

**O`ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY VA O`RTA MAXSUS TA`LIM VAZIRLIGI**

BUXORO MUHANDISLIK- TEXNOLOGIYA INSTITUTI

"MUHANDISLIK- TEXNIKA" FAKULTETI

"Yengil sanoat texnologiyalari va jihozlari" kafedrası

**Mavzu: “Velvet matosidan erkaklar sarochkasi yangi madeli dizayn
loyihasini ishlab chiqish va ta’lim jarayoniga tatbiq etish ”**

**BITIRUV MALAKAVIY ISHIGA
TUSHUNTIRISH YOZUVI**

**BAJARDI: 20-10 MDIZ guruh talabasi
Razzoqova Muharram To’lqinovna.**

RAHBAR : ass. Tosheva N.M.

**Bitiruv malakaviy ishi kafedra mudiri tomonidan ko`rib chiqildi va
himoyaga ruxsat etildi.**

"YEST va J" kafedrası mudiri: dots. To’xtayeva Z.Sh.

"MT" fakulteti dekani: dots.O’rinov N.F.

Buxoro - 2014

Мундарижа

Кириш

1. Дастлабки лойихалаш қисми
 - 1.1. Коллекция концепциясини ишлаб чиқиш
 - 1.2. Мода йўналиши асосида моделлар ассортименти таснифи
 - 1.3. Маркетинг тадқиқоти
 - 1.4. Коллекция яратиш талабларини ишлаб чиқиш
2. Лойихалаш қисми
 - 2.1. Коллекцияни композицион ва колористик ечимини танлаш
 - 2.2. Эскизларни лойихалаш
 - 2.3. Кийимга қўйилган асосий талаблар
3. Конструктор - технологик қисми
 - 3.1. Лойихаланаётган коллекция учун материаллар танлаш ва конфекциялаш
 - 3.2. Конструкциялаш усулини танлаш ва асослаш
 - 3.3. Кийим деталларини конструкциялаш
 - 3.4. Ишчи хужжатларни тайерлаш
 - 3.5. Технологик ишлов бериш асослари
4. Коллекция реклама лойихасини ишлаб чиқиш
5. Методика қисми
 - 5.1. Кириш
 - 5.2. Таълим методларини танлаш
 - 5.3. Технологик харита тайерлаш (2 соатлик назарий машғулоти учун)
6. Ҳаёт фаолияти хавфсизлиги қисми

Хулоса

Адабиётлар рўйхати

Кириш

Бугунги куннинг энг долзарб муаммоси - бу жаҳон молиявий инкирози, унинг таъсири ва салбий оқибатлари, юзага келаётган вазиятдан чиқиш ёлларини излашдан иборатдир.

Мамлакатимизда жаҳон инкирозининг салбий оқибатларини бартараф атиш бўйича 2009-2012 йилларга мўлжаллаб қабул қилинган инкирозга қарши чоралар дастури Ўзбекистонни ижтимоий иқтисодий ривожланишнинг энг устувор ёналиши бўлиб қолади.

Инкирозга қарши чоралар дастурининг конкрет бўлимлари белгиланган комплекс чора - тадбирлар, энгил саноатни бевосита қамраб олувчи қуйидаги асосий вазифаларни ҳал этишга қаратилган:

Корхоналарни модернизация қилиш;

Техник ва технологик қайта жиҳозлашни янада жадаллаштириш, замонавий мослашувчан технологияларни кенг жорий этиш;

Экспортга маҳсулот чиқарадиган корхоналарнинг ташқи бозорларда рақобат бардош бўлишини қўллаб - қувватлаш бўйича конкрет чора - тадбирларни амалга ошириш;

Қатъий тежамкорлик тизимини жорий этиш, ишлаб чиқариш харажатлари ва маҳсулот таннархини қамайтиришни рағбатлантириш ҳисобидан корхоналарнинг рақобат бардошлигини ошириш.

Ушбу вазиятларни бажариш мамлакатимизнинг ҳам ташқи, ҳам ички бозорда барқарор мавқега эга бўлишни таъминлаш имконини беради. Бозор иқтисодиётининг шаклланиши ва ривожланиши давомида корхона ва фирмалар маълум қонуниятлар асосида ишчи кучини ишга жалб қиладилар, ривожлантирадилар.

Қўшимча ишчи кучини жалб этиш ҳам шу тариқа олиб борилади. Бу қонуният шундан иборатки, ҳар қандай ишлаб чиқариш фаолияти фойда олишга қарагандир ва ишчи кучига бўлган талаб ҳам шу фойдани таъминлаш доирасида бўлиши шарт. Уз навбатида, фойданинг қўзланган даражасида таъминланиши йирик фойда қутурувчи фаолият натижасида ишлаб чиқарилган маҳсулотга бўлган талабнинг миқдори динамикасига боғлиқдир. Шу жумладан энгил саноат ходимлари корхоналарни қайта қуриш, ускуналарни замонавийлаштириш, ишлаб чиқаришни

комплекс механизациялаш ва автоматлаштириш , юкори сифатли чиройли оёк кийимларни оммавий турига тикадиган , юксак унумли , тезда кайта мосланувчан янги окимларни куриш ёъли билан ишни тубдан яхшилаш керак . Бу вазиятларни муваффакиятли амалгам ошириш учун енгил саноат тармогига карашли корхоналарни техник жихатдан кайта куриш ; яъни янги комплекс механизациялаштирилган жараёнларни , янги техника ва илғор технологияларни жорий этиш , янги материаллардан фойдаланишдир.

Шу билан бирга технологик жараёнларни абтоматлаштириш учун кийим деталларининг контурларини , база конструкцияларни унификациялаш ишларини йўлга қўйиш талаб қилинади . Тайёр кийимни юкори сифатли қилиб ишлаб чиқариш иктисодий жихатдан самарали бўлиши учун махсулотни лойихалаш вақтидаёк бунга замин яратилади .

Юкорида кайд этилган вазифаларни инобатга олган холда **Битирув малака ишнинг мақсади** вельвет матосидан эркаклар сорочкаси дизайн лойихасини ишлаб чиқиш. .

Битирув малака ишнинг вазифалари:

- Коллекция концепциясини ишлаб чиқиш;
- Маркетинг тадқиқотини ўтказиш;
- Коллекция яратиш талабларини ишлаб чиқиш;
- Коллекцияни композицион ва колористик ечимини танлаш;
- Эскизларни лойихалаш;
- Кийимга қўйилган асосий талабларни ишлаб чиқиш;
- Лойихаланаётган коллекция учун материаллар танлаш ва конфекциялаш;
- Конструкциялаш усулини танлаш ва асослаш;
- Технологик ишлов бериш асосларини кўрсатиш;
- Коллекция реклама лойихасини ишлаб чиқиш;
- Таълим методларини танлаш.

1.1. Коллекция концепциясини ишлаб чиқиш

Замонавий дизайнни муаммоларида ижодий концепция муаммоси (асосий ғоя, лойихалаш мақсади ва вазифаларини, маънавий йўналиши) марказий ўринни эгаллайди. Концептуаллик – бу лойиха маданиятнинг моҳиятини асослайдиган умумий ижодий кўрсатмадир. Ижодий концепция лойиханинг қиймати ва маънавий мазмунини белгилайди. Ижодий концепциянинг мазмуни ва характери нафақат муаллифни шахсий дунёкарашини билан, балки лойиха маданияти ва жамиятни ривожланиш асосий рағбатлари билан боғлиқ. Одатда, дизайнда концепциялар муҳим муаммоларни ифодалайди, улар жамиятни ва инсонни ҳаяжонтиради. Дизайн инсонларнинг эҳтиёжини ҳисобга олиши зарур ва уларнинг муаммоларини ечишда ўз ҳиссасини киритиш лозим. Акси ҳолда у маданиятда инсонпарварлик маъносидан ўз мавжудлигиндан машҳур бўлади.

Дизайннинг концепцияларини лойхалаш қуйидаги асосий йўллар билан боғлиқ:

- *баҳолаш йўли* лойихалашни жамият ва инсоннинг турмуш тарзи ва шахснинг турини, ижтимоий ва шу жумлада эстетик қоидалари билан боғлиқ объектив ва субъектив бойликларни яратиш фаолиятини кўриб чиқади;

- *тизим йўли* дизайнер лойихалаш объекти моддий-функционал ва ижтимоий-маданий элементларини ўзаро боғлиқ тизим сифатида кўриб чиқади. Тизим йўли муҳит, унинг элементларини, инсон ва жамиятни иштироғида ўтаётган жараёнлар орасидаги аниқ функционал боғлиқларни аниқлашни кўриб чиқишни талаб қилади. Лойихалашда шундай йўлнинг натижаси – тизимли объектни тузилиши;

- *муҳит йўли* – инсон фазовий-буюм муҳитини, ҳаётий атрофини ўзлаштириш натижасини кўриб чиқади. Инсоннинг фаолияти ва муомаласи муҳитни айрим элементларини биргаликка боғлайдиган марказ ва аниқлайдиган фактор сифатида эътиборга олинади. Бу ҳолда лойихалаш яхлит сиймони яратишга ва муҳитни функционал ташкил этишга йўналтирилган.

Костюм дизайнида мавжуд концепциялар, одатда, ўз давр дизайннинг асосий муаммоларини оқимидадир ва турмуш тарзини ўзгариш умумий рағбатлари билан боғланишидадир. Аммо, бу умумий рағбатлар дизайнда ҳар хил муаллифлар концепцияларида ўзлаштирилади, яъни дизайнерлар буюмнинг функциясига ўзгача қарашади, гардеробни таъминлаш турли концепцияларини тарафдорлари бўлади, ҳар хил шакллантириш усулларни қўллашади, турли турмуш тарзда яшаётган инсонларга ўз кийимини таклиф этишади. Бундан ташқари, кийим дизайнини ўзига хослиги шундаки, концепция матнда эмас, балки визуал шаклда ўз ифодасини баён этади. Модани мавсумий ўзгариш ритм анъанаси кийим дизайнида ижодий концепциясини асосий ўзлаштириш шакли - моделлар намоишдир. Концептуаллик фақат кийим моделлашдагина эмас (гарчи бу энг муҳими бўлса ҳам), балки моделларни танлашда, муайян сиймо яратишда (соч турмак, грим ва б.), мусиқа жўрлигида ва намоиш ўтказиш жойда намоён бўлади.

Дизайнерларнинг муаллиф ижодий концепциялари, одатда, лойиҳа маданиятни ривожланиш умумий тенденцияларидан холи эмас ва дизайнда мавжуд у ёки бу умумий концепцияларга қайд қилмайди.

XX асрда лойиҳалашда икки глобал концепциялари мавжуд: XX асрни биринчи ярмида дизайннинг ривожини аниқлайдиган функционализм; XX асрни охирида постмодернизм (“янги дизайн”, “антифункционализм”).

Функционализмнинг асосий принциплари шаклларни функционаллиги, маъқуллиги ва универсаллиги бўлган. Немис функционализмнинг мумтози Д.Рамс унинг асосий хоссаларини аниқлаган: мураккабликни ўрнига оддийлик, ноодатийни ўрнига одатий, модалини ўрнига узоқ яшайдиган, эмоционални ўрнига функционал, турли таассурот қолдирадиганни ўрнига оқилона бўлиши лозим деб ҳисоблаган. Италиан дизайни назариясида дизайнда модернизмни фарқлайдиган функционал лойиҳалаш йўли лойиҳа онгини “кучли” йўли деб ҳисобланди. “Кучли лойиҳалаш”ни принципиал хусусиятлари қатъий функционализм, илмий-техникавий тараққиётни мақташ, механицизм, рационализм, авторитар лойиҳа–мафкуравий таълимотга интилиш, ижтимоий муҳандисликни принципи, дизайн маҳсулотлар истеъмолчиларни абстракт-типологик моделлаш бўлади. Бу хоссалар давр меъморчиларни (Ле Корбюзье, Гинзбург ака укалар), дизайнерларни (рус конструктивистлар) ва модельерларни (К.Шанель) ижодий концепцияларини ифодалайди.

XX асрни охирида маданиятни янги концепцияси постмодернизмни барпо этиши рўй берди. Бу даврда қатъий хулқ қоидаларни ўрнига плюрализм ва эркин танлаш келди. “Индустриал жамоат” мафкурасини ўрнига “постиндустриал жамоат” концепцияси келди, у ривожланиш ва тарққиёт ғоясига қарама-қарши “таққослаш ва тўплаш” шиорини таклиф қилди.

Янги жамиятда “постиндустриал цивилизация”ни мафкурачиларни фикрлари бўйича асосий омил сифатида капитал ва меҳнатни ўрнига маълумот ва билим, ижтимоий таркиб сифатида эса синфлар эмас, тенг ҳуқуқли “маълумот уюшмалари” бўлиши лозим.

“Компьютер инқилоб”и “глобал информацион цивилизация”га олиб келиши ихтимоли бор. Унинг муҳим хоссалари - ижтимоий ва маданий тизимларни хилма хиллиги, онгни кўп қирралиги бўлади, бойликларни қатъий регламентланган тизими эркинроқ ва индивидуал танланадиган тизимга айланади.

“Очик тизим”лар ғояси замонавий фан ва маданиятни асосий ғояси бўлди. Бу ўзгаришлар фалсафада, меъморчилик назариясида янги концепцияларни пайдо бўлишига сабаб бўлди, улар “постмодернизм” деб аталди. Постмодернизм концепциясида янги даврда европа рационаллигини инқирози ўз аксини топди. “Янги фикрлаш” онгда “идеал бут”лардан воз кечишни тарғиб қилади. Бошқача этганда, постмодернизм инсоннинг барча фаолият турларида радикал плюрализмни, яъни бирликдан воз кечиб, кўпликни даъво этишни талаб қилади: фалсафада – янги даврнинг метафизика онгини радикал ўзгартиришини; сиёсатда – марказлаштирилмаган сиёсатни; эстетикада – юқори ва оммавий маданиятларни боғлиқлигини ва анаъналарга қайтишни назарда тутди.

Постмодернизм онгли эклектикаликка, мозаиккаликка ўтишни, анаънани пародияга оид қайтадан кўриб чиқишни, классика ва авангардни, паст ва баландни, элитар ва оммавийни аралаштиришни назарда тутди.

Постмодернизмга оид рағбатлари XX асрни охирида меъморчилик постмодернизмида, тасвирий санъатни “янги тўлқин”ида (трансавангард, “янги ёвойилар”, “маданий рангтасвир” “эркин фигуративлик”, “янги тўлқин”нинг графикаси), “янги дизайн”да ўз ифодасини топди. Янги йўналишнинг энг принципиал хоссаларидан бири эклектизмдир. “Радикал эклектиклик” ҳар хил услубий чегараланишдан эркин “очик шакл” эклектикасини назарда тутди. Эклектизм нафақат услубий йўналишлар орасида қарама-қаршилиқ йўқлигини ва уларнинг тенг ҳуқуқликни бирга мавжудлиги, балки замонавий меъмор, рассом ва дизайнерларнинг ижодини асосий усули сифатида ҳам тушунилади.

Дизайнда “янги тафаккур” инсонпарвар-экологик йўналтирилган фикрлашнинг тимсоли, дизайнер касбининг йўналиш стимули, дизайнда “муҳит йўл”ини барпо этилишидир. “Янги дизайн”, биринчидан, дизайнер ва истеъмолчини ўз ижодий фикрини эркин ифодалаш учун постулатига, иккинчидан, “лойиҳа реализм”и постулатига ва, учинчидан, принципиал концептуал, типологик ва жанр плюрализм постулатига асосланади.

Италиан назариячиси А.Манчини лойиҳалаш янги парадигмасини пайдо бўлишига олиб келган қуйидаги асосий сабабларни келтирган:

- дизайннинг иерархик моноцентриклик моделини инқирози – постмодерн даврида бир марказ мавжуд эмас. Компьютер инқилоби корхонани тик иерарх таркибини ўзаро ижодий алоқалашган профессионал-ижрочиларни ётиқ тармоғига алмашишга олиб келади;

- тараққиёт ва утилитаризм ғоясининг инқирози. Фойдалиқ критерий ўйин ва гендонистик лаҳзаларига тан берди;

- механицизм инкирози – техникани минитатюризациялангани функциянинг ташки моддий кўрсаткичини йўқолиши. Роботланган корхоналарни мослашувчанлиги, катта серияли корхоналарни минитатюризациялангани ва хунармандчилик корхоналарни аҳамияти қайта тикланиши дизайнда шаклланишга технологик ва корхона чекланишларни бартараф қилди;

- стандарт ва тартибни инкирози. “Янги дизайн” асосий принцип функционализмдан (шакл функциясига риоя қилади) ва “яхши шакл” тушунчадан воз кечди.

“Яхши шакл”нинг (“соф шакл”) муайян критерийлари номаълум тушунча “очиқ шакл” билан ўзгартирилади. Энди “яхши шакл” эстетикаси “айрим синфларни эстетик кодлашни эскирган тизими” деб тан олинади. “Яхши шакл” “яхши дид” каби муайян ижтимоий ҳолатнинг эстетик рамзи сифатида қабул қилинади.

Замоонавий инсонни эстетик эҳтиёжларига “янги шакл” жавоб бермайдиган бўлди; шаклни афзаллиги энди унинг тартибга солишни ва жипсланганлигида эмас, балки шахсни эмоционал бойитадиган сиймолигидадир. “Янги дизайн” “яхши шакл”дан айна умумий намуна сифатида воз кечади, аммо бу “яхши” ёки “соф шакл” замонавий дизайнда ижодий концепцияни асоси бўла олмади. 1990 йй. дизайнда минимализмнинг зафари буни исботлади. Аммо минимализм дизайнда ягона бўлган йўналиш сифатида талқин қилинмаганди, балки кийим дизайнида унга қарама-қарши деконструктивизм ва тарихийлик билан дўстона бирга мавжуд бўлган.

“Янги дизайн” италиян нақлини асосчиси Э.Стоссас (италиан дизайнида янги тамойиллари 1950-1960 йй. пайдо бўлганди) “бўш лойиҳалаш” концепциясини таклиф этган. Унинг фарқловчи хусусиятлари маданият феноменларни ва ижодий жараёнларни инсонпарвар ўрганиш, жонли интеллектни ва инсон билимни сунъий ва эгасизликдан устунлиги, плюрализм ва радикал эклектизми бўлди. Эстетик плюрализм кийим дизайнида таърифлайдиган рағбат бўлди ва замонавий модани ўзгаришига олиб келди: 1970 йилдан бошлаб барча учун модали стандартларни ва намуналарни буюриб турган “ягона мода мавжуд эмас, балки кўплар учун ҳар хил дизайн” шиори қанчалик муҳим бўлса, шунчалик замонавий мода битта мода йўналишини таклиф этмасдан, балки ҳар хил истеъмолчилар учун кўп модаларни ва услубий йўналишларни тавсия этади. 1970 йилдан бери эстетик плюрализм устунлиги ҳар хил ижтимоий гуруҳларида турли эстетик эҳтиёжлари мавжудлигига олиб келди. Кийим дизайни истеъмолчиларни кичик гуруҳларнинг эҳтиёжларини назарда тутиб, лойиҳалаш мақсадларини дифференциацияланмоқда.

Плюралистик кўпинча индивидуаллик сифатида тушунилади. Бу кийимга муносабатни ўзгартиради, энди кийим ижтимоий идентификация воситасигина эмас, балки шахснинг ижодий ифодасидир. Замонавий дизайн ҳар бир инсоннинг индивидуаллигини мужассам этиш ҳуқуқини тан олади ва, демак, ҳар бир инсоннинг шахсий турмуш услуби ва унинг ўз эстетик эҳтиёжининг ҳуқуқи бўлишини тан олди. Машҳур италиян дизайнери Дж.Армани “костюмнинг қуллиги” билан курашмоқда. Унинг фикри бўйича “шахс ўзи ўз услубини танлаб олади, гарчи эклектика элементлари бўлса ҳам, аммо у алоҳида, субъектив бўлади. Аллақандай қойидаларни ва амрларни зўрлаб ўтказиш мумкин эмас”. Буюк француз кутюръеси Ив Сен Лоран этган: “Мода – бу униформа эмас. Унга албатта бирорта ўзиникини, индивидуаллигини киритиш лозим. Мода шахсга устунлик қилмаслиги лозим, аксинча, унинг хоссаларини бўрттириб кўрсатиши лозим”.

Ижодий концепцияларнинг таҳлили нуктаи назаридан костюм моделлаш тарихини ўрганиш кийим дизайнини ривожланиш мантиқасини аниқлашга, турмуш тарзини ўзгариши сабабли профессионал фаолиятнинг мақсадлари ва вазифаларини ўзгаришига имконият тўғдиради. Барча тарихга кирган инқилобчи ва ўзгартирувчи машҳур модельерлар (П.Пуаре, К.Шанель, Э.Скапьярелли, К.Диор, К.Баленсиага, М.Квант, А.Курреж, Ив Сен-Лоран, И.Мияке ва б.) жамият ва турмуш тарздаги ўзгаришларни, инсонни янги сиймоларини пайдо бўлишини ифодалашган, янги ижодий концепцияларни таклиф этишган.

Замонавий дизайнда кўпгина ижодий концепциялар мавжуд – муаллифлик концепцияларидан бир қатор йўналишларгача (масалан, минимализм, деконструктивизм). Баъзи дизайнерлар модани тез ўзгариш тарафдорлари, бошқалари эса классик услубини яратишга интилади; битталари яхлит эстетик намуналарни яратади, бошқалари эса кийимни трансформация этиш имкониятини қўллашади; битталари ўз асарларида истеҳзо ва ҳазил киритса, бошқалари эса кучли ҳис ва истироб тўғдиришга интилиб, томашабинни хижолатда қолдиради.

Умуман костюм дизайнерлар ижодини концептуализациялашга рағбатини кучайишини қайд қилишимиз мумкин (масалан, Р.Кавакубо, Х. Чалоян, Х.Сторей ва бошқаларнинг ижоди).

Мода йўналиши асосида моделлар ассортименти таснифи

Мода турмушнинг ташки кўринишида , асосан кийимда намоён бўладиган бирон диднинг муайян ижтимоий муҳитга озроқ вақт ҳукмрон бўлиб туришдир . Мода билан услуб ўртасидаги фарқ замида уларнинг ижтимоий вазифалари ётади . Услубда жамиятнинг ўтмишига ва теварак атрофига , дунёга муносабати умуман ифода топса , мода ана шу жамият ичидаги замондошларнинг

ўзаро боғлиқлиги акс этади . Олдинги жамият бир қисмининг диди , ўзгариши натижасида келиб чиққан мода кейинчалик услуб яратилишининг дастлабки моменти бўлиб қолиши мумкин .

Бу иккала тушунча бир-бири билан ўзаро мустахкам боғлиқ бўлиб , бир -бирига динамик нисбатда бўлади . Жамиятнинг ишлаб чиқаришдаги техника - факт , информация турмушдаги ўзгариб турувчи шароитни давр бадиий диди билан мослаштиришга бўлган эҳтиёжи услуб билан модани ҳаракатлантириб туради . Бошланғич барқарор шакллар ишлаб чиқариш услубининг вазифаси бўлиб , янги янги формалар қидириш моданинг улуши бўлади .

Санъат таракқиётида мода эксперементатор ва разветкачи ролини ўйнайди .

Мода - бу таклид ва янгилик , лекин бунда ҳамма вақт янгиликга ёки ғайритабиийликга таклид қилинавермайди . Шахс билан жамиятнинг ўзаро муносабатида таклид билан бир қаторда бунинг акси бўлган ходиса - ўзига хослик намоён этиш ҳам бўлади .

Кейинги вақтларда мода шу қадар демакратик ва сахий бўлиб қолдики , гўё ҳамма нарса : елканинг ҳар қандай кенглиги , ҳар қандай узунлик ва ранглар ҳаммаси , шунингдек комплекдаги нарсаларнинг микдори ва нисбати гўёки мода талаблари даражасида .

Бирок бу янгиликларнинг ҳаммасини билиб олиш учун ҳамиша ҳам ўз дидингиз етарлича бўлмаганлиги сабабли "мода ориентирлари" деган профессионал кишиларнинг тавсияларидан фойдаланиш зарур . мутахасислар ўз фикрларини радио , телевидения ёки мадбуотдаги мода - журналлари орқали етказиб турадилар .

Тарихга назар ташласак қадимдан инсон онги , ҳаёти тараккий эта борғач ўз - ўзидан инсон ташки кўринишининг гўзал , кўркам бўлишига алоҳида эътибор бера бошлаганининг гувоҳи бўламиз . Айниқса аёллар кўркам , бежирим либослар билан ясанишга интиланган . Жамият ривожланган сари нафакат аёллар , балки эркеклар ҳам кўркам , замонавий кийинишга интилишган ва бу нарса ҳозирга қадар давом этиб келмоқда . Эркеклар учун ишлаб чиқарилаётган кийимлар - замонавий мода йўналишида алоҳида мустақил ўринни эгаллайди .

Эркеклар кийими икки йўналишда ривожланмоқда :

- ўтган йиллар моддасидан ғоя излаш ;
- мода тарихига назар ташлаб янги образли йечимлар топпиш .

Эркеклар кўйлаги асортименти ўтиб кетган йиллар билан такқосланганда унчалик ўзгармаган : енги узун , калин матодан тайёрланган кишиги кўйлақлар , енги калта, енгил , юпқа газламалардан тайёрланган ёзги кўйлақлар классик услубда .

Мода йўналишига кўра факат конструктив элементларда ўзгариш сезилади , буларга ёка узунлиги ва шакллари, планкалар ўлчамлари , чўнтақлар жойлашуви ва ҳажмлари , турли қопқоқ ва методларнинг ишлатилиши ва хоказо .

Мавзу бўйича танланган эркеклар кўйлаги моделлари замонавий мода йўналишини ўрганган ҳолда унга мос равишда танланган .

Бу кўйлақлар ўзининг ташки кўриниши , силуэти , конструктив элементлари билан жуда бой, замонавий ва кўркамдир . Лойихаланаётган эркеклар кўйлақлари жаҳон бозорида бемалол рақобатбардош бўлиши мумкин . Шунинг учун ишлаб чиқаришга тадбиқ этиш тавсия этилади.

1.3.Маркетинг тадқиқоти **Ёзги эркеклар коллекцияси таҳлили.**

Бу ёзда эркеклар нима кийишади? Бу саволга дизайнерлар аниқ жавоб беришиб, бир қатор ғояларни таклиф этишди. Ноанъанавий коллекцияларнинг кўпчилиги орасида 6 та энг қизиқарлисини ажратиб кўрсатиш мумкин бўлиб, уларнинг ифодасини ҳаётга тадбиқ этса бўлади.

Marni ёзги колекциясида талаба қиёфасини ишлатишга қарор қилишди. Анъанавий шортлар, кўйлақ, галстук – айнан шу йўсинда бренд дизайнерлари мазкур фаслда кийинишни тавсия этишади. Мазкур қиёфани ботиноклар, ойнали кўзойнақлар ва катта ҳажмли сумкалар билан тўлдирганда casual услубидаги анча қулай шахар қиёфаси вужудга келади.

Missoni ёзда оддий карамель гаммасини таклиф этишади, жигарранг ва сарғиш тусдаги тиззадан сал юқори шортлар, енгил трикотаж градиент пуловерлар ва футболкалар, шунингдек сарғиш ботиноклар. Буларнинг бари тубдан тажрибаларни ёқтирмайдиганлар, қулайлик ва ихчамликни афзал билганлар учун тўғри келади.

Fendi коллекциясида ёзги эркеклар қиёфаси – педант ва сал киноялиди. Оқ-қора турли футболкалар, аквамарин рангли шортлар, қулай брюк ва футболкалардан иборат костюмлар, шунингдек лакли ботиноклар ва турли рангли лоферлар – буларнинг бари ёзга ва ҳатто илк куз учун қизиқарли ечим бўлиши мумкин.

Дизайнер **Kristopher Kane** ўзининг ёзги коллекциясида баланд рангли абстракт принтларни тарғиб этади. Ёрқин расмли жиддий куйлақлар, принтли комплектлар, қорамтир футболкалар – булар ёзги эркақлар гардеробига бемалол киритилиши мумкин. Айниқса принтлари ҳаммабоп кўк рангли джинсалар билан уйғунлашадиган футболкалар ва майкалар қулайдир.

Calvin Klein Collection ёзги эркақлар коллекциясида рангли принтлар билан ҳайрон қолдиришди. Қора, оқиш ва кулранг тусдаги куйлақлар, футболкалар ва шортлар бу принтлар бўлмаганида умуман зерикарли ва ноқизиқ бўларди. Мазкур принтлар кўзга ташланадиган, аммо шу вақтнинг ўзида вазмин, ноанъанавий ва беҳашамдир – мода тажрибалари учун кўнгилдагидек мавзудир.

Balmain ўзининг “милитари” услубидаги фирма чизиғини давом эттириб, салқин ёз кечалари енгил икки ёнли пиджақларни ва охириги тугмасигача ўтказилган куйлақларни таклиф этишади. Бренд дизайнерлари равшан-қорамтир ранглар гаммасига урғу бериб, унда асосий ўринни оқиш, тўқ-жигарранг, қора ва ҳақки туслари эгаллайди. Бу барча ранглар ҳар кун кийиш учун яхши бўлиб, демак, таклиф этилган қиёфаларни инобатга олиш яхшидир.

Таклиф этилган брендлар асосан аёлларга йўналтирилгандир. Ҳеч нима янгиликни ўйлаб чиқиш зарур эмасдир. Эркақлар учун аънавий кийимдан яхшиси йўқ. Аънавий куйлақ ва шимлар – ёз учун энг яхши ечим. Асосийси бу материалдир. Албатта бичими ҳам яхши бўлиши керак.

1.4. Коллекция яратиш талабларини ишлаб чиқиш

Коллекцияни лойиҳалаш. Коллекция (лот. коллектио - тўплам) - илмий, тарихий ёки бадиий қизиқишни ифодаладиган, ўхшаш буюмларни тизимга солинган тўпламидир. Костюм дизайнда коллекция қуйдаги бирликни барпо этадиган ҳар хил мўлжал учун моделлар серияси: муаллиф концепцияси; сиймо; коллекцияда қўлланган материаллар; ранг ечими; шакл; базавий конструкциялар; услубий ечим; ва ҳ.к.

Коллекция турли элементлардан ташкил топиши, яъни, бу ансамбллар, комплектлар, алоҳида буюмлар, қўшимчалар ва безаклар бўлиши мумкин.

Костюм коллекциясининг турлари. Коллекцияда бир неча турлари яратилади: М

- перспектив коллекцияларда келажак моданинг кўрсатилади, одатда, келажак мавсумда янги услублар ва рағбатлар тақдим этилди. "Юқори мода"лар коллекцияси (етақчи Мода уйлариники) ва дизайнерлар яратган "прет-а-порте" коллекциялари перспектив коллекцияларига киради. Бу коллекцияларга ноёб шакл ва силуэтлар, ажойиб сиймолар, материаллар технология ва конструкциялар билан тажриба ўтқазилиш ҳосдир. Истиқбол коллекциялар келажак инсонларнинг сиймосини тақдим этишади, шунинг учун уларни лойиҳалашда моданинг прогнози, турмуш тарзини тараққиёти, иқтисодий Мвазиятни прогнози ва б. бўйича маълумотлар инобатга олинади. "Прет-а-порте" коллекцияси конкрет фирманинг базавий санотига оид коллекцияси ҳам бўлади;

- базавий саноатга оид коллекциялари бевосита тадбиқ этиладиган ассортимент концепциясини тавсия этади. Уларда модани актуал ёъналишлари кўрсатилади ва омабоп ишлаб чиқаришга мўлжалланади. Схундай коллестиялар мода ярмаркаларида савдо ходимлари учун Мнамойиш этилади (масалан, Париж салоида ёки Дюсселдорф мода ярмаркасида). Саноатга оид коллекцияларга синовдан ўтган "мўтадиллаштирилган" шакллар ҳос. Бу коллекцияларда модага оид рағбатлар муайян таркибли ва рангли материалларда ўз Максини топади;

- муаллиф коллекцияларида дизайнерларнинг ижодий концепциясини акс этади. Сҳахсий буюртма ёки оммабоп имстеъмолчига мўлжалланган маҳсус моделерлар яратган "Юқори мода ва Прет-а-порте" коллекциялар халқаро кўрғазмаларида ва ярмаркаларида, кечки клублар, презентацияларда, ижодий конкурсларда намойиш этилади;

- маҳсус мўлжал учун коллекциялар, масалан, форма кийими коллекциялари, мактаб фомаси коллекциялари.

Янги коллекциялар устида ишлаш. Янги коллекциялар яратиш учун қуйидаги тартиб назарда тутилади:

- моданинг прогнози асосида перспектив мода концепцияси тузилади, яъни материаллар коллекцияси, Муларнинг таркибида тенденстиялар ва модали ранг гаммаси мавсумдан бир ярим йил олдин материаллар саланида намойиш этилади (масалан, "Премер Висион" Париж салоида ва Франкфурт-Майнда "Интерштофф" материаллар ярмаркасида);

- юқори модани перспектив коллекциялари яратилади, улар мавсумдан ярим йил олдин намойиш этилади; баҳор-ёз мавсуми учун - январда, куз-киш учун - июлнинг охири августнинг бошида (гарчи унда тавсия этилган услублар ва оммабоп модадаги тенденстиялар анга кечроқ амалга ошиши

мумкин), ва шунингдек "прет-а-порте" коллекциялари мавсумдан этти-саккиз ой олдин намойиш этилади: баҳор-ёзги - сентябр-октябрнинг бошида, куз-кишги - февралда яратилади ва ишлаб чиқарилади;

- саноатга оид оммабоп коллекцияларини юқори модада "прет-а-порте" коллекцияларида тақдим этилган перспектив тенденцияларивожлайди. Янги услублар оммабоп ва перспектив коллекцияларида тақдим этилагандан сўнг, тахминан 1,5-2 йилдан кейин ишланади, баъзи ундан ҳам кечроқ. Эркаклар модасининг тенденцияларитўғрисида шуни ҳам айтиш мумкин-ки, у аёллар модасига нисбатан 1,5-2 йилга "кечиқади".

Саноатга оид оммабоп коллекцияни ишлаб чиқариш жараёни бир неча босқичлардан иборат.

Ишлаб чиқаришнинг биринчи босқичида (лойиҳалашда дастлабки тадқиқотчилар босқичи) қуйидаги ишлар Мқилинади:

- истеъмол ва талабнинг объектив омилларини ўрганиш: аҳолининг даромадини, чакана савдони, тўлов оборотини, аҳолининг жон бошига даромад даражасини ва б. динамикаси;

- истеъмолчининг типологик хоссаларини аниқлаш (маркетинг тадқиқотлари);

- истеъмолчининг аниқланган талабларини ва истеъмолчилар гуруҳининг баҳоли ориентастияси билан ўзаро боғлиқлиги.

Йирик компанияларда дизайн стратегиясининг тадқиқот этиш учун махсус ташкилотлари мавжуд, улар истемочиларнинг талабларини ва хулқини таҳлили билан шуғулланади ва фирмага оид услубни, муаммоларни аниқлашади. Бу тадқиқотлар ижрочилар учун лойиҳалаш жарёнига асос бўладиган тавсияларни беришади (истеъмолчилар гуруҳи, таблаб қилинган коллекция услуби, ассортиментнинг афзал турлари, буюмларга тавсия этилган баҳолари ва б.).

Истеъмолчиларнинг типологик хоссаларини аниқлашда қуйидаги омилларига эътибор берилади: жинс ва ёши; размери ва бўйи; тўлалиги; мода ориентастияси; эстетик истакларнинг шаклланиш даражаси.

Истеъмолчилар шартли равшда тўрт гуруҳга бўлинади.

Коллекция яратилганда, дизайнер харидорларда савдо маркасининг обрўсини ҳам инобатга олиши лозим.

Шундай дифференсациянинг зарурлиги ва потенциал харидорларни кўпайтириш истаги 1980 йй. коллекциянинг сонини кўпайтиришга олиб келди. Асосий эркак ва аёллар кийимлари коллекцияларига ёш истеъмолчига мўлжалланган ва арзонроқ нархда сотиладиган "параллел" коллекцияларни ва бошқа ассортимент ва мўлжалга оид коллекциялар билан мода бозори қўшимча тўлдирилади. Италиялик дизайнер Дж.Армани бу ёъналишда биринчи бўлиб ўз "мода империя"сини кенгйтира бошлади. "Гиоргио Армани" маркали қимматбаҳо аёллар ва эркаклар кийимлари коллекцияларидан ташқари у ҳозир "Ману", "Емперии Армани", "Армани Ехчанге", "Воргоноуво/21", "Армани жеанс" ва "Армани голф" (қимматбаҳо спорт кийими) параллел коллекцияларини ишлаб чиқармоқда. Амалда бу ёълдан барча машҳур дизайнерлар кетди.

Ҳар бир шундай коллекцияни ўз аниқ харидори бор, уларнинг талабларини ва психологик қиёфасини коллекция яратувчилари аниқ тасаввур этишади. Потенциал харидорларнинг сонини Мқўпайтириш учун кўп фирмалар ҳар хил истеъмолчилар гуруҳларига мўлжалланган (консерваторлар ва пешқадамлар) моделлар коллекциясини яратишади. Масалан, юқори сифатли престиж эркак кийимлари билан машҳур бўлган таниқли немис фирмаси "Хуго Босс" ҳар бир мавсумда уч коллекцияни тайёрлайди. Ҳар бир ёъналиши маълум Мистеъмолчига мўлжалланган:

- "Босс" - мувафақиятли яхши кийинадиган, мода билан қизиқадиган аммо кўзбўямачиликка Минтилмайдиган ишбилармон учун;

- "Балдессарини"- "Босс" фирмасининг кийимини киядиган бошқаларга ўхшамасликка интилиб, деталларга, матоларга эътибор беради ва яна унинг кийими "зерикарли" бўлмаслигини ҳоҳлайди;

- "Хуго" - мода билан ҳақиқатдан ҳам қизиқадиган ёшлар учун, улар модани яхши билишади ва бошқалардан кескин фаркланиш учун, қандайдир ўзига ҳосликни қидиришади.

Иккинчи босқичда (лойиҳалаш ва моделлаш) шакллантириш усулларни аниқлашда тадқиқотларнинг натижасини амалга оширилади. Бу босқичда коллекциянинг ғояси материалда ифодаланади. Коллекциянинг ғояси юқорида кўрсатилган талабларга биноан конкрет моделларда амалга оширилади. Бу ҳолда юқори мода, "прет-а-порте" ва саноатга оид коллекциялар яратилганда албатта уларни ўзига ҳос спестификастиялари инобатга олинади.

Франстуз кутюреси К.Диор "Кристиан Диор ва мен" номли ўз асарида юқори мода коллекция яратиш Мкетма-кетликни баён этган. Бу китоб чоп этилган вақтда юқори мода Мяратишда К.Диорнинг усули анаънавий бўлмаган. У моделлашни газламадан эмас, эскиздан Мбошлаган. Аммо, кейинчалик юқори мода уйларида янги ғояга қизиқиш йетакчи рол ММўйнайдиган бўлди ва коллекция яратишда К.Диор тавсия этган босқичлар анаънага айланди. МК.Диор коллекция яратиш учун кетма-кетликни тавсия этган босқичлари Манаънага айланди.

"Студия" деб номланган биринчи босқичда:

- табиий ва бошқа шаклларнинг ассоциациялари асосида бўлажак коллекциянинг илк хомакилари ишланади ва моделлар эскизлари яратилади

- бўлажак коллекциянинг ғоялари муҳофафа қилинади, энг яхши эскизлар танланади ва коллекциянинг асосий ғоясига биноан қўлдан чиқарилади, танланган эскизлар асосида моделлар макетлари ишлаб чиқарилади, безак турлари танланади. Битта эскиз бўйича газламадан бир неча макет яратиш мумкин ва уларнинг ичидан энг яхшиси танлаб олинади;

- коллекциянинг моделлари макетлари муҳофафа қилинади ва энг сўнгги танлов қилинади.

"Устахона" деб номланган иккинчи босқичда:

- коллекция намойиш этиш учун режа тузилади;

- моделларни намойиш тартиби аниқланади;

- намойиш режиссураси аниқланади.

"Салон" деб номланган учинчи босқичда моделлар коллекцияси истеъмолчиларни назорат гуруҳида синаб кўрилади.

Тўртинчи босқичда янги коллекциянинг реклама асоси лойиҳаланади.

Саноатга оид оммабоп коллекцияни лойиҳалаш. Эскизларни яратиш аввал коллекциянинг концепсияси, ассортименти, ҳом ашёси, моделларни нимага мўлжалланганлиги аниқланади.

Биринчи босқич - "яратиш". Бу босқичда бўлажак коллекциянинг муайян ранг гаммаси, конкрет матога, этакчи силует (силуетлар) ва коллекция услубига мос эскизлари ишланади.

Иккинчи босқич - коллекцияларни режалаштириш. Коллекцияда моделлар сони аниқланади, улар муайян фирманинг баҳолаш сиёсати, тақсимлаш усуллари, бир йилда чиқарилган коллестиялар сони билан боғлиқ, кейн матода қилинадиган моделларнинг дастлабки танлови ўтказилади.

Учинчи босқич - моделларни ишлаб чиқиш. Эскиз асосида коллекция учун газлама танланади. Моделнинг конструкцияси текширилади, нуқсонлари тузатилади. Моделнинг конструкцияси кўпинча конструктив моделлаш усули ёрдамида бажарилади. Кейин манекеншчисталар учун матодан модел тикилади.

Тўртинчи босқич - моделларни танлаш ёки коллекцияни "ўтоқ" қилиш - расмий намойишдан аввал моделлар танланади. Одатда танловда компания директори, сотув бўлимининг ходимлари ва асосий буюртмачи қатнашади. Талаб тенденциялари бўйича маълумотлар асосида энг фойдали ва муваффақиятли моделлар танланади. Шу билан бирга манекеншчисталарнинг фикри албатта инобатга олинishi керак. Танлаш усуллари фирмани сиёсатига боғлиқ, аммо ҳар қандай ҳолда коллекциядан бир неча моделлар қолади, улар ҳам баҳоланади.

Бешинчи босқич - андозаларни ишлаб чиқиш. Андазларни ишлаш қиммат бўлгани боис, улар коллекция батомом ишлаб чиқилгандан сўнг қилинади. Компютер технологияларни қўлланиши бу босқичда ҳаражатларни анча камайтиради.

Олтинчи босқич - корхонада ишлаб чиқариш. Дизайнерлар коллекциясининг серияси тикилади, моделлар серияси сони фирманинг баҳолаш сиёсати билан боғлиқ.

Еттинчи босқич - коллекцияни тақсимлаш ва рекламаси. Бунда нафақат савдо муассасасининг ходимларигина эмас, балки саноатга оид кўргазма ва ярмакаларда, фирма реклама ва оммавий ахборот воситалар ходимлари фаол қатнашишлари лозим.

"Прет-а-порте" саноатга оид коллекциясини яратишда бир неча тафовутлар мавжуд. Бу ҳолда ишлаб чиқариш босқичига коллекцияни дастлабки намойишдан сўнг киришлади. Дизайнда моделлар намойиши рекламанинг илк ва асосий шакллари дидир, модали мансабга эришиш учун дизайнерлар орасидаги рақобат курашида кучли реклама восита дидир. "Прет-а-порте" ҳафтаси доирасида ўтказиладиган моделлар намойишида (Париж, Нью-Ёрк, Милан, Лондон, Барселона, Дюсселдорф, Москва, Санкт-Петербург) энг аввало матбуот ходимлари (атоқли фотосуратчилар, мода журналлари муҳаррирлари, мода шарҳловчилари) ва савдо ходимлари таклиф этилади. Намойишдан сўнг байерлар (йирик универмаг ва бутиклар учун моделларни сотиб оладиган мутахассислар) фирмалар билан шартномалар тузади. Бундан сўнг келгуси мавсумга танланган моделларни ишлаб чиқарадиган тиражи аниқланади.

Саноатга оид коллекция бир қатор ассортимент коллекцияларидан иборат, чунки замонавий оммабоп модада комплеклар устунлик қилади, алоҳида ассортиментнинг оммабоплиги сақланган ҳолда. Ассортимент коллекциясини устидан ишлаш ўзига ҳослигига эга ва қуйидаги босқичларидан иборат:

- эҳтиёжларни қондириш учун муайян ассортиментнинг меъёрини аниқлаш;

- муайян ассортимент коллекциянинг истеъмолчиларнинг ёш ва размери, тўлалик гуруҳларини кўрсаткичларини аниқлаш;

- перспектив коллекциянинг этакчи силуетларига биноан истеъмолчиларни мода эҳтиёжларига мос силуетларни аниқлаш. Бунинг учун тақдим этиладиган коллекцияларда янги моделлар қаторида классик ва ҳорижий моделлар бўлиши лозим;

- тавсия этилган силуетларига материалларни танлаш;

- силует шакллarning конструксиясини ишлаб чиқиш;
- базавий таркибнинг модел элементларини билан тўлдириш натижасида конструктив асосини ишлаш.

Натижада битта конструктив асосида мини-коллекция барпо этилади. Бир неча шундай мини-коллекциялар қўшилишидан ассортимент коллекцияси пайдо бўлади.

Саноатга оид коллекцияни лойиҳалаш босқичида унификация ва стандартизацияни қўллаб, кийимнинг элементларини конструктив-технологик узеллари ва деталлари каталогини тузиш керак. Бу янги моделларни ишлаб чиқариш жараёнида вақт ва воситаларни тежайди.М

Коллекциянинг таркиби. Коллекциянинг яхлитлигини таъминлаш учун қуйидаги қоидаларни эътиборга олиш керак:

- услубий йечимнинг яхлитлиги;
- коллекция сенарийсини тузиш, яъни коллекцияни композицион тузилиши;М

Коллекция яхлитлигининг зарурий шарты - коллекциянинг кулминацияси, яъни композицион марказнинг мавжудлиги. Умумий қойида бўйича уч композицион марказ бўлиши керак:

- бош (намойишни очадиган биринчи модел ёки моделлар блоку), кулминация (намойишни ўртаси) Мва якуний (намойишни якунлайдиган модел ёки моделлар блоку);

- қаторни тонал риволанишини тузиш;

- тонли ва колористик композицион марказларни бир-бирига тўғри келадиган ҳолда рангли ривожланишини тузиш;

- қаторнинг таркибий тузилишини аниқлаш:

- 1) стабил элементларни таҳлил этиш (силует, пропорциялар, ритм, вазнлар);

- 2) мобил элементларни таҳлил этиш (безак, фактура, конструктив ва конструктив-декоратив чизиқлар, қўйма деталлар);

- бўюмларни ишлаб чиқаришга технологик принципларнинг ўхшаши.М

Кўпинча коллекция мўлжал, силует ва ранг бирлиги билан бирлашган моделлар блокидан иборатдир. Анаънада юқори мода коллекцияси қуйидаги "чиқиш" - блокларидан иборат: устки кийим М(палто, плащ, костюмлар мавсумга биноан), костюмлар, кундузги қўйлақлар, калта кечки қўйлақлар, узун кечки қўйлақлар, тўй либослари.

Аммо К.Диорнинг дастуридагидек замонавий модада шундай аниқ ассортимент гуруҳлари мавжуд эмас. Баъзи дизайнерлар умуман коллекциянинг анаънавий блок таркибидан воз кечишади, ижодий концепсиясидан ташқари ўзаро боғлиқ бўлмаган алоҳида моделларни намойиш этиб (бу айниқса костюм дизайнида деконструктивизм тарафдорларига таялуқли). Аммо, дизайнерларнинг кўплари коллекциянинг анаънавий таркибига риоя қилишади: устки кийим; кундалик кийим; дам олиш, спорт, туризм ва б.; башанг, байрамга оид, кечки кийим; махсус тантанали кийим, тўй либослари; тантанали воқеалар учун кийим.

2.1. Коллекцияни композицион ва колористик ечимини танлаш

Рангларнинг психологик хоссаларидан яна бири ранг товушининг одамга сезилишидир.Одамларнинг сезиши бўйича қизил ранг ,жаранглаган, мовий, яшил ранглар “тинч туйилади”.

Кўпинча рангга бўлган муносабат мусикага бўлган муносабатга ўхшайди-минор (ғамгин) ёки мажор (қувноқ) ранг ҳам худди мусика сингари одамнинг кайфиятига таъсир кўрсатади.

Рангларнинг психологик хоссаси таъм ва ранг тусига боғлиқ. Ранг захарли, нордон, аччиқ ва бошқа таъмли бўлиши мумкин.

Турли маданиятларда биз ҳар хил ранглар жилоси , уларнинг мослиги ва рамзлари , ранг турлари , овоз ва ўзаро боғлиқлигини кузатамиз. Масалан қадимги хиндларда ўзаро боғлиқлик схемаси мавжуд. Бунда , овоз, ранг, таъм,мат, ўсимлик, жисмоний сезиш ва инсон танасининг маркази бўлган чакрасининг ўзаро бир бирига боғлиқлиги.

Либосларнинг ранги ва ранг бирикмалари тенгланганда одамнинг жинси, психологик тури ва кийими нимага мўлжалланганлиги эътиборга олиниши лозим.Аёллар либоси эркақлар либосига қарганда ёрқин рангда бўлади.Ёш болалар кийими оч пастел рангли, ўрта ёшлиқларники эса ёрқин соф рангли, катта ёшлиқларники эса тўқ рангли бўлиши тавсия этилади. Ўспиримларнинг либослари ранг-баранг қилиб танланади.

Одамнинг гавда тузилишига биноан ранг танланганда рангларнинг физик ва психофизиологик хусусиятлари эътиборга олиниши лозим. Масалан, қора ва “совук” хроматик ранглар фигурани кичикроқ қилиб кўрсатади, оқ ва “илиқ” ранглар эса катталаштириб кўрсатади.

Рангларни танлашда одамларнинг психофизиологик тури (холерик, сангвиник, меланхолик) ҳам эътиборга олиниши лозим. Уларнинг ташки кўриниши бир хил бўлса ҳам, либос ранги ҳар хил бўлади. Меланхоликлар либосларида оддий ва сипо рангларни танлайди.

Келтирилган чакралар сони қадимги хиндлар фикрича еттита бўлади.

Рангнинг “оғир” ёки “енгиллигига” қараб , модел ёки буюм ҳақидаги тасаввурга эга бўламиз. “Тўқ” рангли оғир, “оч” рангларни эса енгил тасаввур этамиз.

Ранглар физик хоссаларининг таъсири кўркамлик ва салобатлилиқ таасуротини беради. Кўпгина тадқиқот ўтказган олимларнинг асарларидан ранг бу қандайдир куч деб аталганлигини , одамнинг руҳиятига салбий ёки ижобий таъсир этиши мумкинлиги хусусида фикрлар бор.

Табиатнинг кўрсатишича , сариқ ранг илиқ таасурот қолдиради. Бирор томонга сариқ ойна ортидан қишда қаралса , кўз равшанлашади, юрак кенгаяди, кўнгил қувноқлашади, худди бизга илиқ шабада эсаётгандек туюлади.

Гётте ранг хусусиятлари ҳақида шундай деган : “Ўзининг софлиги туфайлисариқ ранг доим тоза табиати, аниқ равшанлиги , қувноқлиги билан ажралиб туради ” Бу поғонада у атрофни ўраб турувчи сифатида; у либосми, пардами , объектми,бундан қатъий назар барибир жуда ёқимли, олтинга озроқ жилва берилса , у ранг ҳақидаги тушунчани яна уйғунлаштиради. Ипакдаги тилла оловранглар одамни руҳлантиради ва илиқлик , қувноқлик бахш этади, ақлий меҳнат самарасини , иштаха яхшилашига ёрдам беради, сариқ касалликни даволашда қўлланилади.

Яшил ранг ўсимликлар ранги бўлиб, у одамни тинчлантиради ва қон босимини туширади, нафас олишни яхшилайди.

Бир ҳилликдаги кулранг ҳам худди қора ранг каби эзилиш ва зулматни пушти ранг эса дадилликни уйғотади.

Сиёҳранг ўпка ва юрак фаолиятини яхшилаб, унга ёрдам беради.

Қизил рангда кўп ҳолатларда бош оғриғи , чарчоқ, иссиқлик, пулс тезлашуви , қон босимининг кўтарилиши каби ҳиссиётлар сезилади.

2.2. Эскизларни лойихалаш

1 - модел ташки курунишининг тавсифи .

- Вельвет матосидан эркалар кўйлаги .
- Кўйлак ўтказма бичимли , тўғри сулуэтли .
- Олд бўлак планкали олтита тугма ва измада такилади .
- Олд бўлаклари яхлит , кўкрак қисмида 2 та копкокли коплама чўнтаклари бор.
- Орқа бўлак кокеткали , ўртасида бир-бирига қараган таҳламаси бор .
- Енги ўтказма узун , бир чокли , енг учи манжетли .
- Кўйлак ёқаси қайтарма , кўтармаси билан яхлит белгиланган .
- Чўнтаккопкоклари 1 тадан тугма ва измада такилади .
- Ёқа , планка , манжет атрофлари безак баҳяқатор билан безалган .
- Тавсия этиладиган бўйлар : 152/176 ; размерлар : 84/112

2 - модел ташки курунишининг тавсифи .

- Вельвет матосидан эркалар кўйлаги .
- Кўйлак ўтказма бичимли , тўғри сулуэтли .
- Олд бўлак планкали олтита тугма ва измада такилади .
- Олд бўлақлар кокеткали , чап кўкрак қисмида 1 та копкокли коплама чўнтаги бор.
- Орқа бўлак кокеткали.
- Енги ўтказма узун , бир чокли , енг учи манжетли .
- Кўйлак ёқаси қайтарма , кўтармаси билан яхлит белгиланган .
- Чўнтаккопкоклари 1 тадан тугма ва измада такилади .
- Ёқа , планка , манжет атрофлари безак баҳяқатор билан безалган .
- Тавсия этиладиган бўйлар : 152/176 ; размерлар : 84/112

3 - модел ташки курунишининг тавсифи .

- Вельвет матосидан эркалар кўйлаги .
- Кўйлак ўтказма бичимли , тўғри сулуэтли .
- Олд бўлак планкали олтита тугма ва измада такилади .
- Олд бўлақлар яхлит , кўкрак қисмида 2 та обтақкали коплама чўнтаклари бор. Кўйлак елкасида тугма ва измаларда такиладиган пагонлари бор .
- Орқа бўлак кокеткали , ўртасида бир - бирига қараган таҳламаси бор .
- Енги ўтказма узун , бир чокли , енг учи манжетли .
- Кўйлак ёқаси қайтарма , қайтармаси билан яхлит белгиланган .
- Ёқа , планка , манжет атрофлари безак баҳяқатор билан безатилган .
- Тавсия этиладиган бўйлар : 152/176 ; размерлар : 84/112

4 - модел ташки кўринишининг тавсифи .

- Вельвет матосидан эркаклар кўйлаги .
- Кўйлак ўтказма бичимли , тўғри сулуэтли .
- Олд бўлак планкали олтита тугма ва измада такилади .
- Олд бўлаклар кокеткали , кўкрак кисмида тугмалар билан такиладиган патли коплама чўнтаклари бор.
- Орка бўлак кокеткали.
- Енги ўтказма узун , бир чокли , енг учи манжетли .
- Кўйлак ёкаси кайтарма , кўтармаси билан яхлит белгиланган .
- Ёка , планка , манжет атрофлари безак бахякатор билан безалган .
- Тавсия этиладиган бўйлар : 152/176 ; размерлар : 84/112

5 - модел ташки кўринишининг тавсифи .

- Вельвет матосидан эркаклар кўйлаги .
- Кўйлак ўтказма бичимли , тўғри сулуэтли .
- Олд бўлак планкали олтита тугма ва измада такилади .
- Олд бўлаклар яхлит , кўкрак кисмида 2 та коплама чўнтаклари бор.
- Орка бўлак кокеткали , ўртасида бир - бирига караган тахламаси бор .
- Енги ўтказма узун , бир чокли , енг учи манжетли .
- Кўйлак ёкаси кайтарма , кайтармаси билан яхлит белгиланган .
- Ёка , планка , манжет атрофлари безак бахякатор билан безатилган .
- Тавсия этиладиган бўйлар : 152/176 ; размерлар : 84/112

2.3.Кийимга қуйилган асосий талаблар:

Кийимни лойихалаш талаблар программасини тузишдан бошланади.Талдаблар 2 гурппага ажратилади: истъмолчилар талаблари ва саноат-экономика нуктаи назаридан қуйиладиган талаблар.

Биринчи гурппага эксплуатацион эстетик гигиеник талаблар, кийимнинг товарли сифати, қуринишига оид ва бошқа талаблар қиради.

Эксплуатацион талаблар деганда кийимнинг вазифасига ва фойдаланиш шароитларига мослиги, қулайлиги, чидамлилиги, ишончлилиги, формасининг барқарорлиги тушунилади.

Эстетик талаблар деганда кийимнинг мода йуналишига мослиги янги материаллардан тайёрланганлиги, янги безаклар ишлатилганлиги истъмолчиларнинг эстетик дидларини қондириши тушунилади.

Гигиеник талабларга кийимнинг иссиқлик баланси, ҳаво ўтказувчанлиги, ичкинам теридан ёки ташки қор-ёмғир таъсиридан химоялаш даражаси, енгиллиги, конструкциясининг қулайлиги тушунилади.

Гигиеник талаблар бирмунча умумийроқ бўлиб, эргономик талабларини ўз ичига олади. Эргономик талаблар эса антропометрик, гигиеник ва психо-физиологик мосликка оид бир қанча қуратқичларни ўз ичига олади.

Иккинчи гурппага технологик стандартлаштириш ва унификация меҳнатлари, тежамқорликдан иборат талаблар қиради.

Тежамқорлик лойихалаш ҳаражатлари, ишлаб чиқаришни технологикқонструкторлик ва техник жиҳатдан тайёрлош билан боғлиқ ҳаражатлар, шунингдек истъмолчиларнинг ундан фойдаланиш ҳаражатлари билан характерланади. Қўп модели оқимларда тайёрланадиган кийимларга технологик бир хиллик жиҳатдан қўшимча талаблар қўйилади: бу талаблар қўрхоналарнинг унификациялаштирилган барқарор оқимларда ишлашни таъминлайди.

Юқорида айтиб утилган барча талабларни назарга тутган ҳолда диплом лойихасига берилган кийим ассортиментини учун моделлар танланди. Лойихаланаётган эркаклар қўйлаклари моделлари эксплуатацион талабларга жавоб беради, чунки бу кийим 2-3 йил муддатда қийишга мулжалланган бўлиб, чидамли, ишончли вилвет-матодан тайёрлангандир.

Бундан ташқари эркаклар қўйлаги эстетик талабларга тула жавоб беради, чунки танланган модел замонавий мода йуналишига мос харидорларнинг нозик дидларини қондиради. Бу ерда классик услўб тақилма чўнтақлар, кокетка, планка ва қопқок қабии элементлар ҳозирги вақтда жуда расм бўлганлоийхаланаётган эркаклар қўйлаги гигиеник талабларга жавоб беради, чунки у аралаш ип газламадан тайёрланган бўлиб, одаморганизми кийим остки температурасини меъёрда саклаб туриб, ташки оби-ҳаво таъсирларидан химоя қилади. Бундан ташқари одам хатти-харакатини

сикмасдан халакит бермайди. Лойихаланаётган моделлар конструкцияси технологик жихатдан тежамкор хисобланади.

3.1. Лойихаланаётган кийим учун материаллар танлаш, асослаш ва конфекционлаштириш.

Кийим тайёрланадиган газламаларнинг ассортименти жуда хилма-хилдир. Саноатимиз 4000 артикldан ортиқроқ, зигир, шойи, жун ва ип газлама ишлаб чиқаради. Ип газламалар майишй ва техник хилларга булинади. Майишй ип газламалар ранги тузилиши жихатидан турли-туман булиб, куйлак-блускалар, сарафанлар, пальто, ярим пальто, спорт кийимлари, махсус кийимлар, гимнастика телогрейка ва бошка буюмлар тайёрлашда кенг ишлатилади.

Бутун тукумачилик саноати ишлаб чиқарадиган газламаларнинг 60%ини ип-газлама ташкил килади. Ип-газлама матолари хусусиятларга эга, яъни бу газламалар узларининг мустахкамлиги хар хил эгилиши ва чузилишларига чидамлиликлари, яхши пиграскопик хоссаларига эга эканлиги билан ажралиб туради. Ип газламалардан тикилган буюмлар тез нам тортиб тез курийди, яхши ювилиб катта температурада дазмолланади. Хозирги вақтда ип газлама толаларига бошка вискоза поленоза, деб сон, нитрон ва капрон толалари кушиб тукилган газламалар ассортименти кундан-кунга купаймокда. Бундай куш газламалар узларининг узок муддатга хизмат килиши билан ажралиб туради.

Ип газлама матоларнинг тукли турлари аркок-тук тукилишда тайёрланиб, мато юзаси ип газлама толаларидан хосил булган туклар билан копланган булади. Бундай матолар кишки кийимлар учун мулжалланган. Тукли ип-газлама кичик гурухга: мовут, яриммовут ва вилвет матолар киради.

Мавзу буйича дирлом лойихасида эркаклар кишки куйлак учун вилвет мато танланган. Вилвет матолардан танда иш буйлаб тукли чизиклар утиши табиий ва унинг хусусияти булиб хисобланади. Вилветлар танда ипларини эса якка кард иплари ташкил этади. Вилветлар ассортименти йил сайин кенгайиб бормокда. Хозирги вақтда тукли чулқалари ингичка ёки кенг, бир матонинг узида навбатма-навбат кенг ва кичик чизиклар утказилган, турли фасонли ёки гули киркилган курунишдаги вилветлар ишлаб чиқарилмокда. Вилвет матолардан тайёрланадиган кийимларни бичишда улардаги тукли чизиклар йуналиши эътиборга олиниши тикув жараёнида эътиборли булиши талаб этилади.

Вилвет матолари соф ип-газламадан ёки таркибига сунъий толалар кушилган холда тайёрланади.

Сунъий тола сифатида уларга асосан лавсан толалари кушилади, бу эса матонинг сифатини яна оширади. Лойихаланаётган кишки эркаклар куйлаклари учун куйидаги сидирга вилвет матолари танланади.

Вельвет (лот. *villosus* – «сержун, пахмоқ») – бахмалнинг бир тури, юза томонида арқоқ (ип газлама) тукдан қирқилган бўйлама чивикли қалин мато. Бир хил тусли ёки тикилган расмли бўлиши мумкин. Инглиз тилида *velvet* сўзи бахмални билдиради, вельвет эса *corduroy* (кóдэрой) деб айтилади. Вельвет пахтадан ёки аралашма толалардан (пахта ва эластан; пахта, полиэстер ва эластан).

Вельвет-чивик – чивик кенглиги 2-3 мм ва паст тукли мато.

Корд – чивик кенглиги 5 мм ва юкори тукли мато.

Шаклдор вельвет – тиник ва тукли юзаларни бириктирган мато.

Вельветон (“маймун териси”) — юза қисмида зич юмшоқ таралган тукли қалин мато. Одатда спорт кийими тикиш учун қўлланилади.

Микровельвет – чивик кенглиги 1 – 1,5 мм.



Вельвет Ўрта Асрларда пайдо бўлган ва пардалар учун материал сифатида қўлланилган. Кейинроқ ундан француз кироллари учун либослар тикилиши бошланган. Россияда вельвет XIX

асрнинг иккинчи ярмида мебель копламаси сифатида пайдо бўлган. Кийим тикиш учун у фақат XX асрнинг бошларида қўлланила бошланган, машҳурликка эса 60-70 йилларда эришган. АҚШ да Майлз Роган томонидан 2005 йилда асос солинган Вельвет кадрловчилари клуби The Corduroy Appreciation Club мавжуд. Клуб учрашувлари одатда 11.11 ёки 11.1 да ўтказилади, чунки бу сонлар раҳбар томонидан вельвет структурасига энг мувофиқ келади, деб ҳисобланади.

Вельвет V-кўринишли усулда тайёрланади, бунда арқоқ ипи асос ипини бир маротаба устидан ёпади, ва W-кўринишли («face-to-face») усулда тайёрланади, бунда арқоқ ипи асос ипини икки маротаба устидан ёпади. Тайёр матода арқоқ иплар қирқилиб, тукларни ҳосил қилади.

Вельвет

Вельвет, вельветин (ингл. velvet — бахмал), ип газламали (арқоқ) тукли қалин мато, нисбатан майин йигирилган матодан тайёрланади. Вельветнинг энг яхши нави вельвет-корд бўлиб, у юза қисмида асос бўйлаб тук чивикларга эга. Одатда вельвет бир хил тусли ёки катак, йўл-йўл чизик ва бошқ. кўринишидаги тикилган расм билан чиқарилади.

Вельвет матоси — анча эркин материал. У қиммат эмас, ғижимланмайди, бахмалдан фарқли равишда ифлосланмайди ва жуда узоқ кийилади. Вельветдан тайёрланган замонавий моделлар аёл ва эркекларга ўрта асрларнинг маълум бир ўзига хослигини беради.

Замонавий технологиялар вельветни ўзгартириб, уни мустаҳкамроқ, эластик, чиройли ва кийишга қулай қилди. Фактуралар турли-туманлиги эса энг нозик дидни қониқтиради. Русумда вельвет-стрейч, вельвет-диагональ, майда чивикли вельвет ва жуда кенг “сержун” вельвет. Дизайнерлар уни бошқа матолар билан бирга қўшишади, айниқса кўйидаги бирикмалар кенг тарқалган: вельвет — гипюр, вельвет — тери, вельвет — тикма.

Аммо вельвет матосидан маҳсулотлар алоҳида қарашни талаб қилади. Биринчидан, тоза газламадан кийим ювилганидан кейин ўтириши мумкин. Иккинчидан, вельветдан шимлар, юбкалар, курткалар, кийимларни илиқ (30-35 °С) сувда суяк ювиш моддалари билан ювиш лозим. Бундай маҳсулотларни кучли ишқалаш, айлантириш мумкин эмас.

Вельвет матоларидан кийимларни химчисткага бериш маъкул. Доғларни улардан аста-секин, ишқаламасдан, шимдириш билан олиш керак, бунда доғларни чиқариш воситаларини диққат билан танлаш лозим.

Тавсия этиладиган материаллар тавсифи

Материал номи	Танда ипи урилиши	Арқоқ ипи урилиши	Эни см	Таркиби
Авра Вилвет-корд «искра»	16,5 _{текс} х2	16,5 _{текс}	110	20%-лавсан 80%-ип- газлама
Вилвет-рубчик «Кипарис»	16,6 _{текс} х2	16,6 _{текс}	110	75%-ип- газлама25%- лавсан
Вилвет –рубчик «Юбилейный»	20 _{текс} х2	42 _{текс}	110	67%-ип- газлама 33%-лавсан
Котирма Дублерин	11,1 _{текс} х2	11,1 _{текс}	125	65%-ип- газлама 35-сунъий тола

3.2.Конструкциялаш усулини танлаш ва асослаш

Куплаб кийим тикишда конструкциялашда пропорционал ҳисоблаш усулларида фойдаланилади. Бу усуллар ҳисоблаш йуллари усулларининг бир туридир. Бунда бичиш улчамлари, ҳисоблаш улчамларига алмаштирилган: ҳисоблаш улчамлари 2та асосий размер белгисига курак ярим айланасининг иккинчи улчами С_{кП} га ва рост (буй) Р_{га} пропорционал буйлик ҳолда

белгиланади. Бирок хар бир муаллиф уз билими ва тажрибасига яраша иш тутилганлигидан айрим размерларини белгилашда катта фарк келиб чиқади.

Аналитик- хисоблаш усулларида бу камчиликлар бартараф этилган; бу методларда улчов бирликлари реал конструкцияларга мувофик ва етакчи улчов бирликлари уртасидаги боғланишни назарда тутиб белгиланади. ЦНИИШП кийим конструкциялаш ягона усули ҳамда СОТШЛ «ягона усули» шулар жумласига киради. Бу икала усулларнинг узига хос жихатлари ва афзаллиги куйидаги лардан иборат:

- Чизмалар учун керакли маълумотларни хисоблашда ва чизма чизишда стандартга курсатилган куп сонли улчов бирликлари асосланган.
- Хисоблашлар гавданинг ва чизманинг айрим улчовлари уртасидаги энг катта тугри боғланишларга асосланган
- Гавда тузилишининг хар бир типига мансуб жуссалар учун хисоб ва чизмаларни ягона схемасини тузиш мумкин
- Чок хаки системаси ишлаб чикилганлиги туфайли мода узгаришининг ахамияти йук.
- Чизма асосий элементларининг улчамини ҳамда, энг умизи билан энг боши уртасидаги боғланишини аниклашга имкон берадиган дастлабки хисоблаш берилган
- Материалларнинг хусусиятлари хис обга олинган.
- Кийимнинг баланс хисоби укнинг хушбичимлигини таъминловчи мухим фактор булганлигидан мазкур методларда баланс хисобига кенг урин берилган.

ЦНИИШПга катталар ва болалар размерларининг янги типологиясига асосланиб, эркаклар, аёллар ва болалар кийимларини конструкциялаш методлари ишлаб чикилган; бу методларга стандарт глуссаларининг улчов бирликларидан максимал даражада фойдаланилган.

Чизмада чок тушадиган глойлар антропометрик нукталар буйича белгиланган. Улар кийимнинг гавдага ёпишиб туришини таъминлайди.

ЦНИИШП методига чок хаки янада аниклаштирилган. Бу метода одам гавдасига яхши туришини таъминловчи баланс нуктанинг хисоби асослаб берилган.

ЦНИИШП методи универсал хисобланади, чунки хар хил куринишдаги ва турли максадларга(эркаклар ва аёллар, кизлар ва угил болаларга, бичими хар хил гавдаларга) мулжалланган кийимлар деталларининг чизмасини тайёрлашда шу методининг хисоблаш формулаларидан фойдаланилади. Формулалардаги фарк коэффицентларда , ҳамда эркин хакларда ифодаланади.

3.3. Кийим деталларини конструкциялаш

Тўғри силуэтли эркаклар кўйлаги конструкциясини яшаш

Эркаклар кўйлагини чизиш учун керакли

абсолют улчов бирликлари

176-100-88

Улчов бирликларининг номлари	Улчов белгиси	Катталиги
Буйин ярим айланаси	$C_{ш}$	20,5
Кукрак ярим айланаси III	$C_{г ш}$	50.0
Бел ярим айланаси	$C_{т}$	44.0
Букса ярим айланаси	$C_{б}$	52.0
Орка кенглиги	$Ш_0$	20.4
Кукрак кенглиги	$Ш_г$	19.2
Елка айланаси	O_n	32.2
Буйин	$B_n П_3$	21.4

нуктаси ва орка култик чукурлиги нуктаси орасидаги масофа		
Елка кенглиги	$Ш_n$	15.5
орканинг белгача узунлиги	$Д_{тс}$	45.5
Елка кия баландлиги	$Б_{ак}$	48.9
Олд булак белгача узунлиги	$Д_{тн}$	55.6
Кийим узунлиги	$Д_y$	75.0
Енг узунлиги	$Д_{рук}$	62.0
Билак айланаси	$О_{зап}$	18.4
Елка кисми олд булак баландлиги	$В_{пкп}$	45.4

Конструктив кушимча хаклар

Кушимча хакларнинг номлари	Шартли белгиси	Абсолют катталиги
кукрак чизиги буйича кушимча хак	$П_n$	7,5
букса чизиги буйича кушимча хак	$П_б$	5,8
енг умизи буйича кушимча хак	$П_{спр}$	5,5
елка айланаси учун кушимча хак	$П_{оп}$	9,3
орка ёка умизи учун кушимча хак	$П_{шГ_c}$	1,5
орка ёка умизи баландлиги учун кушимча хак	$П_{ого}$	0,9

Кукрак буйича кушимча хакнинг тахсимланиши

Орка булак:

Спинка 32%-2,4см

Олд булак:

Полочка 28%-2,1см

Енг умизи:

Пройма 40%-3,2см

Эркалар куйлаги базасиасоси хисоб-китоби

конструктив белгиланиши	булак	хисоб формуласи	хисоб-китоб	натижа	эслатма	
					1:2	1:2
1	2	3	4	5	6	7
АГ	$B_{\text{нпз}} + \text{Псир}$	21,4+2,6	24	12		
АТ	Дтс	45,5	45,5	23		
ТБ	Дтс:2	45,5:2	3	1,5		
АН	$D_4 + 0,8 \text{ур}$	77+0,8	77,8	39		
АА ₁	Сш:3+Гиф	20,5:3+1,5	,3	4,15		
A ₁ A ₂	0,15Ст+Пвр	0,15.20,5+0,9	4	2		
Аа	2,5	2,5	2,5	1,25		
a a ₁	АА-1,7	8,3+1,7	,6	3,3		
a ₁ a ₂	2,5	2,5	,5	1,25		
a a ₃	aa ₁ +1	6,6+1,0	,6	3,8		
a ₃ a ₄	2,5	2,5	,5	1,25		
A ₂ a ₅	a1:2	11:2	5	2,75		
a ₁ a ₅	A ₂ a ₅	5,5	,5	2,75		
ГГ ₁	Шс+30%Пр	20,4+3	23,4	11,7		
Г ₁ Г ₂	Ш _{прс} :2	14,4:2	7,2	3,6		
ГГ ₃	Ш _п +30%пр	19,2+3	22,2	11,1		

$\Gamma_3\Gamma_4$	$\Pi_{\text{прер}}:2$	14,4:2	,2	3, 6	
АО	$O_1\Pi_2$				
1,2,3	$P_1\Pi_1:4$		1	5,5	
4,5,6	$\Pi_2O_1:4$		1	10,5	
$1,1^1$	СТАНДАРТ	2,2	2,2	1,1	
$2,2^1$	СТАНДАРТ	1,5	1,5	0,75	
$3,3^1$	СТАНДАРТ	0,5	0,5	0,25	
$4,4^1$	СТАНДАРТ	1,5	1,5	0,75	
$5,5^1$	СТАНДАРТ	0,6	0,6	0,3	
$6,6^1$	СТАНДАРТ	1,0	1,0	0,5	
M_2M_3	СТАНДАРТ	4,6	4,6	2,3	
M_3M_4	СТАНДАРТ	10,0	10,0	5,0	
M_3M_5	СТАНДАРТ	4,0	4,0	2	
M_5M_6	СТАНДАРТ	2,0	2,0	1,0	
АБ	$O_3a_n+5,5+2,0$	18,4+5,6+2,0	26,0	13	
Аа		6,5	6,5	3,25	
Тик ёкаси билан яхлит кайтарма ёкани яшаш					
AA_1	$o_m:2+\ddot{E}+\ddot{E}_c$	20,5+0,25+0,6	21,35	10,67	
AA_2	$(AA_1:2)+1,0$	(2635)+1	11,7	5,85	
AA_3	2,5	2,5	2,5	1,25	

$A_1 A_4$	0,25	0,25	0,25	0,1	
$A_5 A_6$	1,6	1,6	1,6	0,8	
A_7	1,0	1,0	1,0	5	
O, O_1, O_2	У (.) A_5, A_6, A_7 (юкорига)	3,8	3,8	1,9	
C	у(.) A пер.	5,9	5,9	2,95	
CO_3		1,3	1,3	0,65	
Aa		0,6	0,6	0,3	
aa ₁	a a ₁ // A A ₁				
$A_5, a_2 = a_3, A_6 = a_4, A_7$	Чиз мадан	3,3	3,3	1,65	
Щ ат	3,8				
Ш ст	3,8-0,5=3,3				
$A_1 a_5$	3,3	3,3	3,3	1,65	
a ₆	кесишув				
	$A_1 a_5$ н aa ₁				
$a_5 a_7$	$a_5 a_6 : 2$				
$a_8 a_9$	$a_8 + 0,5$				
$a_5 a_{10}$		1,5	1,5	0,75	
a ₁₁	пер. a ₁₀	2,0	2,0	1,0	

3.4. Ишчи хужжатларни тайёрлаш

Кийим деталлари андоза буйича бичилади. Андаза тайёрлашдан олдин кийим деталларининг чизмасида витачкалар, ён чизиклари энг, шим ва бошка деталлар чизикларининг барча утмас бурчаклари уларнинг учига мумкин кадар якинрокдан думокланади. Сунгра кийим оркаси ва олди деталларининг, энгининг устки ва остки ярмининг ишининг олд ва ярим билан орка ярим жифтлаштирилиб, бир-бирига уланадиган зихларининг узаро мос келиши текширилади: бунда конструкция чизикларидан арзимаган даражадагина четга чикишга йул куйилади. Шу тарзда аникланган чизмаларда чокларга ҳамда кийим этагини энг учи ва шим почасини букиш учун кабул килинган технологик ва техник шартларга мувофик чок хаки белгиланади. Андазалар тайёрлаш усулига караб асосий андаза, иккиламчи (хосила) андаза ва ёрдамчи андаза деган турларга ажратилади, бажариладиган вазифасига караб эса, эталон-андаза (оригиналлар), иш андазаси ва ёрдамчи андаза каби хилларга ажратилади.

Эталон андазалар иш андазаларининг текшириш учун контрол восита сифатида хизмат килади. Улар экспериментал цехларда сакланади ва оригинал-чизмалар ёки улчовлар табели буйича камида кварталда бир марта текшириб урилади.

Иш андазаларидан бевосита технологик жараёнларда (кийим, бичиш, бичикларни текшириш ва хоказола) вақтида фойдаланилади. Бу андазалар ойига камида бир марта эталон андазалар буйича текширилади. Кесилган жойлардаги четга чиқишлар, норматив-техник ҳужжатларга мувофиқ белгиланади. Ёрдамчи андазалар қайириб буқиш чизиклари, кесиб ташланадиган жойлари чунтаклар, чизмалар, тугмалар ва хоказолар урнини қушимча равишда белгилаш учун хизмат қилади. Андаза калинлиги 0,9-162мм келадиган картон коғоздан тайёрланади. Бу мақсадда ишлатиладиган картоннинг намлиги 60-65% бўлганда 8% ошмаслиги керак. Иш андазаларининг хизмат муддатини чуқиш учун уларнинг контури буйича тунка тасма тутилади ёки четларига махсус еритма (елим суғоқ шиша) суртилади, ё булмаса картон коғознинг остки томонига кум коғоз ёпиштирилади. Шундай қилинганда картон тезда йиртилмайди ва андаза газлама билан яхши тишлашади, бу эса бичиш аниқлигини оширади. (одатда иш андазалари 3-5 комплект қилиб тайёрланади).

Асосий андазалар қийим конструкциясининг қизмаси буйича тайёрланади бу андазалар да чок хақи қийим этақларининг қайириб буқиш ортикча қилойлари қесиб ташлаш хақлари албатта ҳисобга олинган бўлади. Қийимнинг орқаси, олди енглари, ён қизикларига шимнинг олди ва орқа (ёқларига) ярмига қушиб бериладиган энор хақи «тиқилган тикилган қийимлар, қавиклар, баҳиялар ва чоклар» давлат стандартларига мувофиқ белгиланади. Деталларнинг (масалан устки ёқа адип ва қабиларнинг) четини қайириб буқиш хақи газламанинг калинлигига ҳамда узел конструкциясига боғлиқ бўлиб, норматив ва техник ҳужжатларда қузда тутилади

Спецификация жадвали

	Деталлар номи	Андазалар сони	Бичиклар сони
	Авра		
	Олди булақ	1	2
	Орқа булақ	1	1
	Енг	1	2
	манжета	1	2
	Чунтак(қоплама)	1	2
	Чунтак қоппоғи	1	4
	Устки ёқа	1	1
	Остки ёқа	1	2
	Орқа булақ қакетқаси	1	1
	Қотирма		
	Чунтак қоппоғи қотирма	1	2
	Ёқа қайтармаси қотирма	1	1
	Ёқа қутармаси қотирма	1	1
	Манжет қотирмаси	1	2

3.5. Технологик ишлов бериш асослари

Ишлов бериш усуллари ва жиҳозларни танлаш

Тиқувчиликдаги технологик жараён асосан газлама бичишда қийим тиқишдан, пардозлашда ва сифатини текширишданиборат. Бундан қузда тутилган мақсад қуйидагилардан иборат..

А) Бичиш, дазмоллаш ва буглаш йули билан қийим деталларини ёки узелларининг шаклини узгартириш ва ҳосил қилинган шаклларини мустаҳкамлаш.

Б)Қийим деталларида зарур физик ва механикавий ҳоссаларни и пёқи елим билан улаш.

Қийим деталлари четига ишлов бериш:

Д) Қийимни иқма гуллар, безақ баҳия қатор , қоплама безақлар билан безаш.

Е) Қорхонага қелган материалларни тайёрланган қала фабрикаларнинг ва қийимларнинг узунлик улчамларини ва сатҳларнинг улчашга қупроқ эътибор бериш,улар сифатини текшириш.

Технологик жараёнда қетма-қет параллел ёки Вельветиглов бериш.

Қетма – қет иглов беришда операциялар бирин қетин бақарилади, қийимнинг хама жойларига ҳам бир вақтда эмас, балқи бирин-қетин бита ёқи ыр неқта асқобдан ишлов берилади. Агар авра билан астар орасига пахта солинган қатлами бита бўлса, игнали универсал машинада унг қатор параллел қавалидаган бўлса, қатор қаторига бирин-қетин утаверилади.

Параллел ишлов бериш усули бир операциядан иккинчисига утишларининг барчасида бир вақтда бажарилиб унга чала фабрикатларнинг барча ишлов бериш жойларига бир ёки бир неча асбоб ёрдамида бир хил вақт таъсир курсатади.

Ишлаб чиқаришни модернизациялаш

Президентимиз И.А.Каримовнинг «Жахон молиявий иқтисодий инкирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йуллари ва чоралари» асари бўйича енгил саноат корхоналари олдига қўйилган вазифалардан келиб чиққан ҳолда лойиҳаланаётган модель технологик ишлов бериш жараёнини тубдан модернизациялаш лозим. Бунинг учун юқори унумли замонавий асбоб ускуналар, замонавий технологияларни танлаш мақсадга мувофиқ.

Эркаklar киши қўйлагига технологик ишлов бериш жараёнини лойиҳалашда қўйидаги янги замонавий асбоб-ускуналар танлаб олинди:

1.қўйлак олд булагига бирданига 5та измани йурмаш учун Германия «Дюркопп» фирмасининг 741-7 синфли ярим автомат машинаси.

2.қўйлак олд булагига 5та ясси тугмани кадаш учун Германия «Дюркопп» фирмасининг 741-15 русумли ярим автомат машинаси.

3.алоҳида тугмаларни кадаш учун Япония «Джуки» фирмасининг М9-1370 русумли ярим автомат машинаси.

4.алоҳида измаларни йурмаш учун Япония «Джуки» фирмасининг ИВХ-780 русумли ярим автомат машинаси.

5.коплама чунтакларни олд булакка четларини автоматик тарзда букиб, тикувчи Германия «Адлер» фирмасининг 804-2 русумли махсус машинаси.

6.чунтак копкогини ағдариб тикиб устидан безак баҳия қатор юритиш учун Германия «Адлер» фирмасининг 961-23-4 русумли махсус машинаси.

7.манжетларни ағдариб тикиб, ортиқча матони қирқиб ташлаш учун Германиянинг «Адлер» фирмасининг 971-820-50 ХЗ/М русумли ярим автомат машинаси.

8.манжетлар устидан безак баҳия қатор юритиш учун Германиянинг «Адлер»фирмасининг 961-24-4 русумли ярим автомат машинаси

9.ёқаларни ағдариб тикиш Германиянинг «Адлер» фирмасининг 973-С-204-4 русумли электрон махсус машинаси.

10.ёқаларни унгига ағдариб преслаш учун Германиянинг «Адлер» фирмасининг 1963-1 русумли махсус пресси.

11.ёқа зийлари бўйлаб безак баҳия қатор юритиш учун Германиянинг «Дюркопп» фирмасининг 274-170067/Е5 русумли махсус машинаси.

12.қўйлак енг шифасига ишлов бериш учун Германиянинг «Адлер» фирмасининг 975-1-1 русумли махсус машинаси.

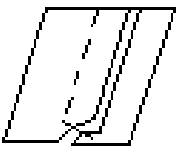
13.бриктирма чокларни бажариш учун Германиянинг «Дюркопп» фирмасининг 212-15105 русумли универсал машинаси.

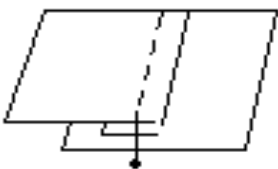
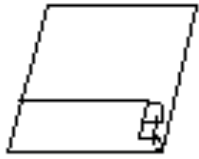
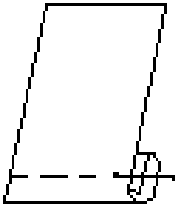
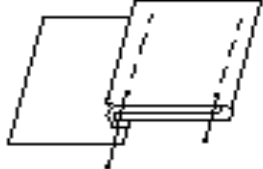
14. олд булак планкаларига ишлов бериш учун игналар ораси 28 мм бўлган Россия «ПМЗ» заводининг 852х28русумли 2 игнали машина ва 3-115 маркали мослама.

15.бирданига тикиб ёрмаш учун 2 игнали Промщвеймаш заводининг 408-АМ русумли махсус машинаси.

16.наглаб иситиб ишлов бериш операциялари учун ички жараён ва охириги ишлов бериш учун Грмания «Каннгиссер» фирмасининг турли русумли преслари ва махсус мосламалари танланади.

Тикиб улаш учун қўлланиладиган чоклар

<i>№</i>	<i>Чокнинг тури</i>	<i>Чокнинг тасвири</i>
1	Ёткизиб дазмолланган бириктирма Чок	

2	<i>Бостирма чок</i>	
3	<i>Агдарма чок</i>	
4	<i>Кайтарма чок</i>	
5	<i>Бириктир ма бостирма чок</i>	

4. Коллекция реклама лойихасини ишлаб чиқиш

Агар ёш дизайнерда истеъдот, ўзининг бетакорор услуги, мода кўргазмаларида биринчи муваффақиятлар, қизиқарли ғоялар ва асосийси ўз касбида ривожланиш ва муваффақиятларга эришиш мақсади мавжуд бўлса, унда у олдида сармоячилар ва ҳамкорларни қай тарзда жалб этиш, истеъмолчиларга ўз маҳсулоти ҳақида айтиб бериш, қандай қилиб муваффақиятли ва рақобатбардош бўлиш, ўз брендини ва ўз мамлакатни қандай қилиб мода оламида таништириш каби саволлар пайдо бўлади.

Бу ва бошқа саволларга 20 та энг яхши ёш дизайнерларга – Underground ёшлар кўргазмаси, Миллий либос фестивали ва Бош дефиле қатнашчиларига Лондон мода колледжи вакиллари жавоб берди. Колледж Тошкентда -4 март кунлари бепул малака ошириш курсларини ташкил этди. Ташкилотчилар Фонд Форум, Лондон мода колледжи, «Осиё рамзи» Ўзбекистон модельерлар ассоциацияси Британия кенгаши ва «Ўзбекенгилсаноат» ДАК қошидаги «Шарк либослари» Дизайн-маркази ҳамкорлигида ўтказилди.

Малака ошириш курсларида қатнашган 20 та энг яхши ёш дизайнерлар ўзларини истеъдотли ва истикболли дизайнерлар - Art Week Style.uz санъат ҳафтаси иштирокчилари сифатида кўрсатишди. Икки кунлик курслар давомида дизайнерлар мода менеджменти, маркетинги ва бизнеси ҳақида кўплаб янги ахборот ва тавсиялар олишди.

Ўзбек мода брендларини ривожлантиришни давом эттириш учун мамлакатимизнинг алоҳида жиҳатларига – миллий текстиль, миллий нақшлар ва безаклар, анъанавий бичим, миллий услуб ва рангларга асосланиш керак. Аммо бетакорор миллий услубни ажратиб кўрсатиш ва ундан илҳом олишга дизайнер нафақат мода соҳасида, балки миллий маданиятда, санъатда, архитектурада ва табиатда эришиши мумкин.

Мода соҳасига энди кирган дизаайнерлар учун асосий муаммолардан бири бўлиб хорижий мамлакатлар билан, машҳур ва тажрибалироқ дизайнерлар билан кучли рақобат ҳисобланади. Ўзи, ўз коллекциялари ҳақида ёш дизаайнерлар Art Week Style.uz каби анжуманларда иштирок этиш орқали маълум қилиши мумкин. Шунингдек интернетда ўз ишларининг видеороликларини ва расмларини турли вебсайтларда жойлаштириш имконияти ҳам мавжуд. Ёш дизаайнерлар яна миллий ва хорижий мода брендлари билан ҳамкорликни бошлашлари ҳам мумкин.

Жаҳон бозорига чиқиш – ҳар бир ёш дизаайнернинг асосий мақсадларидан биридир. Юқори рақобат шароитда муваффақият ва машҳурликка эришиш учун ёш дизаайнерлар аввало истеъдотга ва ўзининг бетакрор услубига эга бўлиши керак. Шунингдек халқаро бозор хусусиятларини ўрганиш, коллекцияларни тайёрлашда ташқи истеъмолчига асосланиш, ўз услубига содиқ қолган ҳолда ўз брендини тушунарли, ҳаммабоп қилиши керак.

урслар охирида барча иштирокчилар Лондон мода колледжидан сертификатлар олишди. Мазкур курс ва тренингларни Лондон мода колледжи турли мамлакатларда ўтказишади. Ёш истеъдотли ўзбек дизаайнерлар, Art Week Style.uz энг истиқболли қатнашчилари бу малака ошириш курсларини бепул ўтиш имконига эга бўлишди.

Лондон мода колледжи вакиллари билан учрашиш ва фикр алмашиш, кўплаб янги ахборотга эга бўлиш ва ўз малакасини ошириш имкониятини Фонд Форум Лондон мода колледжи билан ҳамкорликда нечинчи йилдирки имконият яратиб бермоқда.

Битирув малака ишимда лойихаланган коллекцияни “O.F.S.” деб номладим. Чунки “O.F.S.” бу эркаклар кийими ишлаб чиқарадиган фирма. Яни бу фирма орқали енгил саноатдаги барча махсулотларни ишлаб чиқариш мумкин. Битирув малака ишимда лойихаланган эркаклар кўйлагини бемалол ишлаб чиқаришга тавсия эта оламан. Чунки бу кийимлар ҳар қачон бозорда истеъмолчилар учун харидорбоп ҳисобланади. Ҳамда унинг қулайлиги, матоси, нархи, ранги, барча хусусиятлари ҳозирги замон талабларига мос келади. Айнан ана шундай кийимларни ишлаб чиқиб, истеъмолчиларга тадбиқ қилиш бизнинг вазифамиз. Шунинг учун фирмамизнинг номи билан коллекцияни шундай атадим.

.КИРИШ

Ўзбекистонда амалга оширилаётган ижтимоий-иқтисодий ислохотлари бевосита узлуксиз таълим тизими билан боғлиқ. «Таълим тўғрисида»ги қонуни асосида янги турдаги – ўрта махсус, касб-хунар таълими шакллантирилди. Ҳозирги пайтда юқори малакали ва маданиятли, мустақил фикрлайдиган мутахассислар тайёрлаш бўйича муҳим аҳамиятга эга молик ишлар олиб борилмоқда

Замонавий таълим шароитида бўлажак мутахассисларда касбий билим, кўникма ва малакалар билан бир қаторда билимларни мустақил эгаллаш ва муаммони мустақил равишда ҳал этишда ижодий ёндашиш қобилиятлари ҳам шаклланиши керак. Ушбу хусусиятларни шакллантиришда таълим олувчиларнинг мустақил ва ижодий фикрлаш қобилиятларини ривожлантириш ва ўқув билув фаолиятини фаоллаштириш муҳим аҳамиятга эга. Шунинг учун ҳам бугунги кунда таълим олувчиларининг ўқув-билиш фаолиятларини таъминловчи ва ривожлантирувчи фаол таълим методларини ўқув жараёнига жорий этиш асосий вазифалардан ҳисобланади. Таълим олувчиларни мустақил ва ижодий ёндошган ҳолда муаммоларни ечимини излаш, топиш ва мустақил қарор қабул қилиш қобилиятларини шакллантириш ва ривожлантиришга қаратилган фаол таълим методларидан фойдаланиш муҳим ҳисобланади.

Республикаимизнинг педагогик олим, амалиётчилари ва методистлари томонидан илмий асосланган замонавий педагогик технологиялари ва фаол методларни таълим-тарбия жараёнига жорий этиш, фанларни ўқитишда таълим олувчилар ўқув билув фаолиятини фаоллигини таъминлаш бўйича семинарлар, илмий –амалий анжуманлар ўтказилсада ва илмий тадқиқотлар олиб борилсада, самараси паст бўлмоқда. Таълим-тарбия жараёнида талабаларнинг ўқув-билиш фаолиятини фаоллаштиришга етарлича аҳамият берилмаганлиги, ўқитиш технологиялари ва баҳолаш тизими таълим олувчиларнинг ижодий қобилиятларини ривожлантиришга мос келмаслиги, фаол таълим методларидан кенг фойдаланишга эътибор пастлиги, шунингдек ўқув материални фаоллаштириш муаммо бўлиб турибди.

Биз томондан ўтказилган педагогик изланишлар ва олинган дастлабки натижалар шуни кўрсатдики, таълим олувчиларнинг билим олиш ва ўрганиш фаолиятини фаоллаштириш орқали уларнинг таълим олиш имкониятлари, мустақил ишлаш қобилиятларини ҳамда амалий кўникмаларини ривожлантиришга эришиш мумкинлиги аниқланди.

Ушбу методик қўлланма айнан касб-хунар таълим муассасаларида фанларни ўқитишда таълим олувчиларнинг билим олиш ва амалий фаолиятларини фаоллаштиришга йўналтирилган фаол таълим методларини ўрганиш, уларнинг ўқув жараёнидаги ўрни ва ролини аниқлаш ва амалда қўллаш методикаларини ишлаб чиқиш ҳамда тадбиқ этиш масалаларига бағишланган.

1. ТАЪЛИМ МЕТОДЛАРИНИ ТАНЛАШ

Ҳозирги педагогик амалиётида таълим методларнинг 200 дан ортиқ турлари мавжудлиги эътироф этилади.

Ушбу таълим методларини таълим жараёнига татбиқ этишда турли ёндашувлар ва методикалар мавжуд. Аммо бугунги замонавий таълим шароитида талабаларни таълим жараёнидаги фаоллигини оширишга қаратилган фаол методларни қўллаш талаб этади.

Шуни эътиборга олиш керакки, фаол метод танлаш нафақат таълим мақсадига, балки ўқув материали мазмунига ҳам боғлиқ бўлади.

Таълим олувчиларнинг ўқув-билиш ва ўқув амалий фаолиятларини фаоллаштиришда кўмак берувчи таълим методларини танлаш муҳим аҳамият касб этади. Фаол таълим методларни мақсадли йўналтирилган танлаш белгиланган ўқув мақсадга эришишни кафолатлайди.

Ҳар қандай таълимнинг мақсади – таълим олувчиларда билим, кўникмалари ва малакаларини шакллантиришдан иборатдир. Ўқув фаолиятида таълим мақсаднинг барча жиҳатлари амалга ошар экан, турли таълим методларни биргаликда қўллаш зарур. Шунинг учун, таълим методи танлашда энг асосий омил бўлиб аниқ ўқув машғулотида дидактик вазифаси хизмат қилади.

Фаол методи танлашда унинг самарадорлик даражасини эътиборга олиш ҳам аҳамиятга эга. Ўтказилган таҳлиллар шуни кўрсатадики, ўқув материали оғзаки баён этилганда талабалар маълумотнинг 5-10 % ни эслаб қоладилар. Ўқув адабиётларидан мустақил ўқиш маълумотнинг 10-15 % ни, кўргазмали материаллар эса маълумотларнинг 20-25 % ни ўзлаштиришга имкон беради. Амалий методлар энг самарали метод ҳисобланиб, талабалар онгида маълумотнинг 75 % и сақланиб қолади. Лекин, ўқув-материалларини талабалар томонидан мустақил ўрганиш, амалий машғулотларини мустақил бажариш методлари ундан ҳам самаралироқ ҳисобланади, бунда 90 % билим ўзлаштирилади ва кўникма шаклланади. Демак, талабаларни мустақил ўрганиш, изланиш, муаммоларни мустақил ечиш, амалий таъсирларига йўналтирилган фаол методларни қўллаш яхши самара беради.

Ўқитиш жараёнида гуруҳидаги талабалар сони муҳим аҳамиятга эга. Агар гуруҳда талабалар кўпчилик бўлмаса, энг фаол методдан фойдаланиб, ўқитишни жадаллаштириш мумкин. Агар талабалар кўп бўлса, фаол методлардан фойдаланиш унга яхши натижа бермаслик мумкин. Талабаларнинг ҳар бири билан ишлаш учун вақт етишмайди.

Фаол таълим методларини танлашда таълим олувчиларнинг ўқув-билиш имкониятларини, яъни уларнинг ёши, тайёргарлик даражаси, ҳамда, жамоадаги ўзаро муносабатларнинг ўзига хослигини ҳам инобатга олиш муҳим. Ўқув машғулотига тайёргарлик вақтида, таълим методи танлаётиб, биз, албатта, талабаларнинг мустақил ва ижодий ишлаш қобилиятини ҳисобга олишимиз лозим. Фанга тегишли мавзуларининг ўқитиш кетма-кетлиги ва давомийлиги фаол метод танлашга таъсир кўрсатади. Фаол методларнинг баъзилари талабаларни фаоллаштиришга қанча кўп вақт талаб қилса, топшириқлар ёки амалий фаолиятлари бажарилишига ҳам шунча вақт талаб қилади. Ўқув машғулотида вақти шунчалик чегараланган бўлиши мумкинки, қўллашда кўп вақт талаб қиладиган фаол методдан фойдаланиши имконини бермайди. Баъзи фаол методларни қўллашда алоҳида шароитлар талаб қилинмайди, аммо махсус ўқув-моддий шароитлар талаб қиладиган фаол методлардан фойдаланмоқчи бўлсак, у ҳолда дидактик таъминотни амалга оширишимиз керак.

Таълим олувчиларнинг сони. Ўқув гуруҳидаги таълим олувчиларнинг сони муҳим аҳамиятга эга. Агар улар кўпчилик бўлмаса, энг фаол методдан фойдаланиб, ўқитишни жадал сураётда олиб бориш мумкин. Агар талабалар кўп бўлса, агар сиз фаол методлардан ўзини оқламаган даражада кўп фойдалансангиз, уларнинг ҳар бирига етарли эътибор бериш учун вақтингиз етиши амри маҳол. Катта гуруҳлар учун ўқув материални оғзаки баён қилиш методлари кўпроқ мос келади.

Таълим олувчиларнинг ўқув имкониятлари. Ўқитиш методларини танлашда таълим олувчиларнинг ўқув имкониятларини ҳисобга олиш жуда муҳим: ёши, тайёргарлик даражаси, ҳамда жамоадаги ўзаро муносабатларнинг ўзига хослигини. Талабаларнинг ўз-ўзини бошқариш қобилияти ва уни эътиборга олиш муҳимдир. Ўқув машғулотида тайёргарлик вақтида, таълим методи танлаётиб, биз албатта, талабаларнинг иш қобилиятини ҳисобга оламиз. Талабаларнинг бир ҳафталик иш қобилиятини ўсиш суръатини акс эттирувчи жадвални келтирамиз.

Таълимнинг давомийлиги. Дастурнинг ёки ўқув курси мавзуларининг давомийлиги табиийки, метод танлашга таъсир кўрсатади. Уларнинг баъзилари талабаларни тайёрлашга қанча кўп вақт талаб қилса, бу фаолиятни бажарилишига ҳам шунча вақт талаб қилади. Таълим муддати шунчалик чегараланган бўлиши мумкинки, кўп вақт талаб қиладиган методни сиз ўйлаганчалик тез-тез ишлатиш имконини бермайди, бу ҳолда бу методларни фақат мақсадга мувофиқроқ жойларда қўллашингиз мумкин.

Вақт – у ёки бу методни амалга оширишга кетган меҳнатингиз нуқтаи назаридан муҳим омил ҳисобланади. Баъзи методлар сиздан бошқаларига нисбатан сиздан кўпроқ тайёргарликни талаб қилади. Шунинг учун бундай методларни қўллашни режалаштираётиб, сиз фаолиятни ташкил қилишнинг ушбу методини амалга оширишни тайёрлашга вақт ва куч етарлими, деб ўзингизга савол беришингиз керак.

Ўқув-моддий шароитлари. Баъзи методларни қўллашда алоҳида шароитлар талаб қиланмайди: компьютер, махсус компьютер дастурлари, магнит доскаси, махсус жиҳозланган хона. Агар сиз, махсус ўқув-моддий шароитлар талаб қиладиган методлардан фойдаланмоқчи бўлсангиз, уларнинг нақдлигини таъминлашингиз керак.

Ушбу методлардан фойдаланган ҳолда 2 соатлик иновацион педагогик технология яратилди ва илова қилинади.

Дизайнда экологик йўналишлар

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

1980 йилда дизайнда қаттиян 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 дизайн 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 услуби 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 қискартишига 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 ўтказилган 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 камайитириш), мутаносиб экологик истеъмол меъёрларни тарқатиш, узоқ вақт давомида фойдаланадиган буюмларга қайтиш.

Истеъмолни экологизациялаш муаммоси дизайн вазифаларини ўзгаришига олиб келди – дизайн молларни истеъмол қилишни камайитириш, 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 “абадий” буюмлар, уларни кийиш муддати маънавий эскирганлиги эмас, балки емирилгандир (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 олдига 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 кийин 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 камайитиришга 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. XXI асрда модага “*vintage*” йўналиши кирди – бу йўналиш ўтган машҳур дизайнерлар яратган кийимларни фойдаланиш ёки эски кийимларни қайта бичиб, янги кийим яратишни назарида тутди. Шу жумлада дизайнерлар ва мода тадқиқотчиларини фикри бўйича бугун мода муҳим эмас, балки инсоннинг шахсий услуби. Шунга риоя қилган ҳолда мавсумий модага риоя қилиш зарур бўлмайди ва истеъмолни оқилона камайитиришга олиб келади.

Истеъмолнинг экологик тўғри услубини яратиш фақат уни камайитиришни 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 камайитириш; 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 (упаковкани) камитириш дастурлари - жилдини ортиқча қатламларини йўқатиш, керакли жилд элементларини қайта фойдаланишни максимализациялаш; ва ҳ.к.

Ишлаб чиқаришни 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 ўзлаштирмайдиган сунъий синтетик материаллар билан фойдаланмаслик, чунки уларни ишлаб чиқилиши ташқи муҳитни ифлос қилади ва инсонни соғлигига футур етказида (масалан, статик электрни тўплайди); синтетикани ўрнига анаънавий табиий материаллардан фойдаланиш тавсия этилади. 1960 йй. авжда бўлган синтетика 1970 йй.

охирида паст дид ва қамбағалларни эслатадиган бўлди; киммат 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 ўтқазадиган 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 муносабати 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 қилмаслик 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 қўлланилиши кераклиги тўғрисида бир маъноли жавоб йўқ. Демак, синтетика табиий материалларга ўхшамасдан, ўзининг сунъийлигини 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 (биодеградабли) 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 жиҳатдан “Эспри” американ компаниясининг тажрибаси намунали ҳисобланади. Бу компания 1992 йилдан бери экологик коллекцияларни ишлаб чиқаради. “Экоколлекция” бўлмаган ип газламалардан (чунки бўяш жараёни ташқи муҳитга энг кўп зарар етказди), “молния” тақилмаси жездан, тугмалари ёғоч, суяк ва садафдан ишланган моделлар коллекциясидан иборат. Дания “Новотекс” компанияси газламани бўяшдан воз кечган ҳолда, технологик циклни ташқи муҳитга максимал зарар етказмаслигига интилдди. 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 ўтказмоқда). Материалларга бўлган анъанавий муносабат, буюмларни яратишда ҳунармандчилик нуктаи 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 ноқиллона 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 раванқ топиши шундан далолат беради. Замонавий моданинг “*репро*” ва “*vintage*” (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 намоёйиш этган, сўнг уни ёкиб 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 мукаммал 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. Мантикага 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 сатҳларда экологик маданиятни шаклланиши – давлат сатҳидан то оддий истеъмолчигача керакли шартдир.

Онги экологизациялаш талабларни экологизациялашнишни, ахлоқ сабаблари ва инсонни ўз феъл-атворини назарда тутати. Экологик онги шаклланишига экологик маълумот асос бўлади. Шу боис “Мода ва экология” Ҳалқаро форумида (Берлин, август 1994 й.) савдо-сотик ва истеъмолчиларни маҳсулотларининг инсонга таъсири тўрисидаги маълумотларни ишончли маълумотлар билан таъминлашнинг муҳимлиги таъкидланганди. Ишлаб чиқариш жараён инobatга олинган ҳолда экологик соф маҳсулот банкни барпо этиш тўғрисида 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 тўғрисида 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 баҳолаша 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 ҳуқумронлик 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 муммоларини 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 таалуқли тасаввур ўзгарди: “*хомо сапиенс*” (онгли инсон) ғояси ўрнига “*хомо сенунс*” (сезгир инсон), “*хомо люденс*” (ўйнайдиган инсон) концепциялар кенг таркала бошланди: “*техникавий инсон*” концепцияси ўрнига “*экологик инсон*” ва “*маданият инсонни*” концепциялари пайдо бўлди. Айнан “янги дунё инсони” тўғрисидаги шундай тасаввурлар дизайнда муҳитга асосланган асосий принципларнинг келиб чиқишига сабаб бўлди, у дизайн-лойиҳалаш экологик йўналишнинг қуйидаги хулосаларни келтириб чиқарди:

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

- истеъмолчини мавҳум-типологик жихатдан 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 қуйидаги 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, ҳамжиҳатликка ва тенг ҳуқуқликка эришишига қилиши лозим.

Масалан, 1983 йилдан бошлаб Германия федератив республикаси Дизайнерлар Уюшмаси саноатда чиқариладиган буюмларда истеъмолчининг кунглини очадиган ва қувноқтирадиган, руҳий-маънавий кучайтиришнинг бўлишини талаб этганди. Дизайнинг 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 принципал бўлди – сиймоли фикрлаш эса лойиҳалашда ҳаттоки янги усулга 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 четга турган соҳада ҳам тарқала бошлади.

Дизайнинг 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 кўли билан бирорта нарсани қила олмайдиган бўлиб қолди, у ижодкорликдан тайёр маҳсулотни истеъмол қилувчига айланди. Дизайнинг 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 тасавури ва инсоннинг ҳақиқий эҳтиёжлари, талаблари, ҳуқуқ орасида номуносивиблик мавжудлиги аён бўлди.

Биринчи бўлиб меъморий назария ўз муносабатини 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 вуҷудга 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 хиссасини кўшади. Ҳамкорлик, шериклик санъат ва ҳаёт орасидаги чегарани йўқотишга имкон яратиб, истеъмол жараёнига 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 жараёнига 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 қатнашади, чунки унга тайёр сиймолар ўтказилмайди. Замонавий моданинг демократиклиги, услублар, шакллар силуетларининг 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” (International Herald Tribune– 1988 – Desember 12. – p.16); “Менинг модаларим – ўралиш эмас. Ва мен уларни қандай кийиш учун кўрсатма бермайман” (Time. – 1986.- January, 27, - p.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 жараёнига 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: бегоналикдан 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, кийматининг янги тизими юзага келади. Айнан шу соҳада инсон қувонч, ўйин, кулги, орзуга эришиш ҳуқуқини амалга оширади.

Фарбда 1980 йилдаёқ истеъмолнинг янги турига сайр-томоша бўш вақт маҳсул 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 танкидчилар 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” (Time – 1986 January 27). Ундай эффектга “қувончли” ранг бирикмалари, ғалати шакллар, костюмни кийиш жараёнида уни ўзгартиришга имкон берадиган эркин таркиблар орқали эришди.

Дизайнда ўйинли эфетлар 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 ёстиклардан ишланган пальтони ёки ўрама туридаги куртка ёқалари; Ф. Москинонининг “кулгили” қўшимчалари 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 модалар 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 мавсумда дизайнерлар тавсия этган турли сиймолар истеъмолчига танлаш учун жуда кўп имконият беради – кундалик ҳаётни чегараларни ҳаддан ортиқ очиб, барча шу “роллларни” ўзига ўлчаб кўриши лозим, чунки америкалик дизайнер Дж.Каррано сўзи бўйича “инсон кийимни алмаштириб ўз хоҳишига 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, қўпинча аввал қўлланмаган “қувноқ” ёрқин ранглари тавсия этишди. Масалан, рангли доиранинг “ўлик” сектори ҳисобланган ва кийимда камдан-кам қўлланилган тўқ қизил-сарик рангдан сариққача, сариқ-яшилдан яшил-сарикқача бўлган ранглари. Бу ранглари кийим инсонларнинг эркинлигини ва ҳаётдан манмунлигини қувончга берилишини намоён этади.

“Неотехнологик дизайн” ранг, ёрқинлик, 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 сезига 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 кийматларига 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 “табиий 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 ҳаётини эҳтиёждир. 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 муносабатлар маданиятшунослиқда муҳим категория бўлди, чунки санъат экологияси ҳар хил ва минтақавий маданиятларни, концепциялар ва фикрларни бирга мавжуд бўлишини назарда тутди. Маданиятлар муносабати – ўзига ҳослиги сақланган ҳолда ҳар хил маданий тизимларни ўзаро бойитиш жараёни. Маданиятда ўзига ҳослигини сақлаш, бошқани эъзозлаш (чунки фақат биздан фарқ қиладиганлари ўзимизни тушунишга имкон беради) вужудга келадиган янги цивилизацияни фундаментал бойлигидир.

Ҳозирги инсоннинг яшаш муҳитни янги технологиялар таъсирида замонавийлаштириши турмуш тарзини маданий кетма-кетлиги билан мужассамлалантирмоқ лозим, қайсики замонавий лойҳа 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 қўламида 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 иқлимга мос костюм яратиш, анъанавий шаклланинг усулларни ва материалларга муносабатларни тиклаш.

Костюм анъанавий турмуш тарзини 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 хунаремандлик анъаналари халқ қосибкорлигида сақланиб қолган (қулолчиликда, тўқимачиликда, заргарликда ва б.).

1970 йиллардан бошлаб костюм дизайнерлари коллекцияларида “миллий руҳни” этнографик маънода намоён этиш эмас қадрланадиган бўлди, балки модада “байнал-минал услуб” контекстида, яъни миллатдан қатъий 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 муваффақият 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 иташдан иборат бўлмаган – шарқ фалсафаси, дини, табиат ва инсонга муносабатида янги дунёқарашнинг янги аломатларини кидириш, келажак цивилизациянинг асоси бўлиши мумкин. Ғарб цивилизациясининг инқирози “цивилизациялашмаган” халқларни ҳаётини 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 анъаналари 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 даврдан замонавий модадаги “этник услубига” 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 қўлланди).

Замонавий костюм дизайнида миллий анъаналарни ўзлаштириш ўзига хос хусусиятлари постмодернизм, жумладан *иктибос* (цитата) услуги (ўзгартирмасдан костюм қисмларини ўзлаштириш ва моделда ҳар хил ижодий манбалардан элементларни аралаштириш) билан боғлиқ. Иктибос сифатида миллий костюмнинг детали, безак элементи, нақши, бичими ёки ранг гаммаси бўлиши мумкин. Ҳар хил иктибосларни 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 махсус соҳадир. Этник услуб аллақачон жаҳон халқларининг костюм шаклини замонавий костюмга мослаштиради.

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

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

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

Замонавий маданиятнинг принципа асоси – эстетик плюрализм, гўзаллик ҳақида ҳар хил миллий тушунчаларни, кўпинча бир бирига ўхшамайдиган, тенгхуқуқликни назарда тутди.

Замонавий модада бир хил модали шаклнинг эталони, ҳар бир инсоннинг индивидуаллиги, мислсизлиги қадрланмоқда.

Ғарб ва шарқ анъаналарининг синтези анъанавий этник ва европа кийимиغا 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 тааллуқлидир. 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 замонавийни уйғун бўлиши япон санъати ёркин 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 қавтлилиқка японларнинг қизиқиши сезилади. Бу хусусият япон анъанасига тааллуқли – эркинликсиз, кенгсиз гўзаллик ҳосил бўлмайди; қачонки гўзаллик индивидуал сиймода намоён бўлса шундагина ҳақиқат рўёбга чиқади. Табиийликка 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 кўйлақка майин “оқиб ўтган” ёки Х. Морининг нақш солинган кўйлақлари). Япон дизайнерлари носимметрик конструкцияни тақлиф 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 пасив томошабин орасидаги фарқни йўқ қилиш муҳит дизайнининг 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 қарама-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 тааллуқли 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 бадиий анъаналарини бирлаштириб, мутлақо янги кийимни яратишди, биз уларни на японча на европача кийим сифатида, балки келажак кийими сифатида тасаввур этишимиз мумкин.

Дизайнда япон ва европа анъаналарнинг синтезининг намунаси шунга ишонтирадики, айнан маданиятлар мулоқоти янги цивилизацияда юзага келаётган маданиятига 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

Битирув малакавий иши “ Вельвет матодан эркаклар сорочкаси дизайн лойихасини ишлаб чиқиш ” мавзуси бўйича бажарилди .

Моделлар замонавий мода йўналишига мос , харидоргир ҳисобланади . Лойихада танланган моделлар кийимга қуйилган барча талабларга мувофиқ.

Иш давомида лойихаланаётган асосий модел базали асос конструкцияси қурилиб , моделлаштирилди , кийим андазалари ишлаб чиқилди .

Битирув малакавий ишининг конструкторлик-технологик қисмида буюмга ишлов бериш усуллари ва юқори унумли жихозлар , сифатини янада яхшилаш учун кичик механизация воситалари танлаб олинди ,буюмнинг таннархи , реклама лойихаси ишлаб чиқилди.

Методик қисмида янги замонавий ўқитиш методлари ўрганиб чиқилди.

Экологик қисмида дизайнда экологик йўналишлар, ишлаб чиқаришни экологизациялаш қабиласалар қўриб чиқилди.

Битирув малакавий иши олдига қуйилган вазифалар бажарилди , Вельвет матодан эркаклар қўйлаги дизайн лойихаси ишлаб чиқилди ва ишлаб чиқариш корхоналарига татбиқ этилади .

Адабиётлар

1. Ислом Каримов. Жаҳон молиявий - иқтисодий инқирози , Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг юллари ва чоралари "Ўзбекистон" 2009. М
2. Коблякова У.В. Конструирование одежды с элементами САПР.М. , 1985
3. Рогова Л.П.Эркаклар ва болалар устки кийимининг конструкциялаш асослари . Т. , 1986
4. Братчик Н.К. Конструирование женских платьев сложных форм иИ покроев М . , 1982
5. Жабборов М.Ш. Тикувчилик технологияси . Т. "Укитувчи" , 1977
6. Изместева А.Я. , Юдина Л.П. , Умняков П.Н. Проектирование предприятий швейной промышленности . М. , "Легкая и пищевая промышленности" , 1987
7. Жабборов М.Ш. Тикувчилик технологияси . Т. "Укитувчи" , 1989
8. Труханова А.Т. "Енгил кийим технологияси" расмли қулланма . Т. "Укитувчи" , 1987.
9. Кокеткин П.П. , Кочегура Т. Н. И дру. Промышленная технология одежды . Справочник М. , "Легпромпбиздат" 1988.
10. Зак. С. И. Горохов И. К. идр. Справочник по швейному оборудованию. М. , "Легкая индустрия" , 1981 .
11. Мода журналлари.
12. "Швейная промышленность" журналлари.
13. X.X. Kamilova,N.K.Hamrayeva .Tikuv buyumlarni konstruksiyalash.T.2011.

Интернет сайтлари:

www.vgik.info

e-mail - mail@vgik.info

www.pencil.nm.ru

artinst@mail.ru

ychednoe@mail.ru

www.msus.org

www.artacademu.spd.ru

e-mail charkin@peterstar.ru

artacademy@antecedemy.spd.ru

www.nbgfintal.uz





























