

Vüqar Sərdar oğlu ABDULLAYEV
Qərbi Kaspi Universiteti,
sənətsünaslıq üzrə fəlsəfə doktoru
E-mail: raguv@mail.ru

XX ƏSR İTALİYA MODA DİZAYNI

Xülasə: Müəllif məqalədə İtaliyanın 20-ci əsrin qabaqcıl modelyerləri haqqında danışır, onların həyat və yaradıcılığını təhlil edir və bir-biri ilə müqayisə edir. Hər bir modelyerin hansı səbəblərə görə unikal və təkrarolunmaz olduğunu araşdırır. Müəllif həmçinin digər avropa ölkələrinin moda dizaynına İtalyan modelyerlərinin təsirini təhlil edir. Məqalədə İtalyan modelyerlərinin təkcə eskizlərin hesabına uğur qazanmaması, burda eləcə də, parçaların keyfiyyətindən, məşhur insanların, xüsusilə də ulduzların dəstəyindən və sağlam rəqabətdən söhbət açılır. Müəllif məqalədə bir modelyerin digərinə dəstəyindən, təcrübə mübadiləsindən və sağlam tənqidin yaradıcılığa müsbət təsirindən bəhs edir. Məqalədə adı çəkilən hər bir modelyer incəsənət tarixinə adlarını öz zəhmətləri və istedadları hesabına qızıl hərflərlə yazdırmışdır. Onların yaradıcılıqları və həyat təcrübələri hər bir gənc dizayner üçün gözəl bir nümunə ola bilər.

Açar sözləri: İtalyan modası, Çerutti, Armani, Versaçi, Qaravani, Kavalli, Qabanna, Dolçe.

UOT: 687.01

DOI: 10.54414/izlm7862

Giriş

Nino Çerutti:

Moda aləminə Nino Çerutti həvətsiz gəlmişdi. Şirkətin başçısını, atasını əvəz etmək üçün öz sevimli dərslər ocağını – jurnalistika təhsilini yarımçıq qoymalı oldu. Çeruttinin atası kiçik parça manufakturasının sahibkarı idi və ömrü boyu müxtəlif növ çox keyfiyyətli parçalar istehsal edirdi. Çerutti görünür hər işi yüksək səviyyədə görməyə adət etmişdi, bu işin də qulpundan yapışanda onu mükəmməlləşdirərək həmin parçalardan paltarlar tikmək qərarına gəlir. Hətta moda tarixində “Hazır tikilmiş paltarlar” üslubunu sənətsünaslar Nino Çeruttiyə aid edirlər. Onun kişilər üçün tikdiyi ilk kostyum “Hitmann” adı ilə məşhurlaşır. 1957 – ci ildə istehsal buraxılmış bu kostyum seriyası 60 saata qədər əl işinin əməyi hesabına ərsəyə gəlirdi, ilmələr, pencəklərin qolları və yaxaları əl ilə tikilir və kəsilirdi. Nino Çerutti ailəvi biznesi adi tekstil manufakturasından yüksək dəbli brendə çevirdi. 1881–ci ildən fəaliyyət göstər-məyinə baxmayaraq, ailəvi tekstil manufakturası 1957 -ci ildən Nino Çeruttinin səyi nəticəsində yeni dövrünə qədəm qoyur və paltar tikilişi ilə məşğul olmağa başlayır. İkinci Dünya müha-ribəsindən öncə kinomotoqraf istehsalı moda evləri üçün bir növ yaşıl kart mənasını kəsb edirdi. İncəsənətin bu növündə özünü təsdiq edən brendlər inanılmaz dərəcədə məşhurlaşa bilirdi. Nino Çerutti bunu anlayır və ona görə də

kinomotoqrafla sıx işləməyə başlayır. “Bonni və Klayd” filmində aktrisanın geyimi Çeruttinin moda evindən alınır. Beləliklə ard-arda Çeruttinin yaradıcılığı təqribən 30-a yaxın filmlərdə özünü göstərir və Çeruttinin yaradıcılığını xalq tərəfindən sevilən ulduzlar məşhur edir. Çerutti moda evinin paltarlarını Ketrin Denev və İv Montand (“Vəhşi” filmində), Cek Nikolson (“İstvikin cadugərləri” filmində), Şeron Stoun (“Sliver” və “Əsas instinkt” filmində), Jan-Pol Belmondo (“Möhtəşəm” filmində), Tom Hanks və Antonio Banderas (“Filadelfiya” filmində), (“Gözəl qadın” filmində) nümayiş etdirmişlər. Çeruttinin yaradıcılığını digər modelyerlərdən fərqləndirən faktor onun “minimalizm” janrında çalışması idi. O, əbəs yerə dəb-dəbəli bəzəklərə vaxt ayırmırdı, onun paltarları xalqa yaxın, rahat və minimum bəzəkli idi, bu da onu xalq arasında istəkli edirdi.

Keçən əsrin 60-cı illərinin əvvəl-lərində “Hitman” kolleksiyası Çerutti üçün bir neçə il işləmiş Giorgio Armani və digər dizaynerlər tərəfindən inkişaf etdirilirdi [4].



Nino Çerutti öz modelləri ilə o illərin köhnə ənənələrinə sadıq qalan və yeniliklərə qarşı sərt reaksiya verən konservativ modelyerdən çox fərqlənirdi. Çeruttinin düşüncəsinə görə



modellərindən İtalyan həyatsevərliyi nəfəsi gəlməli idi və bununla belə modellər üslub cəhətdən ingilissayağı qusuruz olmalı idi. Çeruttinin əsas amalı – modellərinin azad və sivil insanlar üçün olmasıdır.[2]

Djordjio Armani:

Armani sadə İtalyan ailəsində anadan olmuşdur. Milan şəhərinin yaxınlığında kiçik bir kənddə uşaqlıq illərini keçirmişdir. Ailə çox kasıb idi. Valideynləri ailənin üç uşağını çox çətinliklə böyüdüdü. Armanın xatirələrinə görə,



hətta bəzən o ac qalırdı. Gənc yaşlarında o, Milana iş axtarmağa gedir. Əvvəlcə Milanda təsadüfən tanış olduğu tibb universitetinin tələbəsinin həvəsinə o da həkim olmaq qərarında gəlir. Bütün maddi çətinliklərə baxmayaraq Tibb universitetinə qəbul olunur.

Amma iki il universitetdə oxuyandan sonra anlayır ki, həkim olmaq ona uyğun gəlmir. Sadəcə qan görərkən belə onun halı dəyişirdi. Universiteti yarımçıq qoyaraq əsgərliyə yola düşür. İki ildən sonra geri Milana qayıdır və yenidən iş axtarmağa başlayır. Tezliklə adi bir işçi kimi Milan şəhərində böyük bir univermaqda iş düzəlir. Öz işinə çox məsuliyyətli yanaşdığından onu tez bir zamanda iş yerində irəli çəkməyə başlayırlar. Əvvəlcə o, vitrinlərin quruluşunu verməklə məşğul olurdu. Bundan sonra o, malların univermağa alınması işinə başlayır [3]. Bu təcrübə ona gələcəkdə çox lazım olur. Bu işdə o tikiş keyfiyyətini və moda sahəsini dərinlən öyrənməli olur. O, çox vaxtını paltarların hansı dəyərlərə görə köhnəlməsi və ya əksinə dəbə düşməsinə anlamağa çalışırdı. Yalnız yeddi ildən sonra o, anlayır ki, artıq yaradıcılıq fəaliyyətinə başlaya bilər. Armani,

həyatının bu mərhələsində univermağı üçün alış edərəkən o dövrün məşhur kuteryesi Nino Çerutti ilə tanış olur. Nino Çerutti ilk şəxs olur ki, Armanın yaradıcılıq istedadına inanır. Armani tezliklə iş yerini dəyişib Nino Çeruttinin şirkətində işləməyə başlayır. Armani “Hitman” adlı modelləri hazırlamağa başlayır. Armani altı il bu modelləri yaratmaqla məşğul olur. 1970 – ci ildə artıq o anlayır ki, öz moda evini yaratmaq və sərbəst olmaq istəyir. Bu andan o, Nino Çeruttidən ayrılır və öz kolleksiyalarını yaratmağa başlayır. 1975 ci ildə o, dostu və partnyoru ilə birgə “Armani Aksioner Cəmiyyəti”ni yaradaraq öz şirkətini işə salır. Bunun üçün Armani sevimli avtomobilini satmalı olur. Milan şəhərində iki balaca otaqdan ibarət ofis götürür. İlk öncədən Armani rəssam işlərini öz üzərinə götürür, dostu Serjio isə maliyyə məsələlərinə nəzarət edir və kommertiya direktoru vəzifəsində çalışır. Onun modelləri incə zövqə malik kişi və qadın geyimləri idi. O, kişilərin geyim üslubuna arxalanaraq “Qadın ofis meneceri” obrazını yaradır. Onun uğur qazanmasında ulduzların çox böyük rolu vardır. O dövrün ulduzları bir-birinin ardınca Armani modellerini geyinirdi. İlk olaraq ulduzlardan Dayan Kitonun Armani pencyayını Oskar təqdimatına geyinməsi olmuşdur. Sonra Riçard Gir “Amerikan jiqalası” filmində Armanini məşhur edir. Armani həddindən çox işləyir, gündəlik 12 saatlıq iş onun üçün normaya çevrilir. Məşhur “Time” jurnalı üz qabığını Armaniyə həsr edir. Dostu Serjio Qalietti dünyasını dəyişəndən sonra onun çətin anları başlayır. O, tək başına şirkəti idarə etməli idi. Armani artıq təkə yaradıcı rəssam kimi deyil, həm də idarəçiliyi öyrənməli idi. O, əvvəlcədən satışdan gələcək gəlirin proqnozunu düzgün verməyi bacarmalı idi. Kompaniya tezliklə böyüməyə və genişlənməyə başlayır. Bu da, Armanın istedadlı kommertiya olduğunu bir daha sübut edir. Hazırda “Armani Moda Evi”nin bir neçə yaradıcılıq sferaları mövcuddur. Bura qadın və kişi geyimlərinin istirahət və iş üslubları, aksesuarlar, parfümeriya, ev əşyaları, mebellər və sairə aiddir. O, Ərəb Əmirliklərində yerləşən bahalı otellərin dizayn quruluşunda iştirak edir, Milan basketbol komandasına himayəlik edir və Armani imperiyasının şərqdə genişlənməsi ilə aktiv məşğul olur. “Armani Moda Evi”nin başqa moda evlərindən fərqi

ondadır ki, təsadüfi və müvəqqəti dəblərə uymur və öz incə xəttlili, zövqlü və keyfiyyətli brendini davam etdirir.

Hazırda Armanın şirkəti bir neçə istiqamətdə - “Giorgio Armani”, “Emporio Armani”, “Armani Exchange”, “Armani ABS”, “Cins şalvarlar Armani” dəbli geyimlər, ətir və ayaqqabı istehsalında inkişaf etmiş və aparıcı istehsalçılardan birinə çevrilmişdir. Armani geyim və ayaqqabılarından əlavə, L’Oreal ətir şirkəti ilə müqavilə əsasında məşhur Armani ətirləri, tualet suyu istehsal olunur.

Djanni Versaçi:

Versaçi Dekabrın 2-si, 1946-cı ildə İtaliyada dərzi ailəsində anadan olmuşdur. Anasının kiçik şəxsi moda evi var idi. O zamanlar üçün bu moda evinə əsas etibarını ilə zəngin xanımlar və bəylər gəlib özləri üçün geyim sifariş edirdilər. Djanni Versaçi uşaqlıq illərindən anasına kömək edir, əvvəlcə paltar tikməyi öyrənir, sonralar isə parçaların almasına nəzarət edirdi [2].

28 mart, 1978 – ci ildə o, öz şəxsi kolleksiyasının prezentasiyasını keçirir və çox tezliklə məşhurlaşır. Versaçi hələ uşaqlıqdan qədim Yunanistanın tarixi ilə və eləcə də, Roma İmperiyası tarixi haqqında çox maraqlandığından onun kolleksiyalarında Yunan və Roma geyim üslubu sezilirdi.



Səksəninci illərdə o, moda dünyasında bir sensasiya yaratmağa nail olur. Sakit rənglərin hökm sürdüyü bir dövrdə, Versaçi parlaq, iri çaplı, naxışlı və seksual görünən paltar kəsiklərindən istifadə etməklə moda dünyasında bir növ şok yaşatdı. Onun “dəb-dəbəli klassisizm və açıq seksuallığın vəhdəti” üslubu tənqidçilər və cəmiyyət tərəfindən birmənalı qarşılanmırdı.

O, hətta heyvan dərilərindən, barokko üslubundan, eləcə də müasir pop və prank üslubunu birləşdirən parlaq təzadlı bir üslub yaradırdı.

Axşam geyimlərində o, hündür daban ayaqqabılardan və qızıl aksesuarlarından istifadə edirdi.

Versaçi həmçinin teatrlarla yaxından əməkdaşlıq edir və bəlkə də incəsənətin bu növündə onun uğurları geyim rəssamı kimi daha möhtəşəm idi. Onun geyimləri bir çox opera və balet səhnələrində nümayiş olunurdu. Bu da, şübhəsiz Versaçinin bir İtalyan kimi teatra vurğunluğundan irəli gəlirdi.

Versaçi yarımtonların düşməni idi desək, mənəcə yanılmazıq. O, parlaq yazıları, qışqıran rəngləri xoşlayırdı. Sanki, bütün varlığı ilə “bu mənəm, Versaçiyəm, mən beləyəm!” demək istəyirdi.

Versaçi geyimlə yanaşı həmçinin aksesuarlar, ətirilər, çantalar, ev əşyaları, qabların, mebellərin dizaynı və sairə dəbdə olan əşyaların yaradıcılığı və istehsalı ilə məşğul idi.

Versaçi 90 – cı illərdə İtaliya istehsalını dünya arenasına çıxardan mühüm iş adamlarından birinə çevrilir. Şübhəsiz, bu, İtalyan iqtisadiyyatı üçün böyük töhvə idi.

O, tez-tez Yunan və Roma mifologiyasının müxtəlif işarə və obrazlardan öz əsərlərində istifadə edirdi. Versaçi öz moda evinin emblemi kimi Meduza Qarqonun başını seçmişdi. Əfsanədən məlum olduğu kimi Meduza Qarqonun gözlərinə baxan kəs həmişə an şokdan daşa dönməli idi. Versaçi bununla özü dediyi kimi, tamaşaçıları şık üslubu ilə şoka salmağa çalışırdı.

Qısa müddətdə Versaçi özünün moda imperiyasını yaratmağa nail oldu. Təəssüflər olsun ki, 50 yaşında ikən onu öz malikanəsinin önündə müəmmalı şəkildə güllələyib öldürürlər. Lakin onun moda imperiyası bu günə qədər yaşamaqda davam edir. Onun moda evləri Versaçinin adını həmişə yüksək tutmağa çalışır.

Hazırda “Versaçi moda evi”nə onun bacısı Donatella rəhbərlik edir. O, öz kolleksiyalarında qardaşının üslubunu, şık və seksuallığı qorumağa çalışır.

Valentino Qaravanni:

Qaravanni 11 may 1932 –ci ildə İtaliyada anadan olmuşdur. O, dindar katolik ailəsində göz açmışdı. Atası kiçik bir dükanda lampa satmaq ilə məşğul idi. Anası isə sadə evdar qadın idi. Uşaqlıqdan şəkil çəkməyi çox xoşlayırdı. 7

yaşında olanda valideynləri onu Monastr kollecinə göndərir. Sonralar o özü bu illəri ağır illər adlandıracaq. Onun söyləyinə görə, bu məktəbdə ona elm öyrətməkdənsə daha çox dua etməyi və itaətgar olmağı öyrədirdilər. Bu çətin illərdə onun yaxın dostu, rəsmiləri olmuşdur. O, gördüyü nə varsa, hamısını kağıza sadə qələmlə köçürməyi xoşlayırdı. Artıq 17 yaşında o dəqiq bilirdi ki, modelyer olmaq istəyir, lakin valideynləri bu arzusunun tərəfdarı deyildi. Valideynləri onu hüquqşünas və ya həkim görmək istəyirdi.

O, özü qərar verərək, valideynlərinin köməyindən imtina edir və öz yolunu seçir. Tezliklə Milan İncəsənət Akademiyasına qəbul olur. İstedadlı gənci çox keçmədən “Jan Desse” moda evinə assistent vəzifəsinə dəvət edirlər. O,



həmçinin rəqslə də çox maraqlanırdı və rəqs dərslərinə də gedirdi. Parisdə “Jan Dessa və Qi Laroş” moda evində assistent kimi çalışdıqdan sonra 1960 – cı ildə İtaliyaya geri qayıdır. Onun ilk olaraq istedadını aktrisa Elizabet Teylor və sonradan isə Jaklin Kennedi aşkar edir [5]. “Kleopatra”

filminin çəkilişi Roma şəhərində keçirilərkən Valentino da orada köməkçi kimi çalışdı. Təsadüfdən Elizabet Teylorun geyim haqqında tənqidlərini eşidən Valentino fasilədə ona yaxınlaşır və eskizlərini aktrisaya göstərir. Beləliklə, Elizabet Teylor “Kleopatra” filminin təqdimatı mərasimində məhz cavan və heç kimin tanımadığı modelyerin paltarını geyinir. Bu da Valentinonun ilk debyütü olur və o məşhurlaşır.

1978 – ci ildə “Valentino” markalı ətir də həmçinin istehsal olunmağa başlayır.

Yüksək zövq, keyfiyyət və qüsursuzluq onun brendlərinin şüarı olmuşdur. Onun dediyinə görə: “Mən gözəlliyi sevirəm. Mən qadınların nə istədiyini bilirəm, onlar gözəl görünmək istəyirlər!”

Valentino Qaravanninin əsas uğuru paltarların rahat və gözəl olmasıdır. O, mümkün qədər sadə və mümkün qədər az tikişi olan geyimlər yaradırdı. Özünün dediyi kimi: “Öz ambissiyalarım haqqında deyil, paltarlarımı

geyinəcək qadınlar haqqında həmişə düşünmüşəm!”



Roberto Kavalli:

Roberto Kavalli 15 noyabr 1940 - cı ildə Florensiyada anadan olmuşdur. Uşaqlıqdan babasının impressionist əsərlərinə baxıb özü də şəkil çəkmək həvəsinə düşür. Anasının dərzi olması onu moda aləmində incəsənətin hər iki bölməsini cəmləşdirməyə vadar edir.

Roberto Kavalli vəhşi heyvanların obrazını geyim kolleksiyalarında canlandırmağı xoşlayır. Onun kolleksiyası həmişə seksual, hissiyatlı, incə, eləcə də sadəliyi ilə göz oxşayır. O, qadınları kişilərə xas geyimlərlə geyindirən modelyerləri anlamadığını söyləyir, onun düşüncəsinə görə qadın yalnız qadına xas paltarlar geyinməlidir və öz gözəlliyini məhz qadın olduğunda görməlidir. O “uni-seks” (hər iki cinsə xas ola bilən geyimlər) anlamını tamamilə rədd edir. Roberto Kavalli kolleksiyalarında geyimlərinin qadını bir sirr olaraq göstərməsinə üstünlük verir. Onun üslubu tez-tez “vəhşi” və ya “ram edilməyən moda” adı altında təqdim edilir. Artıq uşaqlıqdan Roberto keyfiyyətli və düzgün tikilmiş parçaları ayırd etməyi anasından öyrənmişdi. Onun söylədiyi kimi, babası və anası ilə birgə yaşadığından onların üslubları hazırda Roberto Kavallinin modellerində öz əksini tapır. Bir tərəfdən impressionist çalarlar, digər tərəfdən isə keyfiyyətli parçalar və düzgün, səliqəli tikilmiş geyimlər onun kolleksiyalarını və üslubunu tamamlayan faktor olmuşdur. Hələ 1970 – ci illərdən Roberto Kavallinin modelləri beynəlxalq arenada tanınır. Bunun da sirri ondadır ki, Roberto Kavalli kolleksiyalarında qadınları pozitiv, özünə güvənli, seksual göstərir.

Robert Kavalli yaradıcılığının hələ başlanğıcında dəri üzərində naxışlar çəkməyi və bu prosesin sistemli texnologiyasını yaratmışdı.

Onun bu yeni texnologiyası çətinliklə qəbul edilsə də və satışda əvvəl-əvvəl problemlər olsa belə ruhdan düşməyib tez bir zamanda uğur qazanmağa müvəffəq oldu. Qısa müddətdən sonra Fransada öz butikini açır. Onun kiçik dükkanı Sentro Pe şəhərində idi. O, ağılasıgmaz dərəcədə yeni, görünməyən modellər yaradırdı.

Lakin keçən əsrin 80 –ci illərində yapon modelyerlərinin təsiri altında minimalizm dəbə düşür. Kavalli minimalizmə nifrət edirdi, o, hətta bu çətin dövrdə modelyerlik yaradıcılığını dayandırmağı belə düşünürdü. Bu çətin illərdə ona həyat yoldaşı dəstək olaraq, onu ruhlandırır.

Tezliklə Kavalli yeni bir kəşfini edir. O, elastiki cins yaradır və dəri üzərindəki texnologiyasını cins parçalara tətbiq edir. Bu yenilik onu yenidən məşhurlaşdırır.

Kavallinin uğurunda kino ulduzlarının da böyük rolu vardır. Hər bir kino və estrada ulduzu Kavallinin geyimlərindən istifadə edərək filmlərin



təqdimatında və ya konsert salonlarında tamaşaçıları heyran etmək arzusunda olmuşdur. Jenifer Lo maestronun ilk ulduz müştərilərindən olmuşdur. Petrin Zeto Cons, Sandra Ballok, Britni Spirs, Beons və sairə ulduzlar bu günə kimi onun kolleksiyalarını həvəslə geyinirlər. Onun əsərləri

“Böyük şəhərdə seks” adlı film serialda geniş şəkildə istifadə olunmuşdur.

Stefano Qabbana və Domeniko Dolçe:

Stefano 14 noyabr 1962 – ci ildə Milan şəhərində anadan olmuşdur. Stefano Qabbana Milanda incəsənət kollecini bitirmişdir. O, tezliklə öz familiyasını daşıyan moda evi açır və işə dostu və yaxın silahdaşı Domeniko Dolçeni dəvət edir. Onlar 1985 – ci ildə Dolçe və Gabbana adlı yeni marka altında Milanda qadınlar üçün ilk kolleksiyalarını təqdim edir və tezliklə öz butiklərini açır.

Domeniko Dolçe 13 avqust 1958 - ci ildə Siciliyada anadan olmuşdur. Onun atası atelye rəhbəri, anası isə paltar dükanında işləyirdi. O, Palermoda incəsənət kollecini və Milanda dizayn institutunu bitirmişdir.

Bu iki dost arasında tandem yaranma səbəbi onların baxışlarının eyni olması idi. Hər iki modelyer keçən əsrin 50-60-cı illərinin modasına heyran idi. Domenik paltar tikməyi Stefano isə gözəl şəkil çəkməyi bacarırdı. Onların ilk kolleksiyaları kirayə götürülmüş evdə olmuşdur. Modelləri isə elə öz tanışları idi. Bütün eskizlərini Stefano çəkmişdi. Domenik isə şəxsən özü paltarları tikmiş və bəzi praktik dəyişikliklər etmişdi.

Onlar Milanda hər il keçirilən baxışlara düşmək üçün iki il ard-arda imtina aldıqdan sonra nəhayət dəvətnamə əldə edirlər. Çox çətinliklə dost və tanışların köməyi ilə bu baxışda iştirak edirlər. Sonralar Domenikonun valideynləri onların borclarını qaytarmalı olur. 1986-cı ildə onlar yeni bir kolleksiya təqdim edir və məhz bu kolleksiya onları məşhurlaşdırır.

Tezliklə ulduzlar “Dolçe & Gabbana” kolleksiyalarını özləri üçün seçirlər. Onlar arasında Madonna hətta turnesi üçün 1500 ədəd paltar sifariş edir. Bu “Dolçe & Gabbana” brendi üçün ən gözəl reklam olur. Bundan sonra digər ulduzlar da onların kolleksiyasından paltar geyinməyə başlayırlar. Çox keçmədən müxtəlif şirkətlərlə müqavilələr bağlanılır və brend məşhurlaşır. Onlar 1990 – cı ildə kişi geyimi kolleksiyasını təqdim edir və “Vulnard Evard” adlı mükafata layiq görülürlər. 1991 – ci ildə aksesuar liniyasına başlayırlar və məşhur D&G yaylıqları istehsalına start verilir. 1992 –ci ildə kişi qalstukları kolleksiyasını yaradırlar. Həmin ildə həmçinin ilk “D&G” brend ətirliəri satışa buraxılır. “Ledi Like” adlı qadın kolleksiyaları, animasiya printindən istifadə, leopard dərisini xatırladan parça və sairə yeniliklər edirlər. Həmin il dərinə xatırladan çantalar və ayaqqabılar da istehsal edilir. Onlar hətta İtalyan futbol komandası üçün forma belə hazırlayırlar.

Nəticə:

Məqalədə XX əsr İtalyan moda dizaynında mühüm yeddi şəxsiyyətin yaradıcılığına toxunulmuşdur. Hər bir modelyer təkə öz vətəninə deyil, həm də beynəlxalq arenada

moda aləminə töhvə vermişdir. Nino Çeruttinin “Hitman” kolleksiyası onun klassik və hər dövr üçün aktual olduğunu göstərir. Çerutti keyfiyyətli parça və minimalizmlə uğur qazanır. Armani Çeruttinin ardıcılı olaraq qadınlara kişi geyimi – “ofis geyimi” ni tələq edir və bununla yenilik yaradır. Şübhəsiz əməksevərlik və kolleksiyaların keyfiyyəti burda da böyük rol oynayır. Versaçi qeyd olunan hər iki dizaynerdən gözə çarpan şux rənglər və yarımtonlardan qaçmaq ilə yadda qalır. Şık görünüş ilə tamaşaçını təəccübləndirib yaddaşlara həkk etdirir. Yunan və Roma mifologiyalarındakı obrazlar, naxışlar, bəzəklər, təmtəraqlılıq moda aləmini təzələyir. Qaravanni yüksək zövq və seksuallığı vurğulamaqla, eləcə də tikişlərin sayını minimuma endirməklə geyimlərin rahat və yaraşqlı olmasına can atır. Kavalli qadın obrazını yırtıcı heyvanlara bənzədir və moda aləmində impersionist cərəyanla, səliqəli tikilmiş geyimlərin vəhdətini əldə edir. Kavalli həmçinin dəri üzərində naxış texnologiyasını və elastiki cinslərin yaradıcısı olur. Qabanna və Dolçe tandemi moda aləmində parça üzərində animasiya və leopard dərisini xatırladan parçaların kəşfi ilə yadda qalır.

Yuxarıda qeyd olunan nailiyyətlərə arxalanaraq bu nəticəyə gəlmək olar ki, moda aləmində uğur qazanmaq üçün bir neçə vacib faktorlar mövcuddur. Onlar: - moda dizaynerinin istedadına arxalanaraq, zövqlü eskizlər əsasında keyfiyyətli parçalardan istifadə edərək, minimum tikilişi olan rahat geyimlər hesab oluna bilər. Moda dizayneri təkcə eskizlər və istifadədə olan parça növləri ilə kifayətlənməməli, həmçinin özü yeni növ texnologiyalar, printlər, parça növləri yaratmalıdır. Məhs belə kəşflər uğurun başlanğıcı olar bilər. Eyni zamanda onu da qeyd

etməliyik ki, məşhur insanların bu kolleksiyaları geyinməsi də vacib şərtlərdəndir, çünki ictimaiyyət arasında kolleksiyanın tanınması üçün məhz ulduzlar, məşhurlar bir növ yaşıl karta çevrilirlər.

Beləliklə XX əsrdə İtalyan moda dizaynerləri yaradıcılığının Fransada, Almaniyada, Yaponiyada və digər ölkələrdə yol göstərən moda evlərindən fərqli cəhətləri İtalyan moda dizaynının incə zövqlü və çox keyfiyyətli parçalardan istifadəsində özünü göstərir. Lakin oxşar cəhətlər isə xüsusilə qadın geyimlərində novatorluq və qadınları 20 –ci əsrdə daha güclü və müstəqil görmək arzusudur.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI:

1. “100 years of fashion illustration” Cally Blackmann, 2007, Laurence King
2. “Gianni Versace. A Gianni Versace Biography”, 2021, by Lotti Davidson.
3. “Быть Армани”, Ренато Молхо, 2008, издательство Азбука-Классика.
4. “Nino Cerutti and Stars”, 1994, by Rizoli.
5. “Мода в кино”, Кристофер Лаверти, издательство Одри, 2022
6. “Философия элегантности”, Магги Руфф, издательство Этерна, 2017.
7. “The anatomy of fashion”, 2013, Collin McDowell.
8. Mathias Wagner K (Editor), Jil Sander, Present Tense, 2017
9. Лаура Небреда, «Самый современный атлас мировой моды». АСТ-2019
10. Александр Васильев, «Красота в изгнании», СЛОВО-2012

Вугар Сардар оглы АБДУЛЛАЕВ

Западно-Каспийский университет,

доктор философии в области искусствоведения

E-mail: raguv@mail.ru

ИТАЛЬЯНСКИЙ МОДНЫЙ ДИЗАЙН XX ВЕКА

Резюме: В статье автор рассказывает о ведущих модельерах Италии XX века, анализирует их жизнь и творчество и сравнивает их между собой. В нем исследуются причины, по которым каждый модельер уникален и неповторим. Автор также анализирует влияние итальянских модельеров на дизайн одежды других европейских стран. В статье упоминается, что итальянские модельеры успешны не только благодаря эскизам, но и благодаря качеству тканей, поддержке известных людей, особенно звезд, и

здоровой конкуренции. В статье автор рассказывает о поддержке одного модельера другим, обмене опытом и положительном влиянии здоровой критики на творчество. Каждый модельер, упомянутый в статье, благодаря своему трудолюбию и таланту вписал свое имя в историю искусства золотыми буквами. Их творчество и жизненный опыт могут стать отличным примером для каждого молодого дизайнера.

Vugar Sardar ABDULLAYEV
Western Caspian University,
Doctor of Philosophy in Art History
E-mail: raguv@mail.ru

20TH CENTURY ITALIAN FASHION DESIGN

Summary: In the article, the author talks about the leading Italian fashion designers of the 20th century, analyzes their life and work and compares them with each other. It explores the reasons why each fashion designer is unique and inimitable. The author also analyzes the influence of Italian fashion designers on the fashion design of other European countries. The article mentions that Italian fashion designers are successful not only due to sketches, but also because of quality of materials, support of famous people, especially stars, and healthy competition. In the article, the author talks about the support of one fashion designer to another, exchange of experience and positive effect of healthy criticism on creativity. Each fashion designer mentioned in the article wrote their names in the history of art with golden letters due to their diligence and talents. Their creativity and life experience can be a great example for every young designer.

Daxıl olub: 18.08.2022