

**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: “Shatlandka matosidan qiz bolalar ansambli (jilet va yubka) yangi madeli dizayn loyihasini ishlab chiqish ”

**BITIRUV MALAKAVIY ISHIGA
TUSHUNTIRISH YOZUVI**

BAJARDI:

**20-10 MDIZ guruh talabasi
Sattorova Gulrux A’zamovna.**

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 машғулот учун)

6. Ҳаёт фаолияти хавфсизлиги қисми

Хулоса

Адабиётлар рўйхати

Кириш

Жумхуриятимиз тараққиётининг hozirги боскичи ҳар қайси соҳа олдига мураккаб миқёси мислсиз янги вазифалар қўйди. Енгил саноат ходимлари корхоналарни қайта қуриш, ускуналарини замонавийлаштириш, ишлаб чиқаришни комплекс механизациялаш ва автоматлаштириш, юқори сифатли, чиройли кийимларнинг оммавий турларини тикадиган юксак унумли, тезда қайта мослашувчи поток линияларни қуриш йўли билан ишни тубдан яхшилашлари керак.

Тикувчилик саноатида бу вазифаларни бажариш учун аввало технологияни такомиллаштириш талаб этилади.

Янги кам операцияли технологиялар яратиш тикувчилик буюмларига ишлов беришни такомиллаштиришдаги истиқболли йўналиш ҳисобланади. Кийимнинг, кийим деталлари ва узелларининг конструкциясида чокларни иложи борица кўпроқ камайтириш, намлаб - иситиб ишлов бериш ускуналарининг, виброманекен сингари, бир жараёнли турларида материалларга уларнинг термопластик хусусияти ҳисобига шакл бериш, бириктириши ва безаш жараёнларини бирлаштириш, елим материалларидан фойдаланиш ва хоказо ана шундай кам операцияли технологияга киради. Кийимларни безаш учун кўп жараёнлар амалга оширилади. Кийим сифатини яхшилаш учун кимёвий материалларнинг янги турлардан фойдаланиш керак бўлади. Тўқима ва трикотаж, суъний газлама, суъний тери ва суъний плёнка копланган материаллар, нотўқима материалаалар, елим қопламали махсус қотирмалар, хилма-хил фурнитуралар ва хоказо шундай материаллар турларидан ҳисобланади.

Юқори сифатли кийимларни оммавий тикишнинг комплекс автоматлашган корхоналарни яратиш, жумладан чиқаришнинг тайёрлов, бичиш, тикиш ва пардозлаш участкаларидаги тайёр махсулотни ўраш ва сақлаш жойлардаги асосий технологик жараёнлар учун ҳисоблаш техникаси, микропроцессор воситаларидан кенг фойдаланиладиган махсус ихтисослашган системалар, линиялар, рабotoкомплекслар, янги ярим автомат тикув ускуналари ишлаб чиқишдан иборат.

Республикамиз жамоатчилиги олдида турган яна бир муҳим вазифа халқ хўжалиги комплексини тубдан қайта қуришдир. Бунинг учун аввало ҳомашё етиштириш билан кифояланмай, ундан тайёр махсулот ишлаб чиқаришга ўтиш керак бўлади.

Шунингдек пахта, металл, пилла, газ, мева-сабзавот ва хоказо махсулотларни қайта ишлашни купайтириш талаб килинади. Бу эса ишлаб чиқаришни ишчи кадрлар билан таъминлашгина емас, балки юксак савияли мутахассислар билан таъминлаш вазифасини ҳам келтириб чиқаради.

Тикувчилик саноатидаги технологик жараён, асосан, газлама бичишдан, кийим тикишдан, пардозлашдан ва сифатни текширишдан иборат. Кийим тикишдаги ишлар ижро етиш усулига қараб, қўлга ёки машинада бажариладиган бўлиши мумкин.

Юқорида кайд этилган вазифаларни иноватга олган ҳолда **Битирув малака ишнинг мақсади**- шотланка матосидан қиз болалар ансамбли (юбка ва жилет) янги модели 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, лойиҳалаш мақсади ва вазифаларини, маънавий йўналиши) марказий ўринни эгаллайди. Концептуаллик – бу лойиҳа маданиятнинг моҳиятини асослайдиган умумий ижодий кўрсатмадир. Ижодий концепция лойиҳанинг қиймати ва маънавий мазмунини белгилайди. Ижодий концепциянинг мазмуни ва характери нафақат муаллифни шахсий дунёқарашини билан, балки лойиҳа 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 машхур бўлади.

Дизайннинг концепцияларини лойиҳалаш қуйидаги асосий йўллар билан боғлиқ:

- *баҳолаш йўли* лойиҳалашни 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 лойиҳалаш 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. Лойиҳалашда 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 лойиҳалаш 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 қийимини таклиф этишади. Бундан ташқари, қийим дизайнини ўзига хослиги шундаки, концепция матнда эмас, балки визуал шаклда ўз ифодасини баён этади. Модани мавсумий ўзгариш ритм анъанаси қийим дизайнида ижодий концепциясини асосий ўзлаштириш шакли - моделлар намоишидир. Концептуаллик фақат қийим моделлашдагина эмас (гарчи бу энг муҳими бўлса ҳам), балки моделларни танлашда, муайян сиймо яратишда (соч турмак, грим ва б.), мусиқа жўрлигида ва намоиш ўтқизиш 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. Италиян дизайни назариясида дизайнда модернизмни фарқлайдиган функционал лойиҳалаш йўли лойиҳа онгини “кучли” йўли деб ҳисобланди. “Кучли лойиҳалаш”ни принципаал хусусиятлари қатъий функционализм, илмий-техникавий тараққиётни мақташ, механицизм, рационализм, авторитар лойиҳа-мафқуравий 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” мафқурасини ўрнига “постиндустриал жамоат” концепцияси келди, у ривожланиш ва тарққиёт ғоясига қарама-қарши “таққослаш ва тўплаш” шиорини таклиф қилди.

Янги жамиятда “постиндустриал цивилизация”ни мафқурачиларни 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 қирраллиги бўлади, бойликларни қатъий регламентланган тизими эркинроқ ва индивидуал танланадиган тизимга айланади.

“Очиқ 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, мозаикаликка 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 ёвойлар”, “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 “очиқ 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;

- механизм инқирози – техникани минитатюралациялангани функциянинг ташқи моддий кўрсаткичини йўқолиши. Роботланган корхоналарни мослашувчанлиги, катта серияли корхоналарни минитатюралациялангани ва ҳунармандчилик корхоналарни аҳамияти қайта тикланиши дизайнда шаклланишга технологик ва корхона чекланишларни бартараф қилди;

- стандарт ва тартибни инқирози. “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 айтиш 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 қилинмагани, 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 ўтқазиш мумкин эмас”. Буюк француз кутюрьеси 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 нуқтаи 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).

1.2. Мода йўналиши асосида моделлар ассортименти таснифи

Мода турмушнинг ташки кўринишида , асосан кийимда намоён бўладиган бирон диднинг муайян ижтимоий мухитга озроқ вақт хукмрон бўлиб туришдир . Мода билан услуб ўртасидаги фарқ заминиди 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 чиқган 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 услубнинг вазифаси бўлиб , янги янги формалар қидириш моданинг улуши бўлади .

Санъат тараққиётида 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 саҳий бўлиб қолдики , гўё ҳамма нарса : елканинг ҳар қандай кенглиги , ҳар қандай узунлик ва ранглар ҳаммаси , шунингдек комплекдаги нарсаларнинг миқдори 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 . мутахассислар ўз фикрларини радио , телевидения ёки мадбуотдаги мода - журналлари орқали етказиб турадилар .

Тарихга назар ташласак қадимдан инсон онги , ҳаёти тараққий эта боргач ўз - ўзидан инсон ташки кўринишининг гўзал , кўркем бўлишига алоҳида эътибор бера бошлаганининг гувоҳи бўламиз . Айниқса аёллар кўркем , бежирим либослар билан яسانيшга интиланган . Жамият ривожланган сари нафакат аёллар , балки эркеклар ҳам кўркем , 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 .

Шотланка матосидан қиз болалар ансамбли (юбка ва жилет)ассортименти ўтиб кетган йиллар билан таккосланганда унчалик ўзгармаган : енги узун , калин матодан тайёрланган кишиги кўйлақлар , енги калта, енгил , юпка 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 кўркемдир . Лойихаланаётган эркеклар кўйлақлари жаҳон бозорида бемалол рақобатбардош бўлиши мумкин . Шунинг учун ишлаб чиқаришга тадбиқ этиш тавсия этилади.

1.3.Маркетинг тадқиқоти

9-11 may kunlari “O‘zbekiston madaniyati va san’ati forumi” jamg‘armasi, “Osiyo ramzi” modelyerlar assotsiatsiyasi hamda O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta’lim vazirligi hamkorligida bolalar liboslari festivali bo‘lib o‘tdi.

Festivalda Toshkent tekstil va yengil sanoat instituti va Kamoliddin Behzod nomidagi san’at va dizayn milliy instituti talabalari, bir qator litsey va kollej talabalari o‘z dizayn namunalari bilan ishtirok etishdi. Festival mavzusi bolalar kiyimi bo‘lgani sababli yosh avlod uchun qulay va mos kiyimlar namoyishi ommaga havola etildi. Namunalar ko‘plab yo‘nalishlarda taqdim etilgan, jumladan, milliy va sport liboslari, homilador ayollar va maktab o‘quvchilari uchun avangard uslubda yaratilgan. Shuningdek, gimnastlar va kurashchilar, atletlar liboslariga ham alohida e’tibor berildi.

Eng yaxshi namunalar maxsus nominatsiyalar bo‘yicha taqdirlandilar. Liboslarni ijod markazlarining tarbiyalanuvchilari va sport maktablari o‘quvchilari namoyish etishdi. Festival davomida ko‘plab yosh va qobiliyatli dizaynerlar nomlari kashf etildi.

Festival yakuniga ko‘ra yosh dizaynerlar – Malika Sayfullayeva “Bitiruv oqshomi”, Olga Yaikova “Toshkent ko‘chalari”, Mohinur Yusupova “Ko‘rkam liboslar”, Alisher G‘iyosov “Sport uslubi”, Zarina Qodirova “Bo‘lajak ona”, Yulduz Xudoyberdiyeva “Milliy matolardan foydalanish”, Nodira Rixsiyeva “Milliy uslub”, Aziza Izomova “Yosh dizayner”, Mastura Bahodirova “Yozgi hordiq”, Diyora Karimova “Sport liboslari” kabi yo‘nalishlarda g‘olib deb topildi. Kiyimlar taqdimoti bilan bir qatorda yosh avlod liboslarining nazariy muammolariga bag‘ishlangan ilmiy konferensiya ham bo‘lib o‘tdi. Konferensiyada yosh tadqiqotchilar, bakalavr va magistratura bosqichi talabalari bolajinlar kiyimlarini yanada qulaylashtirish va zamonaviylashtirish masalalari bo‘yicha o‘z fikrlarini bildirib o‘tdilar.

Bolalar kiyimlari CHICCO nomi bilan! O'zbekistonda birinchi marta xonanda qo'shig'i nomi bilan maxsulot ishlab chiqarilmoqda! Maftunkor Shahzoda ijrosidagi Chicco taronasi ommaviy super xitga aylandi deb aytsek mubolag'a bo'lmaydi.

Фарзандингизга янги куйлак кийдириб, хеч зимдан кузатганмисиз? Беихтиёр кўз ўнгингизда уларни канчалар завкка тўлиб, йўлга эмас энгилларидаги либосларига тикилганча, хар доимгидан бошкачарок кадам ташлаб юришлари гавдаланган бўлса ажаб эмас... Ўнқир-чўнқир йўлда йиқилган болангиз биринчи навбатда усти-бошларини кокишга киришиши кийиниш одоби борасидаги уларнинг кўникмаси биз, катталардан колишмаслигини кўрсатади. Барча нарсага нисбатан муносабатларини акс эттирувчи инжикликлари, кийиниш борасида хам ўзининг катъий талабларига эга. Шундан бўлса керак, болалар модаси саноати дунё иктисодиётида юкори даромад келтирувчи сохалардан бирига айланиб улгурган. Катталар модаси билан муттасил беллашиб келаётган кичкинтойлар услубини яратиш сохаси хам ўзига ўта нозик жихат ва йўналишларни камраб олади.



Болалар кийимини танлашда ота-оналар анча оддий талабларни қўйишади, яъни боланинг кийими иссиқ, қулай бўлиши ва болада бежирим кўриниши керак. Гоҳ лойгарчилик, гоҳ совуқ, гоҳ

ёфнгарчилиқ, гоҳ жазирама иссиқ бўладиган баъзи об-ҳаво шароитларида яхшиси бир нечта кийимга эга бўлган маъқул.

Катталарнинг кийимидан фарқли ўлароқ болалар модаси бугунги кунда урф бўлаётган услублар ва йўналишларга эмас, балки кўпроқ бўлғуси истеъмолчининг ёшига қаратилган. Олти ойлик гўдакни иштончалари рангининг долзарблиги ва яқтакчасининг бежиримлиги ташвишлантирмайди.

Шу боис энг жажжи болакайлар учун кийимга қўйиладиган талаблар – бу қулайлик ва хавфсизликдир. Бола ҳаракатларини сиқмайдиган, ташқи ёки юмшоқ ички чокларга эга ҳар қандай кийим у учун қулай бўлади. Аллергия келтириб чиқармайдиган табиий матолардан тикилган кийимлар эса хавфсиз ҳисобланади. Бола кийимида у ўралашиб қолиши мумкин бўлган ортиқча боғичлар ва тасмаларнинг кераги йўқ.

Каттароқ ёшдаги болалар учун мос келадиган кийимни танлаш анча мураккаброқ.

Комбинезон – болалар гардеробидаги энг универсал кийим бўлиб, у деярли ҳар қандай об-ҳаво шароитига мос келади. Бунинг устига унда қизчалар ҳам, ўғил болалар ҳам ўзларини қулай ҳис қилишади. Комбинезонни кийиш осон, унда сакраш, югуриш, думалаш, эмаклаш жуда қулай, асосийси эса ҳеч қаеридан шамол ўтмайди. Аксарият болалар сайрдан уйга терлаб келишини ҳисобга олган ҳолда, кўпгина моделларнинг ичидаги астар флис, яъни нам тортмайдиган материалдан тайёрланган.

Курткани танлаганда баъзи жойларига алоҳида эътибор бериш лозим. Масалан, шамол ўтмаслиги учун енглариининг учи резинкали манжетларга эга бўлиши лозим. Ёқаси боланинг бўйнига ёпишиб туриши керак. Куртканинг пасти ёки камар тақиладиган зонасида кулиска бўлгани қулай. Кулискали капюшон контури бўйича фиксаторли резинка тортилган бўлса ундан ҳам яхши.

Кеч куз ва эрта баҳор ойлари учун фарзандингиз сайрга болон матодан тайёрланган иштончаларни кийгани маъқул. Уларда резинкали тасмалар, занжирсимон ёпқичли баланд ёқа бўлиши ва куртка боланинг орқасини яхши ёпиб туриши керак. Баҳор-куз мавсуми учун энг муҳим талаб – нам ўтказмаслик. Сайрга чиққанда болага иштонча ичидан иссиқ колготка кийдириш шарт. Қишда эса пат астарли колготкаларни кийдириш мумкин.

Бола учун устки кийимни шундай танлаш керакки, уларнинг устидан қўшимча равишда кофта ёки иссиқ иштонча кийдириш керак бўлмасин. Чунки болага қанча кам кийим кийдирилса, у иссиқ кийимда хонада шунча кам вақтни ўтказади, демак, бола сайрга чиққунга қадар терлаб кетишининг эҳтимоли ҳам камаяди.

Кофталар орасида тўқилган свитерлар ва ёқаси баланд, бироқ бўйинни қаттиқ сиқмайдиган водолазкалар жуда қулай.

Бола учун ботинкаларни шундай танлаш лозимки, уларга иссиқ жун пайпоқ ҳам сиғсин. Бу мўйнали ботинкалардан ҳам иссиқроқ бўлиб қолмасдан, бола оёғини ҳўл қилган тақдирда жуда қулай ҳам. Кигиз тагликли пойабзални қуриштириш осон, пайпоқни эса ювиш мумкин.

Болалар пойабзали сирпанмаслиги ва енгил қадалиши керак. Кўпгина ота-оналар боғичлар ўрнига ёпишувчи моделларни афзал кўришади, аммо бу унчалик тўғри эмас, чунки боғичлар бола оёғини ишончлироқ ушлаб туради. Боланинг ўзи эса боғичларни боғлар экан яна бир марта қўл моторикасини ривожлантиради, бу ҳам жуда муҳим. Ботинканинг тили пойабзал ичига қор ва сув киришига йўл қўймайдиган чеклагичли бўлгани жуда маъқул.

1.4. Коллекция яратиш талабларини ишлаб чиқиш

Коллекцияни лойиҳалаш. Коллекция (лот. коллектио - тўплам) - илмий, тарихий ёки бадиий қизиқишни ифодалайдиган, ўхшаш буюмларни тизимга солинган тўплалардир. 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 (етакчи Мода уйлари) 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 ҳосилдир. 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 ёналишлари 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 омабоп имтеъмолчига мўлжалланган махсус моделерлар яратган "Юқори мода ва Прет-а-порте" коллекциялар халқаро кўргазмаларида ва ярмаркаларида, кечки клублар, презентацияларда, ижодий конкурсларда намойиш этилади;

- махсус 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-қиш учун - июлнинг охири августнинг бошида (гарчи унда тавсия этилган услублар ва омабоп 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-қишги - февралда яратилади ва ишлаб чиқарилади;

- саноатга оид омабоп коллекцияларини юқори модада "прет-а-порте" коллекцияларида тақдим этилган перспектив тенденцияларивожлайди. Янги услублар омабоп 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 омабоп 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 гурухи, 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 истаklarнинг шаклланиш даражаси.

Истеъмолчилар шартли равшда тўрт гурухга 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 ёналишда 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 ёлдан 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 Мкўпайтириш 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 ёналиши маълум Мистеъмолчига мўлжалланган:

- "Босс" - мувафакятли 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 фарқланиш учун, қандайдир ўзига ҳосликни қидиришади.

Иккинчи босқичда (лойихалаш 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 спестификациялари инобатга олинади.

Француз 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. М.К.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 муҳокама 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 линади;

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

"Устахона" деб номланган иккинчи босқичда:

- коллекция намоиш этиш учун режа тузилади;

- моделларни намоиш 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 бўлимлининг 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.

"Рет-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 дир, модали мансабга эришиш учун дизайнерлар орасидаги рақобат курашида кучли реклама восита дир. "Рет-а-порте" ҳафтаси доирасида ўтказиладиган моделлар намойишида (Париж, Нью-Ёрк, Милан, Лондон, Барселона, Дюсселдорф, Москва, Санкт-Петербург) энг аввало матбуот ходимлари (атокли 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 комплектлар 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 шаклларнинг конструкциясини 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 Мкерак:

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

Коллекция яхлитлигининг зарурий шарти - коллекциянинг кулминастияси, яъни композицион марказнинг Ммавжудлиги. Умумий қойида бўйича уч композицион марказ бўлиши керк:

- бош (намоишни очадиган биринчи модел ёки моделлар блоки), кулминастия (намоишни ўртаси) Мва якуний (намоишни якунлайдиган модел ёки моделлар блоки);
- 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);

- буюмларни ишлаб чиқаришга технологик принстипларнинг 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 кўйлақлар, калта кечки кўйлақлар, узун кечки кўйлақлар, 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 намоиш этиб (бу айниқса костюм дизайнида деконструктивизм тарафдорларига тўаалукли). 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 (кувнок) 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 ҳил 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 этиборга олиниши лозим.Аёллар либоси эркаклар либосига қарганда ёрқин рангда бўлади.Ёш болалар кийими оч пастел рангли, ўрта ёшликларники эса ёрқин соф рангли, катта ёшликларники эса тўқ рангли бўлиши тавсия этилади. Ўспиримларнинг либослари ранг-баранг қилиб танланади.

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

Рангларни танлашда одамларнинг психофизиологик тури (холерик, сангвиник, меланхолик) ҳам этиборга олиниши лозим. Уларнинг ташқи кўриниши бир ҳил бўлса ҳам, либос ранги ҳар ҳил 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 кўркемлик 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 катъий 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 яхшилайти.

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

2.3. Кийимга куйилган асосий талаблар:

Кийимни лойихалаш талаблар программасини тузишдан бошланади. Талаблар 2 гурупуга ажратилади: истеъмолчилар талаблари ва саноат-экономика нуқтаи назаридан куйиладиган талаблар.

Биринчи гурупуга эксплуатацион эстетик гигиеник талаблар, кийимнинг товарли сифатига, қуринишига оид ва бошқа талаблар киради.

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 истеъмолчиларнинг эстетик дидларини қондириши тушунилади.

Гигиеник талабларга кийимнинг иссиқлик баланси, ҳаво ўтказувчанлиги, ичкинам теридан ёки ташқи 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 қўрсаткичларни ўз ичига олади.

Иккинчи гурупуга технологик стандартлаштириш ва унификация меъодлари, тежамқорликдан иборат талаблар киради.

Тежамқорлик лойихалаш харажатлари, ишлаб чиқаришни технологик конструкторлик ва техник жиҳатдан тайёрлаш билан боғлиқ харажатлар, шунингдек истеъмолчиларнинг ундан фойдаланиш харажатлари билан характерланади. Қўп модели оқимларда тайёрланадиган кийимларга технологик бир хиллик жиҳатдан қўшимча талаблар қўйилади: бу талаблар қўрхоналарнинг унификациялаштирилган барқарор оқимларда ишлашни таъминлайди.

Юқорида айтиб ўтилган барча талабларни назарга тутган ҳолда диплом лойиҳасига берилган кийим ассортименти учун моделлар танланди. Лойиҳаланаётган эркаклар қўйлақлари моделлари эксплуатацион талабларга жавоб беради, чунки бу кийим 2-3 йил муддатда кийишга мулжалланган бўлиб, чидамли, ишончли вилвет-матодан тайёрлангандир.

Бундан ташқари эркаклар қўйлағи эстетик талабларга тула жавоб беради, чунки танланган модел замонавий мода йуналишига мос харидорларнинг назорат дидларини қондиради. Бу ерда классик услуб тақилма чўнтақлар, қокетка, планка ва қопқок қаби элементлар ҳозирги вақтда жуда расм бўлган лойиҳаланаётган эркаклар қўйлағи гигиеник талабларга жавоб беради, чунки у аралаш ип газламадан тайёрланган бўлиб, одам организмни кийим остки температурасини меъёрга сақлаб туриб, ташқи хоҳ-қўш таъсирларидан химоя қилади. Бундан ташқари одам ҳатти-ҳаракатини сикмасдан ҳалақит бермайди. Лойиҳаланаётган моделлар конструкцияси технологик жиҳатдан тежамқор ҳисобланади.

3.1. Лойиҳаланаётган кийим учун материаллар танлаш, асослаш ва қонфeksiонлаштириш.

Кийим тайёрланадиган газламаларнинг ассортименти жуда хилма-хилдир. Саноатимиз 4000 артиқлдан артиқрок, зигир, шойи, жун ва ип газлама ишлаб чиқаради. Ип газламалар майиш ва техник хилларга бўлинади. Майиш ип газламалар ранги тузилиши жиҳатидан турли-туман бўлиб, қўйлақ-блўзкалар, сарафанлар, пальто, ярим пальто, спорт кийимлари, махсус кийимлар, гимнастика телогрейка ва бошқа буюмлар тайёрлашда қўл ишлатилади.

Бутун туқимачилик саноати ишлаб чиқарадиган газламаларнинг 60%ини ип-газлама ташкил қилади. Ип-газлама матолари хусусиятларга эга, яъни бу газламалар ўзларининг мустақамлиги ҳар хил эгилиши ва қўзилишларига чидамлиликлари, яхши пўграскопик хоссаларига эга эканлиги билан ажралиб туради. Ип газламалардан тикилган буюмлар тез нам тортиб тез қўрийд, яхши ювилиб қатта температурада дазмолланади. Ҳозирги вақтда ип газлама толаларига бошқа вискоза полёноза, деб сон, нитрон ва қапрон толалари қўшиб

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.

3.2.Конструкциялаш усулини танлаш ва асослаш

Куплаб кийим тикишда конструкциялашда пропорционал хисоблаш усулларида фойдаланилади. Бу усуллар хисоблаш йуллари усуллариининг бир туридир. Бунда бичиш улчамлари, хисоблаш улчамларига алмаштирилган: хисоблаш улчамлари 2та асосий размер белгисига курак ярим айланасининг иккинчи улчами $C_k\P$ га ва рост (буй) P га пропорционал буйлик холда 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 жиҳатлари ва афзаллиги куйидаги лардан иборат:

- Чизмалар учун керакли маълумотларни хисоблашда ва чизма чизишда стандартга курсатилган куп сонли улчов бирликларига 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 чиқилганлиги туфайли мода узгаришининг ахамияти йук.
- Чизма асосий элементларининг улчамини ҳамда, энг умизи билан энг боши уртасидаги боғланишини аниқлашга имкон берадиган дастлабки хисоблаш берилган
- Материалларнинг хусусиятлари хисобга 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 чиқилган; 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 аниқлаштирилган. Бу метода одам гавдасига яхши туришини таъминловчи баланс нуктанинг хисоби асослаб берилган.

ЦНИИШП методи универсал хисобланади, чунки хар хил куринишдаги ва турли мақсадларга(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

Шотланка матосидан қиз болалар ансамбли (юбка ва жилет) конструкциясини яшаш

3.4. Ишчи хужжатларни тайерлаш

Кийим деталлари андоза буйича бичилади. Андаза тайёрлашдан олдин кийим деталларининг чизмасида витачкалар, ён чизиклари енг, шим ва бошка деталлар чизикларининг барча утмас бурчаклари уларнинг учига мумкин кадар якинрокдан думокланади. Сунгра кийим оркаси ва олди деталларининг, енгининг 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 аниқланган чизмаларда чокларга ҳамда кийим этагини енг учи ва шим почасини букиш учун қабул килинган технологик ва техник шартларга мувофиқ чок хаки белгиланади. Андазалар тайёрлаш усулига қараб асосий андаза, иккиламчи (хосила) андаза ва ёрдамчи андаза деган турларга ажратилади, бажариладиган вазифасига қараб эса, эталон-андаза(оригиналлар), иш андазаси ва ёрдамчи андаза қаби хилларга ажратилади.

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

Иш андазаларидан бевосита технологик жараёнларда (кийим, бичиш, бичикларни текшириш ва хоказола) вақтида фойдаланилади. Бу андазалар ойига қамида бир марта эталон андазалар буйича текширилади. Кесилган жойлардаги четга чикишлар, норматив-техник хужжатларга мувофиқ белгиланади. Ёрдамчи андазалар қайириб букиш 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 қузиш учун уларнинг контури буйича тунка тасма тугилади ёки четларига махсус еритма (елим сугок шиша) суртилади, ё бўлмаса картон коғознинг остки томонига қум коғоз ёпиштирилади. Шундай килинганда картон тезда йиртилмайди ва андаза газлама билан яхши тишлашади, бу эса бичиш аниқлигини оширади. (одатда иш андазалари 3-5 комплект қилиб тайёрланади).

Асосий андазалар кийим конструкциясининг чизмаси буйича тайёрланади бу андазалар да чок хаки кийим этакларининг қайириб букиш ортиқча қилойларини кесиб ташлаш ҳақлари албатта ҳисобга олинган бўлади. Кийимнинг оркаси, олди енглари, ён чизикларига шимнинг олд ва орка (ёқларига) ярмига қушиб бериладиган энок хаки «тикилган тикилган кийимлар, қавиклар, баҳиялар ва чоклар» давлат стандартларига мувофиқ белгиланади. Деталларнинг (масалан устки ёқа адип ва қабиларнинг) четини қайириб букиш хаки газламанинг калинлигига ҳамда узел конструкциясига боғлиқ бўлиб, норматив ва техник хужжатларда қузда тугилади

3.5. Технологик ишлов бериш асослари

Ишлов бериш усуллари ва жихозларни танлаш

Тикувчиликдаги технологик жараён асосан газлама бичишда кийим тикишдан, пардозлашда ва сифатини текширишданиборат. Бундан кузда тутилган мақсад куйидагилардан иборат..

А) Бичиш, дазмоллаш ва буғлаш йули билан кийим деталларини ёки узелларининг шаклини узгартириш ва ҳосил килинган шакллари мустаҳкамлаш.

Б) Кийим деталларида зарур физик ва механикавий хоссаларни и пёки елим билан улаш.

Кийим деталлари четига ишлов бериш:

Д) Кийимни тикма гуллар, безак баҳия қатор , қоплама безаклар билан безаш.

Е) Қорхонага келган материалларни тайёрланган чала фабрикаларнинг ва кийимларнинг узунлик улчамларини ва сатҳларнинг улчашга қупрок эътибор бериш,улар сифатини текшириш.

Технологик жараёнда кетма-кет, параллел ёки аралаш ишлов бериш.

Кетма – кет ишлов беришда операциялар бирин кетин бажарилади, кийимнинг ҳама жойларига ҳам бир вақтда эмас, балки бирин-кетин бита ёки ыр нечта асбобдан ишлов берилади. Агар авра билан астар орасига пахта солинган қатлами бита булса, игнали универсал машинада ун қатор параллел қавалидаган булса, қатор қаторига бирин-кетин утаверилади.

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

Ишлаб чиқаришни модернизациялаш

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

Қиз болалар ансамблига технологик ишлов бериш жараёнини лойиҳалашда қуйидаги янги замонавий асбоб-усқуналар танлаб олинди:

1.қўйлақ олд булагига бирданига 4 та измани йурмаш учун Германия «Дюркопп» фирмасининг 741-7 синфли ярим автомат машинаси.

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

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

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

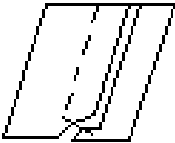
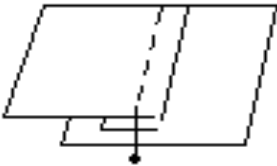
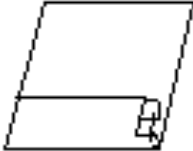
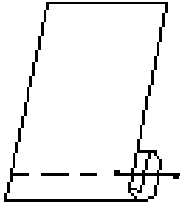
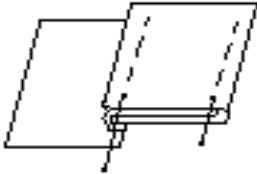
5.ёқа зийлари бўйлаб безак баҳия қатор юритиш учун Германиянинг «Дюркопп» фирмасининг 274-170067/Е5 русумли махсус машинаси.

6.бриқтирма қокларни бажариш учун Германиянинг «Дюркопп» фирмасининг 212-15105 русумли универсал машинаси.

7.бирданига тикиб ёрмаш учун 2 игнали Промшвеймаш заводининг 408-АМ русумли махсус машинаси.

8.намлаб иситиб ишлов бериш операциялари учун ички жараён ва охириги ишлов бериш учун Германия «Каннгиссер» фирмасининг турли русумли преслари ва махсус мосламалари танланади.

Тиқиб улаш учун кулланиладиган чоклар

<i>№</i>	<i>Чокнинг тури</i>	<i>Чокнинг тасвири</i>
1	Ётқизиб дазмолланган бириктирма Чок	
2	Бостирма чок	
3	Агдарма чок	
4	Кайтарма чок	
5	Бирикти рма бостирма чок	

4. Коллекция реклама лойхасини ишлаб чиқиш

Агар ёш дизайнерда истеъдот, ўзининг бетакрор 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 истиқболли 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 бетакрор 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 дизайнерлар 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 дизайнерлар яна миллий ва хорижий мода брендлари билан ҳамкорликни бошлашлари ҳам мумкин.

Жаҳон бозорига чиқиш – ҳар бир ёш дизайнернинг асосий мақсадларидан биридир. Юқори рақобат шароитда муваффақият ва машҳурликка эришиш учун ёш дизайнерлар 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.

Курслар охирида барча иштирокчилар Лондон мода колледжидан сертификатлар олишди. Мазкур курс ва тренингларни Лондон мода колледжи турли мамлакатларда ўтказишади. Ёш истеъдотли ўзбек дизайнерлар, 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 “Келажак авлод” деб номладим. Чунки “Келажак авлод” - бу эртанги кунимиз умиди, келажак пойдеворимиз. Келажак авлодни етук, баркамол инсон қилиб тарбиялаш – бизнинг вазифамиз. Бунга эришиш учун болалигидан кўркем ва чиройли, беғубор ва табиий нарсаларга ижодий назар билан қарашни ўргатиш керак. Тавсия этилган коллекциямиз шу сифатларга эга. Келажакда

қизларимиз одоб-ахлоқини сақлайдиган, дидини оширадиган моделлар ўқишда ҳам ўз таъсирини кўрсатади. Битирув малака ишимда лойихаланган қизлар учун мўлжалланган комплектларни 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.

5.1.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.

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 машғулотининг 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 машғулотида тайёргарлик вақтида, таълим методини 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 ваки 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 методини 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 хафи тўғрисида муаммолар кўтарила бошланди. Лойиҳалашни принципиал янги экологик нуктаи назаридан яратиш, дизайнни олдида мутлақо янги вазифаларни қўйилди.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Костюм дизайнида бу йўналиш контрмодада ўз аксини топди, мода намуналари моданинг асосий қонуниятларидан (ўзгарувчанликдан) воз кечиб, классик услуб намуналарига айланди. Кийимда классика – бу “абдий” буюмлар, уларни кийиш муддати маънавий эскирганлиги эмас, балки емирилганидир (физик эскириши).

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

Замонавий костюм дизайнида истеъмол ҳажминини камайтиришга узоқ вақт давомида фойдаланадиган буюмларга (классик буюмлар, “*джинс услуби*”, “*хай-тек*” йўналишдаги буюмлар) фақат тарафдорлик эмас, балки кўпфункционаллик буюмларига хосдир. Замонавий дизайнерларнинг кўпчилиги минимал гардероб, яъни муайян ассортимент гуруҳига мансуб эмаслиги ва барча вазиятга мослиги кўзда тутиладиган гардероб ғоясининг тарафдордир. Шундай универсал буюм бошқа кўплаб буюмларнинг ўрнини олиши мумкин. Замонавий моданинг эклектиклиги, услуб, шакл ва сиймоларнинг кўплиги ҳам шунга имкон беради, чунки, буюмларни комбинациялаб, янги бирикмаларни ҳосил қилиб, эски буюмларни янгилари билан бирлаштириб, кийимнинг фойдаланиш муддатини узайтириш мумкин. 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 камайтиришга олиб келади.

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

Истеъмолчилар тўғри муамола этиши учун экологлар куйидаги йўналишларни тавсия этади: истеъмолни камайтириш; экологик безарар буюмлар фойдасига талабни йўналтириш; экологик самарали буюмларни харид этиш; рециркуляция, яъни чиқиндиларни қайта ишлаш учун мақсадида утилизация этиш; экологик масалалар бўйича шикоят ва норозиликлар билдириш; буюмларни ўрашни (упаковкани) камйтириш 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 куйидагича ечилади:

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

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

Аммо, бу муаммога дизайнерларнинг мунасобати ҳар хил, чунки чарм ва мўйна фақат дабдабалик тимсолигина бўлмасдан, балки қадимдан кийим учун анаънавий материал бўлган. Масалан, италиян “Фенди” фирмаси дизайнери К.Лагерфельднинг фикрича табиий мўйна ва чармли кийимдан воз кечиш гўштни истеъмол қилмаслик билан барабардир. 1990 йй. охирида табиий мўйна, чарм ва патлар подиум ва бутикларга 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 ошқора, масалан, ёрқин рангларга бўялиб, намоён этиши керак, гарчи 2000-2001 йй. баъзан табиий мўйна ва чарм ёрқин рангларга бўялган бўлса ҳам.

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

Учинчидан, ишлаб чиқаришни экологизациялаш – бу фақат ресурслардан истеъмол қилишни камайтиришгина, янги безарар ва чиқиндисиз технологияларни яратишгина эмас, балки анъанавий технологияларни тикланишидир. Бу жихатдан “Эспри” америка 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 етказиши), “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 интилади. 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 нуқтаи назаридан ёндашиш дизайнда анъанавий фаолият моделига қайтиш дарак бўлади.

Бу муаммони ечишнинг яна бир йўли – чиқиндисиз технологиялар ва ресурслар билан қайта фойдаланишга имкон берувчи туташтирилган экоциклларни қўллашдан иборат, чунки “ахлат кризис”и хом ашёдан нооқилона фойдаланишнинг энг сезиларли аломати бўлиб қолди. Бугун қайта ишланган хом ашёдан фойдаланиш – ташқи муҳитни ифлослантириш муаммосини ечиш учун энг оммабоп усул бўлиб қолди. Кийим дизайни бу масалани ечиш учун қайта ишлов берилган чиқиндиларни қўллашдан то маънавий эскирган кийимлардан фойдаланишгача бўлган бир неча вариантлари тақдим этилади. 1990 йй. “сэконд хэнд” бизнесининг равнақ топиши шундан далолат беради. Замонавий моданинг “ретро” ва “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 намойиш этган, сўнг уни ёқиб ташлаган (гарчи бу қоғоз чидамли бўлса ҳам).

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

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

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

Онгни экологизациялаш талабларни экологизациялашнишни, ахлоқ сабаблари ва инсонни ўз феъл-атворини назарда тутати. Экологик онгни шаклланишига экологик маълумот асос бўлади. Шу боис “Мода ва экология” Ҳалқаро форумида (Берлин, август 1994 й.) савдо-сотик ва истеъмолчиларни маҳсулотларининг инсонга таъсири тўғрисидаги маълумотларни ишончли маълумотлар билан таъминлашнинг муҳимлиги таъкидланганди. Ишлаб чиқариш жараён инобатга 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 химоя қилиш, экологик барқарорликни сақлаш, инсоннинг имкониятини ривожлантиришга қаратилган.

Инсон экологияси ва дизайнни гуманизациялаш. Файласуф М.Мамардашвилининг фикрича экологик инқироздан чиқиш инсоннинг ўзи ўзгаришини тақозо этади, чунки экологик, иқтисодий ва маънавий муаммолар мажмуини “антропологик фожеа” деб баҳоласа бўлади. Сўнгги вақтда индустриал жамият мафқурасига мос “иқтисодий инсон”лар ва дунёдаги янги вазият орасида яққол фарқ кўрина бошланди. “Иқтисодий инсон”нинг технократик фикрлаш, оқилоналик, моддий талабларни маънавийлардан устун қўйиш, этик индивидуаллик ва прагматизм, табиатни чеклаш, ва ундан 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 инкирозга олиб келган индустриал цивилизация альтернатива равишда замонавий инсонни гуманизацияга йўналтирадиган “экоривожланиш” ва “органик турмуш тарзи” концепциялари пайдо бўлди. Фанда “инсон экологияси” деб аталган бу йўналиш инсоннинг ташқи муҳитга мосланиши, унинг жисмоний ва маънавий соғлигини сақлаш уйғун жамият ва уйғун инсонни яратиш муммоларинини ўрганади. Файласуф Л.Мамфордни фикрича “янги дунё” инсони “органик талаблар”ни қондиришда севгида, дустликда, мулоқатда, ўз қобилиятларини ижодий ривожланишида эркинликка эга. У “мул-кулчиликнинг ўсиш” идеали ўрнига “маънавийликка ва ўз эҳтиёжларинини чеклашга” интилади. Биосферанинг тадрижини аниқлайдиган омилларда айнан шу инсон экологик ўзгаришнинг асосий объекти бўлади, у биосферанинг тадрижини аниқлайдиган омилдир.

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

“Истеъмол маданият”ининг инкирози “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 тарқала 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 инобатга олиб, уни реал маданий-тарихий контекст лойиҳасига киритиш;
- истеъмолчини мавҳум-типологик жиҳатдан моделлаштириш, лойиҳани реал шахсга мўлжаллаш;
- истеъмолчи билан ҳаммуаллиф бўлиш, унга раҳбарлик қилмасдан, уни муҳит ижодида тенг ҳуқуқли қатнашчи сифатида тан олиш;
- истеъмолчи ўзининг буюм-фазовий муҳитни дизайн маҳсулотларидан лойиҳаловчи яратган схема бўйича пассив фойдаланмасдан, уларни фаол трансформациялаш.

“Инсон экология”сига йўналтирилган дизайннинг олий мақсади – шахснинг ижодий қобилиятларини ривожлантириш, инсон учун қўлай ва шинам муҳит яратишдан иборат. Экологик йўналтирилган дизайн маҳсулотларга экологик эстетикага таянадиган 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 келиши лозим.

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

Буюм муҳитини сйимолиги замонавий лойиҳалаш маданиятни турли йўналишларини умумий хусусиятидир. Буюм, муҳит ва фазонинг сйимолиги 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. Сйимоликни олий баҳолаш дизайн учун принципиал бўлди – сйимоли 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 сйимолари – костюм дизайнерининг асосий объекти. Цивилизациянинг маънавий инқирози вазиятида дизайннинг янги ролини тушуниш костюм дизайнида дизайннинг назарияси ва концепцияларидан анаънавий бир мунча четта турган соҳада ҳам тарқала бошлади.

Дизайннинг фаолияти фақат инсоннинг эҳтиёжини ташкил этишдан иборат эмас, у инсоннинг фаолиятини яратишда ҳам намоён этади. Дизайнерларнинг ижтимоий кўргазмаси улар яратган буюм муҳити ёрдамида инсоннинг реал турмуш тарзига таъсир этади.

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

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

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

Истеъмолчининг ҳамкорлик концепцияси костюм дизайнерлари орасида ўз тарафдорларини топди. 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 хохиши бўйича тугаллаши учун ва уни улар ўз хохишлари бўйича кийиши мумкин дейман”.

Дизайнер ва истеъмолчининг ҳамкорлик концепциясида яна бир йўналиш мавжуд: бу истеъмол жараёни 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 топомқ шулар жумласидандир.

Айнан бўш вақт соҳасида маданиятда инсоннинг индивидуаллигини ва унинг ижодий қобилиятларини илгари сурадиган янги модел муносабатларининг янги этикаси, қийматининг янги тизими юзага келади. Айнан шу соҳада инсон қувонч, ўйин, кулги, орзуга эришиш ҳуқуқини амалга оширади.

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

Костюмга муносабат ўзгаргани тўғрисида танқидчилар ва дизайнерлар сўз юртилар. Моделларининг ўзига хос хусусиятлари тўғрисида япон кийим дизайнери И.Мияке шундай дейди: “Мен фақат кийимни яратишга интилмасдан, балки яхши кайфиятни ҳам тадбиқ этаман” (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 ёстиқлардан ишланган пальтони ёки ўрама туридаги куртка ёқалари; Ф. Москинонининг “кулгили” кўшимчалари ва аксессуарлари. Ўйиндаги чексиз имконият кийимнинг айрим элементлари, аксессуарлари, ранглар ва расмларнинг комбинацияланиши беради.

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

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

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

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

Информацион цивилизацияга ўтиш “*сенсор инқилоб*” янги сезгига оид маданиятни барпо этиш, дизайнда юқори технологияларни қўллаб, сенсоризация асосида янги шакллар ҳосил қилишни талаб қилади. “*Хай-тач*” деб номланган дизайнда бу янги йўналиш актуал

бўлмоқда, чунки дунё фақат оқилона жиҳатдан эмас, балки барча ҳис қиладиган органлар ва интуиция ёрдамида тасаввур этилади. “Хай-тач” экологик йўналтирилган дизайннинг муҳим қисми, чунки у замонавий юқори технологияларни инсонни эҳтиёжларига ва қийматларига мослашув муаммоларини ҳал қилади.

Маданият ва дизайн экологияси

Экологик ҳаракатни энг муҳим йўналиши маданият экологиясидир. Индустрал 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 кидириш билан маданият экологияси шуғулланади. “Маданият экологияси” деган тушунчани илк бор Д.С.Лихачев киритди. Одам зоти омон қолиш учун маданий анъаналарни сақлаш ва қўллаб-қўватлашни муҳимлигига жамиятни эътиборини қаратди. Унинг фикрига биноан “табiiй биологик муҳитни сақлаш вазифани қўйиш билан экологияни чеклаш мумкин эмас. Одам ҳаёти учун авлодлар ва ўзи яратган маданият ёрдамида муҳит ҳам инсон учун муҳим” (Д.С.Лихачёв. Прошлое будущему: Статьи и очерки. – Л., 1985).

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

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

Ҳозирги инсоннинг яшаш муҳитни янги технологиялар таъсирида замонавийлаштириши турмуш тарзини маданий кетма-кетлиги билан мужассамлалантирмоқ лозим, қайски замонавий лойиҳа маданиятини ривожланишида энг муҳим муаммоларидан бири.

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

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

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

Минтақавii дизайнни вазифаси – минтақани табiiй шароитига ва иқлимига мос костюм яратиш, анъанавii шаклланинг усулларни ва материалларга муносабатларни тиклаш.

Костюм анъанавii турмуш тарзни 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 анъанавii ҳунармандчиликни тиклаш рағбати шу билан боғлиқ (айниқса ҳунармандлик анъанаси Финляндия ва Японияда ҳеч қачон узилмаган). Ўзбекистонда ҳунармандлик анъаналари халқ косибкорлигида сақланиб қолган (кулолчиликда, тўқимачиликда, заргарликда ва б.).

1970 йиллардан бошлаб костюм дизайнерлари коллекцияларида “миллий руҳни” этнографик маънода намоён этиш эмас қадирланадиган бўлди, балки модада “байнал-минал

услуг” контекстида, яъни миллатдан қаътий назар барча инсонларга мос. Масалан, Англияда таҳсил олган, Италияда ишлаётган турк дизайнери Р.Озбекни ҳар хил шароитга мўлжалланган коллекцияларида этник руҳият ижодий манба бўлган. Япон дизайнерларнинг коллекцияларида бундай мувафақият айнан кийимга, шаклга, материал ва нақшга шарқона муносабати билдирилган ва европа анъанаси, конструкцияси билан бирга органик қўшилганда ва шу асосда қўлланилган мутлақо янги кийим яратилганда намоён бўлди.

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

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

Аммо, замонавий маданиятнинг учинчи дунё мамлакатлари анъаналари билан қизиқиши фақат янгилик ва ажойботларни иштадан иборат бўлмаган – шарқ фалсафаси, дини, табиат ва инсонга муносабатида янги дунёқарашнинг янги аломатларини қидириш, 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 яшамокда. Постиндустриал цивилизация ғарб ва шарқ анаъналари синтези асосида барпо этилмоқда.

Кийим моделлашда бошқа халқларнинг маданий анъаналарига назар ташлаш қадимдан маълум. Европаликларни Шарқ экзотикаси, бойлиги ва нозик диди билан жалб этиб келган. Европа костюм тарихининг ҳар бир даврида салб юришлари давридан замонавий модадаги “этник 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 анаъналарни ўзлаштириш ўзига хос хусусиятлари постмодернизм, жумладан *иктибос* (цитата) услуби (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. Джили 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 мослаштирди.

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 модали ранглар ўзлаштирилганди – индиго, “зироварлар ранги”, “хитойча сариқ”. “буддавий тўқ сариқ” ва б.), аксессуарлар, амалий санъатининг ўзлаштирилиши билан чекланмайди.

Ҳозир жаҳонда дидлар плюрализами (хилма хиллиги) ва эстетик идеалларнинг тенгҳуқуқлиги, шу жумладан гўзаллик тўғрисидаги тасаввур, баъзи этномаданият анъаналари билан боғлиқ равишда юз бермоқда. Европа гўзаллик тури қаторида модада европалик бўлмаган инсон сиймолари тенгҳуқуқлик ўринни эгаллади. 1960 йй. (П.Карден ва

П.Рабаннада) подиумга қора танли манекеншчицалар чикди (Ноэми ва б.) ва фақат оқ таналиларгина гўзаллик эталони бўлмаслигини исботлашди, модомики манекеншчицанинг сиймоси – бу доимо ўзига хос вақт эталони деб ҳисобланади. Подиумларда ва мода журналларининг саҳифаларидги ҳар хил инсонлар катта аҳамиятга эга. Бу билан ҳар бир миллат, халқ ва инсоннинг ўзига хослиги қарор топади.

Замонавий маданиятининг принципал 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 кийимига нисбатан инсонга индивидуаллиқни 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 индивидуаллиқнинг 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 ёрқин мисолдир.

Япон дизайнерлари замонавий кийим яратганда анъанадаги кийимнинг конкрет шаклини ўзлаштирмасдан, костюм яратишнинг умумий принципларини, композицион усулларини, бадиий ижодий анъаналарини таклид 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 қулай, эркинлик ва комфорт яратади.

Замонавий моделларда ўралишга, буюмларни упаковка қилишга, кийимда кўп қавтликка 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 кўйлакка майин “оқиб ўтган” ёки Х. Морининг нақш солинган кўйлаклари). Япон дизайнерлари носимметрик конструкцияни таклиф қилиб, костюм дизайнида деконструкция йўналишига асос солишди.

Истеъмолчининг ижодига бош қўшиш ғояси япон анъанасининг асосидир. Инсон бошқа инсонлар контекстида тасаввур қилинганда, инсоният уни ўзаро боғланиш шакли ва имконият деб тушинадиган контекстуал онг уларга хос. Японияда баъзи анъанавий санъат турлари биргаликда санъат ва кундалик ҳаёт орасидаги фарқни йўқ қилган ва санъатга кенг ижтимоий асосни жалб этган ижоднинг бир шакли бўлди. Субъект ва объект, ижодкор ва 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 узоқлигида эмас, шунинг учун дизайнер яратган буюм ривожланади, истеъмолчи билан алоқа қилади.

Спонтанлик, импровизация ва кийиш жараёнида трансформация этиш- бу барча хусусиятлар япон дизайнерлари кийимга таалукли ва истеъмолчига ижодий жарёнда иштирок 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 тасвур этишимиз мумкин.

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

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

Хулоса

Битирув малакавий иши “Шотланка матосидан қиз болалар ансамбли (юбка ва жилет) янги моделини дизайн лойиҳасини ишлаб чиқиш”мавзуси буйича бажарилди .

Моделлар замонавий мода йўналишига мос , харидоргир ҳисобланади Лойиҳада танланган моделлар кийимга куйилган барча талабларга мувофиқ.

Иш давомида лойиҳаланаётган асосий модел базали асос конструкцияси курилиб , моделлаштирилди , кийим андазалари ишлаб чиқилди .

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

Методик қисмида янги ўқитиш методлари ўрганиб чиқилди.

Экологик қисмида дизайнда экологик йўналишлар, ишлаб чиқаришни экологизациялаш кабимасалалар кўриб чиқилди.

Битирув малакавий иши олдига куйилган вазифалар бажарилди. Шотланка матосидан қиз болалар (юбка ва жилет)дизайн лойиҳаси ишлаб чиқилди ва ишлаб чиқариш корхоналарига татбиқ этилади .

Адабиётлар

1. Ислон Каримов. Жахон молиявий - иктисодий инкирози , Узбекистон шароитида уни бартараф этишнинг юллари ва чоралари "Узбекистон" 2009. М
2. Коблякова У.В. Конструирование одежды с элементами САПР.М. , 1985
3. Рогова Л.П.Эркалар 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 техниологияси" расми кулланма . Т. "Укитувчи" , 1987.
9. Кокеткин П.П. , Кочегура Т. Н. И дру. Промышленная технология одежды . Справочник М. , "Легпромбиздат" 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.artacademy.spd.ru

e-mail charkin@peterstar.ru

artacademy@antecedemy.spd.ru

www.nbgfintal.uz

www.nbgf.intal.uz

































Ткань-шотландка, текстура
с изображением в фотошопе. Логотип









S CONVER, Concaubona



Выбор: CONVER



Визуализация



