

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА
ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

НАМАНГАН МУҲАНДИСЛИК-ТЕХНОЛОГИЯ ИНСТИТУТИ

**«Енгил саноат технологияси»
факултети**

**«Енгил саноат маҳсулотларини конструкциялаш ва технологияси»
кафедраси**

Ҳимояга рухсат этилди
Факултет декани
_____ У. Мелибоев
« ____ » _____ 2014 йил

«5540600 – Енгил саноат маҳсулотлари технологияси» йўналиши бўйича битирувчи

Мирахмедова Нигора Баходировнанинг

**«Аёллар учун кенг ассортиментдаги енгил саноат буюмлари дизайнини
атрофлича таҳлил этиш, асослаш ва яратиш» мавзусидаги**

БИТИРУВ МАЛАКА ИШИ

Битирувчи: Мирахмедова Н.Б

(имзо)

Илмий раҳбар: Эргашев Ж.С

(имзо)

Кафедра мудири: Эргашев Ж.С

(имзо)

Наманган - 2014 й.

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ
ВАЗИРЛИГИ
НАМАНГАН МУҲАНДИСЛИК - ТЕХНОЛОГИЯ ИНСТИТУТИ
ЕНГИЛ САНОАТ ТЕХНОЛОГИЯСИ ФАКУЛТЕТИ**

Кафедра мудири, доцент
_____ Ж.С.Эргашев

«28» июн 2014й.

**5540600 – Енгил саноат маҳсулотлари технологияси йўналиши бўйича
битирувчи**

Мирахмедова Нигора Баходировнанинг

**«Аёллар учун кенг ассортиментдаги енгил саноат буюмлари дизайнини
атрофлича таҳлил этиш, асослаш ва яратиш» мавзусидаги**

БИТИРУВ МАЛАКА ИШИ

Бажарди: _____ Мирахмедова Н.Б

Раҳбар: _____ Эргашев Ж.С

НАМАНГАН 2014 ЙИЛ

НАМАНГАН МУҲАНДИСЛИК-ТЕХНОЛОГИЯ ИНСТИТУТИ

**5540600 - Енгил саноат маҳсулотлари технологияси йўналиши бўйича
битирувчи**

_____нинг

_____мавзусидаги битирув малака ишига

ТАҚРИЗ

1. Битирув ишининг бўлимлари бўйича масалаларни ҳал этишнинг тўғрилиги ва
тўлалиги

2. Тушунтириш ҳисобот ёзувларининг сифати ва таърифлаш

3. Чизмаларни бажариш сифати

4. Битирув малака ишини бажарилиш сифати ҳақида умумий ҳулоса

Такризчи _____

(Фамилияси, исми, шарифи)

(имзо)

(лавозими)

Сана «_____» _____ 2014 йил

НАМАНГАН МУҲАНДИСЛИК-ТЕХНОЛОГИЯ ИНСТИТУТИ

**5540600 - Енгил саноат маҳсулотлари технологияси йўналиши бўйича
битирувчи**

НИИГ

РАҲБАР ХУЛОСАСИ

1. Битирув малака ишининг бўлимлари бўйича масалаларни ҳал этишнинг тўғрилиги ва тўлалиги _____

2. Тушунтириш ҳисобот ёзувларининг сифати ва таърифлаш

3. Чизмаларни бажариш сифати

4. Битирув малака ишини бажарилиш сифати ҳақида умумий ҳулоса

Раҳбар:

(имзо)

(Фамилияси, исми, шарифи)

Сана «_____» _____ 2014 йил

НАМАНГАН МУҲАНДИСЛИК-ТЕХНОЛОГИЯ ИНСТИТУТИ

«Енгил саноат технологияси» факултети

**«Енгил саноат маҳсулотларини конструкциялаш ва технологияси»
кафедраси**

Тасдиқлайман_____

Кафедра мудири: **Ж.Эргашев**

2014 йил 30 июн

5540600 – «Енгил саноат маҳсулотлари технологияси» таълим йўналиши
15у-10 гуруҳи талабаси: **Мирахмедова Нигора Баходировнага**

Битирув малака иши бўйича топшириқ

**1. Битирув малака ишининг мавзуси: «Аёллар учун кенг ассортиментдаги
енгил саноат буюмлари дизайнини атрофлича таҳлил этиш, асослаш ва
яратиш »**

«14» декабр 2013 й. кафедра мажлисида маъқулланган.

2. Битирув малака ишини топшириш муддати 01 июл 2014 йил

3. Битирув малака ишини бажаришга доир бошланғич маълумотлар

Мавзу асосида адабиётлар тахлили. Ўзбек халқи анъанавий кийимларининг шаклланиш тарихи. Замонавий костюмни услубий ечимлари ва услуб турларини ўрганиш.

4. Ҳисоблаш-тушунтириш ёзувларининг таркиби (ишлаб чиқиладиган масалалар рўйхати)

Кенг ассортиментдаги аёллар кийимларига истемолчи талабини ўрганиш, аёллар кенг ассортиментдаги кийимларни модел эскизини тахлили, аёллар кенг ассортиментдаги модел эскизлари учун материал танлаш ва уни асослаш.

5. Чизма ишлар рўйхати (чизмалар номи аниқ кўрсатилади)

1. Классик услубидаги аёллар устки кийим моделларини чизиш.
2. Романтик услубидаги аёллар устки кийим моделларини чизиш.
3. Ретро услубидаги аёллар устки кийим моделларини чизиш.

4. Минимализм услубидаги аёллар устки кийим моделларини чизиш.
5. Инглиз услубидаги аёллар устки кийим моделларини чизиш.

6. Битирув малака иши бўйича маслаҳатчилар

№	Бўлим мавзуси	Маслаҳатчи ўқитувчи Ф. И. Ш.	Имзо, сана	
			Топшириқ берилди	Топшириқ бажарилди
1	Кириш	Эргашев Ж.С	14.12.13	4.01.14
2	Асосий қисм	Эргашев Ж.С	6.01.14	31.05.14
3	Якуний қисм	Эргашев Ж.С	2.06.14	7.06.14

топшириқлар тўлиқ бажарилди _____

7. Битирув малака ишини бажариш режаси

№	Битирув малака иши босқичларининг номи	Бажариш муддати (сана)	Текширувдан ўтганлик белгиси
1	Кириш	4.01.14	
2	Асосий қисм	31.05.04	
3	Якуний қисм	7.06.14	

Битирув малака иши раҳбари **Эргашев Ж.С** _____

Топшириқни бажаришга олдим **Мирахмедова Н.Б** _____

Топшириқ берилган сана 2013 йил 14 декабр

Ҳимояга рухсат 2014 йил 01 **июль**

Кафедра мудири **Эргашев Ж.С** _____

МУНДАРИЖА

1. КИРИШ

- 1.1. Мавзуни долбзарблиги ва унинг аҳамияти
- 1.2. Битирув малака ишининг мақсади
- 1.3. Танланган объект ва тадқиқот усуллари.
- 1.4. Битирув малака ишидаги илмий янгиликлар ва қўйилган натижалар.
- 1.5. Битирув малака ишининг амалий аҳамияти.

Хулоса

2. АСОСИЙ ҚИСМ

2.1. НАЗАРИЙ БЎЛИМ

- 2.1.1. Мавзу асосида адабиётлар таҳлили. Ўзбек халқи анъанавий кийимларининг шаклланиш тарихи
- 2.2. Аёллар тарихий кийимда дизайнини таҳлили
- 2.2.1. Замонавий дизайн муаммолари.
- 2.3. Костюм дизайнининг назарий асосларини таҳлили
- 2.4. Замонавий костюмда услубий ечимлар
- 2.4.1. Замонавий костюмда услуб турлари
- 2.5. Дизайнинг экологик ориентацияси
- 2.5.1. Дизайнда экологик йўналишлар.

Хулоса

3. ЭКСПЕРЕМЕНТАЛ БЎЛИМ

- 3.1. Кенг ассортиментдаги аёллар кийимларига истемолчи талабини ўрганиш
- 3.2. Аёллар кенг ассортиментдаги кийимларни модел эскизини таҳлили
- 3.3. Аёллар кенг ассортиментдаги модел эскизлари учун материал танлаш ва уни асослаш.

Хулоса

4. АБР ГАЗЛАМАЛАР НАҚШЛАРИ

5. ЯКУНИЙ ҚИСМ

5.1. Умумий хулосалар

6. АДАБИЁТЛАР РЎЙҲАТИ

7. ИЛОВА

1. КИРИШ

					<i>Аёллар учун кенг ассортиментдаги енгил саноат буюмлари дизайнини атрофлича таҳлил этиши, асослаш ва яратиши</i>					
<i>Ўзг</i>	<i>Лист</i>	<i>Хужжат №</i>	<i>Имзо</i>	<i>Сана</i>	<i>КИРИШ</i>	<i>Литера</i>			<i>Масса</i>	<i>Масш</i>
<i>Бажарди</i>		<i>Мирахмедова Н</i>								
<i>Раҳбар</i>		<i>Эргашев Ж</i>								
<i>Каф.Муд.</i>		<i>Эргашев Ж</i>			<i>ЕСМКТ кафедраси</i>	<i>НамМТИ 15у-10 гуруҳи</i>				

--	--	--	--	--

2013 йилда мамлакатимизнинг иқтисодий ва ижтимоий соҳаларда мутаносибликка эришгани, модернизация ва диверсификация ҳисобидан юқори суръатлар билан ривожлангани туфайли мамлакатимиз ялпи ички маҳсулоти 8 фоизга ўсди, саноат маҳсулотлари ишлаб чиқариш ҳажми 8,8 фоизга, қишлоқ хўжалиги – 6,8 фоизга, чакана савдо айланмаси – 14,8 фоизга ошди. Бу авваламбор хорижий инвестициялар ва умуман, четдан қарз олиш масаласига чуқур ва ҳар томонлама пухта ўйлаб ёндашиш натижасидир. 2013 йилда иқтисодиёт соҳасидаги солиқ юки 21,5 фоиздан 20,5 фоизга, жисмоний шахслар учун даромад солиғининг энг кам ставкаси 9 фоиздан 8 фоизга туширилганига қарамасдан, давлат бюджети ялпи ички маҳсулотга нисбатан 0,3 фоиз профицит билан бажарилди. Давлат бюджети харажатлари таркибида ижтимоий соҳага йўналтирилган харажатлар юқори даражада сақланиб қолди ва умумий харажатларнинг 59,3 фоизини ташкил этди. Мамлакатимиз иқтисодиётида юз бераётган жиддий сифат ўзгаришлари алоҳида эътиборга сазовордир. Юртимизда қабул қилинган 2011-2015 йилларда саноатни устувор даражада ривожлантириш дастури ва ишлаб чиқаришни модернизация қилиш, техник ва технологик янгилашга доир тармоқ дастурларининг изчил амалга оширилиши натижасида саноат таркибида юқори қўшимча қийматга эга бўлган, рақобатдош маҳсулотлар тайёрлаётган қайта ишлаш тармоқларининг ўрни тобора ортиб бормоқда. Бугунги кунда мамлакатимизда ишлаб чиқарилаётган саноат маҳсулотларининг 78 фоиздан ортиғи айнан ана шу тармоқлар ҳиссасига тўғри келмоқда.

2013 йилда юқори технологияларга асосланган енгил саноат 113 фоизга ўсгани мисолида буни яққол кўриш мумкин.

Мамлакатимизда истеъмол товарлари ишлаб чиқаришни тубдан ошириш бўйича ўз вақтида қўрилган чора-тадбирлар ҳам амалий самарасини бермоқда. Ўтган йили ана шундай товарлар ишлаб чиқаришнинг ўсиш ҳажми 14,4 фоизни ташкил этди ва ялпи саноат ҳажмида уларнинг улуши 35,5 фоизга етди. Бундай товарларнинг рақобатдошлиги нафақат ички бозорда, балки ташқи

бозорда ҳам тобора ортиб бормоқда. Саноат кооперацияси асосида тайёр маҳсулотлар, бутловчи буюмлар ва материаллар ишлаб чиқаришни маҳаллийлаштириш кўламини кенгайтириш бўйича бажарган ишларимиз муҳим роль ўйнади.Сўнгги 3 йилда мамлакатимизда маҳаллийлаштирилган маҳсулотлар ишлаб чиқариш ҳажми қарийб икки баробар ошди. Фақат ўтган йилнинг ўзида 455 та корхонада маҳаллийлаштириш дастури асосида 1 минг 140 та лойиҳа амалга оширилди. Бунинг натижасида ишлаб чиқариш ҳажми 1,2 баробар кўпайди ва импорт ўрнини босиш бўйича якуний самара 5 миллиард 300 миллион АҚШ долларини ташкил этди. суръатлар билан ўсиб бораётгани яққол кўзга ташланмоқда. зиёд бўлган экспорт шартномаларини йирик хўжаликлардир. Тошкент ва Наманган вилоятларида замонавий тўқимачилик комплекслари, Жиззах ва Хоразм вилоятларида йигирув ва тўқув, Самарқанд вилоятида спорт пойабзаллари ишлаб чиқариш корхоналари ташкил этилди..Маълумки, биз мамлакатимиздаги ишлаб чиқариш корхоналарини модернизация қилиш ва янгилаш, замонавий инновацияларга асосланган ва юксак самарали технологияларни жорий этиш бўйича ўз олдимизга катта мақсадлар қўйганмиз.

2014 йилга мўлжалланган кенг кўламли дастурий мақсад ва вазифалар ислохотларимизни янада чуқурлаштириш, мамлакатимизнинг иқтисодий ривожланиши йўлида ғов бўлиб турган муаммоларни ечиш учун бор куч ва имкониятларимизни сафарбар этишни талаб қилмоқда. Бугун ҳаётнинг ўзи корхона ва бирлашмаларни бошқаришда замонавий фикрлайдиган, пухта тайёргарликка эга бўлган менежерларга таянишни талаб этмоқда.Сўнгги йилларда хусусий тадбиркорликни ривожлантириш, бизнес юритиш, иқтисодиётимизга маҳаллий ва хорижий инвестицияларни кенг жалб этиш учун зарур шароит ва қулай муҳит яратиш борасида биз улкан ишларни амалга оширдик.

Бизнинг ўз олдимизга қўйган асосий мақсадимиз – бошлаган ислохотларимиз, иқтисодиётимизни янгилаш ва модернизация қилиш жараёнларини давом эттириш ва чуқурлаштириш, ҳаётимиз даражаси ва сифатини изчил ошириб

боришни таъминлаш, тенглар ичида тенг бўлиб, жаҳон ҳамжамиятида муносиб ўрин эгаллашдан иборатдир. Янги – 2014 йилнинг юртимизда “Соғлом бола йили” деб эълон қилингани жамоатчилигимиз, халқимиз томонидан қандай кўтаринки кайфият ва мамнуният билан кутиб олинганига, кенг қўллаб-қувватланаётганига барчамиз гувоҳмиз. Жорий йилга бундай ном берилгани, авваламбор, болаларимизнинг соғлиғи ҳақида, уларнинг келажаги ҳақида кўрсатилаётган эътибор ва ғамхўрликнинг яна бир амалий ифодасидир. Бизнинг вазифамиз, олий бурчимиз – фарзандларимизнинг ҳам жисмоний, ҳам маънавий жиҳатдан уйғун ривожланган, замонавий билим ва тажрибаларни пухта эгаллаган, Ватанимиз ва халқимиз келажаги учун масъулиятни ўз зиммасига олишга қодир бўлган баркамол инсонлар бўлиб вояга етиши учун кўлимиздан келган барча-барча ишларни амалга оширишдан иборатдир.[1]

1.1.Мавзуни долбзарблиги ва унинг аҳамияти.

Енгил саноат соҳасини олдида аҳолини юқори,сифатли турли хил ассортиментдаги кийим –кечакларга бўлган эҳтиёжини қондириш каби мураккаб ва шарафли вазифалар турибди . Ушбу вазифаларни ишлаб чиқариш корхоналарида янги моделдаги аёллар учун кенг ассортиментдаги кўйлакларни замонавий эскизларини яратиш мавзунинг долзарблиги ҳисобланади.

Битирув малака ишини аҳамияти янги моделдаги замонавий аёллар кўйлагини миллий урф-одатларимизга мос эскиз моделларини яратишдир.

1.2. Битирув малака ишининг мақсади

Аёллар учун кенг ассортиментдаги енгил саноат буюмларини дизайнини яратишда давлат стандартларига тўла жавоб бера оладиган аёллар кийимларини дизайнини ишлаб чиқиш масаласи асосий мақсадимдир. Битирув малака ишимни вазифаси аёллар кенг ассортиментдаги миллий кийимларини

янги модел эскизларини дизайнини яратиш турли услубларда танланган эскизларни ёритиб бериш.

1.3. Танланган объект ва тадқиқот усуллари.

Аёллар учун кенг ассортиментдаги замонавий миллий кийимларни модел эскизларини яратиш. Бунда аёллар миллий кийимларини модел эскизларини ишлаб чиқиш ва уни таҳлил қилиш.

Яратилган эскиз моделларини ишлаб чиқаришга тадбиқ этиш тавсия қилинади.

1.4. Битирув малака ишидаги илмий янгиликлар ва кутилаётган натижалар.

Тадқиқот ўтказиш давомида қуйидаги натижаларга эришилади:

- Аёллар кенг ассортиментдаги кўйлак моделлари турларини таҳлил қилиш ва эскизларини чизиш.

Ишнинг илмий аҳамияти шундан иборатки замонавий ва миллий моделни ишлаб чиқариш корхоналарига тадбиқ этиб, уларни ишлаб чиқаришга қўйилса яхши натижалар беради деб ҳисоблайман.

I.5. Битирув малака ишининг амалий аҳамияти.

Битирув малака ишимни амалий аҳамияти шундаки, аёллар кўйлагини модел эскизларини миллийлаштириш ва шу асосида оммавий ишлаб чиқаришга жорий этиш.

Хулоса.

Аёллар учун кенг ассортиментдаги енгил саноат буюмларни дизайнини таҳлил этиш мавзусидаги битирув малака ишининг кириш қисмида мавзунинг долзарблиги, аҳамияти, мақсади танланган объект ва тадқиқот усуллари ёритиб берилди.

Шунингдек битирув малака ишидаги илмий янгиликлар ва кутилаётган натижалар ва малака ишининг амалий аҳамияти таҳлил қилинди.

.

АСОСИЙ ҚИСМ

2.1. НАЗАРИЙ БЎЛИМ

2.1.1. Мавзу асосида адабиётлар таҳлили

Ўзбек халқи анъанавий кийимларининг шаклланиш тарихи

Кийимлар тарихига бағишланган махсус илмий ишларни таҳлил этишдан олдин шуни ҳам айтиб ўтиш керакки, бир неча минг йиллик тарих билан юзлашган ўзбек миллий кийимлари тўғрисида қадимий ёзма меросимиз дурдоналарида ҳам эътиборга сазовор мулоҳазалар билдирилган. Жумладан, ўзбек халқининг энг қадимий ёзма мероси «Авесто» китобида, шунингдек, ўрта асрларда яшаб ижод қилган машҳур туркий тилшунос Махмуд Кошгарий, энциклопедист олим Абу Райхон Беруний ва буюк давлат арбоби Захириддин Мухаммад Бобур асарларида халқимизнинг қадимий кийимлари ҳақида қимматли маълумотлар берилган.[4]

Европалик муаллифлар томонидан Марказий Осиё халқлари кийим-кечакларига оид дастлабки материаллар ўрта асрлардан, яъни мазкур минтақага европаликлар томонидан илк экспедициялар уюштирилган даврдан бошлаб йиғала бошланган. Хусусан, XIII асрда Муғулистонга сафар қилиш асносида мазкур минтақада бўлган Марко Поло, шунингдек, Плано Карпини ҳам Марказий Осиё халқларининг ўша даврлардаги кийим-кечаклари тўғрисида қимматли маълумотларни ёзиб қолдирган.

XV аср бошида Амир Темур саройига элчи бўлиб келган испаниялик Руи Де Гонзалес Клавихо Самарқандда икки йил яшаган ва маҳаллий аҳолининг ўша даврдаги кийимлари билан яқиндан танишиш имконига эга бўлган. Бирок, у ўз эсдаликларида кўпроқ ўша даврнинг аслзода аёллари, яъни Темурий маликаларнинг турли элчилар ва чет эллик меҳмонларни қабул маросимларида кийган кийимлари тўғрисидагина маълумотлар бериб ўтган, холос.

XVI асрда Марказий Осиёга ташриф буюрган инглиз савдогари А. Женкинсон эса ушбу минтақада ишлаб чиқарилган маҳаллий матолар тўғрисида қизиқарли маълумотлар бериб ўтган, лекин афсуски, муаллиф маҳаллий аҳолининг кийим-кечаклари борасида маълумотлар бермаган". Қолаверса, маҳаллий усулда ишлаб

чиқарилган матолар Бухорода тайёрланган матолар тўғрисида можор олими Х. Вамбери ҳам батафсил маълумотлар бериб ўтган

XIX асрнинг биринчи ярмига келиб Марказий Осиёга ташриф буюрган кўплаб сайёҳлар, элчилар, харбийларнинг йулномалари ҳамда турли мақсадларда уюштирилган экспедиция иштирокчиларининг сафарномаларида минтақа тўғрисидаги дастлабки этнографик маълумотларни учратиш мумкин. Бироқ, улар маҳаллий аҳолининг антропологик тавсифига, кўпроқ. кийёфасига тўхталиб ўтганлар ва айрим ўринлардагина кийим-бошлари тўғрисида маълумотлар беради. Жумладан, Е. Мей-ендорф бухоролик аёллар ўзларининг таналарини буткул беркитиб турувчи кенг кийим кийганликларини қайд этса, инглиз сайёҳи А. Борис ўзбек миллий кийимлари мажмуига кирувчи узун пошналар этиклар ва аёлларнинг катта оқ саллалари ма-ҳаллий аёлларнинг фахрли кийим-бошлари деб ёзган³. Шунингдек, бу даврда Туркистонда бўлган П. Небольсин ҳам бухороликлар, хиваликлар миллий кийимлари тўғрисида жуда қисқа, лекин ўта қимматли маълумотларни келтириб ўтади.

Россия империяси Ўрта Осиёни босиб олгандан сўнг уни ўз мақсадлари йулида ўрганишга киришиб, ўлка бўйлаб қатор илмий экспедициялар уюштирди. Натижада ўша пайтда фаолият юргизган бир қатор илмий жамиятлар томонидан Туркистон та-рихи ҳамда маҳаллий аҳолининг моддий ва маънавий маданиятига бағишланган қатор илмий асарлар чоп этирилди. "" Бухоро хонлигидаги ўзбекларнинг анъанавий кийимлари ва мато турлари ҳақида А.Д. Гребенкин, А.П. Хоропшш, Д.Н. Логофет асарларида ҳам айрим эътиборга молик мулоҳазаларни учратиш мумкин.

Умуман олганда, юқорида номлари қайд этилган муаллифларнинг асарларида Марказий Осиё халқларининг ўрта асрлар ва Россия мустамлакаси арафасидаги кийимлари, кийиниш маданияти ҳамда моддий маданиятининг либос билан боглик. жиҳатлари ҳақида умумий этнографик маълумотлар берилганлиги боис ўзбек халқининг анъанавий кийимлари тарихини ўрганишда маълум маънода асос бўлиб хизмат килади деб айтиш мумкин. ШУ даврда ўзбек халқининг анъанавий кийим-кечаклари борасида дастлабки илмий материаллар йиғила бошлаган бўлсада,

лекин ушбу қайдномалар кўпинча мутахассис тадқиқотчилар томонидан йиғилмаганлиги боис анъанавий кийимларнинг ўзига хос хусусиятлари ва тарихи борасида батафсил маълумот бера олмайдиган тавсифий характердаги ёки узук-юлук, маълумотлар мажмуидангина иборат бўлиб қолган.

XX асрнинг 50-60-йилларига келиб ўзбек халқининг анъанавий кийимларини ўрганиш борасида янги давр бошланди. Бу даврда турли тарихий-этнографик минтақаларда яшовчи ўзбекларнинг анъанавий кийимларини ўрганиш борасида янги-янги тадқиқотлар юзага келди. Бу борада машхур элшунос олима О. А. Сухарева дала тадқиқотлари ва турли тарихий материаллар асосида ўзбекларнинг анъанавий кийимларига оид қатор фундаментал асарлар яратди. Олиманинг Марказий Осиё халқлари кийимларини ўрганиш муаммоларига оид илмий ишларида минтақада яшовчи халқлар кийимларининг ўрганилиш тарихи ва келгусида мавзу доирасида тақдим қилиниши лозим бўлган муаммолар борасида қатор эътиборга молик фикр-мулоҳазалар баён қилинган.[5]

Анъанавий кийимларга хос тақинчок, ва безаклар яқин даврларгача одат бўлиб келган. Кийим-кечаклардаги янгиланиш ва унинг трансформацияси такдачокларнинг айрим хиллари истеъмолдан чиқиб кетишига сабаб бўлган. Бу даврда анъанавий кийимларнинг ажралмас қисми бўлган тақинчокларнинг турлари, тарихи ва улар билан боглиқ тасаввурлар ҳам маълум даражада ўрганилган.

Умуман олганда, мазкур тадқиқотлар маълум илмий концепция асосида ёзилган бўлсада, лекин аксарият илмий ишларда Ўзбекистоннинг барча минтақаларида яшовчи ўзбеклар кийимлари қамраб олинмаган. Шу боис, бажарилган ишларда кийимларнинг турли минтақаларга хос маҳаллий турлари тўла акс этмаган, айрим ҳолларда эса фақатгина музей материаллари билан чегараланиб қолинганини кузатиш мумкин.

Мустақиллик йилларида ҳам бир қатор тадқиқотларда миллий қадриятларимиз, анъанавий моддий ва маънавий маданият, халқона урф-одатлар муаммоси ҳаққоний илмий муаммо тарзда ўрганила бошланди, деб айтиш мумкин. Жумладан, анъанавий кийимларимиз таркибига кирувчи ўзбек миллий дўппиларига

бағишланган тадқиқотларда юртимиз аҳолисининг анъанавий бош кийимлари, уларнинг турли минтақаларга хос кўринишлари ва тарихий асослари борасида янги маълумотлар таҳлил этилгани билан ҳам аҳамиятлидир.

УЗРФА Тарих института «Этнология» бўлимида ўзбек халқи этнографиясининг долзарб мавзуларининг янгича талқинига бағишланган бир қатор тадқиқотлар яратилди деб айтиш мумкин. Жумладан, этнограф Г. Юлдашева аёлларининг анъанавий кийимлари мавзусида ёқлаган номзодлик диссертациясида аёлларининг кундалик, байрам кийимлари ҳамда қизлар ва келинларнинг либослари ҳақида бой маълумотлар келтирган.

Тадқиқотчи Г. Зуннунова Тошкент шаҳри ўзбек аёллари кийимларининг ривожланиш босқичлари ўрганган бўлса, К.Жумаев Бухоро кийимларининг ўзига хос томонларини аниқ материаллар асосида таҳлил қилган.[6] Бундан ташқари, У. Абдуллаев, И.Ах.роров, М. Ҳамидова, Т. Ботиркулов каби ёш санъатшунос, файласуф, этнограф олимларнинг ўзбек миллий кийимлари таҳлиliga бағишланган қатор ишлари эълон қилинган. Ёш истеъдодли этнолог олим А.А.Аширов томонидан ўзбек халқи оилавий маросимларида кийим-кечакларнинг рамзий тутган ўрни янгича нуқтаи назардан тадқиқ, қилинган бўлиб, туғилиш, никоҳ, ва мотам маросимларида кийиладиган кийимларидаги умумийликлар борасида қатор эътиборга сазовор мулоҳазалар билдирилган.

Сўнгги йилларда ўзбек миллий кийимларини илмий асосли тарзда ўрганишда санъатшунос олима Н. Содикованинг хизматларини алоҳида таъкидлаб ўтиш жоиз. Ушбу муаллиф XIX- XX асрлардаги ўзбек миллий кийимларини Республикамиз ва хорижий мамлакатлардаги йирик музейларнинг фондларида сақланаётган материаллар асосида турли ҳудудлар, жумладан, Тошкент, Фарғона, Хоразм, Бухоро, Самарканд вилоятлари буйича илмий тадқиқот қилганлигини айтиб ўтиш ўринли [7]

Ўзбек халқи анъанавий кийимларининг шаклланиш тарихидан.

Халқ турмушига мос, ишлаб чиқариш жараёнларига хос бўлган кийимлар асрлар мобайнида шаклланиб бориши натижасида халқнинг анъанавий миллий кийимлари мажмуи юзага келган. [8] Халқона миллий либосларнинг шаклланишида

ташқ,и табиий мух.ит, хўжалик машғулооти, халқ. фалсафаси, маданияти, ижоди, диний эътиқоди ва миллий анъаналари каби турфа хил омиллар муҳ,им ўрин тутди. Кийимларнинг юзага келиши ва турларининг кўпайишида кишиларнинг турмуш тарзи, меҳ.нат ва иқлим шароитидан ташқ,ари, уларнинг маданий ривожланиши, эстетик дидининг ўсиши ҳам асосий омиллардан бири бўлган.

Дарҳақиқат, кийимлар буйича олиб борилган илмий тадқиқотлар шундан далолат берадики, миллий либосларда маълум бир бадиий талқин мужассамлашган бўлиб, унда инсон ўзининг эстетик ғояларини ифода этган ва жамият ҳаёти билан боғлиқ. ҳолда ривожланиб борган. Ўз навбатида, унинг тараққиёти нафакат иқтисодиёт ривожини натижасида содир бўлган ўзгаришлар, балки сиёсат, дин, этика билан ҳам бевосита боғлиқ бўлган [9]. Умуман олганда, халқ. кийимлари анъанавий миллий маданиятнинг асосини ташкил қилувчи муҳим этномаданий ҳодисалардан бири бўлиб, унда халқнинг ақлий, руҳий, тафаккури, турмуш тарзи, тараққиёт даражаси ва этник тарихи ўз аксини топган. Демак, кийим ижтимоий ҳодиса бўлиб, жамият тараққий этгани сайин у ҳам такомиллашиб, ривожланиб борган.

Энг қадимги кийимлар

Маълумки, ер шарида табиий жараёнларнинг тез-тез ўзгариб туриши турли либосларнинг пайдо бўлишига сабаб бўлган. Милоддан аввалги V минг йилликларгача бўлган даврда кийим тайёрлаш учун фақат табиий материаллар (хайвонлар териси, да-рахт پوستлоғи, ўсимликлар толаси)дан фойдаланилган. У даврларда кийилган кийимларнинг асосий вазифаси киши танасини совуқ. ёки иссиқдан ҳимоя қилиш бўлган. Хусусан, тери либосни елкадан ўтказиб маҳкам боғлаш, терининг ўртасидан тешиб, ундан бошни ўтказиб кийиш, тери билан танани ўраш либос тайёрлашдаги дастлабки усулларнинг пайдо бўлиши ва ўзгариш жараёнларининг ибтидосидир. Анна Левин-Дорш ва Г. Куновлар ибтидоий одам белига боғлаган тасма ёки оёқ.қўлига тақилган халқалар, баданни бўяш (татуировка), хом теридан тайёрланган ёпинчиклар, белдан пастга тутиладиган чипта, ўсимлик япроғи ва қуш патларидан тайёрланган тутқичларни ҳам «кийимнинг ибтидоси» деб ҳисоблайдилар.

Тарихий-этнографик адабиётларда кийимлар тараққиётининг биринчи босқичи тўқимачилик техникасининг ривожин билан талқин қилинади. Тўқима матоларнинг эгилувчанлик, букилувчанлик, ўралувчанлик, шунингдек, матоларнинг чўзилувчанлик ва турли шаклга тушиш каби хусусиятларидан кишилар кенг фойдалана бошлаганлар. Қадимги либослар учун ҳам ашё махсус йурмакланган ёки боғланган матодан иборат бўлган. Ана шу мато ёрдамида кишилар ўз баданини ўраб олишган. Кишилар об-ҳавога қараб ҳамда ўз ижтимоий аҳволидан келиб чиққан ҳолда туғри тўртбурчак, эллипс шаклидаги мато либослар кийиб юришган. Шу тарзда мато либосларнинг ҳимоя ва ижтимоий вазифаси кенгайиб, ўзгариб борган.[10] Умуман олганда, кийимлар аста-секин муайян ўлчовда ёш, жинс, бўй-бастни ҳисобга олган ҳолда ўзига хос дид билан тайёрлана бошлаган ва тобора мукаммаллашиб борган. Хуллас, ҳар бир тарихий давр кийим-бошларида ўша босқичга хос кийиниш маданиятининг инъикоси акс этиб турган[11]

Ўзбекистон ҳудудида яшаган энг қадимги аجدодларимизнинг кийимлари ҳам дунёнинг бошқа минтақаларидаги қадимги кишилар кийимлари каби табиий иқлим, турмуш шароитлари ва уруғ-қабиланг аънавалари асосида шаклланган. Ўтмиш аجدодларимизнинг кийим-кечаги, уларнинг шакллари ва эволюцияси ҳамда маҳаллий хусусиятлари тўғрисида республика ҳудудидан топилган археологик ёдгорликлар, деворий расмлар, ҳайкалча, майда нақшлар, ёзма манбалар, қўлёзма китобларга ишланган мўъжаз ранг тасвирлар (миниатюра)лар бирмунча аниқ тасаввурлар беради.

Юқорида таъкидлаб ўтилганидек, кийимларнинг дастлабки шакллари тўқимачиликнинг пайдо бўлиши билан бевосита боғлиқ бўлган.. Копеттоғ этакларида аниқланган Жайхун маданиятига оид ёдгорликларда тўқув дастгоҳларининг қолдиқлари топилган. Бу даврда минтақада чорвачилик соҳаси ривожланган бўлиб, тўқимачиликда жундан тайёрланган кийим-кечаклар асосий ўринни эгаллаган

Милоддан аввалги II минг йилликка оид кийим қолдиқлари Сополлитепадан ҳам топилган. Умуман олганда, милоддан аввалги VI асрга келиб кийим тайёрлашда жун матолари тери матоларини деярли сиқиб чиқарган.

Ўрта асрларда яшаган аجدодларимиз кийим-бошлари узун, баъзи ҳолларда енгигина қилиб бичилган. Кийимларнинг ён томонида одатда йирмоч-қийиқ жойи, ёнлама ёқаси бўлганки, бу ҳол Ўзбекистон халқларининг ҳозирги кийимида ҳам илдизи чуқур тарихий анъанага бориб тақаладиган хусусиятлар мавжудлигини кузатиш имконини беради.

Фаргона водийсининг Мунчок.тепа ёдгорлигидан энг қадимги ва илк ўрта асрларга оид қатор кийимларнинг намуналари, асосан, эркак, аёл ва болалар уст-бошлари топилган. Олимлар томонидан ўрганилган аёллар кўйлагининг бичими узун бўлиб, ипакдан тайёрланган ва этаги тупиғигача тушган.. Айнан бу даврга хос болалар кийими ҳам ипакдан калта қилиб тикилган бўлиб, белидан сал пастга тушиб турган. Кўйлак этагидан, яъни бели атрофидан икки ён томондан 10-15 сантиметр қирқиб қўйганлар. Ёқалари тўғри ва белида махсус тасма белбоғи бўлган. Қиз болалар кўйлагининг кўкрак қисми, енгининг учи ва этаги махсус қадама гуллар билан безатилган. Ўнг қўл томонидан эса ўйма чўнтак (кисса) тикилган. Кийимга мунчоқлар тикилиб зеб берилган бўлиб, енгигина ва кўкрак қисмига майда маржонли нақшлар тикилган [12]. Умуман олганда, илк ўрта асрлар (V-VII асрлар)да яшаган аجدодларимиз кийимларининг тадрижий ривожланиб бориши нафақат Марказий Осиё, балки бутун Осиё ва Буюк ипак йўли бўйлаб жойлашган халқларнинг этник ва ижтимоий-сиёсий тарихи билан бевосита болтиқ бўлган.

Тарихдан маълумки, илк маротаба Муғ тоғидан топилган суғд ёзувидаги х,ужжатлар билан бирга турли матолар бўлаклари топилган бўлиб, тадқиқотчи олимларнинг таъкидлашича, бу матолар VIII асрнинг биринчи чорагига тегишлидир. Муғ тоғидан топилган ашёлар ичида йул-йул тўн кийган хушбичим чавандоз тасвири акс этган қалқ,он ҳам топилган бўлиб, чавандоз тўнидаги ингичка қизил йуллар сариқ, таг узра тушган.

V-VII асрларда Марказий Осиёда ўзига хос ипакчилик марказлари пайдо бўлган. XI асрда яшаб ўтган машҳур тилшунос олим Махмуд Қошғарийнинг «Девону

луғатит турк» асарида ҳам жуда кўплаб кийимлар ва улар учун ишлатиладиган газламалар номлари берилган. Махмуд Кошғарий ўз асарида 30 га яқин мато номларини келтириб ўтиш асносида фақатгина табиий матолардан (пахта, жун, шойи) тўқилган матоларнигина эмас, балки зарли кимхоб мато - «йўллик барчун» (кимхоб маъносида)дан ҳам чиройли тўнлар тикилганини таъкидлайди. Шуниси қизиқки, кимматбаҳо ипак, кимхоб ва духоба газламалар ўрта асарларда, аниқроғи, X - XII асрларда пул ўрнида муомала воситаси сифатида ҳам ишлатилган.

Асарда кийиниш маданиятига оид бўлган 225 та сўз келтирилган. Бу эса туркий халқларнинг кийиниш маданияти юқори бўлганини кўрсатади.

Ўрта асрлар либосларини таҳлил қилишда миниатюра асарларининг ҳам ўрни бекиёс аҳамиятга эга манбалардан бири ҳисобланади. XII аср охири - XIII аср бошларида яратилган миниатюраларда тасвирланган эркак ва аёллар этаги бирмунча кенг, ўзига хос бичимли думалоқ, шаклдаги кўйлақлар кийганини кўриш мумкин. Олд қисми қисқароқ, орқаси узунроқ, бўлган бу кўйлақларнинг астари кўпинча йул-йул матодан тикилган. Эркак ва аёллар кийимлари ташқи жихатдан ўхшаш бўлсада, уларда кўпгина фарқли жихатлар ҳам бўлган. Аёллар кийимининг енгги пастга қараб кенгайиб борган, эркаклар эса билагига ёпишиб турган кийим кийганлар. Аёллар туғри бичимли узун юбка шаклидаги кийим ёки кенг лозим кийишган. Эркаклар шолворининг почаси узун бўлиб, қўнжли этикка тикиб кўйилган. Эркаклар бошига Салла ўрашган. Аскарлар эса кийим устидан совут кийишган.[13].

Миниатюраларда бундай рангдаги матодан тайёрланган кийимлар унча бой бўлмаган оддий фуқаролар орасида урф бўлган эркаклар тўни, салласи ва иштони кўринишида тасвирланган. Бундай матоларнинг кенг тарқалишини Туркманистон республикаси ҳудудидан топилган XV - XVIII асрларга оид археологик ёдгорликларда олиб борилган илмий изланишлар ҳам тасдиқдайди. Қолаверса, авра астарли қилиб тикилган тўн-чопон ҳам эркакларнинг қадимий кийими ҳисобланиб, XV-VIII асрларга оид Култегин ёдномасида илк маротаба устки кийим маъносида учрайди.

Ўзбек миллий кийимларини ўрганишда XV - XIX асрларда Хирот ва Бухоро мактабларига мансуб мусаввирлар яратган миниатюра санъати асарлари жуда қиматбаҳо манба ҳисобланади.

Марказий Осиёга мўғул босқини натижасида XIV асрнинг биринчи чорагидан бошлаб зўрлик билан киритилган мўғул-хитой анъаналари барча соҳалар қатори либосларда ҳам ўз аксини топган. Хукмдорлар, сарой ходимлари, давлат амалдорлари, шунингдек, маҳаллий аҳоли орасида мўғул-хитой услубида кийиниш ва соч турмаклаш расм бўлган.

Ўнг кўкрак томондан боғлаб қўйиладиган, диагонал бичимли, калта енгли, ён томондан бел баробар қирқиб очилган, кўкраклари кашта билан безатилган либосларда XIV аср кийимларига хос хусусиятлар мужассамлашган дейиш мумкин. Бу даврда аёллар устки либосларининг олди очик., кенг, ниҳятда узун, енги пастга қараб кенгайиб борадиган тарзда тикилган. Бош кийимининг уст қисмига бир тутам қуш пати қистирилган бўлиб, бичими мураккаброк, қалпок, шаклида бўлган.

XV асрда, яъни темурийлар ҳукмронлиги даврига келиб, эркак ва аёллар орасида турли рангдаги ички ва ташқи қаватли, яъни авра-астарли иккита узун либосни устма-уст кийиш одати расм бўлган. Ўз навбатида, темурийлар салтанати даврида Самарканд, Хирот, Шероз каби шаҳарларда башанг, ранг-баранг, содда ва жозибали маҳаллий бичимдаги либослар шаклланган. Шунингдек, турли минтақалардаги кийиниш маданияти ўзига хос услублари, ранг танлаши ва айрим безаклар билан кийилишига кўра ҳам фарқланиб турган.

XVII - XVIII асрларда ҳам аввалги анъанавий бичимдаги либослар тараққий этгани ҳолда кийимларнинг Бухоро, Самарканд, Хоразм, Фаргона, Тошкент, Қарши, Шаҳрисабз каби шаҳар ва ўлкаларга хос маҳаллий турлари ҳам шаклланиб, такомиллашиб бораверди. XIX асрнинг сўнгги чорагига келиб ишлаб чиқариш муносабатларининг ривожланиши, савдо алоқаларининг тараққий этиб кенгайиши ва Чор Россияси томонидан ўлканинг мустамлака қилиниши натижасида минтақага фабрика газламаларининг кенг миқёсда кириб келиш жараёни кучайди. Натижада, анъанавий кенг, узун, яхлит бичимли, одам қоматини беркитиб, эркин тўкилиб турувчи либослар билан бирга бичими мураккаб бўлган бурама (кокеткали-кўкрак

бурма) ва киши қоматига мослаб тикилган европача бичимли кўйлақлар ҳам тарқала бошлади.

XIX аср ўрталари - XX аср бошларида Республикамиз бўйлаб «камзур», «камзул» кийиш одат тусига кирган. Камзул ёқалари тик, бўғиқ, баданга ёпишиб турадиган узун, белбурма сюртукни эслатиб турадиган кийим бўлиб, орқа тарафида кийиқ жойи-йирмочи, қайтарма ёқаси бўлмаган. Камзул қора ранг матодан, аксар ҳолларда сатин ёки костюмбоп қалин ип газламалардан тикилган бўлиб, кўйлақ ёки чопон устидан, ёз фаслида эса тўн-чопонсиз ҳам кийиб юрилган. Камзуллар кийим эгасининг ёши, жинси, йил фаслларига мослаштирилгани ва қандай матодан тикилишига кўра - пахтали камзул, авра камзул, камзулча, учбел камзул, бешбел камзул, беллик камзул, духоба камзул, бахмал камзул, жунжун камзул каби номлар билан юритилган

Аёлларнинг анъанавий кийимлари - куйлақ, лозим, чопон, мурсак, тун, пешмат, камзул, нимча, паранжи-чачвон (шаҳарлик аёлларнинг мажбурий устки кийими ҳисобланиб, кўчага чиққан пайтда бошларига ёпиб юрганлар) ҳамда хилма-хил рўмол ва ранг-баранг дўппилардан иборат бўлган. Пойабзаллар эса маҳси, бошмоқ, каби чармдан тикилган оёқ кийимлари ҳамда резинадан қуйилган қалишлардан ташкил топган. Ўзбек заргарлари томонидан тайёрланган тақинчоқлар ва зебзийнатлар аёллар кийимларига янада кўрк бағашлаб, нафис ва гўзал бўлишини таъминлаган.

Умуман олганда, XIX аср охири-XX аср бошларига келиб ўзбек халқ кийимлари мажмуи тўла шаклланиб улгурган эди. Кийимлар асосан миллий йул-йул, сидирға ва гулли матолардан тикилган бўлиб, олди, этаги, енг учи, ёқаси гулли жияклар билан ҳошияланган. Бундай ҳошиялар билан безатиш анъанаси эса рамзий гуллар кийим эгасини ҳимоя қилувчи магик кучга эга деган қарашлар билан бевосита боғлиқ бўлган.

Хулоса қилиб айтиш мумкинки, халқона миллий либослар аجدодларимиз яратган бебаҳо моддий ва маънавий маданият дурдоналаридан бири сифатида узлуксиз тараққий этиб борган ва унинг турли хил кўринишлари шаклланишида мазкур халқ яшаган ташқи (табиий) муҳит, унинг ҳўжалик машғулотлари, фалсафий қарашлари, маданияти, ижоди, диний эътиқоди ва миллий анъаналари муҳим

аҳамият касб этган. Ўзбек халқи анъанавий миллий либосларининг тарихи, кийиниш маданиятининг узлуксиз такомиллашиб бориши ва ривожланиши мазкур минтақанинг қадимий тамаддуни ҳамда Марказий Осиё халқлари тарихи билан бевосита боғлиқ бўлган. Ўзбек халқ миллий либослари ўзининг бир неча минг йиллик тарихий тараққиёти давомида гоҳида тез, гоҳида секин суръатларда оддийликдан мураккаблик томон ривожлана борган ва янги бичимлар анъанавий шакллар билан қоришиб, ўзига хос кўриниш касб этган. Ўрта асрларга оид кийимлар ўлка иқлими ва халқнинг урф-одатларига мослашган. Кейинчалик жамият ҳаётидаги ўзгаришлар ва турли тарихий, ижтимоий-сиёсий жараёнлар натижасида кийимларнинг тикилиши ва бичими мураккаблаша бошлаган. Айниқса, мато танлаш ва рангларни белгилашда фарқли жиҳатлар ёрқин намоён бўла бошлаган.

2.2. Аёллар тарихий кийимда дизайнини таҳлили

Дизайн ва санъат орасида жиддий фарқлари мавжуд: дизайн жамоат ва инсоннинг аниқ талаблари бўйича янги вазифаларни ечишни кўзда тутди. Дизайн – бу санъатнинг ўзгача тури бўлиб буюм муҳитини яратади.

Дизайннинг тарихи инсониятнинг тарихи билан ҳамбарчас боғлиқ. Одамзод, қайерда бўлмасин, ўз буюмларини ташқи кўринишига эътибор берган, ва шу сабабли дизайнни пайдо бўлишига асос бўлган. Хозирги тушунча бўйича дизайнни шаклланиши учун махсус шароитлар, талаблар ва кўрсатмалар бўлиши лозим.

XIX – XX асрлардаги саноат инқлоби ва илмий кашфиётлар янги техникавий асбоблар ва технологияларни яратилишига сабаб бўлди. Техникавий тараққиёт одамларни ҳаётига кирди ва уларни дунёқарашига таъсир этди. Аммо, биринчи саноат инқлобининг натижалари қуйидагини айён қилди: эстетик нуқтаи назаридан саноат маҳсулотлари ҳўнармандлар ишлаб чиқарган буюмлардан сифати анча паст. Юқори маълумотли шахслар машиналарни шиддатли қиришига қарши бўлишган. Уларни орасида инглиз файласуфи Д.Рёскин (1819-1900) ажралиб турарди. У янги машина техникасини рад этарди. Унинг фикри бўйича қўл меҳнати йўқолиши билан одамлар

машинанинг қўшимча қисми бўлиб қолишади. Техникани ривожланиши билан маданият инқирозини Гёте ва Шиллер олдиндан сезишган. Уларнинг фикри бўйича маданиятни энг улуғ вазифаси – инсоннинг физик ва моддий муҳитида шакл эстетик қонунларга бўйсунishi лозим, чунки фақат утилитарликдан эмас, балки эстетикликдан ахлокий ҳолат ривожланиши мумкин. XIX асрнинг 60-70 йилларида инглиз шоир ва рассом У.Моррис Д. Рёскиннинг таълимини Англиядан ташқарига чиқарди, “Санъат ва Ер гўзаллиги” китобини ёзиб, ундан кейин “Санъат ва ҳунар“ америка йўналишининг йулбошчиларини фикри бўйича машинада ишлаб чиқариладиган маҳсулотлари инсонни эстетик ва ахлоқини бўзади ва фақат қўлда ишлаб чиқарилган буюмларни эстетик сифати юқори бўлиб, истеъмолчини бойитади.

Лойиҳа маданиятининг икки қишми – техника ва санъат – бир биридан узоқланиб, алоҳида кўриб чиқиларди ва бир бирига қарши қуйиларди. XX асрда уларни бирлаштиришга ҳаракат қилина бошланди. Техника ва санъатни бирлашувига маҳсус кумиталар ташкил этилди. 1849 йилдан бошлаб Лондонда буюм дунёсини эстетик муаммоларига бағишланган “Жоурнал оф Десжн анд Мануфастурес” журнали чиқадиган бўлди. Шу вақтда истеъмолга “индастриал арт” деган тушунча кирди.

Демак, дизайн жамиятни эстетик талаблари ва машинада ишлаб чиқариш чорраҳасида туғилган. Буюм муҳитини шакллантириш соҳасидаги бадиий шароитнинг инқирози дизайнни пайдо бўлишига сабаб бўлди. Юзага келган шароитдан чиқиш йули фақат янги фаолият турини ривожланишида мумкин эди, қайерда типавий саноат маҳсулотига эстетик хусусиятларини баҳш этиш эди. Биринчи уринишлар шундай фаолият соҳасида ўрта аср романтик ҳунарманд анъаналарни тиклаш бўлган. Келажак дизайннинг илдизи дунёни рационал қайта қўриш ғояси, муҳитни ифода этиш объектни ҳар томонлама эстетик таъсир этиши билан боғлиқ бўлган.

XIX асрни охирида европа мамлакатларини модерн бадиий услуби қамраб олган. Уни асосида фикирлаш шаклларга асосланган. Айни модерн одамларда,

рассомларда идеал сифатида шаклни сезиш дизайнни тадбиқ этилишига имконият берди.

Модернда бино элементлари конструктив ва декоративга бўлинди. Барча утилитар элементлари эстетик маъноли бўлиб яратиларди.

Келажак дизайнер кўрсатмалари ва муамолари немис бадий бирлашмалари “Веркбунд” (1907 й.) ва “Баухауз” намоён қилишди.

“Веркбунд”га саноат ходимлари, меъморчилар, рассомлар ва коммерсантлар кирар эди. Уларнинг фикри буйича саноатда ишлаб чиқаришда иқтисодий в эстетик талаблар ўзаро боғланмаса, халқаро бозарда ютиш мумкин эмас. “Веркбунд” асосий взибаларни аниқлади: махсулотларни ишлаб чиқаришни хунармандликдан саноат йулларига ўтказиш. “Веркбунд”ни асосчиси Г.Мутезиус “эстетик фундаментализмнинг” принципларини аниқ таърифлаб берди: буюмнинг шакли унинг моҳиятидан, тузилишидан, технологиясидан, нимага мўлжалланганидан келиб чиқади. 1914 йилда фирманинг бадий директори П. Бернесни биринчи дизайнер деб ҳисобланса бўлади. Унинг амалий фаолияти янги фаолият тури – дизайнни - шаклланишига катта аҳамиятга эга. Бу фирмани фаолияти биринчи жаҳон урши 1914 йилда тўхтади.

Аммо уруш тугаганда муаммо қолган эди. 1919 йилда кичкина Германия шаҳари Веймарда “Баухауз” (қурилиш уй) номли саноатда ишлидиган рассомларни тайёрлайдиган биринчи ўқув маскани очилди. П.Бернеснинг шогирти В.Горпиус “Баухауз”ни ташкилотчиси ва бош назарячиси бўлган. Қисқа вақт мабойнида дизайн соҳасида “Баухауз” услубий марказ бўлди. XX аср йирик маданият арбоблари бу ерда ўқитувчи бўлган: меъморчилар Мис ван дер Роз, Ганес Майер, рассомлар В.Кандинский, П. Клее, П.Мондриан. Улар пластик санъатда ва буюм муҳитида шакллантириш универсал методларни қидиришган. Улар турар жойларни, оммавий саноат махсулотларни: газламани, мебельни, деоратив рангтасвир ва пластикани лойиҳалашган, чунки булар барчаси бир муҳитни буюмлари. 1930 йилда Г.Майер кетгандан сунг Мис ван дер Роз фирмани бошқарганди. 1932 йилда

“Баухауз” Берлинга кучди ва 1933 йилда нацистлар фирмани ёпишди. Г.Майер бир гуруҳ ўқитувчилари билан Россияга кўчиб келди. Улардан кўплари Москвада 1920 йилда ташкил этилган давлат олий бадиий - техникавий устахоналарида (ВХУТЕМАС) ўқитувчилик қилишган.

Дизайн - бу замонавий саноатда ишлаб чиқаришда йўқолган маданий мувозанатни тиклаш усулидир. Айнан шунинг учун гўзалликни функционал асосланган буюмлар шаклида қидира бошлашди. “Баухауз” 1920 – 1950 йй. европа дизайн аксини намоён этган.

1937 йилда “Баухауз” АҚШга эмиграция этган. Улар европа дизайннинг асосларини америкада ўзлаштиришган. Бунга 1930 йилдаги Америкадаги депрессия сабаб бўлган, чунки махсулотни сотиш қийин бўлди. Бизнесменлар рассомларни ишга олиб, махсулотга эстетик хусусиятни беришга интилишди.

Инқироз пайитда махсулот ишлаб чиқарувчилар ўз буюмларини дизайнига эътибор берадиган бўлишди. Бунга ёрқин мисол, Г.Форд “Джененра моторс” томонидан рақобати ва бозорни машиналар билан тўганлиги сабабли “Т” маркали машҳур автомобилларни ўрнига 18 миллион долларни сарфлаб янги келишган “А” моделини чиқарадиган бўлди.

Айнан инқироз пайитда ҳозирги дизайн контексти ташкил этилганди. Дизайн фаолиятининг шиддатли тафаккури асосан 1920–1930 йй. Америкада бўлган. У, энг аввало, коммерция дизайнида ёки “индустриал санъатида” ўз ифодасини топган. Ҳар бир корхонада махсус гуруҳлар ташкил этилган, улар “стафф-дизайн” - дизайн вазифаларини бажаришган. Махсус буюртма бажарадиган мустақил дизайн фирмалари ҳам барпо этилганди.

Демак, дизайн уч маъноли соҳаларнинг, уч турли маданий ҳаракат чоррахасида барпо этилган: санъат, оммавий саноат корхоналар ва буюмларга мужассамланган оммавий онг.

Россияда дизайн 1922–1933 ййларда ташкил этилган. Янги мутахассисликлар ва методик ишланмалар пайдо бўлганди. ВХУТЕМАСни битирган меъмочилар, санъатшунослар, рассомларни олдида қўйилган асосий вазифа - санъатни янги турмуш билан боғлаш ва уни саноатга киритиш. Аммо

у вақтда бу вазифани ечишга имконият йўқ эди. Уларнинг лойиҳалари асосан утопик эди ва эски маданиятни барбод этиб, янги келажак маданиятни барпо этиш эди.

Санъатда бу оқимни ёрқин намояндалари Е.Татлин (1885 - 1953), А. Родченко (1891 - 1956), Л. Попова (1889 - 1924) бўлган. Л.Попова биринчи рассом–конструктор бўлган ва корхонага келган биринчи дизайнер бўлган. У янги газламалар нақши ва кўйлакларни рационал моделларни яратган.

Совет даврида дизайнни ривожланиши қийинлик билан ўтган, чунки вайроналардан сўнг саноат энди оёққа турар эди. Иккинчи жаҳон урушидан кейин 1962 йилда дизайнни саноатга тадбиқ этиш тўғрисида қарор чиққан эди. Шунинг учун ғарб мамлакатлардан ва Америкадан орқада қолган эдик.

Мустақилликка эришгандан сўнг хорижий мамлакатлар билан алоқалар кучайганди. Хориждан келган маҳсулотлар маҳаллий маҳсулотларга рақобатдош бўлгани боис, буюмлар дизайнига эътибор бериладиган бўлди.

Ўзбекистон маҳсулотларни дизайнига ҳам эътибор бериладиган бўлди. Дизайнерлар уюшмаси ташкил этилди ва бу уюшма халқаро дизайнерлар уюшмасиги киритилди.

Х.Х.Комилова бошлигида республикамізда “Осиё рамзи” модельерлар уюшмаси ташкил этилди. Бу ташкилот Ўзбекистон либос дизайнерларни бошқарди ва миллий анъаналарга асосланиб, “Ўзбек модасини” дунёга намоён этишди. 2005 йилдан бошлаб, “Арт week” қошида Тошкентда ҳар йили “Стайлс Уз” ва “Болажонлар, ширинтойлар” мода фестиваллари ўтказилади. У ерда, миллий либослар анъаналарига таяниб, миллий (хон–атлас, адрас, шойи, беқасам) ва замонавий газламаларидан замонавий ва миллий либослар намоёниш этилади.

2.2.1.Замонавий дизайн муаммолари.

Буюм муҳитини яратиш – одамзотнинг азалий муаммосидир. Бу жамиятнинг маданий асоси билан чамбарчас боғлиқ ва унинг азалларини,

маданият даражасини, бадий-эстетик интилишларини ва идеалларини ифодаладиган ижтимоий муаммосидир.

Маданиятни тарбиялаш гўзаллик сирлар англаш жараёни билан чамбарчас боғлиқ. Буюмлар ўзи инсонни тарбиялаши лозим.

Буюмларни ишлаб чиқиш асосий мақсади – аҳолини моддий ва рухий талабларини қондириш ва буюмларни ижтимоий мақбуллигидир.

Дизайнерларнинг маҳоратини фақат гўзал буюмларни яратишга йўлантормаслиги лозим. Дизайнер албатта ижтимоий муҳим, қўлай, кўпфункционали, маълум истеъмол гуруҳига мўлжалланган ва талабларини қондирадиган буюмларни яратишда қатнашиши зарур. Булар барчаси буюм дунёни тартибсизлигини, керак эмас, элитар ва дублёр буюмларни йўқотишини осонлаштиради.

Гўзал, ижтимоий йўналтирилган буюмлар янги турмуш тарзни ўрнатишга имкон беради инсоннинг рухий талабларини қондиради, моддий воситаларни тежамлаш резервига айланиб, маҳсулотни мукамаллик даражасини оширади.

Инсон атрофидаги буюм муҳитини яратиш аҳолини, ижодкорларни, заршуносларни ва истеъмолчиларни эътиборини жалб этади.

Дизайнер жамият олдида маъсулияти фақат маҳсулотни сифтинигина эмас, балки инсонни маданий савиясини кўтаришдир.

Енгил саноат олдида турган вазифалар қуйдагилар: аҳолининг кийим-кечакларга бўлган талабларини тўлиқ қондириш, бозорни керакли маҳсулотлари билан таъминлаш, буюмлар ассортиментини кенгайтириш ва сифатини кўтариш.

Костюмни лойиҳалаш ва модани ривожланиши билан боғлиқ муаммола бежиз пайдо бўлмаган. Бу муаммоларни пайдо бўлишига бир неча сабаблар мавжуд: маҳсулотни керагидан ортиқ тўплангани, буюмларни тез маънавий эскириши, ишлаб чиқариш цикли ва мода циклини носинхронлиги.

Оммабоп эҳтиёжни қондирадиган модали буюмларни ишлаб чиқаришда кўп муаммолар мавжуд. Бу ҳолда эҳтимол муаммолар модани амалиётчилиги ва уни стабил томонларидан келиб чиқади. Мода қизиқарли, тез ўзгармайдиган,

фундаментални тақдим этиши керак. Моданинг субъективизм ва объективизми нимадан иборатлигини, модага ҳаёт суръати, илмий-техникавий инқилоб таъсирини тушуниш зарур. Мода ва саноат умумий қонунлар бўйича ривожланади: мода мураккабланса, буюмнинг лойиҳалаш технологияси мураккабланади. Инсон костюмда ўз индивидуаллигини ва ўз сиймосини акс этишга интилади. Шунинг учун либосларни оммабоп ишлаб чиқарилганда стандарт буюмни уйғун сиймолигини ва истеъмолчини индивидуалликка интилишини қондириш талаблари қийинчиликларни пайдо бўлишига сабаб бўлади.

Булар барчаси костюмни оммабоп ишлаб чиқариш учун муайян нуқтаи назардан лойиҳалашни талаб қилади. Дизайнер – саноат тармоғи – истеъмолчи тизим алоқасини барпо этиш лозим, яъни янги илмий лойиҳалаш усулини. Лойиҳалаш усули модага тегишли барча вазифаларни, костюмни вақтга биноан шакллантиришни, уни тузилишини ўзига хослигини, ижтимоий аспектларини ва сиймолигини бирлаштирилиши лозим.

Дизайнер фаолиятида уни воқеликка ижтимоий-эстетик муносабати ифодаланади. Бу фаолият бадиий ижод қонунларига жавоб бериши лозим.

2.3. Костюм дизайннинг назарий асосларини таҳлили

Дизайн – ижодий фаолият тури. “Дизайн” атамаси итальян сўзи “дисегно”дан келиб чиқади. Ўйғониш даврда бу тушунча билан ишни асосида ётган лойиҳалар, расмлар ва ғояларни аташарди. ХУ11 асрда “десигн” сўзи билан ғоя ёки нақшни, лойиҳалаш ва конструкциялаш жараёни аташарди.

Дизайнни беш асосий нуқтаи назарлари мавжуд:

- 1) дизайн – бу буюмни функционалиги ва рационал конструктивлигини қонуний натижаси;
- 2) дизайн – бу фан;
- 3) дизайн – бу санъат тури. Инсон дизайн маҳсулотини бадиий буюм сифатида тасаввур этади;

4) дизайн - уйғунлаштириладиган соҳа. Уни ёрдамида инсонга ижобий эстетик таъсир этиши учун саноат буюмларнинг хоссалари ўзаро мослаштирилади;

5)) дизайн – саноатда ишлаб чиқариладиган буюм сифатининг махсус аспекти.

Саноат соҳасида махсус ижодий фаолият сифатида дизайн XIX-XX асрларда пайдо бўлди. Оммабоп ишлаб чиқариш ва саноат инқилоби натижасида пайдо бўлган дизайн, гўзал ва фойда орасидаги номуффиқликни бартараф қилди, санъат ва техникани орасидаги чегарани йўқотди. Дизайн лойиҳа фаолити бўлиб, янги турдаги маданият билан боғлиқ..Бу маданият турида илмий-техникавий ва ижтимоий маданиятлар ўзгача бириктирилди, замонавий фикрлашда лойиҳалаш ўзига хос хусусият бўлди, инсонни дунёда янги ўрни ҳисобга олинди, ташқи муҳит билан боғлади. Илмий-техника тараққиёти шароитида лойиҳалаш маданиятини қайта ишлаб чиқаришда асосий усулдир, у турмуш тарзига узликсиз ўзгаришига мўлжалланган ва янги буюм яратишда фаолиятнинг барча томонларини: техникавий, иқтисодий, ижтимоий ва эстетик томонларини ўзаро қамради.

Лойиҳалаш маданияти қонун-қоидалар ҳуқуқида асосланган, қадимий маданиятларни (қадимий цивилизациялар, Европа ўрта аср, Ҳиндистон, Хитой, Япония маданиятлари) ўрнига Уйғониш даврида келди.

Қонуний маданиятни муаллифлари номаълум эди ва натижада ўқитувчилардан ўқувчига ўтарди. Тақлид этиш учун намуна сифатида узок замонларда пайдо бўлган анъаналар бўлган. Лойиҳалаш маданияти эса муаллифга оид, унда шахс лойиҳалаш ҳуқуқида эга бўлади. Лойиҳалаш маданиятида эски қонун-қоидаларни бузмасдан, янгини яратиш мумкин эмас: бу сиз барча соҳаларда (техникавий, ижтимоий, бадиий) ижод бўлмайди.

Аммо янги даврдан бошлаб (XIX асрни ярмидан) технократ ва техноцентриқ фикрлаш маданиятни дегуманизацияланиши боис танқид объекти бўлди.

XIX аср охири–XX аср бошида дизайн назариячилари Д.Рёскин ва У.Моррисдан бошлаб, машиналар ҳукумлигига йўқотилган маданият яхлитлигини кўтариш фикрини таққослашди. Бу ғоя дизайнни замонавий тамойилларида ҳам ўз аксини топди.

Дизайн саноат ва санъат орасидаги номувофиқликни енгиши лозим: лойиҳалаш маданиятида гўзаллик ва фойда уйғунлашади.

Дизайн лойиҳалаш фаолият сифатида жамоа ва инсонни турли талабларини қондиради.

Дизайн – ижодий лойиҳалаш фаолияти, унинг мақсади – инсонни руҳий ва моддий талабларини тўлиқ қондирадиган уйғун буюм муҳитини яратиш.

Буюмларга юқори истеъмол ва эстетик хоссаларни таъминлайдиган мутахассис дизайнер деб аталади.

Дизайн таркибига қуйидаги элементлар киради: дизайн – фаолият субъекти – дизайнер ва истеъмолчи; дизайн - фаолият объекти: дизайн-лойиҳа ва дизайн-маҳсулот; муҳит – фаолиятнинг ҳар хил тизимлари.

Дизайн объектлар сифатида саноат маҳсулотлари, шаҳар, корхона ва яшаш муҳит элемент ва тизимлари ва ҳ.к. бўлиши мумкин.

Лойиҳалаш объектига кўра дизайн қуйидаги турларга бўлинади: индустриал дизайни (“А” гуруҳидаги маҳсулотлар – меҳнат учун асбоб ускуналар ва механизмлар, транспорт ва қурол; “Б” гуруҳига оммабоп истеъмол қилинадиган буюмлар, яъни идиш-тавоқ, маиший ускуналар, мебель); меъморчилик муҳит дизайни (интерьер, меъмор ва ташқи муҳит дизайни); компьютер дизайни; ландшафт дизайни; артдизайн; ижтимоий дизайн; костюм дизайни; полиграф дизайни.

Дастлаб дизайнга фақат саноатга оид лойиҳалаш кирса, энди унга кўпинча ягона намунада ясалган ноёб лойиҳалар (артдизайн, элита дизайни) ҳам кирадиган бўлди.

Замонавий жамиятда дизайн оммабоп алоқа воситаси ҳам бўлди, чунки савдо-сотик орқали ишлаб чиқариш ва истеъмол қилишни бирлаштирди, талаб ва таклифни тартибга солди, аҳолининг харид қилиш қобилияти активлигини

оширди. Буюмни харид қилганда, истеъмолчи фақат ўз эҳтиёжини қондиришига эмас, балки ижтимоий рамзини ҳам қондиради.

Хуллас, дизайн – истеъмолчи ва ишлаб чиқарувчи орасида маркетинг ва алоқа воситасидир: “социология томонидан қаралса, дизайн – бу буюмларни ташқи кўринишига нуфуз тимсоли, фаровонлик, содиқлик бериш орқали саноат ва бозорни ҳамкорлигини бошқариш тизим. Маданий томонидан қаралса, дизайн – санъатдир” Бу ўзаро алоқаларни аниқ тасаввур этиш учун дизайн лойиҳалаш жараёнини аниқлайдиган асосий омиллар қуйидагилар.

1.Функционал комплекс. Асосий функциялар ва улар белгилайдиган буюмнинг принципиал шакли. Ушбу функцияни қийматини ва истеъмолда буюмни ролини аниқлаш.

2. Корхона, сотиш ва реклама нуқтаи назаридан буюмнинг тежамлиги. Кўп вақт давомида буюмни серияли ишлаб чиқариш ва корхонани оқилона ташкил этиш.

3. Дизайн талабларига жавоб берадиган материалларни танлаш.

4. Дизайн талабларига жавоб берадиган конструкцияни танлаш.

5. Дизайн талабларига жавоб берадиган, материалларни тежамлайдиган, асбоб ускуналарни ва технологик жараённи қўллаш учун имконият берадиган технологик усуллари танлаш.

6. Ижтимоий омиллар. Буюмни истеъмол этадиган харидорлар тўғрисида маълумотларни эътиборга олиш (жинси, ёши, мутахассислиги, миллати, ишлаш жойи, дид ва ҳоҳишлари, турмуш тарзи, жуграфик ва иқлим шароитлари).

7. Психологик омиллари. Буюмнинг моддий ва эмоционал томонлари.

8. Физиологик талабларига жавоб бериши. Акустика, гигиена, ҳарорат, вентиляция, тозалик, кир, чанг, шовқиндан ҳимоя қилиш.

9. Деталларини унификациялаш. Стандартлаш, модул тизимини, элементларни комбинациялашн усуллари қўлаш.

10. Буюм шаклига қўйиладиган асосий талаблар: буюм ёки буюмлар комплексини муҳитга мосланиши, буюмнинг пропорционаллиги ва буюм, инсон ва ташқи муҳит билан ўзаро пропорционаллиги; инсоннинг

антропометрик кўрсаткичларига мослиги ва ҳ.к.; визуал тартиблиги: фарқлар ва контрастлар, визуал ритмлар ва таркиблар, рангли бирикмалар ва контрастларни қўллаш, буюмнинг юқори сифатли кўриниши; материал ва рангни мўлжалга мослиги; рангни информатив, сигнал ва реклама сифатида қўлланиши; тактил тартибланиши: тактил хоссалари ёрдамида буюмнинг юқори сифатлигини тасаввур этилиши; акустик тартиблиги; буюмни стабиллиги ва ҳаракатчанлиги билан боғлиқ муаммоларини эътиборга олиш; реклама ва упаковка; шакллантириш воситаси сифатида технология: шакл ва қўлланган технологик жараёнларнинг мослиги.

Костюм дизайни. Костюмнинг барча элементлари дизайн объектларига киради. Костюм инсон билан чамбарчас боғлиқ ва муҳитнинг ажралмас қисми бўлиб, турмуш тарзини ўзгаришини ифода этади.

Костюм (итал. *состуме* – одат, урф-одат) – бу яхлит ғоя ва мўлжал билан бириктирилган, ижтимоий, миллат, минтақа, жинс, ёш ва мутахассислигини ифода этадиган элементларининг муайян тизими. Костюм маиший анъаналар билан чамбарчас боғлиқ, маълум минтақанинг урф-одатларини, конкрет тарихий даврни, халқни ижтимоий ҳолатини, маълум шахснинг сиймосини, унинг ноёблигини ифода этади. Костюмнинг асосий функциялари қаторида ҳимоя, утилитар ва белги функциялари киради, чунки костюм махсус алоқа тури, яъни у атрофдагиларга одам тўғрисида маълумот беради: унинг ижтимоий ҳолидан, сиёсатга муносабати, эстетик диди, динга мансублиги, маданияти.

Костюм қуйидаги функцияларни бажаради:

- ёши тўғрисида маълумот беради, аммо костюм ёшини кўрсатиш ёки яшириши мумкин;

- оилавий ҳолатини кўрсатади. Масалан, барча миллий костюмларида ёшидан ташқари унинг оилавий ҳоли белгиланганди: унаштирилган қиз, узатилган қиз, бева ва ҳ.к.. Анъанавий жамоада шахсга мойил бўлмаган кийимни кийиш ман этиларди. Замонавий костюмда бу функция деярли

йўқолди деса бўлади: ҳозир костюм бўйча баъзан оилавий ҳоли ва жинсини билиб бўлмайдиган бўлди (унисекс услуги);

- одамнинг маълум табақага, ижтимоий синф ёки гуруҳга мансублигини белгилайди, ижтимоий вазиятини кўрсатади ёки яширади;

- одамнинг мутахассилигини кўрсатади. Ўрта асрларда Европада барча касблар махсус кийим кийишган. Замонавий костюмда бу функция ҳарбий, ишлаб чиқаришга оид костюмда учрайди ва камроқ маиший костюмда. Аммо, ҳозир ҳам костюм ёрдамида ишбилармонни бошқалардан ажратиш мумкин;

- минтақа иқлими ва унда яшаётган халқларнинг турмуш тарзини ва миллий анъаналарини кўрсатади. Аммо, ҳозир кенг тарқалган байналминал услуги барча миллий хусусиятларни йўқота бошлади;

- шахснинг маълум динга мансублиги кўрсатади. Масалан, дастлаб Ҳиндистонда фақат мусулмонлар бичилган ва тикилган кийимни ва чармдан тикилган пойабзални кийишган, ҳиндлар эса – бичилмай ўралган кийим кийишган; XV11 асрда Францияда костюм ёрдамида католикни протестантдан ажратиш мумкин эди. Аммо бу функция костюмда аввалгидек деярли аҳамиятга эга эмас.

Европа типигаги замонавий костюмда маълум функцияни ажратиб кўрсатиш қийин. Костюм кўпфункционали бўлди, функция ўзи кўп маъноли. Костюм аввалгидек эротик ва эстетик функцияни бажаради. Бу маънода костюм инсонни ўзига хос эстетик дидини ифодалаб, маълум вақтни гўзаллик тўғрисида умумий тасаввурни акс эттиради. Костюмни индивидуал танлаш (услугини, ранглар ва айрим буюмлар бирикмасини, қоматга ва конкрет шароитга мослигини, шахснинг маълумоти ва унинг ижтимоий насабини кўрсатади) инсонинг умумий маданияти тўғрисида маълумот беради. Замонавий модада “яхши дид” тўғрисида аввалги меъёрлар йўқ, аммо, “кийим маданияти” тушунчаси ўз маъносини сақлаб қолди.

Кийим дизайни – дизайн фаолиятининг йўналишларидан бири. Кийиш усули, танада маҳкамлаш тури ва бичимига кўра кийим қуйидаги турларга бўлинади:

- драпировкаланган (бичилмаган ва тикилмаган) – бу бир бўлак мато танага ўралади ва драпировка қилинади (хитон, гиматий, тога, сари, дхоти ва б.);

- коплама – бу бошдан кийладиган кийим. У тикилмаган – фақат ёқа ўмизи қирқилган мато парчаси (пончо, пенула ва б.) ёки тикилган (туникасимон бичимли);

- олди очик – бу бичилган ва тикилган кийим (чопон ва кафтан турида);

- европа туридаги бичилган ва тикилган – бу одам қоматига мос бичилган ва тикилган кийим.

Замонавий костюмни яратганда уни асосий функциясини инобатга олиш зарур. У костюмни конструктив ечимини, матосини ва сиймосини белгилайди. Буюмни лойиҳалашда бундай йўл “функционал кадам” деб аталган, қачонки буюм эмас, балки истеъмолчига берадиган фойда кўзда тутилади (шу нуқтаи назардан башанг кўйлакни эмас, балки яхши кайфиятни, гўзалликни лойиҳалаш зарур).

Буюм лойиҳаланганда функционал қараш уни ишлаш жараёнини дастлаб ўрганилгандан сўнг, идеал ишлайдиган тизим яратилади ва натижада одамни ҳар хил ва ўзгарувчан талабларини қондирадиган принципиал янги функцияни бажарадиган буюм яратилади.

Лойиҳалаш объектига биноан костюм кийим, бош кийим, пойабзал, аксессуарлар, безаклар ва б. дизайнига бўлинади.

Кийим истеъмол ва оммабоп чиқариладиган буюм бўлгани боис, кийим дизайнери асосан саноатга оид коллекцияларни яратади. Бундай мутахассисларни кийим дизайнери ёки стилист деб аташади.

1950 йилда пайдо бўлган тушунча “прет–а–порте” (кийишга тайёр) кийим ишлаш соҳасида мавжуд. “Прет-а-порте” кийими таниқли дизайнер фирманинг номи қўйладиган юқори сифатли кийим. Саноат модасининг биринчи ярмаркаси 1948 йилда Дюссельдорфда ўтказилган, 1951 йилда Флоренцияда аёллар модасининг биринчи кўрғазмаси ўтказилган, 1956 йилда Парижда биринчи “прет-а-порте” салони очилди.

“Костюм дизайни” тушунчаси ҳозир умуман костюм яратиш фаолиятида тарқалган ва фақат саноатда ишлаб чиқариладиган буюмлар учун эмас, балки кутюрелар ижодида ҳам учрайди.

Парижда бир йилда икки маротаба аёл ва эркаклар мода салони ўтказилади. Йирик мода салонларининг “Юқори мода синдикати”ни 1868 йилда Ч.Ф.Уорт Парижда ташкил этган. Юқори мода синдикати ўрта аср хунармандчилиқ цехини эслатади. Фақат бу ташкилот аъзоларигина кутюрё деб аталиши мумкин. Синдикатга қабул қилиниш учун бир қатор талабларга мувофиқ бўлиш керак: моделларни фақат шахсий буюртма бўйича ишлаш, буюмни фақат қўлда тикиш, махсус мижозлари бўлиши лозим. Синдикат низомига янги талаблар киритилди – мижозлар ва оммавий ахборот вакиллари учун ва мавсумий янги модалар коллекцияси доимо кўргазмаларини ўтказиш. Ҳозирги кутюрё юқори мода синдикати аъзоси бўлиши учун Парижда салони (Юқори Мода ўйи), штатида 20дан кам бўлмаган ходимлари, 3 доимий манекеншчицалари бўлиши ва маълум қоидаларга риоя қилиши лозим: моделлар ишланганда асосан қўл иши қўлланиши (ҳозир 30% машина чоклари қўлланиши мумкин), маълум баҳодаги матоларни қўллаш, бир йилда икки маротаба 75та моделдан кам бўлмаган янги моделларнинг мавсумий кўргазмаларини ўтказиши шарт.

Костюм дизайни ўзига хос хоссаларга эга. Бу соҳадаги профессионал муаммолар конференцияларда муҳокама қилинмайди, дизайнерларни бирлаштирадиган уюшмалари йўқ. Маълум даражада бу ролни мода ярмаркалари, прет-а-порте салонлари, юқори мода ҳафталари бажаради. Бунда асосий вазифа – реклама, корхоналар ва савдо-сотиқ орасида алоқа боғлаш. Яна костюм дизайнерлар орасида назарий ва манифест турида ўз ижодий концепциясини ифода этиш анъанаси йўқ. Одатда, дизайнернинг концепцияси моделлар кўргазмаси ўтказилгандан сўнг интервью ёки пресс-релиз сифатида берилади. Шу билан бирга етакчи рол дизайнерларга мансуб бўлмасдан, танқидчиларга, мода шарҳловчиларига мансуб, чунки улар янги мода йўналишини асослаб реклама қиладилар.

Костюм дизайнери ўз ғояларини энг аввало моделларда намоён этади, ижодий концепцияларини эса – мода кўргазмасида. Дизайнерлар фаолияти лойиҳа маданиятини умумий ривожланиш рағбатини акс эттиради: масалан, 1920 йй. функционистлар (конструктивистлар) қўллаган принципни К.Шанель кийим яратганда инобатга олган.

Костюм дизайннинг объекти – амалий мўлжали ва эстетик функциялардан ташқари бир неча функцияларни бажарадиган утилитар буюмдир. Дизайнер буюм дунёсини тасвирламасдан уни яратади. Лойиҳа маданиятининг келажакка интилиши, унинг динамиклиги, янги дунё сиймосини яратишга мақсад қилиб олиши, дизайннинг асосий вазифасини белгилайди – янги буюм намуналарини яратиш. Шунинг учун костюм дизайни одамларнинг талабларини ва турмуш тарзининг ўзгаришини инобатга олиб, анъанавий шаклларга безак бўлмасдан, кийимнинг янги функцияларини лойиҳалаши лозим.

Костюм буюмлар тўплами бўлиб, қуйдаги функцияларни бажаради:

- инструментал: одамнинг фаолияти, кийим мўлжали билан боғлиқ (утилитар-амалий функция);
- адаптив: буюм-фазо муҳитида комфортни таъминлаш, одамнинг ташқи муҳитга адаптация қилинишига осойишталаш (бу функция экологик муаммолар нуқтаи назаридан жуда муҳим);
- натижали: буюмлар бирлаштирилган ва уларда маданият сифати умуман кўринади - маъно, анъана, материал ва шаклда акс этган қиймати.

Демак, буюм умуман турмуш тарзининг акси бўлса, кийим эса - одам сиймоси ва унинг турмуш тарзининг ифодасидир.

Баъзи дизайн тадқиқотчилари дизайн санъатнинг янги шакли деб муҳокама қиладилар. Бир қараганда дизайн билан амалий санъатни кўп умумийлиги бор. Аммо, дизайн янги функционал вазифани ечишни кўзда тутса, амалий санъат мавжуд буюмларга бадиий вариантларини яратади.

Дизайнер ўз фаолиятида фан ва техника ютуқларини таҳлил этиб, ижодий фикрлаш асосида янги буюмларни яратиши лозим, улар саноат соҳасда ишлаб чиқарилиши мумкинлиги инобатга олиши керак.

Дизайнернинг ижодий қобилиятининг интегратив хусусиятини италийан дизайнери Э.Сотсасс ўз таърифида қуйидагича этган: “ Дизайнер – бу юқори даражали рассом, файласуф, хунарманд”. Дизайнер файласуф бўлиши лозим, чунки у инсоннинг дидига ва ташқи кўринишига, сезгисини, турмуш услубини лойиҳалайди. Дизайнер бевосита буюмни лойиҳалайди, восита эса – инсонни ва жамоани. Демак, дизайннинг ҳақиқий мақсади – инсонни лойиҳалаш, унинг қиёфасини, турмуш тарзини. Шунинг учун лойиҳанинг асоси инсон сиймосини ва жамоанинг концепцияси бўлиши лозим.

2.4. Замонавий костюмда услубий ечимлар

2.4.1.Замонавий костюмда услуб турлари

Санъатда услуб асосий тушунчаларнидан бири бўлиб, вақт мобайнида ва жамиятда костюм эволюцияси билан боғлиқ. Давр услуби, тарихий костюм услуби, мода услуби, дизайнер услуби, фирма услуби тушунчалар ҳам учрайди.

Услуб – бадиий фикрлашнинг энг умумий категорияси; санъатда муайян давр ёки асарнинг тасвирий воситаларнинг ғоявий бирлиги; буюм муҳитининг бадиий-пластик ўхшашлиги. Услубда ҳар бир даврни дунёқарашлар, ғоя ва қарашлари акс этилади. Услуб – даврнинг бадиий тили, даврнинг бадиий ифодаси. Унда муайян тарихий даврнинг эстетик идеали намоён бўлади. Услуб барча санъат турларига ўзгача таъсир этади, уни “даврнинг катта бадиий услуби” деб аташади. Санъат тарихида даврга мансуб “катта услублар” бирин кетин бўлган: Қадимий Миср, Антик, Роман, Готик, Ренессанс, Уйғониш, Барокко, Рококо, Классицизм, Ампи́р, Модерн. Ушбу услублар костюм турини, шаклини, пропорцияларини, қўллаган матоларини, кийиш усулини ва ҳ.к. белгилаган.

Ҳар бир услуб ривожланиш жараёнида бир неча босқичлардан иборат: пайдо бўлиши, авжга етиши, инқирозга учраши. Шунинг эътиборига олиш лозимки, ҳар бир даврда бир неча услублар биргаликда мавжуд бўлган: олдин бўлган, аynи шу вақтда ҳукумронлик қилган ва келажак услубнинг элементлари. Ҳар бир мамлакатда бадиий маданияти ривожланиш даражаси, сиёсий ва ижтимоий-иқтисодий тараққиёти, бошқа мамлакатлар маданияти билан алоқалиги билан боғлиқ бадиий услубларни эволюция динамикаси ўзига хос бўлган: масалан, XV асрда Италияда Ренессанс услуби авжга чиққан бўлса, Францияда - кеч Готика, Германияда эса - Готика ХУИ асрни ўртасигача бўлган, Ўрта Осиёда эса - Ренессанс услуби IX асрдан бошлаб то ХУ11 асрга қадар ривожланган.

“Катта услуб” доирасида “микроуслублар” ривожланиши мумкин. Масалан, Рококо услуби доирасида (1730-1750 йй.) “шинуазри” (хитой услубига ўхшаш) ва “тюркери” (туркча услуб); модерн услуби доирасида (1890-1900 йй.) “неоготика”, “неорус” ва геометрик услублари; “арт деко” услубда (1920 йй.), Миср, рус, африка, геометрик ва б. микроуслублар мавжуд бўлган.

Аммо, тарихий даврлар ўтиши билан “катта услуб”лар ўтмишда қолди: жамоа ва инсонни турмуш суръати тезлашиши, информацион жараёнларни ривожланиши, янги технологиялар ва оммабоп бозорни таъсири, ягона услубга эмас, балки кўп услубий шакллар ва пластик сиймоларни мавжуд бўлишига олиб келди.

XIX асрда илгари бўлган услубларга асосланган услубий йўналишлар пайдо бўла бошлади (эkleктизм, ўтмишга берилиш ва б.). Эkleктика – бу ҳар хил услубларни аралашмаси, бир неча услубни бараварига мавжудлиги. XX асрда эkleктика маданиятини муҳим хусусиятларидан бири бўлди, айниқса асрни охирида – постмодернизм маданияти модага таъсир этганди.

XX асрда “катта услуб”ларни ўрнига санъатда авангард санъатни инновацион моҳияти билан боғлиқ янги концепциялар келди: абстракционизм, функционализм, сюрреализм, поп-арт, оп-арт ва ҳ.к. Модада ҳар бир ўн йилликда “микроуслуб”лар мавжуд бўлган: 1910 йй. - нео-грек ва шарқ услуби;

1920 йй.- рус, миср, лотин америка, африка; 1930 йй.- неоклассицизм, ўтмишга берилиш, лотин америка, сюрреализм; 1940 йй.- кантри, вестерн; 1950 йй.- Нью Лук, Шанель; 1960 йй. – космик; 1970 йй. романтик, ретро, фольк, этник, спорт, джинс, диффуз, милитари, ички кийим, диско, сафари, панк; 1980 йй. – экологик, янги кароқчилар, неоклассик, необарокко, 1990 йй. – гранж, этник, нео-панк, киберпанк, гламур, ўтмишга берилиш, нео-хиппи, минимализм, деконструктивизм ва б.

Ҳар бир мавсумий нашрлар янги услубларни тарғибот этади, дизайнерлар эса ўз услубини яратишга интилишади. Аммо, барча услублар тасодифий пайдо бўлмайди. Сийсий воқеалар, ижтимоий муаммолар ва б. услубни шаклланишига таъсир этиб, уни актуал қилади. Модалар услубларда инсоннинг сиймоси ва турмуш тарзини ўзгариши ҳозирги замонда уни ўрни ва ва роли бўйича тасавури ифодаланади. Янги услубларни пайдо бўлишига янги материаллар ва уларга ишлов бериш усуллари таъсир этади.

Кўп услублар орасида классик услубни ажратиш мумкин: улар узок вақт давомида актуаллигини сақлаб, модада бўлади. Классик услуб муайян хусусиятларга эга бўлиши мумкин: универсаллик, кўпфункционалик, шакл яхлитлиги ва оддийлиги, одамни талабларини қондирадиган. Классик услубга, масалан, инглиз, Шанель услублари кириши мумкин.

“Катта бадий услуб”лар ва “микроуслуб”лардан ташқари “муаллиф услуби” ёки “устанинг индивидуал услуби” деган тушунчалар бор. Бу услуб турида муаллифнинг мавзулари, ғоялари, қўллаган тасвирий воситалари ва бадий усуллари намоён этилади. К.Шанель, К.Диор, А.Курреж, Дж.Версаче, К.Лакруа, В.Зайцев, В.Юдашкин ва б. ижоди муаллиф услуби билан ажралиб туради.

Замонавий буюм муҳитни бадий-пластик бир хиллиги “дизайн-услуб” деб аталади. Бу услуб техникавий тараққиётни ўзлаштириш натижасини намоён этади. У янги мато ва технологиялар билан боғлиқ бўлиб, буюмларни ташқи кўринишини фақат ўзгартирмасдан, инсонни ҳаётига янги хоссаларни бахш этади ва буюм ва инсонни ўзаро алоқасига таъсир этади.

Дизайнда “*фирма услуги*” деган тушунча ҳам бор – бу фирмани ишлаб чиқарган маҳсулотига услубий бирлик мансуб. Фирма услуги конкрет муаллифлар томонидан яратилади ва субъектив хоссага эгадир.

“Услуг” тушунча билан “услуглаш” тушунчаси чамбарчас боғлиқ. Янги санъат асрлари яратилганда услублаш бадий усул сифатида қўлланади. *Услуглаш* – маълум услубнинг сиймоси ва формал белгиларини янги, унга монанд эмас бадий контекстда ғаразли мақсад билан қўллаш.

Бу усул тимсол билан эркин фойдаланишни, трансформация этишни кўзда тутуди, асос қилиб олинган услуб билан алоқани узмасдан. Бу ҳолда ижодий манба доимо таниш бўлади. Бадий восита сифатида услублаш классицизмда, неоклассицизмда ва б. қўлланган.

Замонавий дизайнда оммабоп истеъмолчига мўлжалланган маҳсулот ишлаб чиқаришда бу усул ўз аҳамиятини сақлаб қолган, айниқса, коммерциячилик дизайнда (“корпоратив” дизайнда).

Дизайнда услублаш – бу биринчидан буюмни лойиҳалашда муайян услуб хоссаларини онгли қўллаш (бу маънода кўпинча “стайлинг” тушунчаси қўлланади); иккинчидан – маданий намунани кўринарли хоссаларини тўғридан-тўғри лойиҳалаётган буюмга кўчирмоқ, кўпинча безакда; учинчидан – табиий шакллар ёки муайян буюмларга тақлид этиб, шартли декоратив шакл яратиш.

Услуглаш усулда ажойиб коллекцияларини Ив Сен-Лоран 1960-1980 йй. (“Африканка”, “Рус балет-опералар”, “Хитой аёли”, “Испан аёли”, “Пикассо хотирасига” ва б.) яратган.

Модага нисбатан услуб-оғишмаси ижтимоий феномен. К.Шанель этиши бўйича: “Мода ўзгаради, ҳақиқий услуб эса – ҳеч қачон”.

Дизайнерлар, мода журналлари, телевидение ва Интернет тавсия этган кўп услублар орасида замонавий костюм дизайнда асосий йўналишни аниқлаш мумкин.

Бу йўналишлардан бири – модани демократизацияланиши, ўзига хос “модани ҳукумдорлигидан озод бўлиш”, барчага мажбурий ягона модали намунани йўқлиги, турли мўлжал кийимларни фарқланмаслиги, “яхши дид”

конунларни, турли буюмларни бирикмаларини, ранглар ва материалларни қўллаш қоидаларни мукаддас эмаслиги.

Иккинчи йўналиши – буюм муҳитини индустриализацияланиши, ҳар бир инсонга ўз фикрини эркин ифодалашга шароит яратиш.

Жамоани олдида турган муаммоларни ечишда кўмак беришда дизайнни инсонпарвар роли кучаймоқда, чунки у турмуш тарзни шаклланишига инсоннинг талаблар таркибини аниқлашга таъсир этиши мумкин, жамиятда экологик қийматини тасдиқлашга имкон тўғдириб.

Услугаларни таҳлил қилар эканмиз ҳар бир инсонни ўз фикрини эркин ифодалашига барча услубларни барчага мос келиши, кўркемлиги, замонавийлиги, барча қоматларга ярашимлиги, оддийлиги, иқтисодий томондан талабга жавоб бериши муҳим эканлигини аниқлаб қуйидаги услубларни танладим ва шу услуб моделларидан фойдаланиб, минтақамизга мос миллий моделлар эскизларини яратишга ҳаракат қилдим

Классик услуби. Классик (одмий, ишбилармон, элегант) услубига модага деярли сиғинмайдиган, турғун вақт давомида танланган, деярли ўзгармайдиган услуб. Классик услуб – чизикларни сиполиги ва оддийлиги, бичимни мантиқалаги. Одатда, классик услубдаги буюмлар – бу кўзга ташланмайдиган жуда оддий сиймо, эътиборни узига сифати билан тортади. Классик услубини асосида, уни баъзи элементларини комбинация қилиб, ҳар хил микроуслугалар шакллланади. Классик услубга либоснинг барча элементларини киритиш мумкин. Янги классика одатий шаклларнинг сиполигини йўқотди – моделлар юмшоқ, табиий ва олийжаноб. Аммо, авалгидай классика деталларни минимуми билан фарқланади. Кўпинча материаллар эркаклар модасида ўзлаштирилган – бу репс, габардин, поплин ва фланель, юпка классик йўл – йўл ва “ёлочка”, юмшоқ жун газламалари. Услуга фаворити – шим ва юбка, нимча билан классик костюм.

Инглиз услуби. Кийимда классик услубни типик намунаси – инглиз услуби. Бу услуб уч аср мабойнида ривожланади ва модани инжиқлигига қарамасдан ўз оммабоплигини йўқотмади.

“Инглиз костюм” тушунчаси ХУ111 асрда падо бўлган. Айнан шу вақтда Англияда шакли ва ранги бўйича сипо кийим услуги юзага келган.

ХУ111 асрни 80—чи йилларида отда юриш костюм жуда оммабоп бўлган: мовутдан фрак, редингот – этаги тўғри устки кийим, тор панталонлар, кайтармали этиклар. Бу одми костюмни инглиз костюми деб аташадиган бўлди.

Инглиз услуб аёллар костюмига хам таъсир этди: силуэти ўзгарди, аёллар каттиқ мосламаларни (каркасларни) киймайдиган бўлди, бу кийимни қулай ва оддйироқ қилди. XIX асрни 80—чи йилларида аёллар модасига эркаклар костюминини бичимини эслатадиган костюм кирди: астарли жакет ва тўғри шаклли тахламали ёки тахламасиз юбка. Шундай костюмни одатда эркак усталари тикишган. Инглиз костюми кўзга ташланмайди, шунинг учун ёрқин эмас, йўл –йўл ёки кактак –катак газламалари қўлланади.

Шанель услуги. Коко Шанель услуги – бу эркин аёлнини элегант –амалий услуги. Твиддан костюмлар, қора духобадан кичкина куйлаклар ва ялтироқ башанг либослар XX аср классикаси деб ҳисобланади. Француз дизайнери Габриэль Шанельнинг нафис бичими аёлларни корсетлардан воз кечишга ва шимни гўзаллик рамзи қилишни мажбур қилди. Бу услуб оддий, гўзал ва интернационал. Мадам Шанель костюмида ўз фикирини амалга оширди: “Мен модага қаршиман, чунки у тез утиб кетади. Бахор келгани учун кийимларни ташланганини кўришга тоқатим йўқ”.

Шанельнинг костюми тўғри ёки ним ёпишган силуэтли, бел чизиғи табиий холда ва ўрта кенекда ўтқазма енг, ёқали ёки ёқасиз, қопқақли қопланма чунтакли, йирик тугмали. Безакка махсус эътибор берилади: енгнинг шлицасида уч тугмадан кам бўлмаслиги керак, зарли ёки кумиш, жун, тўр тасма. Шанель газламалари – твид, джерси. Шанель буюмларни классик узунлиги – тиззани сал беркитади. Нафис элементлари туқалар, занжирли белбоғлар, брелоклар, бантлар, туғноғичлар. Шанель илк бор икки рангли туфлиларни яратди, сумкаларни занжирлар билан безатди, эраклар смокинигини аёллар модасиги киритди ва кичкина қора кўйлакни ва свитерни

киритди. Замонавий модада Шанельнинг содиқ давомчиси – машхур дизайнер Карл Лагерфельд.

Минимализм услуби. Минимализм услуби ёки *пуризм*, оддий этилганда – соддалик, одатда даврлар қиррасида руй берди, қачонки эскиси жонга текган, янгиси эса хали яратилмаган. Айнан шу вақтда жамоада “тоза варақдан ҳаётни бошлаш” талаб пайдо бўлади. Турли даврларда ва мамлакатларда минимализм ўзига хос бўлган. Бу услуб комфортликни хоҳлайди, унинг шиори: қанчалик кам бўлса, шунчалик яхши! Бу услубда оддий бичим, ранг палитраси очик, қора, кул ва оқ ранглар кўп қўлланади; табиий ранглар кийимни ҳар хил қилиб кўрсатади. Бу услуб аёлларга тақинчоқларни кийишни, жингала сочи, аксессуарларни кийишни ман этган, модага қора туфлини киритган. Силуэт прет-а-порте мода тенденцияларига риоя қилган. Бу шаҳар услубда юмшоқ силуэтлар, тукилиб турадиган ва қалин материаллар (жун креп ва креп – габардин), нейтрал ва пастел ранглар мавжуд.

Анимал услуб кийимда чарм ва мўйнали қўллаш. Анимал услуб мододан чиқмайди, демак у классик деб ҳисобланса бўлади. Замонавий мода бу услубда ҳайвонларнинг чармини имитация қиладиган материаллар қўлланади. Анимал услуби кундалик кийим модаси эмас.

Бугун табиий мўйна ва чарм дабдалик рамзидир. Сунний чарм ва мўйна табиийларидан қолишмайди. Бу услубда мураккаб бичимлар бўлмаслиги лозим. Анимал услубида ансамбль сидирға буюмлар билан элегант куринади.

Катак–катак услуби. Катак–катак кийимга мода киради ва кетади, аммо доимо қайтади. Катак–катакни узоқ ҳаёти классик услубга киритишга имкон беради. Кундалик модани янги сиймоси – “*шотландка*”, ёрқин тахламали катак–катак *килт* юбкалари, джемперлар ва беретлар. Кундалик кийимда майда катакли–*виши* қўлланиши мумкин. Оптимал вариант – оқ фон, қизил катак–катак. Кактак–катак материаллар сидирға материаллар билан қўлланилиши яхши эффект беради. Сурилган катак–катак “товуқнинг панжачаси” нақшни Коко Шанель киритган.

Романтик услуб – бу фантазия, изланиш, хотира соҳаси, у тарихий костюмга интилади ва ундан шакл, бичим ва декоратив безак ўзлаштирилади. Романтик либос қомадни гўзаллигини ва аёлларнинг анъанавий сузилмоқлигини, сентименталлигини, сезувчанлигини намоён этиши лозим. Бу услубнинг асосий силуэти – Х–симон, юмшоқ ва майн чизиқлар билан. Минималистик услуб ман этган безаклар – драпировкалар, декольте, кокеткалар, қўш бурмалар, воланлар, рюшлар, жабо, бантлар, тўрлар, буфлар, манжетлар руликдан измалар романтик либосларда кенг қўлланади. Бу услубда ёрқин ранглар либосда қўлланади. Пойабзал локланган чармда ва кимхобдан баланд пошналар “кемача” туфлилар. Узун ёки калта қўлқоплар. Мураккаб соч турмаги. Вуалли шляпалар, нозик тақинчоқлар, шифондан шарфлар. Бу услуб кечи ва байрамона кийимларида қўлланади.

Фантази услуби. Замонавий мода романтикага ўз қуринишини намоён этади. Фантазия услуби авангард услубидан фарқи – замонавий модани ифодаси бўлмайди. Романтик услуб – бу утмиш ва келажакни фантастик сиймолари. Фантази услубини асосий хусусиятлари: нореалик, эртаклик, сюрреалик, ажаблик, жасурлик. Бу услуб томашабинни хайратга солади. Фантази либосларни силуэтлари ҳар хил ва ўзгача. Безак сифатида бантлар, стразалар, мунчоқлар, чарм ва замша, кашта ва б. қўлланади. Фантази услуби дизайнернинг ижодини чекламайди.

Хиппи услуби. XX асрни 60–чи йилларида хиппи модани бошдан оёққа оғдарди. Энди моданинг қондаси–ҳеч қандай қонда бўлмасин. Бу хиппи ўзгача психологияси – “туллар болаларини”. Аммо, замонавий модада 60–чи йиллардаги каби маънавий ва идеологик интилиш йўқ. Замонавий дизайнерлар фақат чеклашни мутлақо йўқлиги, кийим тассавур чегарасидан чиқиши керак. Хиппиларни либос тупламида каштали джинслар, ўзгача белбоғлар, ола–була кофталар ва топиклар, тўқилган ёки қўроқли катта сумкалар, туника ёки узун, бели юқори кутарилган юпқа кўйлак, очик шиппаклар, косметикани минимумликлари, тўғри ташланган сочлар. Хиппилар орасида дехконлар кийими – тахламали узун юбка кенг тарқалган. Мунчоқлардан фенечкалар,

банданалар, чармдан курткалар, қўш бурмали жакетлар ва думалоқ ёки квадратли тўқилган линзали кичкина кўзойналар кенг қўлланади. Заргор буюмлар мексикали, ҳинд ёки марокаш мельхиордан қилинган заргар буюмлар. Билакузуклар, узуклар, қўлоқ ва бурун учун халқалар. Тинчлик рамзлари, муштум, Инъ–Ян ва бошқа шарқ экзотикаси рамзлари маржонлар билан безатилган.

Ретро услуби. Утмиш модаси – замонавий дизайнерларини ижодида илхомланиш манба. Ретро услуби – замонавий модада утмиш мавзуларни, деталларни, моделлаштириш усулларни қўллаш йўналиши, аммо уларни такрорланмаслиги.

Ҳар бир тарихий давр модаси ўзига хослиги билан ажралади, уларни ўз ретро сиймоси бор. Ретро мода утмиш модасини нусхаси эмас, балки уни стилизацияси бўлиши керак.

Винтаж усули. Утмишга асосланган романтик модада яна бир йўналиш винтаж (винтаге). Бу услубда утган йиллардаги ўзига хос либослари мавжуд, яъни попукли сумкалар, тўқилган шоллар ва б. Винтаж коллекция моделлари бенуқсон тарбияланган, қиролича қоматли, нозик ва элегант ҳақиқий ледиларни эслатади. Бу услубнинг асосий элементлари – тўғри силуэтлар, кашта ва тўрни кулланиши, шаклни сиполиги.

Мутахассислар романтик услубни ривожланишини прогнозлашмоқда. У унисекс модани аста–секин сиқиб чиқармоқда. XX1 асрда аёлларнинг назокатини намоён қиладиган, ҳаракатига майинлик берадиган кийим биричи қаторга чиқади. Тахмин буйича мода танани беркитади. Эртақлар ва тасаввуф илхом манбаси бўлади. Денгиз, океан, сеҳир, тасаввуф, эротика, мусиқа, севги, парвоз ва б. романтик йўналишни белгилайдиган энг оммабоп мавзулар бўлади.

Спорт услуби. Спорт услуби қулай ва гўзал спорт либосларни модага таъсир этди. Ҳозир спорт услубида либоснинг барча элементлари қилиниши мумкин: уй кийимидан башанг костюмигача. Энг оддий спорт усубининг варианты кийимда қоплонма чунтаклар, погонлар, фурнитура, кокеткалар, хлястик ва паталар ва б. Спорт услубига бир неча микроуслублар киради.

Сафари услуги. Сафари – бу спорт услубининг энг оммабоп йўналиши. “Сафари” услуги Африкада инглиз харбийлар ов сафарида кийиган либосларига асосланган. Бу услубни тарғиботчиси 1980–чи йилларда Ив Сен-Лоран бўлган. Сафари услубдаги либос – бу асосан зиғир, ип, аралашма ва джинс газламалардан тикилган кийим. Сафари услубда барча ечимлари қўлайликка қаратилган: ўртаси тахламали қўп қоплонма чунтаклар, узун этиклар, шлемлар, чарм белбоғлар, елкасига осилган сумкалар, хаки ва қум ранглиар. Бу услубда типик деталлари портфель–чуктаклар ёки погон ва укдонлар бўлган. Юкорида этилган ранглар қаторида сафари услубида зирворлар ранги, сариғич–яшил, нухат, яшил лимон ранглар қўлланган. Судралиб юрадиган ҳайвонларнинг терисига ўхшайдиган анимал босмалар ва расмлар кенг қўлланади. Ганновер мода эксперти Туула Зало сафари услубини замонавий йўналишини шундай тавсифлаади: “Янги сафари услубидаги либослар янги газламаларидан ва анимал босмаларга асосланади. Бичимига эса деярли аҳамият берилмайди”.

Деним ёки джинс услуги. Бу услуб бошидан доимо оммабоп, ҳашаматли, ёки оддий. Джинс услубида асосий ранг– тўқ–қук. Илк бор ишчилар учун кийим бўлиб, ҳозир эса кук деним “от кутюр” ва “прет–а–порте”да кенг намоиш қилинади. Индигога бўялган ип газламаси дағаллигини йўқотди. Янги технологиялар ёрдамида янги хусусиятларга эга бўлди. Бугун джинс услуги спорт услубидан чиқиб, башанг кийимига ҳам кирди. Замонавий деним ялтироқ қоплонма ва пайеткалар билан безатилган, камалак рангларга бўялган.

Милитари услуги. Милитари–лук – 70–80–чи йилларда спорт ва дам олиш учин киймларида харбийлашган услуб. Бу услубда ажралиб турадиган деталлари – погонлар, пат ва копқоклар, укдонлар, хаки рангли газламалар, харбий ботинкага услубланган пойабзаллар. Харбий формага мода доимо қайтади, чунки у униформани намоиш этади. Милитари услубда дизайнерларни қизиқтирадиган хосса – унинг утилитарлиги ва театраллиги. Бу услуб тартиб ва жасорат рамзи. 2001–2002 ййилларда милитари услуги кенг тарқалганди. Бу даврдаги милитари модаси купроқ театрал томонга

интилганди. Ив Сен–Лоран Мода Уйи гусарларни мундирларига ўхшаган пальтони тақдим этишди. Дольче ва Габбана елкани эпoletлар билан безатишган, кўкрагини эса заргорли буюмлар ва олтин тугмалар билан безатишган.

Денгиз услуби. Бу услуб илк бор 1880 йилларда болалар кийимида пайдо бўлганди. Матрос киймини эслатадиган болалар кийимлари жуда ифодали ва кўлай бўлган. Сунг бу деталлар аёллар модасига кирган. Денгиз услуби бугун ҳам ўз муҳимлигини йўқотмади. Бу услубни фарқлайдиган деталлари квадрат шаклдаги катта ясси ёқа ва оқ–кук тасмалар. Денгиз услубда туқ–кук блейзерлар, олтин тугмалар, оқ шимлар, фуражкалар ва б. мавжуд. Одатда бу услубда ёзги кийим яратилади. Унга тахламали юбка ёки шим, кенг блуза, матрос ёқали жакет, йул–йул майка ёки блузка киради. Бу либосларда асосан табиий зиғир ва ип газламалари қўлланади.

Космик услуб. Космик услубни асосан космосни эслатадиган футуристик турдаги материаллар қўлланади. Мавзуни ифода этиш учун спорт газламалари (эластик толали синтетик газламалар) ҳам қўлланади. Техно газламалар – бу юқори технологияли газламалар, улар ҳашаматли кўринади ва кийилганда оптимал комфортни бахш этади. Газламанинг фактураси ифодали бўлгани боис, ранги ва бичимиға деярли ахамият берилмайди. Нюанслар асосий бўлади – безак оқ ва кумиш ранглар. Қора ранг кам учрайди. Силуэтлар оддий туғри ва тор. Ажралиб турадиган услубий воситалар – ёқа ўмизини сипо вариантлари (“кемача” шаклида, тик ёқа ва баланд ёқа–труба). Космик услубида пойабзал ўзгача маъноға эға – “луноход”туридаги, тумшиғи думалок, қалин тағликли ёки текстил газламалардан этиклар.

Оп–арт услуби. Газламаларни оптимистик босмалари оп–арт услубини спорт йўналишиға киритишиға имкон берди. Оп–арт услуби (*оптисал арт* – оптик санъат) илк бор 60–чи йилларда модаға кирди. Тасвирий санъатда оп–арт оқимининг асосчиси венгрия рассосми Виктор Вазарелли бўлган. Бу услубнинг ўзига ҳослиғи – ясси ва фазовий фигураларни тасаввур қилинишиға асосланган кўз алданишлар. Оптик рангтасвирда оддий бир хил элементлар

шундай жойланади, қачонки шакл таркиби яхлит тасаввур этилмайди, яъни кўз алданади. “Соф ранг ва соф шакл ўзига бутун дунёни сиғдириш мумкин” – ҳисоблаган В.Вазарелли. Оп–арт услубидаги либосларда геометрик, абстракт нақшлар, ёрқин, бир–бири билан контрастли рангли газламалар қўлланади (масалан оқ–қора ранглар бирикмаси).

Граффити услуби. Бу ёшлар услуби 1960 йилдаги оп–арт услубининг давоми. Граффити (италиан *graffiare* - тирнамоқ) – бу деворларда расм ёки ёзувлардан бадий композицияни яратадиган “қуча санъати”. Пикассо граффитида одамнинг юзини ва қоматини ифодалаш учун минимал микдорда график элементлари қўлланади деган. Бу услубнинг асосий хоссаси – жинс ёки ёз кийимида шаҳар фольклори тасвирлаган кашта ёки шаҳар фольклори мавзудаги, матн, ёзувлар ва болалар расмларнинг имитацияси бўйича босма.

Фитнес услуби. Фитнес – бу спорт билан шуғулланиш маъносини билдиради. Охириги пайитларда мода яратувчилари спорт костюми ғояларига назарини ташлашган. Улар велосипедистлар, сузивчилар, гимнаст костюмларига ўз эътиборини қаратишди. Фитнес услубидаги либосларида эластик материаллар, спорт костюмдан ўзлаштирилган лампаслар, тасма “молниялар” ва ёрқин контраст ранг бирикмалари қўлланади.

Фольклор услуби. Фольклор услуби – бу миллий костюмларнинг элементларини қўллайдиган услуб. 1950 йиллардан бошлаб қишлоқ услуби “*кантри услуб*” оммабоп бўлганди, 1990 йилларда бу услуб этно–микс шаклида тарқалганди. Фольклор услуби бугун – бу фақат кийимни безагигина эмас, балки элементларни, шаклни, буюмларни замонавий модада ўзлаштириш. Фольклор услубида кийим яратиш – бу миллий кийимни нусхасини яратиш эмас. Газламани танлаш, унинг рангини, мережка каштаси, нақшли тасма, атлас ленталар, бичим ва деталларни қўлланиши буюмни фольк услубига мансублигини кўрсатади. Шартли фольклор услубига инглиз кантри, америкалик вестерн ва турли этно–микслар киради.

Кантри услуби. Кантри услуби XX асрни бошида вужудга келди. Бу атама малакат ва қишлоқни ифодалайди. Бу услуб шаҳардан ташқарига сайр учун

кийладиган кийим назарда тутилади. Масалан, кантри услубида твиддан тикилган спорт кийими, юпка жун газламасидан тикилган пальто бўлиши мумкин. Одатда кантри услубдаги кийимга узун шарфлар, тўкилган шапкалар, этикка тикилган шимлар қўшимча кийилади. Аёллар юбкалар, ёпинчоқлар, шляпалар, туфли ва пайпоқлар кийиши мумкин. Кантри услубида муҳим деталь – гулли, йул–йул ва катак–катак нақшли текстиль. Костюм колоритида табиий ранглар қўлланади: яшил, сарик, мовийосмон ва сув, дарахт, кузги япроқлар ва б.

Гаучо услуби. Бу услуб 1960 йилларда модага кирган фольк услубининг бир варианты. Гаучо услуби Жанубий Америкадаги чорводорлар–гаучо кийимларидан ўзлаштирилган: чарм ва замша курткалар, чармдан қилинган попук ва заклепкалар билан безатилган шимлар, нимчалар. Гулли кўйлак ковбой этиклари билан, шорт билан романтик блузкалар – бу гаучо услубдаги ижод қиладиган дизайнерларни замонавий моделларидир. Замонавий модада гаучо услуби нақшлар, материалар, бўёқлар ва шакллар ўзгача бирикма.

Япон услуби. XX аср охирида ва XXI аср бошида оммабоп бўлган этноуслуб. Бу услубни мантиқийлик ва бекам–кўстлик тавсифлайди. Либосдаги типик деталлари: япон кимоносини эслатадиган бичим, иероглифлар, “оби” белбоғи, ёғоч тагликли гетани эслатадиган оёқ кийим.

2.5. Дизайннинг экологик ориентацияси

2.5.1. Дизайнда экологик йўналишлар.

Дизайнда экологик йўналишлар. 1970 йй. технологиик инқилобни негатив натижасида инсониятни олдида реал экологик хафи тўғрисида муаммолар кўтарила бошланди. Лоийҳалашни принципиал янги экологик нуқтаи назаридан яратиш, дизайнни олдида мутлақо янги вазифаларни қўйилди.

1980 йилда дизайнда қатъиян янги концепциялар ўрнашди (“альтернатив дизайн”, “янги дизайн”, “метафорик дизайн”, “антифункционализм”), улар дизайнни социомаданият функцияларнинг асоси деб ҳисобланади.

Табиий муҳитни инқирози дунёвий жараёнга айланди, у инсон фаолиятида кескин ўзгаришларни талаб қилди. Замонавий файласуфлар, социологлар, экологлар, маданиятшунослар фикрлари бўйича биз цивилизациялар алмашаётган даврда яшайбмиз; технологик ва “индустриал цивилизация” инқирози давр ўрнига “постиндустриал давр” деб номланган янги цивилизация, “информацион цивилизация”, “экологик цивилизация” ва “ноосфера” даврлар ташкил топмоқда. Экологик кризис одамзотдан мақсадга эришиш учун воситаларни ва усулларни қайта кўриб чиқишга талаб қилади, чунки муаммолар фақат моддий сабаблари эмас, балки руҳий сабаблари таъсирида содир бўлган.

Дизайнда маданий ёндошиш инсон маданиятини ривожланишида дизайн-фаолиятни қонуний жараён деб ҳисобланди, чунки дизайнда фақат янгиликка интилиш бўлмасдан, анаънавий бойликларни тиклаш билан ҳам шуғулланишди.

“Экологик лойиҳалаш”ни аниқ чегараси йўқ – дизайнда ҳар қандай йўналиш экологик бўлиши мумкин, улар экологик этика принципларини даъво қилади ва инсонни ташқи муҳит билан уйғун муносабатда бўлади.

Костюм дизайнерлари ижодида ҳам экологик муаммолари инобатга олина бошлади. Дастлаб 1970 йй. охирида – 1980 йй. бошида “экологик услуб” пайдо бўлиши билан экологик мавзу рўй берди: модага табиий толадан, асосан зиғир ва ип матолар, табиий ранглар, қўлда ишланган безаклар ва б. 1993–1994 йилларда экологик услуб яна модага кирди. Аммо, экологик муаммоларни кийим дизайнига таъсири уни лойиҳалаш принципларида катта ўзгаришларни рўй беришига олиб келди.

Дизайннинг экологик йўналишлари қўйидагилар: истеъмолни экологизациялаш; янги “экологик” материал ва технологияларни қидириш; онгни экологизациялаш; инсон ва маданиятнинг экология билан боғлиқ муаммоларни ечиш.

Истеъмолни экологизациялаш. “Цивилизацияли” инсон ҳаддан ташқари моддий бойликларини истеъмол қилиши экологик кризисни рўй бериш

сабабларидан биридир. Истеъмол ҳаётнинг услуги ва фикрини намоён этадиган усул бўлди. Буюмга одат бўлиб қолган муносабат ўзгарди – бозор молига асосий талаблар - сифат ва чидамлик ўрнига қўлайлик модали талаб бўлди, бир маротаба фойдаланадиган буюмлар кенг тарқалди. Буюм лойиҳаланганда тез маънавий ва моддий эскириш (“эскиришни режалаш” концепцияси) олдиндан назарга олинадиган бўлди, истеъмолчиларни янги такомиллаган молларни харид қилишга мажбур қилинди. Бозор иқтисоднинг талаблари мода цикллари қисқартишига олиб келди. Талаб ўсиши янги эҳтиёжларни пайдо бўлишига сабаб бўлди, шу билан бирга яқинда баъзилар учун башанг бўлган буюмлар кўплар учун кундалик буюм бўлиб қолди.

Янги талабларни пайдо бўлиши ва уларни қондириш табиий тизимга шикаст етказиб, глобал экологик кризисга олиб келди.

Қадриятларни янги тизимини яратишга вақт келди, улар табиат ва инсонни бирга уйғун мавжуд бўлишига имкон туғдириши лозим.

Дунёда ўтқазилган кўп илмий тадқиқот ишлар натижасида қуйидаги хулоса аён бўлди: турмуш сифати ва иқтисодни ўсиш суръати, истеъмол ҳажми ва инсонни ўз турмуши билан мамун бўлиши билан бевосита боғлиқлик йўқ. Демак, турмуш тарзини ўзгартиришга энг муҳим йўналиш -бу истеъмолни экологизациялаш (истеъмолни оқилона камайтириш), мутаносиб экологик истеъмол меъёрларни тарқатиш, узоқ вақт давомида фойдаланадиган буюмларга қайтиш.

Истеъмолни экологизациялаш муаммоси дизайн вазифаларини ўзгаришига олиб келди – дизайн молларни истеъмол қилишни камайтириш, материаллар ва технологияларни қайтадан кўриб чиқиш, истеъмолнинг янги таркибини тузиш. Жамиятда сифатли истеъмол қилишга интилиш пайдо бўла бошлади – анаънавий истеъмол моделига қайтиш.

Костюм дизайнида бу йўналиш контрмодада ўз аксини топди, мода намуналари моданинг асосий қонуниятларидан (ўзгарувчанликдан) воз кечиб, классик услуб намуналарига айланди. Кийимда классика – бу “абдий”

буюмлар, уларни кийиш муддати маънавий эскирганлиги эмас, балки емирилганидир (физик эскириши).

Юқори сифатли классик буюмларни чиқарадиган фирма номига сазовор бўлиш учун баъзи фирмалар ўзининг эски машҳур моделларини ишлаб чиқаришади. Масалан, модали кийим ва чармдан аксессуарлар ишлаб чиқарадиган “Гермес” француз фирмаси “Келли сумкаси” номи берилган (Монако маликаси Г.Келли шарафига бағишланган, чунки у шу фирма сумкаларини афзал кўрган) сумка моделини 1956 йилдан бери доимо ишлаб чиқармоқда. Улар классик услуб, энг юқори сифат, нуфуз ва дабдабалик тимсоли бўлган эди. Шу фирманинг анаънавий расми “каре Эрмес” шойи рўмоллари ҳам ушбу имиджга сазовор бўлди, улар илк бор 1937 йилда ишлаб чиқарилганди. Худди шундай мисол Шанель фирмасининг дастаси занжирли, қавилган машҳур сумкаси ҳозиргача ишлаб чиқарилади. Айнан, К.Шанель илк бор ўз олдида аёлни ўзгарувчан мода ҳукмронлигидан озод этишни мақсад қилиб қўйишди. У тавсия этган классик трикотаж, кичкина қора кўйлак, “Шанель услубида”ги костюм кўп йиллар давомида модадан чиқмайди. К.Шанель шундай деган: “Мен учун дабадаблик – бу яхши тикилган кийим, беш йил кийиладиган костюм, чунки у менга ярашади. Менинг орзуим – эски костюмлар, кийилган кийимлар... Мен тез ўтадиган модага қаршиман”. Ив Сен-Лоран ҳам модадан чиқмайдиган буюмларни яратиш энг қийин деб ҳисоблаб, худди шундай фикрда бўлган. Масалан, 1966 йилда у илк бор аёллар учун смокингни, 1970 йилда – кўйлак-смокингни тавсия этган эди, уларни турли вариантлари ҳозиргача “Ив Сен-Лоран” коллекцияларида бор.

Замонавий костюм дизайнида истеъмол ҳажимини камайтиришга узоқ вақт давомида фойдаланадиган буюмларга (классик буюмлар, “*джинс услуби*”, “*хай-тек*” йўналишдаги буюмлар) фақат тарафдорлик эмас, балки кўпфункционаллик буюмларига хосдир. Замонавий дизайнерларнинг кўпчилиги минимал гардероб, яъни муайян ассортимент гуруҳига мансуб эмаслиги ва барча вазиятга мослиги кўзда тутиладиган гардероб ғоясининг тарафдордир. Шундай универсал буюм бошқа кўплаб буюмларнинг ўрнини

олиши мумкин. Замонавий моданинг эклектиклиги, услуб, шакл ва сиймоларнинг кўплиги ҳам шунга имкон беради, чунки, буюмларни комбинациялаб, янги бирикмаларни ҳосил қилиб, эски буюмларни янгилари билан бирлаштириб, кийимнинг фойдаланиш муддатини узайтириш мумкин. XX1 асрда модага “*винтаге*” йўналиши кирди – бу йўналиш ўтган машҳур дизайнерлар яратган кийимларни фойдаланиш ёки эски кийимларни қайта бичиб, янги кийим яратишни назарида тутлади. Шу жумлада дизайнерлар ва мода тадқиқотчиларини фикри бўйича бугун мода муҳим эмас, балки инсоннинг шахсий услуги. Шунга риоя қилган ҳолда мавсумий модага риоя қилиш зарур бўлмайди ва истеъмолни оқилона камайтиришга олиб келади.

Истеъмолнинг экологик тўғри услуги яратиш фақат уни камайтиришни назарда тутмасдан, балки экологик ҳавфсиз буюмлар билан фойдаланишга йўналтириш, улар безарар ва чиқиндиларсиз технологиялар қўлланиб ишланган бўлиши лозим.

Истеъмолчилар тўғри муамола этиши учун экологлар қуйидаги йўналишларни тавсия этади: истеъмолни камайтириш; экологик безарар буюмлар фойдасига талабни йўналтириш; экологик самарали буюмларни харид этиш; рециркуляция, яъни чиқиндиларни қайта ишлаш учун мақсадида утилизация этиш; экологик масалалар бўйича шикоят ва норозиликлар билдириш; буюмларни ўрашни (упаковкасини) камйтириш дастурлари - жилдини ортиқча қатламларини йўқатиш, керакли жилд элементларини қайта фойдаланишни максимализациялаш; ва ҳ.к.

Ишлаб чиқаришнинг экологизациялаш. Бу йўналиш технологик жараён билан боғлиқ муаммоларни ечади: табиий бойликни тежамлаш, безарар ва чиқиндисиз технологияларни қўллаш, буюмлар билан қайта фойдаланиш, экологик “айланиш” билан шуғулланиш.

Костюмда ушбу муаммолар қуйидагича ечилади:

- биринчидан, ташқи муҳитда ўзлаштиримайдиган сунъий синтетик материаллар билан фойдаланмаслик, чунки уларни ишлаб чиқилиши ташқи муҳитни ифлос қилади ва инсонни соғлигига футур етказди (масалан, статик

электрни тўплайди); синтетикани ўрнига анаънавий табиий материаллардан фойдаланиш тавсия этилади. 1960 йй. авжда бўлган синтетика 1970 йй. охирида паст дид ва камбағалларни эслатадиган бўлди; қиммат ва сифатли кийимлар асосан табиий ёки синтетика аралашган материаллардан (масалан, лайкра билан юнг) ишлаб чиқариладиган бўлди. Шу боис кийимнинг ғижимланган эффекти баҳоланадиган бўлди, чунки шундай ташқи кўриниши газламанинг соф табиийлигидан далолат берарди. Аммо, 1990 йй. бошида оммабоп услуб “гранж” ва айниқса “нео-панк” (1994-1995 йй.) аввалгидай бўлмасда синтетика яна қизиқиш туғдирди. Синтетик материаллар табиий материалларнинг хусусиятларига эга бўлгани ёки улардан ўзиб кетгани боис уларни мавжуд бўлишга сазавор бўлди (масалан, сув ва шамолдан сақлайдиган, мембрана билан қопланган, “нафас оладиган”, ҳаво ўтказадиган кўпқаватли юқори технологик газлама-бутерброд махсус кийимлар учун қўлланади);

- иккинчидан, ҳайвонларни сақлаш учун “яшиллар”нинг ҳаракати боис костюм дизайнида табиий чарм ва мўйнани ўрнига сунъийларни қўллашга тавсия этилади.

Аммо, бу муаммога дизайнерларнинг мунасобати ҳар хил, чунки чарм ва мўйна фақат дабдабалик тимсолигина бўлмасдан, балки қадимдан кийим учун анаънавий материал бўлган. Масалан, италиян “Фенди” фирмаси дизайнери К.Лагерфельднинг фикрича табиий мўйна ва чармли кийимдан воз кечиш гўштни истеъмол қимаслик билан барабардир. 1990 йй. охирида табиий мўйна, чарм ва патлар подиум ва butikларга қайтиб келди ва бу “яшил”ларга дизайнерларни иккиюзламачиликда айиблашга баҳона бўлди. Ҳар ҳолда, бугун дизайнер ва истеъмолчилар учун чарм ва мўйна билан фойдаланиш ва воз кечиш масаласи эркин танланади.

Шунингдек, масалани ечишда табиий материалларнинг ўрнини босувчилар кийимда қандай қўлланишлиши кераклиги тўғрисида бир маъноли жавоб йўқ. Демак, синтетика табиий материалларга ўхшамасдан, ўзининг сунъийилигини ошкора, масалан, ёрқин рангларга бўялиб, намоён этиши керак, гарчи 2000-2001 йй. баъзан табиий мўйна ва чарм ёрқин рангларга бўялган бўлса ҳам.

1990 йй. дизайнерлар яна синтетика билан қизиқиб қолишди: сунъий мўйна ва чармлар, винил ва пластиклар, табиий материалларга ўхшатиб ишланган (масалан, “Қизил китоб”га киритилган ноёб ҳайвонларнинг мўйнасига ўхшатиб ишланган) материаллар қўлланадиган бўлди. Бунинг устига, гарчи синтетик материалларни ишлаб чиқариши табиатга зарар берса ҳам, ҳозир синтетикадан воз кечиш мумкин эмас. Янги хоссали, айниқса юқори эксплуатацион хоссаларидан ташқари ўзи ириш хоссасига (биodeградабли) эга бўлган материалларни ва экологик тоза маҳсулотни ишлаб чиқариш мақсадида безарар ва чиқиндисиз технологик жараёнларни яратиш перспектив деб ҳисобланади.

Учинчидан, ишлаб чиқаришни экологизациялаш – бу фақат ресурслардан истеъмол қилишни камайтиришгина, янги безарар ва чиқиндисиз технологияларни яратишгина эмас, балки анъанавий технологияларни тикланишидир. Бу жихатдан “Эспри” американ компаниясининг тажрибаси намунали ҳисобланади. Бу компания 1992 йилдан бери экологик коллекцияларни ишлаб чиқаради. “Экоколлекция” бўялмаган ип газламалардан (чунки бўяш жараёни ташқи муҳитга энг кўп зарар етқазади), “молния” тақилмаси жездан, тугмалари ёғоч, суяк ва садафдан ишланган моделлар коллекциясидан иборат. Дания “Новотекс” компанияси газламани бўяшдан воз кечган ҳолда, технологик циклнинг ташқи муҳитга максимал зарар етқазмаслигига интилди. У ўз буюмларида дефолиантсиз ўстирилган пахтани қўллаб, бўяш жараёнидаги чиқиндиларни йўқ қилишга эришди.

Бу муаммони ечиш йўлларида бири анъанавий ўсимлик бўёқларини қўллашдир (масалан, америка “Ливайс” фирмаси джинс коллекциялари учун ўнмайдиган ўсимлик бўёқларини қидириб топиш борасида махсус тадқиқотлар ўтқазмоқда). Материалларга бўлган анъанавий муносабат, буюмларни яратишда ҳунармандчилик нуқтаи назаридан ёндашиш дизайнда анъанавий фаолият моделига қайтиш дарак бўлади.

Бу муаммони ечишнинг яна бир йўли – чиқиндисиз технологиялар ва ресурслар билан қайта фойдаланишга имкон берувчи туташтирилган экоциклларни қўллашдан иборат, чунки “ахлат кризис”и хом ашёдан нооқилона

фойдаланишнинг энг сезиларли аломати бўлиб қолди. Бугун қайта ишланган хом ашёдан фойдаланиш – ташқи муҳитни ифлослантириш муаммосини ечиш учун энг оммабоп усул бўлиб қолди. Кийим дизайни бу масалани ечиш учун қайта ишлов берилган чиқиндиларни қўллашдан то маънавий эскирган кийимлардан фойдаланишгача бўлган бир неча вариантлари тақдим этилади. 1990 йй. “сэконд хэнд” бизнесининг равнақ топиши шундан далолат беради. Замонавий моданинг “ретро” ва “винтаге” (ўтмиш кийимлар билан ишқибозлик) услублари билан қизиқиш ҳам фикримизнинг ёрқин далилидир.

Масалан, 1969 йилда америкалик С.Лейн келинларнинг туй либосини қоғоздан тайёрлаган, 1994 йилда лондонлик Х. Чалоян ҳам модани тез ўзгаришини тасдиқлаб, авиа конвертларнинг қоғозларидан тайёрланган кўйлак ва костюм моделларини намоиш этган, сўнг уни ёқиб ташлаган (гарчи бу қоғоз чидамли бўлса ҳам).

Костюм шаклланишида ноанъанавий материаллардан фойдаланиш материалларнинг янги имкониятларини, янги шакллари ва янги сиймоларини қидиришга имкон туғдиради.

“Альтернатив экономика”ни тарафдорлари экологик ишлаб чиқариш қизиқарли ғояни тавсия этишади. Уларнинг фикри бўйича хом ашёни минимал талафотини таъминлайдиган мукамал технологияга асосланиши зарур ва аҳолини кичкина гуруҳининг талабларини қондириш учун бўюмларни кам серияли ишлаб чиқариш, улар ресурсларни катта тежамлигига олиб келади, чунки фақат керакли маҳсулот ишланади. Мантиқага зид равишда услублар кўплиги, лойиҳалаш дифференциацияси, бир хил бўюмларни оммабоп серияли ишлаб чиқаришдан анча тежамли бўлиб чиқади.

Экологик тарғибот. Ишлаб чиқариш жараёни экологизациялаш, янги технологик ечимларни излашни муҳимлигига қарамасдан, экологик муаммо биринчи навбатда инсонни онги билан боғлиқ. Экологик кризисни фақат ташқи муҳитга инсоннинг муносабатини ўзгартириб ҳал этиш мумкин. Экологик муаммони ечиш учун барча сатхларда экологик маданиятни шаклланиши – давлат сатхидан то оддий истеъмолчигача керакли шартдир.

Онгни экологизациялаш талабларни экологизациялашнишни, ахлоқ сабаблари ва инсонни ўз феъл-атворини назарда тутди. Экологик онгни шаклланишига экологик маълумот асос бўлади. Шу боис “Мода ва экология” Халқаро форумида (Берлин, август 1994 й.) савдо-сотиқ ва истеъмолчиларни маҳсулотларининг инсонга таъсири тўрисидаги маълумотларни ишончли маълумотлар билан таъминлашнинг муҳимлиги таъкидланганди. Ишлаб чиқариш жараён инобатга олинган ҳолда экологик соф маҳсулот банкни барпо этиш тўрисида қарор қилинганди.

Экологик этика қийматини жамоат онгида тасдиқлаш вазифани ечиш учун бозорда экологик маҳсулотни сотиш ва ташвиқот этиш (реклама қилиш) керак.

Экологик соф маҳсулотни реклама қилишдан ташқари “экологик тарғибот” мавжуддир. Масалан, либос дизайнерлари кийимда экологик шиорларни тасвир этишади.

Дизайнерлар фикри бўйича ҳозирги вазиятда уларни ижодида жамиятни олдида турган муҳим муаммоларни даҳл қилиш лозим.

Масалан, француз дизайнери Ж.Ш.де Кастельбажак ўз коллекциясини болалар кийими муаммоларига бағишлаган. Унинг фикри бўйича “модельер фақат мода тўрисида ўйламаслиги кераклигининг вақти келди”. Айнан шу фикрга британ дизайнери К.Хемнетт ва Х.Сторей қўшилишди, улар моделларида экологик шиорлар ва расмларни тасвирлашди.

Экологик эстетика табиатни сақлаш, табиий эҳтиёжларни ҳимоя қилиш, экологик барқарорликни сақлаш, инсоннинг имкониятини ривожлантиришга қаратилган.

Инсон экологияси ва дизайнни гуманизациялаш. Файласуф М.Мамардашвилининг фикрича экологик инқироздан чиқиш инсоннинг ўзи ўзгаришини тақозо этади, чунки экологик, иқтисодий ва маънавий муаммолар мажмуини “антропологик фожеа” деб баҳоласа бўлади. Сўнгги вақтда индустриал жамият мафқурасига мос “иқтисодий инсон”лар ва дунёдаги янги вазият орасида яққол фарқ кўрина бошланди. “Иқтисодий инсон”нинг технократик фикрлаш, оқилоналик, моддий талабларни маънавийлардан устун

қўйиш, этик индивидуаллик ва прагматизм, табиатни чеклаш, ва ундан ҳукумронлик қилиш каби хусусиятлари кўзга ташланади. Индивидуаллик моддийликка эгалик ёки мутахассислик мақоми билан ассоциацияланади. Ҳозирги жамиятни олдида “*постиндустриал давр*” ва “*экологик цивилизация*” инсоннинг янги сиймосини яратиш вазифаси турибди.

Инсонни инқирозга олиб келган индустриал цивилизация альтернатива равишда замонавий инсонни гуманизацияга йўналтирадиган “*экоривожланиш*” ва “*органик турмуш тарзи*” концепциялари пайдо бўлди. Фанда “*инсон экологияси*” деб аталган бу йўналиш инсоннинг ташқи муҳитга мосланиши, унинг жисмоний ва маънавий соғлигини сақлаш уйғун жамият ва уйғун инсонни яратиш муммоларинини ўрганади. Файласуф Л.Мамфордни фикрича “*янги дунё*” инсони “*органик талаблар*”ни қондиришда севгида, дустликда, мулоқатда, ўз қобилиятларини ижодий ривожланишида эркинликка эга. У “мул-кулчиликнинг ўсиш” идеали ўрнига “маънавийликка ва ўз эҳтиёжларинини чеклашга” интилади. Биосферанинг тадрижини аниқлайдиган омилларда айнан шу инсон экологик ўзгаришнинг асосий объекти бўлади, у биосферанинг тадрижини аниқлайдиган омилдир.

“*Ижтимоий дизайн*”нинг концепциялари, келажак инсон тўғрисидаги муммолар экологик йўналтирган дизайннинг яратилиши билан боғлиқ.

“*Истеъмол маданият*”ининг инқироzi “янги одам” сиймосини яратиш муаммосини туғдирди. XX асрда “*нуфузли истеъмол*” инсонни ижодкорликдан тайёр моддий бойликларни истеъмолчисига айлантиради. Инсон экологияси, унинг жисмоний соғлигини сақлашдан ташқари, унинг маънавий талабларини қондириш, ижодий имкониятларини ва қобилиятларини намоён этиш муаммоларини кўтаради. Ушбу йўналиш вақтинча жамиятнинг реал ўзгаришига олиб келмади, аммо иқтисодда пайдо бўлган жараён – маҳсулотни оммавий ишлаб чиқармасдан, энергия ва материални тежайдиган технологияларга асосланган кам серия ишлаб чиқаришга ўтишди.

“Инсоний омил”ни тўлиқ эътиборга олиш – дизайн-фаолиятининг асосий шартидир. Замонавий дизайнда шахсда, яъни дизайнер ва истеъмолчи шахсларига қизиқиш кучайди.

Бу ҳолда одам тўғрисида европа анъаналарига таалукли тасаввур ўзгарди: “*хомо сапиенс*” (онгли инсон) ғояси ўрнига “*хомо сенунс*” (сезгир инсон), “*хомо люденс*” (ўйнайдиган инсон) концепциялар кенг тарқала бошланди: “*техникавий инсон*” концепцияси ўрнига “*экологик инсон*” ва “*маданият иносни*” концепциялари пайдо бўлди. Айнан “янги дунё инсони” тўғрисидаги шундай тасаввурлар дизайнда муҳитга асосланган асосий принципларининг келиб чиқишига сабаб бўлди, у дизайн-лойиҳалаш экологик йўналишнинг куйидаги хулосаларни келтириб чиқарди:

- муҳитни тотал лойиҳалаш билан бирга табиат ва маданият экологиясини инобатга олиб, уни реал маданий-тарихий контекст лойиҳасига киритиш;

- истеъмолчини мавҳум-типологик жиҳатдан моделлаштириш, лойиҳани реал шахсга мўлжаллаш;

- истеъмолчи билан ҳаммуаллиф бўлиш, унга раҳбарлик қилмасдан, уни муҳит ижодида тенг ҳуқуқли қатнашчи сифатида тан олиш;

- истеъмолчи ўзининг буюм-фазовий муҳитни дизайн маҳсулотларидан лойиҳаловчи яратган схема бўйича пассив фойдаланмасдан, уларни фаол трансформациялаш.

“Инсон экология”сига йўналтирилган дизайннинг олий мақсади – шахснинг ижодий қобилиятларини ривожлантириш, инсон учун қўлай ва шинам муҳит яратишдан иборат. Экологик йўналтирилган дизайн маҳсулотларга экологик эстетикага таянадиган куйидаги талабларни қўяди: улар ёқимли, сезгир ва идрокли бўлиши лозим; инсонни руҳиятига яхши таъсир этадиган ҳолда, унга осойишталик, табиийлик ва эркинлик ҳис қилишга имкон бериши лозим; ижобий ҳиссиёт туғдириши зарур; инсонга ижод қилиш ва ўз фикрини эркин ифодалашга имконият бериши лозим.

Инсоннинг ҳаёт тарзи сифатини яхшилаш учун замонавий дизайн белгилаб берган йўналиш моддий бойлик ва карьеранинг ўрнига инсоннинг ижодий ривожланишига, ҳамжихатликка ва тенг ҳуқуқликка эришишига келиши лозим.

Масалан, 1983 йилдан бошлаб Германия федератив республикаси Дизайнерлар Уюшмаси саноатда чиқариладиган буюмларда истеъмолчининг кунглини очадиган ва кувноқтирадиган, рухий-маънавий кучайтиришнинг бўлишини талаб этганди. Дизайннинг бундай йўналиши буюмнинг функциясига булган муносабатни ўзгартиради: аввал утилитар функция буюмнинг муҳим хусусияти бўлган бўлса, энди у орқага ўтиб, ўйин, фантазия, шахснинг ижодий ривожланишига, ўз ўрнини бўшатиб берди. Дизайн маҳсулотларидан истеъмолчи фаол эмоционал ва интеллектуал таъсир ўтказишни талаб қилади.

Буюм муҳитини сиймолиги замонавий лойиҳалаш маданиятни турли йўналишларини умумий хусусиятидир. Буюм, муҳит ва фазонинг сиймолиги дизаннинг муҳим категориясидир, чунки буюм муҳитининг кўп маънолиги ва ҳар хиллиги – инсонни эркин фикрлашига имкон берувчи шароит яратади. Парадокслар, тасодифий ассоциациялар, рамзлар замонавий дизайннинг ифодали воситаларини бойитади. Сиймоликни олий баҳолаш дизайн учун принципиал бўлди – сиймоли фикрлаш эса лойиҳалашда ҳаттоки янги услуга айланди.

Дизайнерлик фаолиятнинг моҳияти нафақат буюмни яратишда, балки турмуш тарзини “сценарийини” яратишда, буюмлар ёрдамида истеъмолчи билан алоқа ўрнатишда ҳам намоён бўлади. Ўзгарувчан инсон сиймолари – костюм дизайнерининг асосий объекти. Цивилизациянинг маънавий инқирози вазиятида дизайннинг янги ролини тушуниш костюм дизайнида дизайннинг назарияси ва концепцияларидан анаънавий бир мунча четта турган соҳада ҳам тарқала бошлади.

Дизайннинг фаолияти фақат инсоннинг эҳтиёжини ташкил этишдан иборат эмас, у инсоннинг фаолиятини яратишда ҳам намоён этади.

Дизайнерларнинг ижтимоий кўргазмаси улар яратган буюм муҳити ёрдамида инсоннинг реал турмуш тарзига таъсир этади.

Замонавий инсон ўз қўли билан бирорта нарсани қила олмайдиган бўлиб қолди, у ижодкорликдан тайёр маҳсулотни истеъмол қилувчига айланди. Дизайнерни гуманизациялаш бугунги кун кишисини функционализмга оид фазовий ва ижтимоий муҳитни режалаштирадиган ва лойиҳалаштирадиган инсонга айлантиришдир. ”Истеъмолчини лойиҳалаш” тушунчаси бугунги кунда ўз аҳамиятини йўқотди, чунки инсон тўғрисида дизайнерларнинг профессионал тасаввури ва инсоннинг ҳақиқий эҳтиёжлари, талаблари, хулқи орасида номуносиблик мавжудлиги аён бўлди.

Биринчи бўлиб меъморий назария ўз мунасобатини билдирди – ишнинг натижасига кўра иш тутмасдан, балки лойиҳалаш жараёнига оид бўлган “меъморчилик меъморчиликсиз” концепциялари пайдо бўлди. Профессиналлар ташаббускорлар ижодининг маҳсулотларига тақлид этадиган бўлди. “Компромиссли эстетика”нинг “яхши дизайн” ва “кич” орасидаги эстетика, “яхши дизайн”нинг шакл фазилатларини кични эмоционал жозибалиги билан ўйғунлаштиришга қаратилган концепцияси вужудга келди. Аралаштириш принципи қуйидагини назарда тутди: инсон уйга кириб ўзининг хоҳишига, гўзаллик ва фойда тасаввурига кўра уни барпо этгандагина меъморчилик мазмун ва маданий маънога эга бўлади. Ташаббускорликда ижоднинг фаоллашиши рўй беради, асарни яратиш жараёнда истеъмолчи ўз ҳиссасини қўшади. Ҳамкорлик, шериклик санъат ва ҳаёт орасидаги чегарани йўқотишга имкон яратиб, истеъмол жараёни ўйин, эрмакка айлантиради.

Айнан истеъмолчини буюм муҳитини лойиҳалаш жараёнига жалб этгандагина инсон экологияси муаммосини ечиш мумкин. Бугунги кунда ниҳоясига етмаган эстетик объектни лойиҳалашга ўтиш рўй бермоқда. Истеъмолчидан нафақат “ташаббускор дизайнер” ва буюм-фазовий муҳитини ижодкори бўлиш, балки шу билан бирга лойиҳалаш жараёни қайта англаш, ҳамкорликка киритиш йўли билан уни назарда тутилади, функционал

трансформациялаш, буюмни фойдаланиш даражасига етказиб тугатишни ҳам талаб қилинади.

Истеъмолчининг ҳамкорлик концепцияси костюм дизайнерлари орасида ўз тарафдорларини топти. Айнан кийим дизайнида бу концепция амалда тўлиқ рўёбга чиққан, назарий маълумот бўлиб қолмасдан, инсон ўз сиймосини яратиш жараёнида ҳам катнашади, чунки унга тайёр сиймолар ўтказилмайди. Замонавий моданинг демократиклиги, услублар, шакллар силуэтларининг хилма-хиллиги, инсон ўзига ёққанини ва ярашганини танлаб олиши мумкин - буларнинг барчаси модага риоя қилишда эркинлик беради.

Европа ва ҳалқаро модасида инсон ва кийимнинг ўзаро алоқасига янги тушунча киритган япония дизайнерлари бунга кўп эътибор беришади. Масалан, И.Мияке ижодий жараёнида истеъмолчининг ҳамкорлиги тўғрисида шундай деган: ”Менинг кийимимни кийганларнинг ижодкорлигисиз менинг кийимим - кийим эмас. Унда истеъмолчининг ижодий фаолияти учун кенг имконият тўғдирилган, уни ҳар ким ўзича тушуниши мумкин” (Интернатионал Щералд Трибуне— 1988 – Десембер 12. – п.16); “Менинг модаларим – ўралиш эмас. Ва мен уларни қандай кийиш учун кўрсатма бермайман ” (Тиме. – 1986.- Жануарй, 27, - п.50). Ё.Ямомото ҳам шундай фикрда: ”Мен ҳеч қачон буюмларни ўзимнинг тасаввурим бўйича яратмайман. 70-80% яратишга интиламан, кейин уларни истеъмолчи ўз хоҳиши бўйича тугаллаши учун ва уни улар ўз хоҳишлари бўйича кийиши мумкин дейман”.

Дизайнер ва истеъмолчининг ҳамкорлик концепциясида яна бир йўналиш мавжуд: бу истеъмол жараёнини эрмакка айлантиришга интилишдир. Дизайнинг бундай йўналиши “*постиндустриал жамият*”да бўш вақтнинг янги концепцияси – “*бўш вақт цивилизацияси*” билан боғлиқ. Фаолиятнинг бир тури бўлган бўш вақт бир неча муҳим хусусиятларга эга: бегоналиқдан озод бўлиш, бахт, хурсандчилик, яшаш маъноси ва ҳаёт қувончини топмоқ шулар жумласидандир.

Айнан бўш вақт соҳасида маданиятда инсоннинг индивидуаллигини ва унинг ижодий қобилиятларини илгари сурадиган янги модел

муносабатларининг янги этикаси, қийматининг янги тизими юзага келади. Айнан шу соҳада инсон қувонч, ўйин, кулги, орзуга эришиш ҳуқуқини амалга оширади.

Ғарбда 1980 йилдаёқ истеъмолнинг янги турига сайр-томоша бўш вақт маҳсус турга айланди. Дизайн маҳсулотнинг истеъмол этиш жараёни сайир-томоша, ўйин ва ижодий фаолиятга айланди. Шунинг учун дизайнерлар эркин комбинацияланадиган буюмларини лойиҳалашга эътибор берадиган бўлди.

Костюмга муносабат ўзгаргани тўғрисида танқидчилар ва дизайнерлар сўз юртилар. Моделларининг ўзига хос хусусиятлари тўғрисида япон кийим дизайнери И.Мияке шундай дейди: “Мен фақат кийимни яратишга интилмасдан, балки яхши кайфиятни ҳам тадбиқ этаман” (Тиме – 1986 Жануарй 27). Ундай эффектга “қувончли” ранг бирикмалари, ғалати шакллар, костюмни кийиш жараёнида уни ўзгартиришга имкон берадиган эркин таркиблар орқали эришди.

Дизайнда ўйинли эфкетлар турли аспектларда намоён бўлади. Биринчидан, модага муносабат ўзгарди: мода-ижтимоий мақомнинг акси деган фикрнинг ўрнига модада ўйинга оид жиддий муносабат ғоялари пайдо бўлди.

Иккинчидан, ўйин элементларини дизайнерлар кийим кийиш жараёнида назарда тутишади. Шундай имкониятларини трансформация этиладиган шаклларда тугма ёрдамида бириктиладиган элементларда кўриш мумкин. Масалан, Ж.-Ш. де Кастельбажакнинг дамлама ёстиқлардан ишланган пальтони ёки ўрама туридаги куртка ёқалари; Ф. Москинонининг “кулгили” кўшимчалари ва аксессуарлари. Ўйиндаги чексиз имконият кийимнинг айрим элементлари, аксессуарлари, ранглар ва расмларнинг комбинацияланиши беради.

Учинчидан, дизайнда ўйинга оид пайт ролли ўйин тушунчаси билан боғлиқ. Дизайнерлар фикрига биноан модали кийим одам ҳаётида ўз “ролини” ўйнайдиган костюмга ўхшайди. Кўп вақт давомида костюм инсоннинг реал ижтимоий ҳолини ёки мақом иллюзиясини намоён этарди.

Аммо, индивидуаллик тамойили кучайган сари кийимдан кўп ҳолларда ижтимоий ролни бартараф қилиш воситаси сифатида фойдаланидиган бўлди. Ҳар мавсумуда дизайнерлар тавсия этган турли сиймолар истеъмолчига танлаш учун жуда кўп имконият беради – кундалик ҳаётни чегараларни ҳаддан ортиқ очиб, барча шу “роллари” ўзига ўлчаб кўриши лозим, чунки америкалик дизайнер Дж.Каррано сўзи бўйича “инсон кийимни алмаштириб ўз хошишига биноан ўз имиджини ўзгартиради”.

Ҳозирги кунда дизайнерлар “мегаполисда яшовчилар”нинг оддий кунларини қувноқ қилишга, унинг эркин ва табиий бўлишига ёрдам беришга интилоқда, улар кийимнинг ранглари ўзгартириб, кўпинча аввал қўлланмаган “қувноқ” ёрқин ранглари тавсия этишди. Масалан, рангли доиранинг “ўлик” сектори ҳисобланган ва кийимда камдан-кам қўлланилган тўқ қизил-сарик рангдан сарикқача, сарик-яшилдан яшил-сарикқача бўлган ранглари. Бу ранглари кийиш инсонларнинг эркинлигини ва ҳаётдан манмулигини қувончга берилишини намоён этади.

“Неотехнологик дизайн” ранг, ёруғлик, ҳид, иқлим, муҳитнинг акустик ва фактуравий тартибини экологик йўналтирилган дизайн деб тушуниш мумкин. “Овоз берадиган”, ёруғ эффектли, ҳидли, ҳарорат ёки ёруғликнинг ўзгаришини сезадиган суюқ кристаллардан материалларнинг лойҳалари пайдо бўлди. Янги технологиялар билан шундай тажрибалари япон ва италиян дизайнерлари (А.Мендани, Д. Сантакьяра, Ч. Руджери ва б.) ўтқизмоқда.

Информацион цивилизацияга ўтиш “сенсор инқилоб” янги сезгига оид маданиятни барпо этиш, дизайнда юқори технологияларни қўллаб, сенсоризация асосида янги шакллар ҳосил қилишни талаб қилади. “Хай-тач” деб номланган дизайнда бу янги йўналиш актуал бўлмоқда, чунки дунё фақат оқилона жиҳатдан эмас, балки барча ҳис қиладиган органлар ва интуиция ёрдамида тасаввур этилади. “Хай-тач” экологик йўналтирилган дизайннинг муҳим қисми, чунки у замонавий юқори технологияларни инсонни эҳтиёжларига ва қийматларига мослашув муаммоларини ҳал қилади.

Маданият ва дизайн экологияси. Экологик ҳаракатни энг муҳим йўналиши маданият экологиясидир. Индустиал цивилизациянинг инқирозини маданиятни глобал инқирози намоён этади. Инқирозини барча аломатлари бунга далолат беради: жамиятда маданиятни роли сусайиши, маданий бойликларни стандартизация ва унификацияланиши, миллий хусусиятларни ва ўзига ҳосликни йўқотилиши, оммабоп “маданиятга қаршилиқни” кенг тарқалиши. Бу муаммолар билан ва уларни ечиш йўллари қидириш билан маданият экологияси шуғулланади. “*Маданият экологияси*” деган тушунчани илк бор Д.С.Лихачев киритди. Одам зоти омон қолиш учун маданий анъаналарни сақлаш ва қўллаб-қўватлашни муҳимлигига жамиятни эътиборини қаратди. Унинг фикрига биноан “табiiй биологик муҳитни сақлаш вазифани қўйиш билан экологияни чеклаш мумкин эмас. Одам ҳаёти учун авлодлар ва ўзи яратган маданият ёрдамида муҳит ҳам инсон учун муҳим” (Д.С.Лихачёв. Прошлое будущему: Статьи и очерки. – Л., 1985).

Келажак цивилизацияси – “*экологик цивилизация*” – маданият цивилизацияси бўлиши лозим, унда ҳар хил маданиятлар учун эркин мулоқатга шароит тўғдирилган, чунки фарқланувчи маданиятларга қизиқиш инсоннинг муҳим ҳаётii эҳтиёжидир. Умумий информацион фазо, жаҳон иқтисодни бирлашуви маданий хоссаларни тенглаштириш хавфни тўғдиради.

Экологик цивилизация ҳар хил маданиятларни ўзига хос хусусиятларини йўқотмасдан, “тинч-тотув мавжуд бўлиши лозим”. Маданиятлар орасидаги музокалар маданиятшуносликда муҳим категория бўлди, чунки санъат экологияси ҳар хил ва минтақавii маданиятларни, концепциялар ва фикрларни бирга мавжуд бўлишини назарда тутди. Маданиятлар музокараси – ўзига хослиги сақланган ҳолда ҳар хил маданий тизимларни ўзаро бойитиш жараёни. Маданиятда ўзига хослигини сақлаш, бошқани эъзозлаш (чунки фақат биздан фарқ қиладиганлари ўзимизни тушунишга имкон беради) вужудга келаётган янги цивилизацияни фундаментал бойлигидир.

Ҳозирги инсоннинг яшаш муҳитни янги технологиялар таъсирида замонавийлаштириши турмуш тарзини маданий кетма-кетлиги билан

муҳассамлалантирмоқ лозим, қайиски замонавий лойиҳа маданиятини ривожланишида энг муҳим муаммоларидан бири.

Дизайннинг “этномаданий ўхшашлигини” изланишлари бараварига икки йўналишда олиниб бормоқда: бир томондан, ўзини миллий маданиятининг асосларини англаб олишга интилиш, буюм муҳитда унинг энг муҳим архетипларини тиклаш; иккинчи томондан, замонавий инсоннинг буюм муҳитини маънавий бойитадиган бошқа маданий бойликларга қизиқишни кучайиши.

Ҳозирги босқични жиддий вазифаларидан бири - мамлакат кўламида миллий дизайнни ташкил этиш, чунки миллий ўхшашлик имиджи ҳозир халқаро бозорда дизайнни муваффақиятига эришиш гаровидир.

Экология йўналган дизайн инсон сиймосини тиклашга интилиб, минтақани моддий ва маънавий маданият манбаларини билан фойдаланади, улар шу этномаданият анъаналарига мос.

Минтақавий дизайнни вазифаси – минтақани табиий шароитига ва иқлимига мос костюм яратиш, анъанавий шаклланиг усулларни ва материалларга муносабатларни тиклаш.

Костюм анъанавий турмуш тарзидан жуда муҳим элементи, унда ҳар бир этноснинг дунёқараши акс этилган, шунинг учун дизайнерлар янги тарзда анъана ва инсонни турмуш тарзига мос миллий сиймоларни тиклашга интилади.

Мутахассисликка оид дизайнерлар ва мутахассисликка оид эмас усталар турли мамлакатларда анъанавий ҳунармандчиликни тиклаш рағбати шу билан боғлиқ (айниқса ҳунармандлик анъанаси Финляндия ва Японияда ҳеч қачон узилмаган). Ўзбекистонда ҳунармандлик анъаналари халқ қосибкорлигида сақланиб қолган (кулолчиликда, тўқимачиликда, заргарликда ва б.).

1970 йиллардан бошлаб костюм дизайнерлари коллекцияларида “миллий руҳни” этнографик маънода намоён этиш эмас қадирланадиган бўлди, балки модада “байнал-минал услуб” контекстида, яъни миллатдан қайтий назар барча инсонларга мос. Масалан, Англияда таҳсил олган, Италияда ишлаётган турк

дизайнери Р.Озбекни ҳар хил шароитга мўлжалланган коллекцияларида этник руҳият ижодий манба бўлган. Япон дизайнерларнинг коллекцияларида бундай мувафақият айнан кийимга, шаклга, материал ва нақшга шарқона муносабати билдирилган ва европа анъанаси, конструкцияси билан бирга органик қўшилганда ва шу асосда қўлланилган мутлақо янги кийим яратилганда намоён бўлди.

Ўзбекистон дизайнерлари ўз ижодида анъанавий матоларни (хон-атлас, шойи, бекасам ва адрасни), безак, аксессуарлар ва тақинчоқларни кенг қўллашади. Улар миллий кийимларга янги ҳаёт беришади ва миллий матолардан замонавий либосларни тақдим этишади.

Моддий маданият анъаналари бошқа халқларнинг, айниқса “экзотик” минтақаларнинг замонавий дизайнерлари эътиборни ҳам жалб этмоқда. Янги дизайн пайдо бўлишига бошқа маданиятлар амалда битмас-туганмас манбадир. Инсонни, айниқса, ғарбдагиларнинг барчаси номаълум, ажойиб, кундаликда учрамайдиган, одатдан фарқланадиган “экзотика” доимо жалб этган.

Аммо, замонавий маданиятнинг учинчи дунё мамлакатлари анъаналари билан қизиқиши фақат янгилик ва ажойботларни исташдан иборат бўлмаган – шарқ фалсафаси, дини, табиат ва инсонга муносабатида янги дунёқарашнинг янги аломатларини қидириш, келажак цивилизациянинг асоси бўлиши мумкин. Ғарб цивилизациясининг инқирози “цивилизациялашмаган” халқларни ҳаётий тажрибаси Ғарб муносабатининг ўзгаришига сабаб бўлди, мадомики айнан Шарқда инсон табиат мавжудоти бўлган экан, шу боис бошқалари билан ҳам уйғунликда яшамоқда. Постиндустриал цивилизация ғарб ва шарқ анаъналари синтези асосида барпо этилмоқда.

Кийим моделлашда бошқа халқларнинг маданий анъаналарига назар ташлаш қадимдан маълум. Европаликларни Шарқ экзотикаси, бойлиги ва нозик диди билан жалб этиб келган. Европа костюм тарихининг ҳар бир даврида салб юришлари давридан замонавий модадаги “этник услубигача” шарқ таъсирини сезиш мумкин. Европа костюмидаги кўп янгиликлар Шарқ ёки Америкадан келган (Х.Колумб Американи ихтиро қилгандан сўнг).

1970 йй. бошида европа дизайнерларининг учинчи дунё миллий маданиятини ўзлаштириши натижасида модада “этник услуб” пайдо бўлди ва у ҳозиргача ўз актуаллигини йўқотмади. Жаҳон модасида европалик дизайнерларнинг пайдо бўлиши билан яна икки йўналиш белгиланди – шарқ маданияти намояндалари томонидан европа анъаналарини костюмда ўзлаштириш (масалан, Х.Мори, Р.Кавакубо, Ё.Ямамото коллекцияларида) ва европалик бўлмаган дизайнерларнинг уларга ёт шарқ анъаналарини ўзлаштириши (“этник услуб” япон дизайнери Кензо Такада коллекциясидан бошланди, қайерда Жанубий-Шарқ Осиё мамлакатларнинг миллий костюм мавзулари қўлланганди).

Замонавий костюм дизайнида миллий анаъаналарни ўзлаштириш ўзига хос хусусиятлари постмодернизм, жумладан *иктибос* (цитата) услуги (ўзгартирмасдан костюм қисмларини ўзлаштириш ва моделда ҳар хил ижодий манбалардан элементларни аралаштириш) билан боғлиқ. Иқтибос сифатида миллий костюмнинг детали, безак элементи, нақши, бичими ёки ранг гаммаси бўлиши мумкин. Ҳар хил иқтибосларни комбинациялаб, турли халқларнинг костюм элементларини аралаштириб, дизайнер 1970 йилларга ўхшаш аниқ ва таниқли ижодий манба билан боғлиқ бўлмаган мутлақо янги сиймони яратди. Жан-Поль Готье, Дж.Гальяно, Р. Джилъи этник мавзулари бўйича ўз моделларини айнан шундай яратишади.

Костюм моделлашда миллий костюмнинг бичимини ўзлаштириш маҳсус соҳадир. Этник услуб аллақачон жаҳон халқларининг костюм шаклини замонавий костюмга мослаштирди.

Одатда, бу оддий шаклли, кўпинча тикилмаган кийим сари, саронг, пончо, панева ва б. иборат.

Шарқ анъаналарининг ғарб дизайнига таъсири шакллар, ранглар (Шарқ мамлакатлар ранг маданиятидан кўп модали ранглар ўзлаштирилганди – индиго, “зироварлар ранги”, “хитойча сарик”. “буддавий тўқ сарик” ва б.), аксессуарлар, амалий санъатининг ўзлаштирилиши билан чекланмайди.

Ҳозир жаҳонда дидлар плюрализми (хилма хиллиги) ва эстетик идеалларнинг тенгҳуқуқлиги, шу жумладан гўзаллик тўғрисидаги тасаввур, баъзи этномаданият анъаналари билан боғлиқ равишда юз бермоқда. Европа гўзаллик тури каторида модада европалик бўлмаган инсон сиймолари тенгҳуқуқлик ўринни эгаллади. 1960 йй. (П.Карден ва П.Рабаннада) подиумга қора танли манекеншчицалар чиқди (Нозми ва б.) ва фақат оқ таналиларгина гўзаллик эталони бўлмаслигини исботлашди, модомики манекеншчицанинг сиймоси – бу доимо ўзига хос вақт эталони деб ҳисобланади. Подиумларда ва мода журналларининг саҳифаларидги ҳар хил инсонлар катта аҳамиятга эга. Бу билан ҳар бир миллат, халқ ва инсоннинг ўзига хослиги қарор топади.

Замонавий маданиятининг принципиал асоси – эстетик плюрализм, гўзаллик ҳақида ҳар хил миллий тушунчаларни, кўпинча бир бирига ўхшамайдиган, тенгҳуқуқликни назарда тутди. Замонавий модада бир хил модали шаклнинг эталони, ҳар бир инсоннинг индивидуаллиги, мислсизлиги қадрланмоқда.

Ғарб ва шарқ анъаналарининг синтези анъанавий этник ва европа кийимига нисбатан инсонга индивидуалликни намоён этишга, яъни сифатли кийимни лойиҳалашга имкон беради. Ҳаттоки, 1960 йй. хиппилар бошқа халқлар миллий костюмлари асосида европа униформасига ишбилармон инсон костюми альтернатива равишда кийим яратишди.

Костюм лойиҳалашда янгича ёндошиш шарқона костюмнинг ўзгариш ва трансформацияларига мойил эркин лойиҳаларни, шунингдек кийинишдаги индивидуалликнинг европача анъаналарига хос хусусиятларни бирлаштирган япон дизайнерларига ҳам таалуқлидир. Айнан япон дизайнерларининг ижоди маданий анъаналар мулоқатининг юксак намуналарини ўзида мужассамлаштиради, инчунин европалик бўлмаган дизайнерлардан айнан японлар модасига жуда катта таъсир этишди. Костюм дизайнида “япон йўналиши” борлигини тан олишимиз керак.

Замонавий дизайн учун япон бадиий анъаналари лойиҳалашнинг экологик нуқтаи назардан мувофиқлаштирилганлиги билан ғоят қизиқарлидир.

Турмуш тўғрисидаги буддавийлик таълимотининг асосий таркибий қисимлари муҳит дизайни учун муҳимдир. Япон анъанавийлиги кўп асрлар давомида япон маданияти анъанасини сақлаш ва таъминлашга қаратилган маданият ривожига муҳим тажрибадир. Ўтмиш замонавий билан доим ҳамнафас бўлган, у ҳозир ҳам мавжуд ва замон билан доимо мулоқотда.

Анъана билан замонанинг уйғун бўлиши япон санъати ёрқин мисолдир.

Япон дизайнерлари замонавий кийим яратганда анъанадаги кийимнинг конкрет шаклини ўзлаштирмасдан, костюм яратишнинг умумий принципларини, композицион усулларини, бадиий ижодий анъаналарини тақлид этишади. Даставвал улар қўлай, оддий, универсал бўлган шарқ кийимнинг бичимини асос қилиб олишади. Эркин бичим – шарқ кийимининг муҳим ҳоссаи: у танани деформацияламасдан, тана ва кийим орасида маълум масофани ҳосил қилади. Япон кийими асосида оддий геометрик шакллар – тўғрибурчак ва трапеция намоён бўлади. Япон дизайнерлари бу принципни кўпинча қўллашади. Бундай моделлар ҳаракат учун қўлай, эркинлик ва комфорт яратади.

Замонавий моделларда ўралишга, буюмларни упаковка қилишга, кийимда кўп қавтлилиikka японларнинг қизиқиши сезилади. Бу хусусият япон анъанасига тааллуқли – эркинликсиз, кенгсиз гўзаллик ҳосил бўлмайди; қачонки гўзаллик индивидуал сиймода намоён бўлса шундагина ҳақиқат рўёбга чиқади. Табиийлиikka амал қилиш – табиатга зўрлик қилмаслик, ҳар бир буюмнинг ягоналигини ҳис қилиш япон санъатига оид хусусиятдир.

Материалга бўлган анъанавий муносабат япон дизайнерларини бошқалардан фарқловчи хусусиятидир: улар кўпинча янги материал барпо этиш соҳасида новатор бўлган. Уларда композицион марказни йўқлиги ва носимметриклик япон санъатининг антиқа хусусиятидир – гулдонларнинг қутичаларининг, пардаларнинг “оқиб кетаётган” нақшини япон дизайнерлари замонавий кийимда ўзлаштиради (маслан, Кензонинг машҳур галстукларидаги нақш кўйлакке майин “оқиб ўтган” ёки Х. Морининг нақш солинган

кўйлаклари). Япон дизайнерлари носимметрик конструкцияни таклиф қилиб, костюм дизайнида деконструкция йўналишига асос солишди.

Истеъмолчининг ижодига бош қўшиш ғояси япон анъанасининг асосидир. Инсон бошқа инсонлар контекстида тасаввур қилинганда, инсоният уни ўзаро боғланиш шакли ва имконият деб тушинадиган контекстуал онг уларга хос. Японияда баъзи анъанавий санъат турлари биргаликда санъат ва кундалик ҳаёт орасидаги фарқни йўқ қилган ва санъатга кенг ижтимоий асосни жалб этган ижоднинг бир шакли бўлди. Субъект ва объект, ижодкор ва пассив томошабин орасидаги фарқни йўқ қилиш муҳит дизайннинг мақсадидир ва айнан шу ғояни япон дизайнерлари костюм дизайнида илк бор киритишди.

Истеъмолчининг бош қўшиши ва биргаликда ижод қилиши дизайнер ижодининг тугалланмаган натижаси бўлиши мумкин. Япон санъатида асарнинг ниҳоясига етқизилиши ҳаётнинг абадий ҳаракати билан карама-қарши ҳисобланади, у шунингдек вақтнинг абадий оқимида турмушнинг ўзгарувчанлиги тўғрисидаги буддавий таълимотига ҳам зид келади. Гўзаллик манбаси – умрнинг узоклигида эмас, шунинг учун дизайнер яратган буюм ривожланади, истеъмолчи билан алоқа қилади.

Спонтанлик, импровизация ва кийиш жараёнида трансформация этиш- бу барча хусусиятлар япон дизайнерлари кийимга таалуқли ва истеъмолчига ижодий жарёнда иштироқ этиш имконини беради.

Замонавий маданиятга жуда муҳим бўлган япон анъанасининг яна бир хусусияти турли таъсирларни ассимиляция этиш қобилиятида намоён бўлади. Костюм дизайнида япон модельерлари, костюмда европа ва япон бадий анъаналарини бирлаштириб, мутлақо янги кийимни яратишди, биз уларни на японча на европача кийим сифатида, балки келажак кийими сифатида тасвур этишимиз мумкин.

Дизайнда япон ва европа анъаналарнинг синтезининг намунаси шунга ишонтирадики, айнан маданиятлар мулоқоти янги цивилизацияда юзага келаётган маданиятга муҳим экологик хусусиятларни инъом этиши мумкин.

XXI аср маданиятида Европа ва Америка, Осиё ва Африка маданий анъаналари ажралмас бирликни ҳосил қилади ва Ер юзида яшаётган барча халқларнинг маданиятининг музокараси бўлади.

Хулоса.

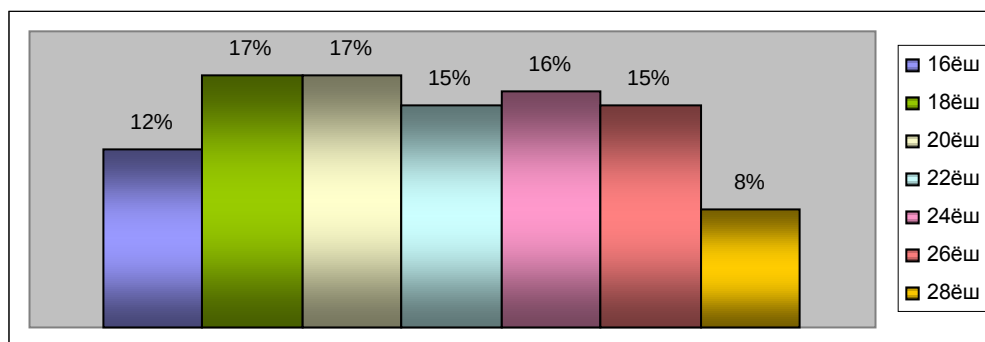
Иккинчи бўлимда мавзу асосида адабиётлар таҳлил қилинди. Ўзбек халқининг анъанавий кийимларининг шаклланиши тарихи, аёллар тарихий кийимларида дизайнни таҳлил қилинди. Шунингдек костюм дизайнининг асослари таҳлил қилинди. Замонавий костюмда услуб турлари ва ечимлари, экологик йўналишлари ўрганилди.

3. ЭКСПЕРЕМЕНТАЛ БЎЛИМ

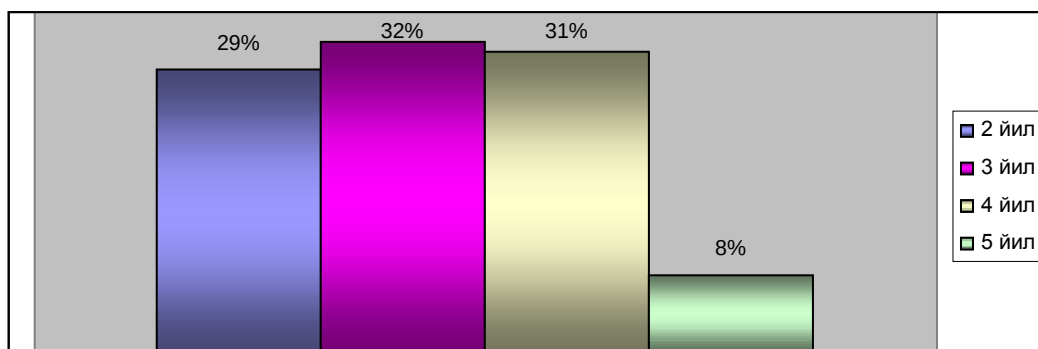
3.1.Кенг ассортиментдаги аёллар кийимларига истемолчи талабини ўрганиш

Ҳозирги кунда халқимизни кийим-кечакка бўлган эътибор кундаан-кунга кучайиб бормоқда. Замонавий тикувчилик корхоналари қурилиб, серунум сифатли маҳсулотлар тикадиган жихозлар ва ускуналар билан таъминланмоқда. Кийим-кечакларни турларини кўпайиши– кийимларга бўлган талабларни ҳам ортишига сабаб бўлмоқда.

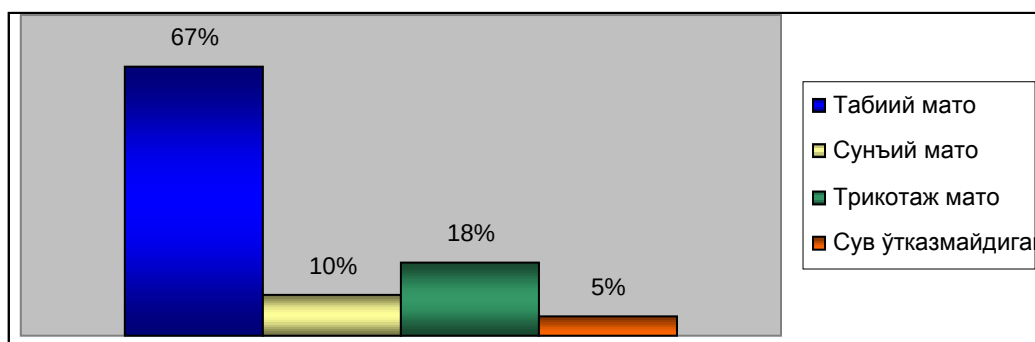
Аёллар кийимларига бўлган эҳтиёжни ўрганиш мақсадида дастлабки тадқиқот ўтказилди. Тадқиқот ўтказиш жараёнида 10 та саволдан иборат сўровнома тузилиб, 16 ёшдан 28 ёшгача бўлган қизлар ва аёллар ўртасида сўровнома ўтказилди. Ўтказилган тадқиқот натижасида, мазкур қизлар ва аёллар 100% кийим услубларига қизиқишлари аниқланди.



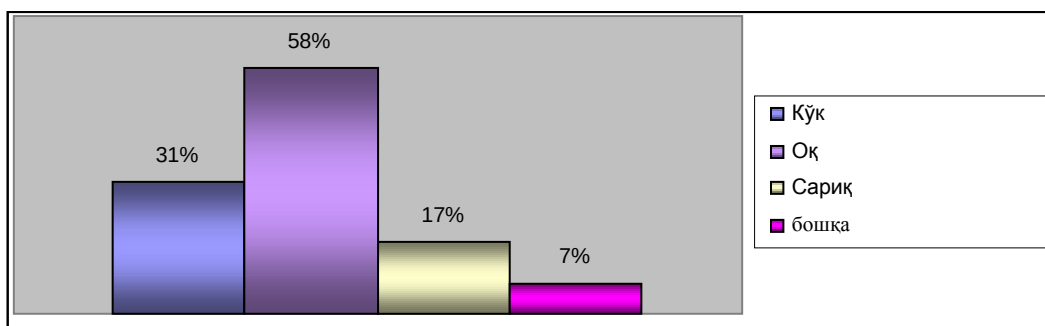
16 ёшли қизлар 12%, 18 ёшли қизлар 17%, 20 ёшли қизлар 17%, 22 ёшли қизлар ва аёллар 15%, 24 ёшли қизлар ва аёллар 16%, 26 ёшли аёллар 15% ва 28 ёшли аёллар 8% ни ташкил этмоқда.



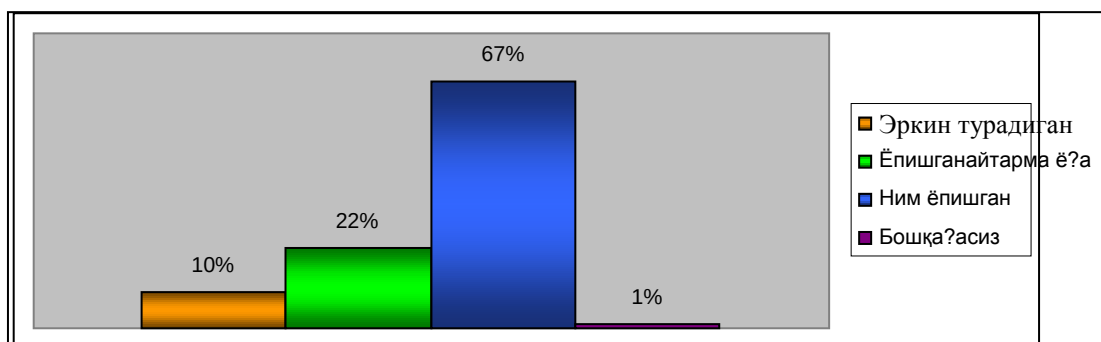
Қизлар ва аёлларнинг 29 фоизи - 2 йил, 32 фоизи - 3 йил, 31 фоизи - 4 йил, 8 фоизи - 5 йилдан буён турли услублардаги кийим тури билан қизиқиб келмоқдалар.



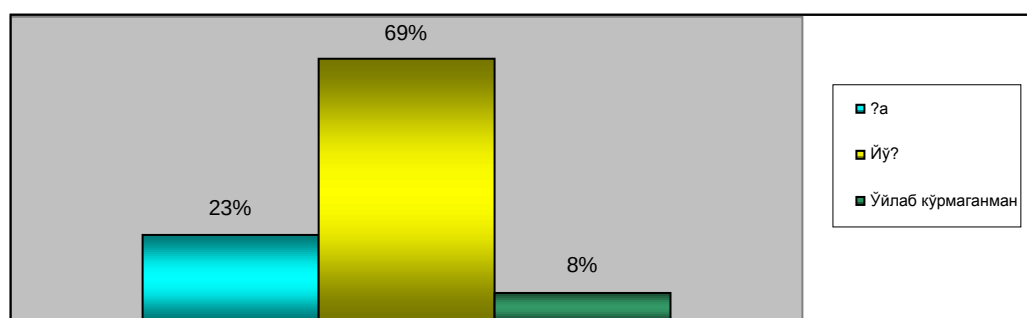
67% табиий мато, 18% трикотаж полотно, 10% сунъий мато, 5% сув ўтказмайдиган матолар танланди.



31% кўк ранг, 58% оқ ранг, 17% сариқ ранг, 7% бошқа ранглар танланди.



10% эркин турадиган, 22% ёпишган, 67% ним ёпишган, 1% бошқа
силуэтлар танланди.



23% -ха, 69% -, 67% йўқ, 8% - ўйлаб кўрмаганман.

3.2. Аёллар кенг ассортиментдаги кийимларни модел эскизини таҳлили

Аёллар кенг ассортиментидаги кийимларни модел эскизларини яратиш учун

замонавий костюмда энг кенг тарқалган услуб турларини тадқиқот асосида ўрганиб чиқилди

Классик услуби. Классик (одмий, ишбилармон, элегант) услубига модага деярли сиғинмайдиган, турғун вақт давомида танланган, деярли ўзгармайдиган услуб. Классик услуб – чизикларни сиполиги ва оддийлиги, бичимни мантиқалаги. Одатда, классик услубдаги буюмлар – бу кўзга ташланмайдиган

жуда оддий сиймо, эътиборни ўзига сифати билан тортади. Классик услубини асосида, уни баъзи элементларини комбинация қилиб, ҳар хил микроуслублар шакллланади. Классик услубга либоснинг барча элементларини киритиш мумкин. Янги классика одатий шаклларнинг сиполигини йўқотди – моделлар юмшоқ, табиий ва олийжаноб. Аммо, авалгидай классика деталларни минимуми билан фарқланади. Кўпинча материаллар эркаклар модасида ўзлаштирилган – бу репс, габардин, поплин ва фланель, юпка классик йўл – йўл ва “ёлочка”, юмшоқ жун газламалари. Услуб фаворити – шим ва юбка, нимча билан классик костюм.

Инглиз услуб. Кийимда классик услубни типик намунаси – инглиз услуб. Бу услуб уч аср мабойнида ривожланади ва модани инжиқлигига қарамасдан ўз оммабоплигини йўқотмади.

“Инглиз костюм” тушунчаси ХУ111 асрда пайдо бўлган. Айнан шу вақтда Англияда шакли ва ранги бўйича сипо кийим услуби юзага келган.

ХУ111 асрни 80–чи йилларида отда юриш костюми жуда оммабоп бўлган: мовутдан фрак, редингот – этаги тўғри устки кийим, тор панталонлар, қайтармали этиклар. Бу одми костюмни инглиз костюми деб аташадиган бўлди.

Инглиз услуб аёллар костюмига ҳам таъсир этди: силуэти ўзгарди, аёллар каттиқ мосламаларни (каркасларни) киймайдиган бўлди, бу кийимни қулай ва оддийроқ қилди. XIX асрни 80–чи йилларида аёллар модасига эркаклар костюминини бичимини эслатадиган костюм кирди: астарли жакет ва тўғри шаклли тахламали ёки тахламасиз юбка. Шундай костюмни одатда эркак усталари тикишган. Инглиз костюми кўзга ташланмайди, шунинг учун ёрқин эмас, йўл –йўл ёки кактак –катак газламалари қўлланади.

Шанель услуби. Коко Шанель услуби – бу эркин аёлнини элегант –амалий услуби. Твиддан костюмлар, қора духобадан кичкина куйлақлар ва ялтироқ башанг либослар XX аср классикаси деб ҳисобланади. Француз дизайнери Габриэль Шанельнинг нафис бичими аёлларни корсетлардан воз кечишга ва шимни гўзаллик рамзи қилишни мажбур қилди. Бу услуб оддий, гўзал ва интернационал. Мадам Шанель костюмида ўз фиқирини амалга оширди: “Мен

модага қаршиман, чунки у тез ўтиб кетади. Бахор келгани учун кийимларни ташланганини кўришга тоқатим йўқ”.

Шанельнинг костюми тўғри ёки ним ёпишган силуэтли, бел чизиғи табиий холда ва ўрта кенгликда ўтказма енг, ёқали ёки ёқасиз, қопқоқли қопланма чўнтакли, йирик тугмали. безакка махсус эътибор берилади: енгнинг шлицасида уч тугмадан кам бўлмаслиги керак, зарли ёки кумиш, жун, тўр тасма. Шанель газламалари – твид, джерси. Шанель буюмларни классик узунлиги – тиззани сал беркитади. Нафис элементлари туқалар, занжирли белбоғлар, брелоклар, бантлар, туғноғичлар. Шанель илк бор икки рангли туфлиларни яратди, сумкаларни занжирлар билан безатди, эраклар смокинигини аёллар модасиги киритди ва кичкина қора кўйлакни ва свитерни киритди. Замонавий модада Шанельнинг содиқ давомчиси – машҳур дизайнер Карл Лагерфельд.

Минимализм услуби. Минимализм услуби ёки *пуризм*, оддий этилганда – соддалик, одатда даврлар қиррасида руй берди, қачонки эскиси жонга текган, янгиси эса хали яратилмаган. Айнан шу вақтда жамоада “тоза варақдан ҳаётни бошлаш” талаб пайдо бўлади. Турли даврларда ва мамлакатларда минимализм ўзига хос бўлган. Бу услуб комфортликни хохлайди, унинг шиори: қанчалик кам бўлса, шунчалик яхши! Бу услубда оддий бичим, ранг палитраси очиқ, қора, кул ва оқ ранглар кўп қўлланади; табиий ранглар кийимни ҳар хил қилиб кўрсатади. Бу услуб аёлларга тақинчоқларни кийишни, жингалак сочи, аксессуарларни кийишни ман этган, модага қора туфлини киритган. Силуэт прет-а-порте мода тенденцияларига риоя қилган. Бу шаҳар услубда юмшоқ силуэтлар, тўкилиб турадиган ва қалин материаллар (жун креп ва креп – габардин), нейтрал ва пастел ранглар мавжуд.

Анимал услуб кийимда чарм ва мўйнани қўллаш. Анимал услуб мододадан чиқмайди, демак у классик деб ҳисобланса бўлади. Замонавий мода бу услубда хайвонларнинг чармини имитация қиладиган материаллар қўлланади. Анимал услуби кундалик кийим модаси эмас.

Бугун табиий мўйна ва чарм дабдалик рамзидир. Сунний чарм ва мўйна табиийларидан қолишмайди. Бу услубда мураккаб бичимлар бўлмаслиги лозим. Анимал услубида ансамбль сидирға буюмлар билан элегант кўринади.

Романтик услуб – бу фантазия, изланиш, хотира соҳаси, у тарихий костюмга интилади ва ундан шакл, бичим ва декоратив безак ўзлаштирилади. Романтик либос қомадни гўзаллигини ва аёлларнинг анъанавий сузилмоқлигини, сентименталлигини, сезувчанлигини намоён этиши лозим. Бу услубнинг асосий силуэти – Х–симон, юмшоқ ва майин чизиқлар билан. Минималистик услуб ман этган безаклар – драпировкалар, декольте, кокеткалар, қўш бурмалар, воланлар, рюшлар, жабо, бантлар, тўрлар, буфлар, манжетлар руликдан измалар романтик либосларда кенг қўлланади. Бу услубда ёрқин ранглар либосда қўлланади. Пойабзал локланган чармда ва кимхобдан баланд пошналар “кемача” туфлилар. Узун ёки калта қўлқоплар. Мураккаб соч турмаги. Вуалли шляпалар, нозик тақинчоқлар, шифондан шарфлар. Бу услуб кечки ва байрамона кийимларида қўлланади..

Ретро услуби. Ўтмиш модаси – замонавий дизайнерларини ижодида илхомланиш манба. Ретро услуби – замонавий модада ўтмиш мавзуларни, деталларни, моделлаштириш усулларни қўллаш йўналиши, аммо уларни такрорланмаслиги.

Ҳар бир тарихий давр модаси ўзига хослиги билан ажралади, уларни ўз ретро сиймоси бор. Ретро мода ўтмиш модасини нусхаси эмас, балки уни стилизацияси бўлиши керак.

Услублар асосида яратилган янги моделлар тавсифи

1.Модел

Ушбу моделдаги либос классик услубда тайёрланган бўлиб, аёллар ва кизлар учун мўлжалланган, тўй ва базмларда кийиш учун тавсия этилади. Ушбу моделдаги либос атлас ва шойи матоларидан тайёрлаш мумкин. Кўйлак қисми оқ шойидан адрас матосидан енг олд ўмизига ва этак қисмига безак қилинган. Нимчаси эса адрас матодан тайёрлашга тавсия этилади. Нимча тик

ёқали бўлиб бел қисмини пистон билан бириктирилади . Тавсия этилган модел қизлар ва аёллар қоматини чиройли қилиб кўрсатади.

2.Модел

Инглиз услубидаги либосдан ўзбек миллий аёллари учун уйғунлаштирилган бўлиб, силуэти ним ёпишган, енг узунлиги тирсаккача, моделнинг икки ён қисми оқ шойидан , елка енг олд қисми ва этак қисмлари атлас матосидан тайёрлашга мўлжалланган. Атлас матосидаги нақшлар геометрик нақшлардан олинган. Нақшлардаги ранглар ёркин бўлиб, қизил, оқ сариқ, қизил пушти ранглар берилган.

3. Модел

Ретро услубидаги либосдан ўзбек миллий аёллари учун тайёрланиб,ушбу либосни елка қисми ажратиб шифон билан безак берилган. Либосни буйин қисми тик ёқали бўлиб либосга янада чирой берган. Ушбу моделни корсет қисмига атлас матоси қўйилган.

4. Модел.

Романтик услубидаги либосдан ўзбек миллий аёллари учун тавсия этилади. Ушбу модел ёқа ўмизи ва енг қисми белни бел икки ён қисмини хашамдор безаклар билан безатилган. Юбканинг икки ён қисмига атлас матосидан қўйилган. Корсет ва юбка қисмига шойи матосидан куйиш ҳам мумкин.

5.Модел

Ушбу модел минимал услубда бўлиб, оддий, этак қисмида шифон матосидан фойдаланилган. Бел қисмига шойи матосидан безак ўрнида белбоғ билан безатилган. Ушбу модел оддий ва соддалиги билан, либосга кам материал сарфланиши билан, ўзбек аёлларини ўзига жалб қилади.

1- Модел

2-Модел

3-Модел

4-Модел

5-Модел

6-Модел

3.2. Аёллар кенг ассортиментдаги модел эскизлари учун материал танлаш ва уни асослаш.

Аёллар кенг ассортиментдаги кийимлари учун табиий ипакдан тайёрланган атлас матосини танладим

Ипак газламалар йўғонлиги 1,5-2,3 тексли ингичка хом ипакдан , пишитилган ва баъзи газламаларгина ипак калава ипдан турли хилдаги ўрилишларда тўкилади.

Атлас матоси ўзбек халқининг миллий матоси бўлиб, абр усулида ишлаб чиқарилади

Абр усулида танда ипини бўйаш техникаси жуда мураккаб. 200-300м узунликда танда ипи махсус дастгоҳда майда тутам — «либит»ларга тақсимланади. Газламанинг зичлиги ва энига биноан ҳар бир либитда иплар сони 40-60 гача бўлади. Либитлар иккитадан қўшилиб, ром-дастгоҳни кўндаланг брусларига ўралади. Бруслар орасидаги масофа нақш раппорти билан боғлиқ (1,4 - 2,25 м). Либитлар ташкил этган юзага рассом-абрбанд ингичка ёғоч билан сувда эритилган қора куя ёрдамида вертикал ўқи бўйича нақшни ярмини кўндаланг чизиқлар билан белгилайди. Уста трафарет, эскизлардан фойдаланмайди.

Нақшни ранг-баранг бўлиши учун танда ипи кетма-кет пахта иплар билан захираланади ва кетма-кет бўялади. Либитлар қайноқ бўёқда бир неча дақиқа қайнатилади. Агар бир раппортни давомида либит тутами пушти, сариқ, тўқ қизил, яшил ва оқ рангга бўялса, улар уч марта захираланади. Аввал оқ ва пушти ранг бўладиган жойлари захираланади. Захираланган танда сариқ бўёқ эритмасига солиниб, очиқ жойлари бўялади, захираланган жойларига эса бўёқ сал кириб, ажойиб рангли доғларни ҳосил қилади. Кейин қўшимча либитнинг барча тўқ қизил рангга бўяладиган жойларидан бошқа жойлари захираланади. Кейин, либитни тўқ қизил рангга бўялган жойлари захираланади ва яшил рангга бўяладиган жой очилади. Бўйаш жараёни бошида барча жойлари (оқ ва пуштидан ташқари) сариқ рангга бўялгани учун, яшил ва тўқ қизил ранг сариқ грунтовкага ётади ва шу сабабдан рангларга чуқурлик ва соф тонлик

таассуротини беради. Одатда, пушти ранг бошқа рангларга нисбатан кам бўлгани туфайли танда ипи бир неча марта коса-бўёкка ботирилади. Нақшни белгилаганда уста айрим рангли жойларни орасидаги масофани 5 смдан кам бўлмаслигига эътибор беради. Айни ҳолда бўёқ захираланмаган жойга яхши шиммаслиги мумкин.

Қадимий газмоллар ўсимлик бўёқлари билан бўяларди: рўян, испарак, анор пўсти, тухумак, гулхайри, нил (индиго), кирмизи. Бу бўёқлар офтобда ва сувда айнамайди. Табiiй бўёқлар ёрдамида барча рангли гаммани ҳосил қилиш мумкин эди. Улар ўзаро уйғунликни бахш этарди, айнимасди ва ранги ўчмасди.

Бу бўёқларни халқ уста-абрбандчилари XX асрнинг 70-йилларигача ишлатган. Кейин анилин бўёқлари қўлланиладиган бўлди. Аммо улар маҳкамланмагани учун айнаиб кетарди. Ҳозир уларни турли кимёвий моддалар билан маҳкамлашадиган бўлишди. Аммо пушти (родомири) ва кўк (бежон ранглар) маҳкамлана олмайди.

Барча рангларга бўялган, чайқалган, захираси олинган ва қурилгандан сўнг қўш либитлар чуваланиб, расмга нисбатан вертикалнинг икки томонига жойланади ва оҳорга ботирилган тароқ билан таралади. Кейин танда ипи тўқув дастгоҳига тортилади ва одатий тўқув жараёни бошланади.

Ўрилиш усулига кўра абр газламалар икки катта гуруҳга бўлинади - гарнитура ва атлас ўрилиши.

Гарнитура ўрилишда ипак - «шойи» ва «нимшойи» - «адрас» ёки «дагир» газламалари тўқилади. Нимшойи газламада танда ипи табiiй ипакдан, арқоқ — оқ ёки ёрқин рангли пахта ипидан қилинади. Арқоқ ип қалинлиги танда ипидан бир неча карра қалинроқ, шу боисдан газлама юзаси чивикли бўлади. Шойидан аёллар кийими қилинарди. Абр адрас газламалари эркаклар чопони, чорси, кўрпача, ёстик жилд, кўрпа ва мебелларни қоплаш учун қўлланилган.

Атлас ўрилиш гуруҳига соф ипакдан тўқилган газламалар киради: «тўрт-тепкилик»лари — атласлар, «саккиз-тепкилик» ва «ўн икки-тепкилик»лари - хонатласлар, нимшойи — «якроя» . Тепкилик қанчалик кўп бўлса, абр газлама шунчалик башанг бўлади. Марғилон тўқувчиси М. Мирзакиров маълумотига

кўра хон атлас Қўқон хони Худоевхоннинг буйруғига биноан (1856 йил) ихтиро этилган ва унинг шарафига хон атлас деб номланган. Даставвал бу қимматбаҳо газламадан либосни фақат хон оила аъзолари кийиши мумкин эди. Хон атлас ватани Марғилондир.

Махсус пардозлаш, ишлов бериш усули Ўрта Осиёда қадимдан бўлган. Атласга ялтироқ эффект, адрас ва беқасамларга муайян эффектини бериш учун тухумнинг оқи қўлланилган. Газламанинг учи тухум оқиға намланарди ва қуруқ жойларига тахланарди. Сўнг уста ёғоч болға-«қудунг» билан газламани уриб, намликни барча жойларга тақсимланишига эришарди. Ҳозир бу иш пардозлаш машиналарида қилинади.

Турли метрли газламалардан ташқари бу усулда самарқандлик усталар ажойиб шойи чойшаблар ишлашган.

Ўзбек миллий бадиий газламаларида ранг муҳим рол ўйнаган. Ўзбекисоннинг барча минтақаларига анъанавий колорит ва ранглар бирикмалари мансуб. Марғилон тўқувчиси М.Мирзакировнинг маълумотиға кўра, Хўжанд газламаларида қизил ранглар кўп, Фарғонада — қизил ранглар камроқ бўлиб, заъфарон-сарик ранглар, Қўқонда — мовий-кўк ранглар устунлик қиларди. Газламанинг зичлиги ва рангига кўра у қаерда ишланганини билиш мумкин эди. Ундан ташқари, ҳар бир ранг маълум ёшға мўлжалланган. Бухоро газламаларида, асосан, тўқ қизил, сарик ва пушти ранглар қўлланилган. Фарғона газмолларида, асосан, етти ранг бўлган: сарик, тўқ қизил, яшил, кўк, пушти, бинафша ва қора. Бир рангни ичига иккинчи рангни киргани ва фон таъсири ранглар уйғунлигини яратади.

Айрим минтақаларнинг ранглари ҳар хил бўлганидан қатъий назар, миллий ўзбек газламаларида айрим умумий колорит ҳам мавжуд. Рангларни кескин контраст бирикмаларига қарамасдан усталар ранг мувозанатига ва уйғунлигига эришган, чунки улар нақшда ранг кучини ва нисбатларини доимо инобатга олишган.

Сарик, қора, тўқ қизил ва яшил ранглар уйғунлигига эришиш учун сарик рангга бўялган танда ипи тўқ қизил ва яшил рангларга, қора рангли танда эса қизил рангга бўялади.

Арқоқ ипининг ранги барча ранглар гаммасига илиқлик бериб, бошқа рангларни ўзаро бириктиради. Арқоқ ипи асосан уч рангли бўлган: тўқ қизил, сарик ва оқ. Тўқ қизил рангли арқоқ ипи газламага хира пушти тон берарди, сарик арқоқ — кумушдек товланиш беради ва оқ арқоқ — осойишталик ва турғунлик бахш этади. Усталар моҳирона қўллаган ранглар бирикмасининг конунлари тажриба жараёнида тузилган. Ўқув жараёнида ўрганган ранглар бирикмасининг усуллари ҳеч қачон измидан чиқмасди.

Машҳур Наманган абрбанди А.Жалиловнинг сўзига кўра, абр газлама бўялганда қуйидаги қоидаларга риоя қилиш лозим: тўқ қизил рангнинг ёни пушти ва сарик рангга бўялади, аммо қора рангга эмас. Сарик рангга яшил ва бинафша, бинафшага — оқ ранглар ярашади. Баъзан яшил рангнинг олди пушти рангга бўялса, газлама сал бачканароқ кўринади; усталар сарик рангни оқ ранг билан бирга ишлатмасин дейишади, чунки газлама бу ҳолда хунук кўринади. Ранглар кетма-кетлигида қуйидагиларни маъқул деб ҳисоблашган: тўқ қизил — сарик — қора - оқ — тўқ қизил.

Агар рангли фонда нақш қилинса, анъана бўйича тўқ қизил фонга - сарик ёки пушти, сарик фонга — бинафша ёки кўк, оқ фонга - қора ёки яшил рангли элемент жойланарди. Пушти рангни усталар камдан кам қўллашарди. Газламада «нақш гулдек очилсин» деб усталар бу рангни қўллашган.

Абр газламаларида колористик мукамаллик юқори даражада бўлганлиги учун, нақш ўз маъносини деярли йўқотганди. Газламада фон ёки нақшга асосий эътибор берилганлигига кўра бир шакл иккинчисига оқиб киради, нақшда оч ранглар тўқига, илиқ ранглар совуғига ўтади.

Абр газламалар композицион тузилиши ҳар хиллиги билан ажралиб туради. Тузилиш усуллари уч гуруҳга бўлиш мумкин: сеткали, йўл-йўл ва панно композиция.

Сеткали композиция бир неча вариантлардан иборат. Биринчи вариантда сеткани чегаралари аниқ чизилган, иккинчисда эса - Лининг шакллари такрорланган нақш элементларининг жойлашгани билан ажралиб туради.

Йўл-йўл газламалари ҳам ҳар хил бўлган. Бир хил элементли йўл-йўллар ва икки ёки кўпроқ элементлари такрорланган нақшлар учрайди. Бир хил ёки ҳар хил энли йўл-йўллар ўзаро кетма-кет такрорланади, ёки кенг йўллар ўртада жойланади ва икки томонидан бир хил нақшли милк билан чегараланади.

Нақши арча, чакмоқ ва тўлқин шаклида бўлиши мумкин

Панно турида ишланган газламаларда композицияни марказий шаклида оддий бир типдаги нақш, хурпайган гулдасталар, дарахтлар ёки катта доиралар бўлиши мумкин

Абр газламалар нақшнинг тасвирлари бўйича фарқланади. Ранги, размери ва жойланиши билан ажралиб турадиган асосий етакчи элементига кўра композицияга умумий ном берилади.

Абр газламаларнинг нақшларини бир неча гуруҳга бўлиш мумкин: геометрик, ўсимлик, зооморф, буюмли, астрал ва сужетли.

Геометрик нақшлари: доира, ромб, квадрат, тўғри чизик қисми, эгри-бугри чизиклар бўлган

Абр газлама нақшларнинг номи шуни кўрсатадики, усталар уларни яратганда айрим буюмлар кўринишидан фойдаланишган.

Ўсимлик мавзулари деярли кўп эмас: «барги карам, «номозшом гул», «дарахт», «тувакда гул», «бодом», «нок», «шох», «анорча» ва бошқалар.

Буюмли тасвирлар энг кўп қўлланилган: «чармак», «тахтакач», «тароқ», «ўроқ», «косагул», «ноғора», «ноғора моки», «ғалвирак», «офтоба, қумғон», «патнус», «байроқ», «катак», «занжира», «ой болта» ва бошқалар. .

Зооморф туридаги нақшларда бўлак яхлит деб ҳисобланади деган тамойил (парспро тото) бўйича тасвирланади: «қўчқор шохи», «йўлбарс думи», .

пайпоқ», «капалак», «чаён», «илон изи», «пари хўроз», «товус», «қарға» ва бошқалар. Баъзи абр нақшлари палак каштасини эслатади: «қора палак», «оқ палак

Кўп нақшларнинг номи уларнинг абстракт тафсифини тасдиқлайди ва улар асосий ранги бўйича берилади: «мош ранг», «нилоби», «қора атлас», «сапсар карға» ёки техник кўрсатмалари бўйича: «оқ арқоқ», «беш ёрма», «як бас».

Баъзи газмолларнинг номи асосий ёки яшил ранглари колорит туғдирадиган тасавури бўйича берилган: кўк ёки яшил ранг оз микдорда киритилган барча оқ-қора газламаларга «одмий» деган ном берилган, олачиפור тасаввур туғдирадиган кўп рангли майда расм «қичиқ» ёки «шо ьх» дейилади.

Қуёш спектрининг барча ранглари кирган кўпрангли газлама «тийри камон», «баҳор», «чаман» деб номланган.

Яна бир гуруҳ мавзуси мураккаб тасвирларнинг маъноси уларнинг номини аниқлайди: «Офтобхон» ва «Хосиятхон» (машҳур усталарнинг (номи), «Домлажон» (нақшни тузган абрбанднинг номи), «Фарход ва Ширин», «Лайли ва Мажнун», «Тоҳир ва Зухра» ва бошқалар.

Баъзан айрим жойлар ёки халқларнинг анъанавий нақшлари газмолга ном берган: «Фарғона нусха», «Бухоро нусха», «яхудий нусха»

XX асрда замонага яраша янги нақшлар ва ранглар яратилган: «Победа», «Ўзбекистон», «Кремл», «Спутник», «Тунги ёғду», «Ипак йўли», «Шахмат», «Самарқанд дарбоза», «Узук кўзи», «Гулнора», «Чархпалак», «Томчи», «Фарғона тонг отгунча», «Наврўз капалаги» ва бошқалар.

Анъанавий расмга кўра янги элемент киритилса, усталар нақшга умумий ном беришади. Барча майда элементлар функционал аҳамиятга эга: баъзилари фақат асосий марказий нақшни икки томонини чегаралайдиган ингичка йўл-йўлларни безашда қўлланилган. Бошқалари эса — бу нақшнинг атрофидаги бўш жойларни тўлдириш учун қўлланилади. Энг кўп учрайдиган ёрдамчи элементлари «тавоқ», «шоҳ», «бодомча», «коса гул», «шокила», «илон изи», «туморча», «сим-сима» ва бошқалар.

XX асрлар абр газламаларининг фарқи - уларнинг композицион тузилишида ва бадий шарҳланишидадир. Қадимий газламаларда аввал айтиб ўтилгандек, нақшлар узунасига йирик раппортли (1,5-2 м) бўлиб, газламани энини эгалларди; майда йўл-йўл композициялар кам ишланарди; нақш асосий

элементлари ўсимликлар, геометрик шакллари, буюмлар бойиган (доиралар, заргарлик буюмлари, шохлар, дарахтлар, тувакдаги гуллар, ўсимлик жингалалари чегарасида нақшли йўл-йўللари усталар қўлламаган).

Аср мобайнида абр газламаларини нақшлаш усули бора-бора ўзгарганди: нақшда шартли шакллар тасвирланадиган бўлди. Фигуралар катталашди. Шакл аниқлиги йўқолди. Ёйилган композиция яратиладиган бўлди. Аммо анъанавий декоратив санъат конунлари сақланиб қолган.

Ажойиб нақшларни яратган Ўзбекистон абрбандларининг номлари дунёга машҳур: Абдусамат Аҳмедов, Маҳмуджон Аҳмадалиев (Марғилон), Тешабой Тўрахонов (Андижон), Тўйчиаҳмад (Наманган), Мирғани Миразимов (Самарқанд), Худойберган Хидиров, Карима Халилова (Китоб), Муҳсин Мирзакаримов, Мадали Аҳмаджонов ва Қўзи Иброҳимов (Марғилон), Абдухалил Жалилов, Раҳматулла Жабборов, Собиржон Икромов (Наманган), Раҳмат Миродилов (Самарқанд), Фатхитдин Мажидов (Андижон), М. Худойбердиева (Наманган), Турсунбой Каримов (Марғилон) ва бошқалар.

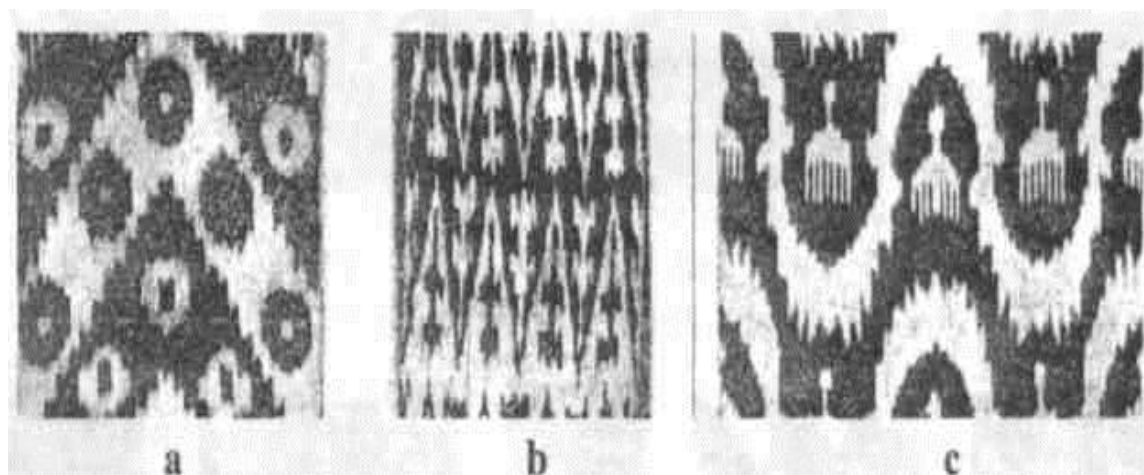
Хулоса.

Экспериментал бўлимда кенг ассортиментдаги аёллар кийимларига истеъмолчи талабини ўргандим, моделлар эскизлари учун материал танландим ва уни асосладим. Шу билан бирга экспериментал бўлимида аёллар кўйлаклари учун модел эскизлари тайёрланди. Тайёрланган янги модел эскизларини дизайн услубларига уйғунлаштирилиб янги моделлар тайёрланди ва ўнта саволдан иборат сўровнома аёллар ва қизлар ўртасида ўтказилди ва уни тҳлил қилинди.

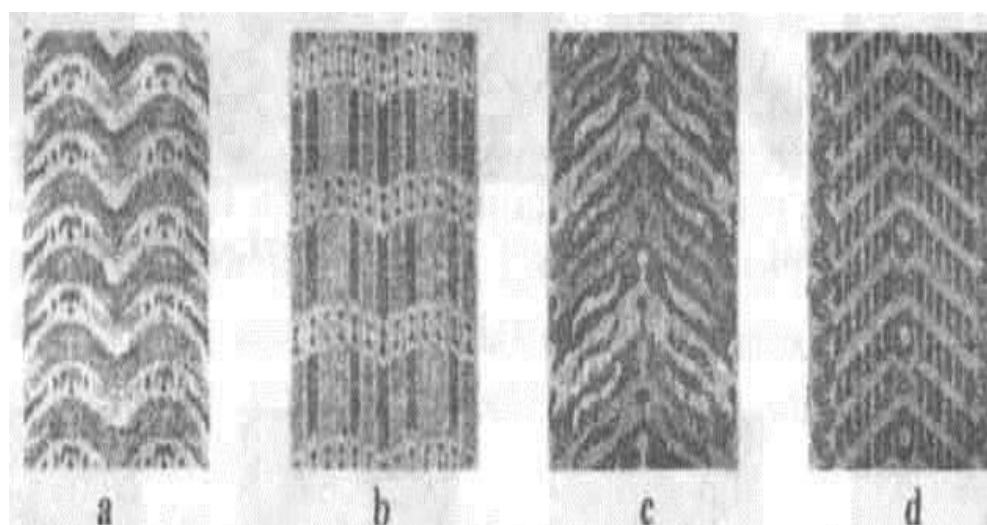
АБР ГАЗЛАМАЛАР НАҚШЛАРИ



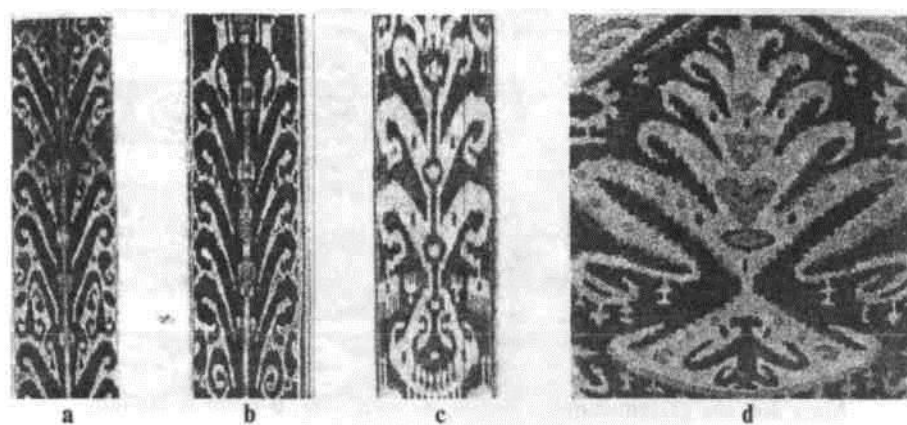
Йўл-йўлгазамалар



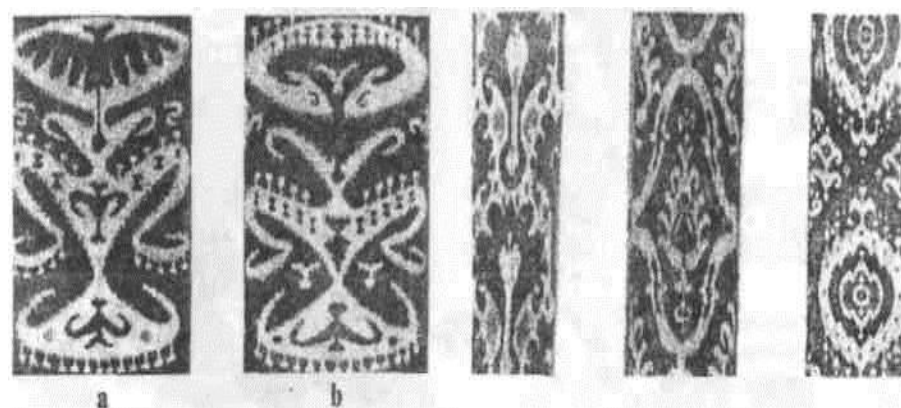
Наманган абр газламалари.: а- арча; б- яшин; Бухоро абр газламаси с- тўлқин



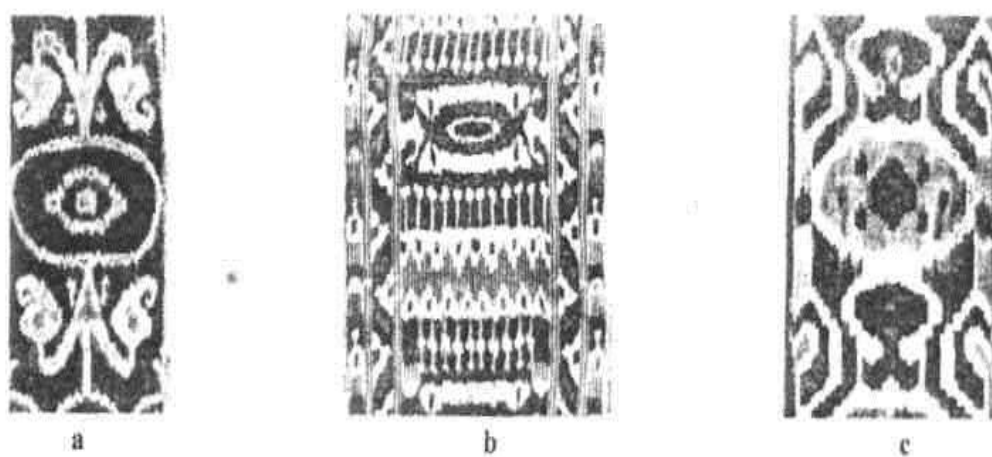
Марғилон абр газламаси нақшлари . а- ўроқ; б- яхудий; с, d- чақирим



Марғилон абр газламасидаги нақшлар: а,b-дарахт, с-тувакда гул, d-кўза



Марғилон абр газламаларининг нақшлари. тувакда гул., патнус,гардиш



Марғлон абр газламаси нақшлари: а,в,с-патнус нусха



a



b

Марғилон абр газламалари нақшлари: а- ноҳора, номошом гул

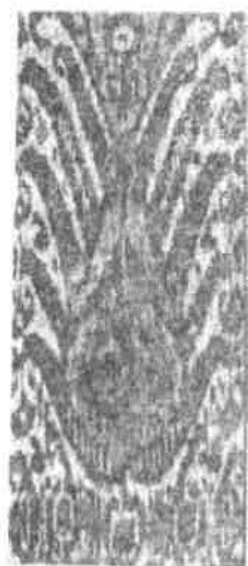


a



b

Марғилон абр газламалари нақшлари: а- зангори қарға, в-сарик якбас



а



б



в

Наманган абр газламалари нақшлари: а-кўзача, б.-капалак, в-кўза



а



б



в

Марғилон газламаларининг нақшлари а- кўк қарға, б,в-баҳри қарам

5. ЯКУНИЙ ҚИСМ

5.1. Умумий хулосалар.

Битирув малака ишининг якуний қисмида бажарилган иш юзасидан умумий хулоса қилинди.

Танланган мавзу асосида Наманган минтелитетини ҳисобга олиб аёллар кенг ассортиментдаги енгил кўйлаклари учун модел эскизлари тайёрланди. Битирув малака ишида танланган мавзу асосида дастлабки ишларни газлама танлашдан бошладим. Мен танлаган газлама миллий газламалари атлас, адрас, беқасамлар табиий газлама бўлиб ҳаво ўтказувчанлиги юқори, гигиеник ва эстетик талабларга тўла жавоб беради. Танланган газлама асосида ёз ва куз мавсумига мослаб янги моделлар эскизи тайёрланди. Газламалардаги нақшлар ҳам мавсумга асосан чизилиб кўпроқ геометрик нақшлардан олинди. Газлама нақшлари ранглари ёрқин ва аёллар ёшларига мос танланди.

Битирув малака ишини бажариш давомида адабиётлар таҳлили, ўзбек халқининг анъанавий кийимларининг шаклланиши тарихи, аёллар тарихий кийимларида дизайнни таҳлил қилинди. Шунингдек костюм дизайнининг асослари таҳлил қилинди. Замонавий костюмда услуб турлари ва ечимлари, экологик йўналишлари ўрганилди. Экспериментал бўлимида сўровнома натижасини таҳлили асосида дизайн услубларини ичидан классик услубдаги либослар аёллар ва қизларга энг мақбул бўлганлиги аниқланди. Шу услублар асосида бир неча янги моделдаги эскизлар тайёрланди ва уни корхонага тадбиқ этиш тавсия этилди.

6. АДАБИЁТЛАР РЎЙҲАТИ

- 1.18.01.2014 00:28 Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислом Каримовнинг мамлакатимизни 2013 йилда ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш яқунлари ва 2014 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси
2. Каримов И.А. Тарихий хотирасиз келажак йўқ. Биз келажакимизни ўз қўлимиз билан қурамыз.- Т. : Ўзбекистон , 1999. 7- жилд.
3. Авесто. Тарихий-адабий ёдгорлик. Асқар Маҳкам таржимаси. - Т.: Шарқ, 2001;
4. Махмуд Қошғарий. Девону луғоти турк. Т. 1 - Т.: Фан, 1962.; Абу Райҳон Беруний.
5. Қадимги халқлардан қолган ёдгорликлар. - Т.: Фан, 1968; Захириддин Муҳаммад Бобур. Бобурнома. - Т.: Юлдузча, 1989.
6. Книга Марко Поло. - М.: Географгиз, 1955. - С. 75; Путешествия в восточные страны Плано Карпины и Рубрука. - М.: Географгиз, 1957. - С. 151
7. Сухарева О.А. Вопросы изучения костюма Средней Азии // Костюм народов Средней Азии. - М.: Наука, 1979. -
8. Исмоилов Х. Анъанавий ўзбек кийимлари. - Т.: Фан, 1979.
9. Зуннунова Г. К. Истории узбекской национальной одежды (развитие и трансформации женской одежды г. Ташкенте в XX веке)
10. Ўзбекистон тарихининг долзарб муаммоларига янги чизгилар. - Т., 1999. - Б. 95-105
11. Содикова Н. XIX-XX асрларда ўзбек миллий кийимлари. - Т.. 2001.
12. Исмоилов Х., Анъанавий ўзбек кийимлари. - Т.: Фан, 1978. - Б.
13. Сухарева О.А. Древние черты в головных уборах народов Средней Азии // Среднеазиатский этнографический сборник. - М., 1954. - С. 289.
14. Киреева Е.В. История костюма. - М., 1976. - С. 3
15. Шомухиддинова Л., Чурсина В., Комилова Х. Либослар таракқиёт тарихи // San'at. - 2002. - № 3. Б. 39-40.;
16. Хасанбоева Г.К. Чурсина В.А. Костюм тарихи.-Т: Ўзбекистон, 2002. -320 б.

17. Ашрафий М. Ўрта Осиёда ўрта асрлардаги либослар: таракқиёт боскичлари. Т.2001. Сан'ат..№3.Б. 18.

18. Хасанбаева Г.К. Тўқимачилик дизайни тарихи.-Т.; Иқтисодиёт-молия, 2007.

19- Интернет сайтлари

www.textile.umist.ac.uk

www.textilegroup.ru

www.textileworld.com

www.textileclub.ru

www.textile_press.ru

www.silnete.ru

www.sarafan.ru

www.giorgioarmani.com

www.maurizo-galante.com

