı danışmaq mümkün deyil. Bu fenomen bu gün demək olar ki, bütün humanitar elmləri maraqlandırır və hər biri ona öz nöqteyi-nəzərindən yanaşır. Sosioloqlar modanı müəyyən edilmiş xüsusiyyətlərə və funksiyalara malik mürəkkəb sosial fenomen, psixoloqlar üçün bu, bir növ kütləvi davranış, habelə insana müəyyən təsir üsuludur, filosoflar modanı “fikirləri ifadə etmək üçün estetik vasitə, cəmiyyətdə dolaşan istək və inanclar” adlandırırlar. Müasir moda vaxt keçdikcə daha mürəkkəbləşdi, onun yayılma mexanizmləri də dəyişir. Klassik nəzəriyyələr bu gün artıq müasir dövrdə dəbdə baş verən dəyişiklikləri tam təsvir edə bilmir, bununla belə onların tamamilə tükəndiyini də söyləmək olmaz.

Moda təkcə elmi marağa deyil, həm də adi insanların diqqətinə səbəb olan gündəlik həyatın ən məşhur hadisələrindən biridir. Bir tərəfdən dəb müasir dünya mədəniyyətinin tərkib hissəsidir, həm öz sistemindəki obyektlərlə, həm də xarici mühitlə daimi kommunikativ qarşılıqlı əlaqədə olan şaxələnmiş çoxsemantik quruluşa malik mürəkkəb sosial-mədəni və estetik hadisədir. Digər tərəfdən moda fərdlərin və sosial qrupların davranışlarının sosial tənzimləyicisi kimi çıxış edir, incəsənəti, tarixi, siyasəti, iqtisadiyyatı, sosial-mədəni prosesləri və elmi-texniki nailiyyətləri əhatə edən mürəkkəb mühitdir, bununla da, kütləvilik statusu alır. Bu gün həyatımızın ayrılmaz bir hissəsinə çevrilmiş

sosial media mədəni dəyişikliklərin dinamikasını, o cümlədən moda dünyasında baş verənləri əks etdirir. Üstəlik, sosial mediaya xas olan sürət yeni obrazı bir neçə saat ərzində onlayn dəbdə saxlamağa, onu imitasiya, müzakirə və ya tənqid mövzusunə çevirməyə imkan verir. Geniş kütlədən konkret obyektlərin müvəqqəti seçilməsi ilə səciyyələnən, müəyyən parametr və xüsusiyyətlərə malik sosial həyat hadisəsi moda adlanır.

Moda, şübhəsiz, cəmiyyətin inkişafında elmi maraq doğuran ən vacib sosial hadisələrdən biri kimi qəbul olunur. Həmişə bu fenomenin mürəkkəbliyinə dəlalət edən sosial-fəlsəfi, etik, kulturoloji, sosioloji təhlil obyekti olmuşdur. Moda zamanla dəyişir, tarixi, dinamik, dövrə adekvatdır. Tarixi kontekstin məzmun-ma-hiyyətini təcəssüm etdirir, bir növ müasirliyin kvintessensiyasıdır. İnformasiya və texnoloji "irəliləyişlər" modanın təbiətini dəyişdirir, yeniləşdirir, əlavələr edir, irəli aparır, onu daha əlçatan edir və müxtəlif sosial icmalar tərəfindən moda üçün etik dəyərlərin gözlənilməsini əsaslandırılan tələblər qoyulur.

XX əsrin sonlarında sosial-mədəni sferada baş verən dəyişikliklər cəmiyyətin müxtəlif sahələrinin yenidən qurulmasına təkan verən və moda sahəsində əsl inqilabın başlanğıcını qeyd edən postmodernizm ideyalarının inkişafına təsir göstərmişdir. Postmodern dövrün inkişafı incəsənətin bütün formalarında, o cümlədən dəbdə çoxlu sayda üslub və cərəyanların meydana çıxması ilə təsdiqlənir.

J.Bodriyar haqlı olaraq qeyd edirdi ki, “Moda sosial mexanizmlərin ən səthi və ən dərinini kimi başa düşülə bilər” [1, s. 170]. Çünki moda hadisəsinin ikili təbiəti ilə əlaqədar olaraq, bu hadisənin təkcə daxili mahiyyətini və onun cəmiyyətdə fəaliyyət mexanizmlərini deyil, həm də bu hadisəni şərtləndirən xarici amilləri müəyyən etmək çətinləşir.

Bir çox sosioloji məktəb və cərəyanların tərəfdarı, əsas ideyası cəmiyyəti bədənə müqayisə etmək olan başqa bir sosioloq Q.Spenser də moda fenomenini tədqiq etmişdir. Q.Spenser modanı nəzakət kateqoriyasına daxil edir, onları obyektə münasibətdə adətlərlə müqayisə edir: birincilər özümüzmə münasibətdə hərəkətləri, yəni davranışımızın şəxsi tərəfini, ikincisi isə başqa insanlara münasibətdə müəyyən edir. Əslində, adət və ədəb eyni mənbədən - cəmiyyətdə həyatı tənzimləmək və nəzarət etmək zərurətindən irəli gəlir [2, s. 3]. B. Elkina modanın sosial rolu məsələsinə dair işində qeyd edir ki, bu, kifayət qədər tez yayılan və yox olan nisbi yenilik əlaməti olan standart və ya normadır. Əgər seçim azadlığı varsa, belə bir standart adətən şüursuz şəkildə insanlar tərəfindən qəbul edilir.

Son iki əsrdə moda cəmiyyətin yuxarı təbəqələrinin formalaşdığı elit modadan, cəmiyyətin müxtəlif sosial qrupları və təbəqələri tərəfindən formalaşan və kütləvi sənaye istehsalı ilə təşviq edilən kütləvi modaya çevrildi.

Hal-hazırda bu, dəbli obyektlərin, standartların, mənəvi və maddi xüsusiyyətlərin fərqləndiyi, onların həyata keçirildiyi mürəkkəb bir quruluşdur. Moda “dövrün güzgüsünə çevrilərək”, insanların əhval-ruhiyyəsini, siyasi vəziyyəti və istehsalın inkişaf dərəcəsini əks etdirir” [3, s. 42].

Müasir cəmiyyətdə modanın artan əhəmiyyəti fərdi və bütövlükdə cəmiyyət səviyyəsində yerinə yetirilən funksiyaların müxtəlifliyi ilə izah olunur:

- Yenilikçi funksiya modanın əsas və ən bariz funksiyalarından biridir. Moda yüksək innovasiyanın mənbəyi, nəticəsi və göstəricisi hesab olunur.
- Kommunikativ funksiya. Cəmiyyətdə fəaliyyət göstərən bütün işarə sistemləri insanlar arasında ünsiyyət vasitəsi kimi xidmət edir, moda belə sistemlərdən biridir.
- Sosiallaşma funksiyası. Moda fərdin sosial və mədəni təcrübə ilə tanışlıq vasitələrindən biridir, yəni sosiallaşma funksiyasını yerinə yetirir.
- Prestijli xüsusiyyət. Moda müəyyən hadisələrin, dəyərlərin, mədəni nümunələrin

və s. nüfuzunu artıran və ya azaldan amillərdən biridir. Beləliklə, o, prestijli funksiyaları yerinə yetirir.

- Psixofizioloji rahatlama funksiyası. Müasir şəraitdə bir çox istehsal proseslərinin monotonluğu, şəhər mühitinin monotonluğu, sənaye məhsullarının standart xarakteri və s. kimi amillərin fərdlərə mənfi təsirini nəzərə alsaq, modanın bu funksiyası xüsusilə vacibdir.
- Tənzimləyici - moda həyat tərzinə yeni davranış formaları və yeni mədəni nümunələr təqdim edir, müxtəlif mədəniyyət modelləri arasından bir müddət normaya çevrilən birini seçir, insanın seçim etməsini asanlaşdırır və bununla da dəyişən şəraitə uyğunlaşmağa kömək edir.
- Sosial-mədəni funksiyalar. Adət və ənənələr uzun müddət modanın sosial-mədəni funksiyalarını yerinə yetirmişdir..

Moda ayrıca sosial və mədəni fenomen kimi kifayət qədər uzun müddət qorunub saxlanıla və sonradan yenidən canlana bilər.

Moda uzun müddətdir ki, müxtəlif ictimai və humanitar elmlərin nümayəndələrini maraqlandırır, o, tarixin, mədəniyyətin, sosial antropologiyanın, psixologiyanın, iqtisadiyyatın və əlbəttə ki, sosiologiyanın öyrənilməsi mövzudur. Bu elmlərin hər biri dəb hadisəsini öz mövqeyindən, öz metodoloji aparatından istifadə edərək öyrənir və öz nəzəri konsepsiyalarında yalnız hər bir fənnin predmet sahəsinə aid olan tədqiqat suallarını ortaya qoyur. Həmçinin, müxtəlif elmlər dəbə müxtəlif təriflər verir, tədqiqat obyektini və predmetini özünəməxsus şəkildə formalaşdırır.

Moda sosial tənzimləyicidir, bir tərəfdən cəmiyyətdə sosial bərabərsizliyi nümayiş etdirir, sosial qruplar arasında fərqləri ifadə edir (müxtəlif sosial qruplar dəbli davranışda iştirak etmək üçün müxtəlif imkanlara və stimullara malikdir). Digər tərəfdən, moda müasir cəmiyyətin demokratikləşməsi amili olmaqla sosial qruplar arasındakı fərqləri hamarlayır. Moda təkcə sosial status nümayiş etdirmək vasitəsi deyil, həm də insanlar arasında ünsiyyət vasitəsi, kütləvi ünsiyyət formasıdır. Moda ünsiyyətin əsas sosial-psixoloji mexanizmləri ilə əlaqələndirilir: təklif, inandırma, imitasiya. Hələ XIX əsrdə modanın təqlid kimi şərhləri var idi. (Q.Spenser: “Moda mahiyyətə imitasiyadır”).

Dəbə əməl etmək insanın cəmiyyətə, ətraf aləmə, özünə münasibətini ortaya qoyur. İnsan bir tərəfdən fərdiliyini qoruyub saxlamaq istəyir, digər tərəfdən də özünü cəmiyyətin digər üzvləri ilə eyniləşdirməyə çalışır. Moda insana hazır variantları, düşünmədən əməl edilə bilən standart davranış nümunələri təklif edir və eyni zamanda fərdi inkişaf illüziyasını saxlayır. Bu, modanın qoruyucu, kompensasiya funksiyasıdır. Amerikalı sosioloq J.K.Galbraith qeyd edib ki, dəbli standartlara və naxışlara sahib olmaq müəyyən psixi reaksiya ilə bağlıdır. Bu üstünlüklər istehlakçıda şəxsi uğur, digər insanlarla bərabərlik hissi oyadır, onu düşünmək ehtiyacından azad edir, cinsi istəkləri oyadır, ona cəmiyyətdə nüfuz vəd edir, fiziki rifahını yaxşılaşdırır, ümumi qaydalara uyğun olaraq cəlbedicilik verir. Əks halda, fərd özünü normadan kənara çıxmış hiss edərdi.

Moda nəzəriyyəsi moda elmidir və o, ümumiyyətlə kostyumun və ya geyimin tarixini öyrənmir. Moda nəzəriyyəsi modanı bir fenomen kimi moda yaradan institutlar sistemi kimi öyrənir. Moda, kostyum və kateqoriyasına düşməzdən əvvəl paltar transformasiya prosesindən keçməlidir - bu, dizaynerin yaradıcılığı prosesidir. Geyim moda üçün orijinal vasitədir, cəmiyyətdə özünü ifadə etmək və tanımaq üsuludur. Dəbin iyerarxik quruluşu modelerlərə öz rəsmi statusunu verir. Belə bir sistem çərçivəsində yaradıcı xarakter daşıyan istənilən fəaliyyət yalnız müəyyən sosial-mədəni amillərin mövcudluğu nəticəsində bədii fəaliyyət kimi tanınır. Moda yaradıcılığı demək olar ki, həmişə mədəni dəyişikliyə əsaslanır.

İnsanın müəyyən sosial və ya yaş qrupuna mənsub olması onun modaya münasibətini seçmək imkanını müəyyən edir. Moda təqibi sosial eyniləşdirmənin xüsusi halı olan uyğunluqla sıx bağlıdır. Uyğunluq fərd və qrup arasında müəyyən ziddiyyət, onların baxışlarının, istəklərinin, maraqlarının fərqliliyini nəzərdə tutur. Yaxud da , fərd ya öz inanclarından imtina edərək, ya da qrupun qəbul etdiyi standartlar kimi maskalanaraq qrupun dəyərlərinə uyğunlaşmağa məcbur olur. Moda uyğunluğa tabe olma ilə fərdiləşdirmə ehtiyacı arasındakı ziddiyyəti yumşaldır, eyni zamanda hər ikisini təmin edir.

Moda həm də psixoloji hadisə kimi tədqiq edilib, onun yaranma səbəblərini və dəyişmələrini fərdi psixologiya nöqtəyi-nəzərindən öyrənilirdi. Moda sosial uyğunluq və fərdi azadlıq arasındakı ziddiyyəti həll etmək mexanizmi kimi mühüm insan ehtiyaclarını ödəyir. G.Simmel modanın həyatın sosial bərabərləşməyə meyli ilə fərdin öz fərdiliyini təzahür etdirməyə meyli arasında güzəştə getməyə çalışdığı müəyyən bir xüsusi forması olduğunu qeyd edir. Psixoloji yanaşma moda dəyişikliyinə psixoloji səbəblərini müəyyən etməyə imkan verir. Psixanalitiklər (Z.Freyd, E.Fromm, J.Flügel və s.) modanı şüursuz proseslərlə əlaqələndirən psixoloji hadisə kimi şərh edirdilər. Z.Freyd dəbin mənşəyini azadlıq, gözəllik və əhəmiyyətə çağırışlar kimi şərh etmişdir. Psixanalitiklər modaya riayət etməyi insanın sosial mövqeyindən narazılıq nəticəsində yaranan “aşağılıq” hissini aradan qaldırmağın bir yolu kimi şərh edirdilər. Moda bağlılığı prestij çatışmazlığını kompensasiya edir. Geyim dəyişikliyi bir növ insana şəxsiyyət dəyişikliyi illüziyasını verir, önlükdəki evdar qadın özünü qulluqçu kimi hiss edir gecə geyimində isə özünü artıq xanım kimi hiss edir. Moda həm də insanın yeni hisslərə olan ehtiyacını ödəyir.

Müasir kütləvi istehlak cəmiyyətində dəb fenomeni insanların şüurunu özünə tabe edir və kütlə içərisində fərdin mövcudluğunun davranış modellərini fəal şəkildə formalaşdırmağa başlayır. Moda dünyagörüşünün mahiyyətini ən yaxşı şəkildə ifadə edir: yenilik hissi, cəmiyyətin maddi və mənəvi dəyərlərinin dəyişdirilməsi üçün bir növ mexanizm kimi çıxış edir. Vəziyyətin tələb etdiyi "libas", lazımi ifadələr , jestlər ətraf mühitdə tez yön tapmağa etmək və düzgün davranış strategiyasını müəyyən etmək imkanı verir. Buna görə də, modanı sosial uyğunlaşma üçün bir növ vasitə kimi də qəbul etmək olar, çünki, insana situasiyaya uyğun müəyyən obrazlar yaratmağa kömək edir. İstifadə olunan geyim ilk növbədə insanın rahatlığını təmin etməlidir. Ənənəvi mədəni dəyərlərin məhv edilməsi və insanın özünüdərkinin və özünüdərkilinin yeni müasir formalarının formalaşması şəxsiyyətin sosial təzahürü, normaların formalaşması üçün müəyyən çətinliklər yaradır, çünki insan təbiəti eyni vaxtda bir araya sığmayan xüsusiyyətlərin olması ilə xarakterizə olunur.

İctimai kütləvi moda, mövcud dəyərlərə təsir edən sosial-mədəni proses kimi özünü göstərir. Moda fərdlərin dəyər dünyasını gücləndirir və sabitləşdirir. Hazırda moda tendensiyalarında bir sürətlənmə müşahidə olunur. Müxtəlif mədəniyyətlərin qarşılıqlı nüfuzu prosesi gedir, gəldikcə daha yeni fikirlər, ideyalar yaranır. Dəb elə bir sosial-mədəni və simvolik reallığı formalaşdırır ki, onun sayəsində insan yaratdığı “dünya”-nı dərk edir. Ümumi mənada moda həyatın hər hansı bir sahəsində müəyyən bir üslubun müvəqqəti hökmranlığı kimi başa düşülür. Moda fenomeninə maraq onun insan həyatının və fəaliyyətinin sosial, iqtisadi, mədəni sferalarına çox müxtəlif təsir göstərməsi, öz növbəsində bu dəyişikliklərin əlaməti olması ilə əlaqədardır. Eyni zamanda dəb “insan və ictimai reallığın ayrı-ayrı elmlər tərəfindən parça-parça kəsilmiş hər bir fraqmentinin əhatə dairəsindən kənara çıxır. Bu fenomen bütöv və universaldır”. [4, s. 20]. Dəbin fundamental mahiyyəti - onun innovativ təbiəti bütün nəzəri yanaşmalarda qeyd olunur; moda hərəkətinin istiqaməti ictimai inkişafın dinamikasını əks etdirir.

T.Vebelin modanın bir neçə əsas xüsusiyyətlərini vurğulayır:

1) moda zənginlik nümayiş etdirmək üçün bir seçimdir. Geyimə xərcləmə istehlakın

bariz göstəricisidir. Geyim iqtisadi canlılığın real əksidir və dərhal nəzərə çarpan maliyyə rifahının göstəricisidir;

2) dəbli standartlara sahib olmaq fərdin fiziki əməklə məşğul olmadığını göstərir. İnsanın zərif və səliqəli görünüşü onun boş həyat tərzini əks etdirir. Bir insanın daha az rahat paltarı varsa, onun elitənin bir üzvü kimi çəkisi də bir o qədər çox olur;

3) anına görə dəb, müasirlik. Dəbli olmaq zamanın bu anına uyğun gəlmək deməkdir.

Veblen belə bir mövqe tutur ki, "dəbdə" olmaq üçün istifadə olunan moda standartlarına çatmaq çətin olmalıdır. Bu gün cəmiyyətin yüksək maddi rifah səviyyəsinə malik sosial təbəqələrinin nümayəndələri dəyərli və çətin əldə olunan geyimlərdən istifadə etməklə bir növ öz rifahlarını nümayiş etdirirlər.

Müasir sosiologiyanın nümayəndələrindən olan R.Keniğin dəb anlayışında əsas ideya ondan ibarətdir ki, təqlid lap əvvəldən kütlənin oxşar hərəkətinə aparan cərəyanların yaranmasına təkan verir. R.Keniq dəbi yalnız obyekt və subyekt arasında qurulmuş sosial münasibətlər əsasında meydana çıxan imitasiya kimi başa düşür və bu əlaqələr könüllüdür. G.Bloomer, isə moda anlayışında moda istehlakçılarına əsas əhəmiyyət verir. O, hesab edir ki, zövqü müəyyən edən dəb istehlakçılarıdır və modelyerlər isə, bu zövqləri dəbə çevirirlər. Alim bu anlayışa əsaslanaraq “dəbin yuxarıya sızması” nəzəriyyəsini irəli sürür. Dəb fenomeninin, başqa sözlə desək, “dəb halı”nın dövrün sosial dəyişiklikləri ilə transformasiyaya uğraması faktdır. Ona görə də “dəb” haqqında formalaşan fikirlərə dövrlərin sosial dinamikası öz təsirini göstərir.

Moda cəmiyyətin müxtəlifliyini əhatə edən ən vacib sosiomədəni və etik fenomen kimi istehlakçı cəmiyyətin universallıq və fərdiyyətin xüsusiyyətlərindən məlumat verir. Bunlar belə qənaətə gəlməyə əsas verir ki, müasir mərhələdə modanın tədqiqində onun mədəniyyətlərarası kommunikativ vasitə olması məqamı da ciddi etik-fəlsəfi, sosial və kulturoloji əhəmiyyət kəsb edir. Bu baxımdan R.Bartın [50], L.V.Petrovun, Y.M.Lotmanın və bir çox Qərb filosof, kulturoloq və sosioloqlarının yanaşmalarına müraciət etmişik. Bu yanaşmalarda moda kommunikativ hadisə olaraq iki kontekstdə - moda fərdlərarası dialoq forması kimi və moda mədəni yeniləşmənin sinxron təşkil edilmiş dinamik prosesi kimi nəzərdən keçirilir. Bizi bu iki aspektin vəhdətində modanın qeyri-xətti mürəkkəb sistem kimi substantiv və kommunikativ aspektlərinin qarşılıqlı əlaqəsinin dinamikası, mənəvi dəyərlər bağlılığında maraqlandırır. Konkret ifadə etsək, modanın mürəkkəb struktur-funksional özəlliyi onu tələb edir ki, müasir mərhələdə onun fəlsəfi-elmi refleksiyasına fənlərarası müstəvidə yanaşılsın.

Moda üslublardan birinin və ya bir neçəsinin sosial vurğusu kimi böyüyür. Bu cür vurğunun bir çox səbəbi var: iqtisadi, sosial, kommersiya, psixoloji, estetik, hətta texnoloji. Moda, insanın “özünü eyniləşdirməsi” “sosial elementin özünü yaşaması”nın yeridir. Modanı keçmiş, indi və gələcək arasında müəyyən semantik əlaqə olmadan təsəvvür etmək olmaz. Bu prosesdə iştirak edən şəxsin rolu bu xətti saxlamaqdır. Bu, dəbli paltarların yeniliyini qiymətləndirmək, modanın müddətini, yeni modanın ortaya çıxma vaxtını proqnozlaşdırmaq üçün lazımdır. Dəb, bir növ sosial vaxt kimi fərdin müvəqqəti və ya həyat perspektivi ilə üst-üstə düşə bilər, düşməyə də bilər. Dəb kontekstində insanın zehni olaraq gələcəyi görmə qabiliyyəti, özünü gələcəkdə təsəvvür etməsi (psixoloji perspektiv) yaşından, peşəsindən, ehtiyaclarından, dəyər oriyentasiyalarından, həyatın üstünlük verdiyi sahələrdən asılı olaraq müxtəlif təsirlərə səbəb ola bilər.

Estetik zövqlərin inkişaf forması olan moda bu aspektdə bədii praktikanı da müəyyən etmişdir. Dəbli naxışların ətraf mühitə praktiki şəkildə tətbiqi bu gün modaya xas olan yeni, lakin global üslub xüsusiyyətlərinin ardıcıl inkişafına gətirib çıxarır. Ancaq, bu vəziyyətdə də moda bütün bədii texnika və ifadə vasitələrini müəyyən edən bir növ

"mikrostil" kimi çıxış edir. Əvvəllər olduğu kimi bu gün də dəb çox mobildir: bir sahədə birinci görünən moda, üstünlük təşkil edən zövq kimi bütün digər sahələrə yayılmağa meyllidir və bu, hər yerdə, bütün ölkələrdə olur. Dəbli paltarlar müəyyən bir tarixi dövrün müəyyən edilmiş ideallarına nail olmaq üçün bir növ yol hesab edilə bilər. Geyimin təsirinin öyrənilməsi insanın modaya qeyri-müəyyən münasibətini anlamağa imkan verir. Bir tərəfdən fərd buna qarşı çıxır, fərdiliyini qorumağa çalışır, digər tərəfdən də sosial mühitdən təcrid olmamaq üçün dəbə əməl etməyə çalışır. Modaya istiqamətlənmə subyektin fərdi keyfiyyətlərinin əksidir, şəxsi məna daşıyır, müxtəlif dəbli obyektlər və cərəyanlar vasitəsilə öz ehtiyaclarına və maraqlarına uyğun olanı seçməyə imkan verir. Dəbin sosial vəziyyəti insanın daxili dünyasından ayrılmazdır. Moda bu dünyanı ifadə edir və onu qurur. Bunu indiki dövrdə çoxdan formalaşmış və intensiv şəkildə işlənmiş psixoloji yanaşmalar təsdiqləyir. Bu gün hər kəs öz rol modelini seçməkdə və ya üslubları, formaları və siluetləri qarışdıraraq özünəməxsus, obrazını yaratmaqda sərbəstdir. Müasir moda mürəkkəbləşir, dəyişir və bu dəyişikliklər əks olunmağı, günün reallığından irəli gələn yeni yanaşmalar tələb edir. Əgər əvvəllər aristokratların geyimlərinin estetikası onların eksklüzivliyini və əlçatmazlığını vurğulayırdısa, bu gün hamımız dəbdə geyinə bilərik.

Mədəniyyət sistemində dəb mədəniyyət məhsullarına müasir tələbləri göstərən fenomendir, ona görə də onun milli variantının hazırlanması eyni zamanda modernləşmə və eyniliyin qorunması üçün vacib şərtidir. Moda mədəniyyətin ideologiya, siyasət, dövrün şüuru (stereotiplər, ideyalar, obrazlar, mentalitet) kimi mədəniyyət elementləri ilə əlaqələndirilir. Moda dövrüdür, fərdi motivlər və elementlər, vaxtaşırı geri qayıdır.

Məqalə modanın cəmiyyətin bütün sahələrinə nüfuz etmiş bir mədəniyyət hadisəsi kimi baxılmasına həsr edilmişdir. Moda fenomeninin sosioloji təhlili bu fenomenin öyrənilməsini xüsusi sosial institut kimi fərqləndirir, onun yaranması sosial inkişafın müəyyən meylləri, davranış nümunələri, iqtisadi strukturu və istehlak səviyyəsi ilə müasir cəmiyyətin formalaşması ilə bağlıdır.

İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Бодрийяр Ж. Мода, или Феерия кода. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть . С.И.Зенкина. М., 2000. С. 170.
2. Brake M. The Sociology of Youth Cultures and Youth Subcultures. Abingdon, 2013. 214 p.
3. Пахомова М.Г. Мода как социально-культурный феномен // Всероссийский журнал научных публикаций. 2011. № 3. С. 64.
4. Гофман А.Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. Наука. 2013. С. 228.
5. Ермилова В.В., Ермилова Д.Ю. Моделирование и художественное оформление одежды. М.: Мастерство; Академия; Высшая школа, 2000. С. 180.
6. Хаустова А.А. Мода как социальный феномен и объект социологического анализа. Власть. 2013. С. 104.
7. Гофман А.Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения., Наука. 1994. С. 160.
8. Уилсон Э. Облаченные в мечты: мода и современность., Москва: Новое литературное обозрение. 2012. С. 288.
9. Алексеенко Л.В. Социология моды: классический социологический дискурс о моде,
10. Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2012. С. 106.
11. Килошенко М.И. Психологическое основание интегральной теории моды. Издательство «Питер». 2014. С. 189.

Шахла Абдуллаева

НАУЧНОЕ ИЗУЧЕНИЕ МОДЫ КАК СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО ФЕНОМЕНА

РЕЗЮМЕ

Непосредственная связь моды с социокультурными событиями, распространение моды на форму и содержание событий реализовало социокультурный подход. В сфере культуры мода определяется особенностями господствующих в обществе установок и взглядов, культурными и нравственными ценностями, идеалами времени, но мода подвержена изменениям внешних условий. С социологической точки зрения мода связана с образом жизни определенной социальной группы или общества в целом, типологией личности, характером ее желаний, склонностей, потребностей, поведенческих стереотипов и образа жизни. В статье анализируются основные подходы к пониманию этого феномена (эстетический, культурно-исторический, социологический, социально-психологический, социокультурный); освещаются функции моды и ее сущность.

Мода выступает универсальным механизмом постоянного обновления общественного развития в деятельности нового социального строительства в жизни. Выводы, полученные в статье, помогают таким образом, который не может быть использован вне изменений в модной культуре и связанных с ней социальных формах.

Ключевые слова: мода, наука, культура, тренд, модные стандарты

Shahla Abdullayeva

SCIENTIFIC STUDY OF FASHION AS A SOCIAL-CULTURAL PHENOMENON

SUMMARY

The direct connection of fashion with socio-cultural events, the spread of fashion to the form and content of events has implemented the socio-cultural approach. In the cultural sphere, fashion is determined by the characteristics of attitudes and views prevailing in society, cultural and moral values, ideals of a certain period, but fashion is subject to changes in external conditions. From a sociological point of view, fashion is associated with the lifestyle of a certain social group or society as a whole, the typology of an individual, the nature of his desires, tendencies, needs, behavioral stereotypes and lifestyle. The article analyzes the main approaches to understanding this phenomenon (aesthetic, cultural-historical, sociological, socio-psychological, socio-cultural); the functions of fashion and its essence are illuminated. Fashion takes a position in life as a universal mechanism of constant renewal of social life, which operates on the basis of building a new society.

The ideas reviewed in the article help to conclude that fashion cannot be imagined outside of certain changes in culture and the social forms associated with them.

Keywords: fashion, science, culture, trend, fashion standards