

X.X. KOMILOVA, U.A. VOHIDOVA

LOYIHALASH

TOSHKENT

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

X.X.KOMILOVA, U.A.VOHIDOVA

LOYIHALASH

*O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi
tomonidan o'quv qo'llanma sifatida tavsiya etilgan*

TOSHKENT – 2017

UO'K: 378.1 (083.41)

KBK 34.41

K-15

K-15 X.X.Komilova, U.A.Vohidova. Loyihalash. –T.:
«Fan va texnologiya», 2017, 188 bet.

ISBN 978–9943–11–638–2

Taqrizchilar:

M.R.Borodina – a.f.n., professor:

U.S.Rahmatullayeva – f.f.n., dotsent.

ISBN 978–9943–11–638–2



© «Fan va texnologiya» nashriyoti, 2017.

KIRISH

O'zbekistonda to'qimachilik va moda industriyasini rivojlantirish, kichik va o'rta biznesning davlat tomonidan qo'llab quvvatlanishi, yuqori sifatli eksklyuziv dizayn mahsulotlarga talabni o'rnatish, dizaynerlar faoliyatiga cheksiz imkoniyatlar beruvchi matolar va uskunalarni yangi avlodini paydo bo'lishi – bularning barchasi yangi namunadagi mutaxassislar tayyorlashni taqozo etmoqda.

Boy tarixiy urf-odatlar, madaniy meroslar, dunyo bozori tartibi va moda yo'nalishlari, milliy libos an'analari va o'ziga xosligi kiyimlarni loyihalashga yuqori talabni shakllantira oldilar. Milliy xarakterimizga xos bo'lgan vorisiylik, ya'ni ajdodlarimiz tomonidan qo'lga kiritilgan ijobiy xususiyat va an'analarni rivojlantirib, avlod-dan-avlodga yetkazish muhim ahamiyatga ega. Jumladan, kiyinish madaniyati ham milliy qadriyatlarining bir bo'lagi hisoblanib, bugungi kunda milliy liboslar asosida zamonaviy liboslarni yaratish muhim vazifalardan biridir.[1]

Milliylik, xalqimizga xos o'ziga xoslik aksariyat dizaynerlar faoliyatidan mustahkam o'rin olmoqda. Uzoq yillar davomida unutilgan milliy matolarimiz turlariga, kiyim shakllariga, bichimlariga va ulardagi jozibador naqshlarga qayta-qayta murojaat etilmoqda. Tarixiy-milliy an'analarni qayta tiklash asosida yangilik yaratish, ya'ni milliy liboslarimizni bugungi kun talablari asosida transformatsiyalash milliy qadriyatlarimizga bo'lgan e'tibor sifatida e'zozlidir.

Buyum muhitini yaratish – odamzotning azaliy muammosidir. Bu jamiyatning madaniy asosi bilan chambarchas bog'liq va uning azallarini, madaniyat darajasini, badiiy-estetik intilishlarini va ideallarini ifodalaydigan ijtimoiy muammosidir. Buyumlarni ishlab chiqishning asosiy maqsadi – aholini moddiy va ma'naviy talablarini qondirish va buyumlarni ijtimoiy maqbulligidir.

Dizaynerlarning mahoratini faqat go'zal buyumlarni yaratishga yo'llantirmasligi lozim. Dizayner albatta ijtimoiy muhim, qulay, ko'pfunksiyali, ma'lum iste'mol guruhiga mo'ljallangan va talablarini qondiradigan buyumlarni yaratishda qatnashishi zarur.

Bular barchasi buyum dunyoning tartibsizligini, kerak emas, elitar va dublyor buyumlarni yo'qotishni osonlashtiradi.

Go'zal, ijtimoiy yo'naltirilgan buyumlar yangi turmush tarzini o'rnatishga imkon beradi insonning ma'naviy talablarini qondiradi, moddiy vositalarni tejamlash rezerviga aylanib, mahsulotni mukammallik darajasini oshiradi. Inson atrofidagi buyum muhitini yaratish aholini, ijodkorlarni, zarshunoslarni va iste'molchilarni e'tiborini jalb etadi. Dizaynerlarning jamiyat oldida mas'uliyati faqat mahsulotni sifatinigina emas, balki insonni madaniy saviyasini ko'tarishdir.

Yengil sanoat oldida turgan vazifalar quyidagilar: aholining talablarini to'liq qondirish, bozorni kerakli mahsulotlar bilan ta'minlash, buyumlar assortimentini kengaytirish va sifatini ko'tarish.[2]

Kostyumni loyihalash va modani rivojlanishi bilan bog'liq muammolar bejiz paydo bo'lmagan. Bu muammolarni paydo bo'lishiga bir necha sabablar mavjud: mahsulotni keragidan ortiq to'plangani, buyumlarni tez ma'naviy eskirishi, ishlab chiqarish sikli va moda siklini nosinxronligi.

Ommabop ehtiyojni qondiradigan modali buyumlarni ishlab chiqarishda ko'p muammolar mavjud. Bu holda ehtimol muammolar modani amaliyotchiligi va uni stabil tomonlaridan kelib chiqadi. Moda qiziqarli, tez o'zgaraydigan, fundamentalni taqdim etishi kerak. Modaning subyektivizm va obyektivizmi nimadan iboratligini, modaga hayot sur'ati, ilmiy-texnikaviy inqilob ta'sirini tushunish zarur. Moda va sanoat umumiy qonunlar bo'yicha rivojlantiradi: moda murakkablansa, buyumning loyihalash texnologiyasi murakkablanadi. Inson kostyumda o'z individualligini va o'z siymosini aks etishiga intiladi. Shuning uchun liboslarni ommabop ishlab chiqarilganda standart buyumni uyg'un siymoligini va iste'molchini individuallikka intilishini qondirish talablari qiyinchiliklarni paydo bo'lishiga sabab bo'ladi.

Hozirgi zamonda loyihalash – bu bilim muvaffaqiyatini, badiiy qobiliyatni, kreativ fikrlashni doimiy takomillashtirishga erishish uchun, fan, san'at va hunarmandchilikning birligi.

Kelajakda dizayner o'z faoliyatida yoki korxonada buyumning sifatini shakillantirish va ishlab chiqish iqtisodiy samaradorlikka va

iste'molchilar talabiga erishishda dastlabki loyiha tadqiqotlar va mahsulotni loyihalash bosqichlari muhim rol o'ynaydi. Ushbu o'quv qo'llanma bo'lg'usi mutaxassislarni nafaqat ishlab chiqarishdagi kasbiy faoliyatga tayyorlashni, balki ularni ijodkor sifatida badiiy qobiliyat, did va kreativ fikrlash faoliyatini oshiradi.

Mazkur o'quv qo'llanmada bayon etilgan materialni o'rganish va undan foydalanish dizaynerlarda o'z ixtisosliklari bo'yicha ijodiy faoliyat va ishlab chiqarish dizayn-loyihalash tizimida zarur amaliy yechim va loyihalash usullaridan xabardor bo'lish va kostyumni loyihalash malakasini oshirishga imkon beradi.

1. LOYIHALASH ASOSLARI

1.1 Kostyumni loyihalash – ijodiy faoliyat turi

“Dizayn” soʻzi italian soʻzi “disegno”dan kelib chiqadi. Uygʻonish davrida bu tushuncha bilan ish asosida yotgan loyihalalar, rasmlar va gʻoyalarni atashardi. XVI asrda “design” soʻzi bilan gʻoya yoki naqshni, loyihalash va konstruksiyalash jarayonini nomlashar edi.

Sanoat sohasida maxsus ijodiy faoliyat sifatida dizayn XIX-XX asrlarda paydo boʻldi. Ommabop ishlab chiqarish va sanoat inqilobi natijasida paydo boʻlgan dizayn, goʻzal va foyda orasidagi nomuvofiqlikni bartaraf qildi, sanʼat va texnika orasidagi chegarani yoʻqotdi. Dizayn – loyiha faoliyati boʻlib, yangi turdagi madaniyat bilan bogʻliq, yaʼni ijodiy faoliyat turi. Bu madaniyat turida ilmiy-texnikaviy va ijtimoiy madaniyatlar oʻzgacha biriktirildi, zamonaviy fikrlashda loyihalash oʻziga xos xususiyat boʻldi, insonni dunyoda yangi oʻrni hisobga olindi, tashqi muhit bilan bogʻladi. Ilmiy-texnika taraqqiyoti sharoitida loyihalash madaniyatini qayta ishlab chiqarishda asosiy usuldir, u turmush tarzni uzluksiz oʻzgarishiga moʻljallangan va yangi buyum yaratishda faoliyatning barcha tomonlarini: texnikaviy, iqtisodiy, ijtimoiy va estetik tomonlarini oʻzaro qamradi.

Loyihalash madaniyati qonun-qoidalar hukumiga asoslangan, qadimiy madaniyatlarni (qadimiy sivilizatsiyalar, Yevropa oʻrta asr, Hindiston, Xitoy, Yaponiya madaniyatlari) oʻrniga Uygʻonish davrida keldi.

Qonuniy madaniyatni mualliflari nomaʼlum edi va natijada oʻqituvchilardan oʻquvchiga oʻtardi. Taqlid etish uchun namuna sifatida uzoq zamonlarda paydo boʻlgan anʼanalar boʻlgan. Loyihalash madaniyati esa muallifga oid, unda shaxs loyihalash huquqiga ega boʻladi. Loyihalash madaniyatida eski qonun-qoidalarni buzmasdan, yangini yaratish mumkin emas: bu siz barcha sohalarda (texnikaviy, ijtimoiy, badiiy) ijod boʻlmaydi.

XIX asr oxiri – XX asr boshida dizayn nazariyachilari D.Ryoskin va U.Morrisdan boshlab, mashinalar hukumligiga

yo‘qotilgan madaniyat yaxlitligini ko‘tarish fikrini taqqoslashdi. Bu g‘oya dizaynni zamonaviy tamoyillarida ham o‘z aksini topdi.

Dizayn loyihalash faoliyat sifatida jamoa va insonni turli talablarini qondiradi. Dizayn sanoat va san‘at orasidagi nomuvofiqlikni yengish lozim: loyihalash madaniyatida go‘zallik va foyda uyg‘unlashadi.

Dizayn – ijodiy loyihalash faoliyat, uning maqsadi – insonni ruhiy va moddiy talablarini to‘liq qondiradigan uyg‘un buyum muhitini yaratish.

Buyumlarga yuqori iste‘mol va estetik xossalarni ta‘minlaydigan mutaxassis dizayner deb ataladi.

Dizayn tarkibiga quyidagi elementlar kiradi: dizayn – faoliyat subyektini – dizayner va iste‘molchi; dizayn - faoliyat obyektini: dizayn-loyiha va dizayn-mahsulot; muhit – faoliyatning har xil tizimlari.[5]

Dizayn obyektlar sifatida sanoat mahsulotlari, shahar, korxonalar va yashash muhit element va tizimlari va h.k. bo‘lishi mumkin.

Loyihalash obyektiga ko‘ra dizayn quyidagi turlarga bo‘linadi:

- industrial dizayni (“A” guruhidagi mahsulotlar – mehnat uchun asbob uskunalar va mexanizmlar, transport va qurol; “B” guruhiga ommabop iste‘mol qilinadigan buyumlar, ya‘ni idish-tovoq, maishiy uskunalar, mebel);

- me‘morchilik muhit dizayni (interyer, me‘mor va tashqi muhit dizayni);

- kompyuter dizayni;
- landshaft dizayni;
- artdizayn;
- ijtimoiy dizayn;
- kostyum dizayni;
- matbaa dizayni.

Dastlab dizaynga faqat sanoatga oid loyihalash kirsalar, endi unga ko‘pincha yagona namunada yasalgan noyob loyihalalar (artdizayn, elita dizayni) ham kiradigan bo‘ldi.

Zamonaviy jamiyatda dizayn ommabop aloqa vositasi ham bo‘ldi, chunki savdo-sotiq orqali ishlab chiqarish va iste‘mol qilishni birlashtirdi, talab va taklifni tartibga soldi, aholining xarid qilish qobiliyati aktivligini oshirdi. Buyumni xarid qilganda,

iste'molchi faqat o'z ehtiyojini qondirishgina emas, balki ijtimoiy ramzini ham qondiradi.

Kostyum dizayni. Kostyumning barcha elementlari dizayn obyektlariga kiradi. Kostyum buyum inson bilan chambarchas bog'liq muhitning ajralmas qismi bo'lib, turmush tarzini o'zgarishini ifoda etadi.

Kostyum (ital. costume – odat, urf-odat) – bu yaxlit g'oya va mo'ljal bilan biriktirilgan, ijtimoiy, millat, mintaqa, jins, yosh va mutaxassisligini ifoda etadigan elementlarining muayyan tizimi. Kostyum maishiy an'analar bilan chambarchas bog'liq, ma'lum mintaqaning urf-odatlarini, konkret tarixiy davrni, xalqni yoki etnosni ijtimoiy holatini, ma'lum shaxsning siymosini, uning noyobligini ifoda etadi. Kostyumning asosiy funksiyalari qatorida himoya, utilitar va belgi funksiyalari kiradi, chunki kostyum maxsus aloqa turi, ya'ni u atrofda qilarga odam to'g'risida ma'lumot beradi: uning ijtimoiy holidan, siyosatga munosabati, estetik didi, dinga mansubligi, madaniyati va b.

Kostyum quyidagi funksiyalarni bajaradi:

- yosh to'g'risida ma'lumot beradi, shu bilan birga kostyum inson yoshini ko'rsatish yoki yashirishi mumkin;

- oyilaviy holatini ko'rsatadi. Masalan, barcha milliy kostyumlarda yoshidan tashqari uning oilaviy holi aniq belgilangandi: unashirilgan qiz, uzatilgan qiz, beva va h.k. An'anaviy jamoada shaxsga moyil bo'lmagan kiyimni kiyish man etilardi. Zamonaviy kostyumda bu funktsiya deyarli yo'qoldi desa bo'ladi: hozir kostyum bo'yicha ba'zan oilaviy holi va jinsini bilib bo'lmaydigan bo'ldi (uniseks uslubi);

- odamning ma'lum tabaqaga, ijtimoiy sinf yoki guruhga mansubligini belgilaydi, ijtimoiy vaziyatini ko'rsatadi yoki yashiradi;

- odamning mutaxassisligini ko'rsatadi. O'rta asrlarda Yevropada barcha kasblar maxsus kiyim kiyishgan. Zamonaviy kostyumda bu funktsiya harbiy, ishlab chiqarishga oid kostyumda uchraydi va kamroq maishiy kostyumda. Ammo, hozir ham kostyum yordamida ishbilarmonni boshqalardan ajratish mumkin;

- mintaqa iqlimi va unda yashayotgan xalqlarning turmush tarzini hamda milliy an'analarini ko'rsatadi. Ammo, hozir keng

tarqalgan baynalminal uslubi barcha milliy xususiyatlarni yo‘qota boshladi;

- shaxsning ma‘lum dinga mansubligi ko‘rsatadi. Masalan, **dastlab** Hindistonda faqat musulmonlar bichilgan va tikilgan kiyimni va charmdan tikilgan poyabzalni kiyishgan, hindlar esa – bichilmay o‘ralgan kiyim kiyishgan; XVI asrda Fransiyada kostyum yordamida katolikni protestantdan ajratish mumkin edi. Ammo bu funktsiya kostyumda avvalgidek deyarli ahamiyatga ega emas.

Evropa tipidagi zamonaviy kostyumda ma‘lum funktsiyani ajratib ko‘rsatish qiyin. Kostyum ko‘pfunksiyali bo‘ldi, funktsiya o‘zi ko‘p ma‘noli. Kostyum avvalgidek erotik va estetik funktsiyani bajaradi. Bu ma‘noda kostyum insonni o‘ziga xos estetik didini ifodalab, ma‘lum vaqtni go‘zallik to‘g‘risida umumiy tasavvurni aks ettiradi. Kostyumni individual tanlash (uslubini, ranglar va ayrim buyumlar birikmasini, qomatga va konkret sharoitga mosligini, shaxsning ma‘lumoti va uning ijtimoiy nasabini ko‘rsatadi) insonning umumiy madaniyati to‘g‘risida ma‘lumot beradi. Zamonaviy modada “yaxshi did” to‘g‘risida avvalgi me‘yorlar yo‘q, ammo, “kiyim va kiyinish madaniyati” tushunchasi o‘z ma‘nosini saqlab qoldi.

Kiyim dizayni – dizayn faoliyatining yo‘nalishlaridan biri. Kiyish usuli, tanada mahkamlash turi va bichimiga ko‘ra kiyim quyidagi turlarga bo‘linadi:

- drapirovkalanagan (bichilmagan va tikilmagan) – bu bir bo‘lak mato tanaga o‘raladi va drapirovka qilinadi (xiton, gimatiy, toga, sari, dxoti va b.);

- qoplama – bu boshdan kiyiladigan kiyim. U tikilmagan – faqat yoqa o‘mizi qirqilgan mato parchasi (pancho, penula va b.) yoki tikilgan (tunikasimon bichimli);

- oldi ochiq – bu bichilgan va tikilgan kiyim (chopon va kaftan turida);

- Yevropa turidagi bichilgan va tikilgan – bu odam qomatiga mos bichilgan va tikilgan kiyim.

Zamonaviy kostyumni yaratganda uni asosiy funktsiyasini inobatga olish zarur. U kostyumni konstruktiv yechimini, matosini va siymosini belgilaydi. Buyumni loyihalashda bunday yo‘l “funktional qadam” deb atalgan, qachonki buyum emas, balki

iste'molchiga beradigan foyda ko'zda tutiladi (shu nuqtayi nazardan bashang ko'ylakni emas, balki yaxshi kayfiyatni, go'zallikni loyihalash zarur). [6]

Buyum loyihalanganda funksional qarash uni ishlash jara-yonini dastlab o'rganilgandan so'ng, ideal ishlaydigan tizim yaratiladi va natijada odamni har xil va o'zgaruvchan talablarini qondiradigan prinsiplial yangi funksiyani bajaradigan buyum yaratiladi.

Loyihalash obyektiga binoan kostyum kiyim, bosh kiyim, poyabzal, aksessuarlar, bezaklar va b. dizayniga bo'linadi.

Kiyim iste'mol va ommabop chiqariladigan buyum bo'lgani bois, kiyim dizayneri asosan sanoatga oid kolleksiyalarni yaratadi. Bunday mutaxassislarni *kiyim dizayneri* yoki *stilist* deb atashadi.

1950 yilda paydo bo'lgan tushuncha "pret-a-porte" (kiyishga tayyor) kiyim ishlash chiqarish sohasida asosiy o'rinni egallamoqda. "Pret-a-porte" kiyimi taniqli dizayner firmaning nomi qo'yiladigan yuqori sifatli kiyim. Sanoat modasining birinchi yarmarkasi 1948 yilda Dyusseldorfda o'tkazilgan, 1951 yilda Florensiyada ayollar modasining birinchi ko'rgazmasi o'tkazilgan, 1956 yilda Parijda birinchi "pret-a-porte" saloni ochildi.

"Kostyum dizayni" tushunchasi hozir umuman kostyum yaratish faoliyatida tarqalgan va faqat sanoatda ishlab chiqariladigan buyumlar uchun emas, balki kutyuryelar ijodida ham uchraydi.

Parijda bir yilda ikki marotaba ayollar va erkaklar moda saloni o'tkaziladi. Yirik moda salonlarining "Yuqori moda sindikati"ni 1868 yilda Ch.F.Uort Parijda tashkil etgan. Yuqori moda sindikati o'rta asr hunarmandchilik sexini eslatadi. Faqat bu tashkilot a'zolarigina kutyurye deb atalishi mumkin edi. Sindikatga qabul qilinish uchun bir qator talablarga muvofiq bo'lish kerak: modellarni faqat shaxsiy buyurtma bo'yicha ishlash, buyumni faqat qo'lda tikish, maxsus mijozlari bo'lishi lozim. Sindikat nizomiga yangi talablar kiritildi – mijozlar va ommaviy axborot vakillari uchun va mavsumiy yangi modalar kolleksiyasi doimo ko'rgazmalarini o'tqazish. Hozirgi kutyurye yuqori moda sindikati a'zosi bo'lishi uchun Parijda saloni (Yuqori Moda Uyi), shtatida 20dan kam bo'lmagan xodimlari, 3 doimiy manekenshitsalari bo'lishi va ma'lum qoidalarga rioya qilishi lozim: modellar ishlanganda asosan qo'l ishi qo'llanishi (hozir 30% mashina choklari qo'llanishi

mumkin), ma'lum yuqori sifatli matolarni qo'llash, bir yilda ikki marotaba 75ta modeldan kam bo'lmagan yangi modellarning mavsumiy ko'rgazmalarini o'tkazish shart.

Kostyum dizayni o'ziga xos xossalarga ega. Bu sohadagi professional muammolar s'ezd va konferensiyalarda muhokama qilinmaydi, dizaynerlarni birlashtiradigan uyushmalari yo'q. Ma'lum darajada bu rolni moda yarmarkalari, pret-a-porte salonlari, yuqori moda haftaliklari bajaradi. Bunda asosiy vazifa – reklama, korxonalar va savdo-sotiq orasida aloqa bog'lash. Yana kostyum dizaynerlar orasida nazariy va manifest turida o'z ijodiy konsepsiyasini ifoda etish an'anasi yo'q. Odatda, dizaynerning konsepsiyasi modellar ko'rgazmasi o'tqazilgandan so'ng intervyu yoki press-reliz sifatida beriladi. Shu bilan birga yetakchi rol dizaynerlarga mansub bo'lmasdan, tanqidchilarga, moda sharhlovchilariga mansub, chunki ular yangi moda yo'nalishini asoslab reklama qiladilar.

Kostyum dizayneri o'z g'oyalarini eng avvalo modellarda namoyon etadi, ijodiy konsepsiyalarini esa – moda ko'rgazmasida. Dizaynerlar faoliyati loyiha madaniyatini umumiy rivojlanish rag'batini aks ettiradi: masalan, 1920yy. funkcionista (konstruktivistlar) qo'llagan tamoyili K.Shanel kiyim yaratganda inobatga olgan.

Kostyum dizayning obyekti – amaliy mo'ljali va estetik funksiyalardan tashqari bir necha funksiyalarni bajaradigan utilitar buyumdur. Dizayner buyum dunyosini tasvirlamasdan uni yaratadi. Loyiha madaniyatining kelajakka intilishi, uning dinamikligi, yangi dunyo siymosini yaratishga maqsad qilib olishi, dizayning asosiy vazifasini belgilaydi – yangi buyum namunalari yaratish. Shuning uchun kostyum dizayni odamlarning talablarini va turmush tarzining o'zgarishini inobatga olib, an'anaviy shakllarga bezak bo'lmasdan, kiyimning yangi funksiyalarini loyihalashi lozim.

Ba'zi dizayn tadqiqotchilari dizayn san'atning yangi shakli deb muhokama qiladilar. Bir qaraganda dizayn bilan amaliy san'atni ko'p umumiyligi bor. Ammo, dizayn yangi funksional vazifani yechishni ko'zda tutsa, amaliy san'at mavjud buyumlarga badiiy variantlarini yaratadi.

Dizayner o'z faoliyatida fan va texnika yutuqlarini tahlil etib, ijodiy fikrlash asosida yangi buyumlarni yaratishi lozim, ular sanoat sohasida ishlab chiqarilishi mumkinligini inobatga olishi kerak.

Dizaynerning ijodiy qobiliyatining integrativ xususiyatini italiyan dizayneri E.Sotsass o'z ta'rifida quyidagicha etgan: "Dizayner – bu yuqori darajali rassom, faylasuf, hunarmand". Dizayner faylasuf bo'lishi lozim, chunki u insonning didiga va tashqi ko'rishiga, sezgisini, turmush uslubini loyihalaydi. Dizayner bevosita buyumni loyihalaydi, vosita esa – insonni va jamoani. Demak, dizaynning haqiqiy maqsadi – insonni loyihalash, uning qiyofasini, turmush tarzini. Shuning uchun loyihaning asosi inson siymosini va jamoaning konsepsiyasi bo'lishi lozim.[3]

1.2 Dizaynda loyihaviy konsepsiya

Kostyum dizaynida ijodiy konsepsiya. Zamonaviy dizaynni muammolarida ijodiy konsepsiya muammosi (asosiy g'oya, loyihalash maqsadi va vazifalarini, ma'naviy yo'nalishi) markaziy o'rinni egallaydi. Konseptuallik – bu loyiha madaniyatning mohiyatini asoslaydigan umumiy ijodiy ko'rsatmadir. Ijodiy konsepsiya loyihaning qiymati va ma'naviy mazmunini belgilaydi. Ijodiy konsepsiyaning mazmuni va xarakteri nafaqat muallifni shaxsiy dunyoqarashi bilan, balki loyiha madaniyati va jamiyatni rivojlanish asosiy rag'batlari bilan bog'liq. Odatda, dizaynda konsepsiyalar muhim muammolarni ifodalaydi, ular jamiyatni va insonni hayajonlantiradi. Dizayn insonlarning ehtiyojini hisobga olishi zarur va ularning muammolarini yechishda o'z hissasini qo'shishi lozim. Aks holda u madaniyatda insonparvarlik ma'nosidan o'z mavjudligidan mashhur bo'ladi.

Dizaynning konsepsiyalarini loyihalash quyidagi asosiy yo'llar bilan bog'liq:

- *baholash yo'li* - loyihalashni jamiyat va insonning turmush tarzi va shaxsning turini, ijtimoiy va shu jumladan estetik qoidalari bilan bog'liq obyektiv va subyektiv boyliklarni yaratish faoliyatini ko'rib chiqadi;

- *tizim yo'li* - dizayner loyihalash obyektini moddiy-funksional va ijtimoiy-madaniy elementlarini o'zaro bog'liq tizim sifatida

ko'rib chiqadi. Tizim yo'li muhit, uning elementlarini, inson va jamiyatning ishtirokida o'tayotgan jarayonlar orasidagi aniq funksional bog'liqliklarni aniqlashni ko'rib chiqishni talab qiladi. Loyihalashda shunday yo'lning natijasi – tizimli obyektning tuzilishi;

- *muhit yo'li* – inson fazoviy-buyum muhitini, hayotiy atrofini o'zlashtirish natijasini ko'rib chiqadi. Insonning faoliyati va muomalasi muhitni ayrim elementlarini birgalikda bog'laydigan markaz va aniqlaydigan faktor sifatida e'tiborga olinadi. Bu holda loyihalash yaxlit siymoni yaratishga va muhitni funksional tashkil etishga yo'naltirilgan.

Kostyum dizaynida mavjud konsepsiyalar, odatda, o'z davr dizaynning asosiy muammolarini oqimidadir va turmush tarzini o'zgarish umumiy rag'batlari bilan bog'lanishidadir. Ammo, bu umumiy rag'batlar dizaynda har xil mualliflar konsepsiyalarida o'zlashtiriladi, ya'ni dizaynerlar buyumning funksiyasiga o'zgacha qarashadi, garderobni ta'milash turli konsepsiyalarini tarafdorlari bo'ladi, har xil shakllantirish usullarni qo'llashadi, turli turmush tarzida yashayotgan insonlarga o'z kiyimini taklif etishadi.

Bundan tashqari, kiyim dizaynini o'ziga xosligi shundaki, konsepsiya matnda emas, balki vizual shaklda o'z ifodasini bayon etadi. Modani mavsumiy o'zgarish ritm an'anasi kiyim dizaynida ijodiy konsepsiyasini asosiy o'zlashtirish shakli - modellar namoyishidir. Konseptuallik faqat kiyim modellashtirishdagina emas (garchi bu eng muhimi bo'lsa ham), balki modellarni tanlashda, muayyan siymo yaratishda (soch turmak, grim va b.), musiqa jo'rligida va namoyish o'tqazish joyda namoyon bo'ladi.

Dizaynerlarning muallif ijodiy konsepsiyalari, odatda, loyiha madaniyatni rivojlanish umumiy tendensiyalaridan xoli emas va dizaynda mavjud u yoki bu umumiy konsepsiyalarga qayd qilmaydi.

XX asrda loyihalashda ikki global konsepsiyalari mavjud: XX asrning birinchi yarmida dizaynning rivojini aniqlaydigan funksionalizm; XX asrning oxirida postmodernizm ("*yangi dizayn*", "*antifunksionalizm*").

Funksionalizmning asosiy prinsiplari shakllarni funksionalligi, ma'qulligi va universalligi bo'lgan. Nemis funksionalizmining mumtozi D.Rams uning asosiy xossalarini aniqlagan: murakkablikning o'rniga oddiylik, noodatiyni o'rniga odatiy, modalining o'rniga

uzoq yashaydigan, emotsionalning o'rniga funksional, turli taassurot qoldiradigan o'rniga oqilona bo'lishi lozim deb hisoblagan. Italiyan dizayni nazariyasida dizaynda modernizmni farqlaydigan funksional loyihalash yo'li loyiha ongini "kuchli" yo'li deb hisoblandi. "Kuchli loyihalash"ni prinsipial xususiyatlari qat'iy funksionalizm, ilmiy-texnikaviy taraqqiyotni maqtash, ratsionalizm, avtoritar loyiha-mafkuraviy ta'limotga intilish, ijtimoiy muhandislikning prinsipi, dizayn mahsulotlar iste'molchilarni abstrakt-tipologik modellar bo'ladi. Bu xossalar davr me'morchilarni (Le Korbuzze, Ginzburg aka-ukalar), dizaynerlarni (rus konstruktivistlar) va modelerlarni (K.Shanel) ijodiy konsepsiyalarini ifodalaydi. [9]

XX asrning oxirida madaniyatni yangi konsepsiyasi postmodernizmni barpo etilishi ro'y berdi. Bu davrda qat'iy xulq qoidalarini o'rniga flyuralizm va erkin tanlash keldi. "*Industrial jamoat*" mafqurasining o'rniga "*postindustrial jamoat*" konsepsiyasi keldi, u rivojlanish va tarqqiyot g'oyasiga qarama-qarshi "*taqqoslash va to'plash*" shiorini taklif qildi.

Yangi jamiyatda "*postindustrial sivilizatsiya*"ni mafkurachilarning fikrlari bo'yicha asosiy omil sifatida kapital va mehnatni o'rniga ma'lumot va bilim, ijtimoiy tarkib sifatida esa sinflar emas, teng huquqli "*ma'lumot uyushmalari*" bo'lishi lozim.

"*Ochiq tizim*"lar g'oyasi zamonaviy fan va madaniyatni asosiy g'oyasi bo'ldi. Bu o'zgarishlar falsafada, me'morchilik nazariyasida yangi konsepsiyalarni paydo bo'lishiga sabab bo'ldi, ular "*postmodernizm*" deb ataldi. Postmodernizm konsepsiyasida yangi davrda Yevropa ratsionalligining inqirozi o'z aksini topdi. "*Yangi fikrlash*" ongda "*ideal but*"lardan voz kechishni targ'ib qiladi. Boshqacha aytganda, postmodernizm insonning barcha faoliyat turlarida radikal flyuralizmni, ya'ni birlikdan voz kechib, ko'plikni da'vo etishni talab qiladi: falsafada – yangi davrning metafizika ongini radikal o'zgartirishini; siyosatda – markazlashtirilmagan siyosatni; estetikada – yuqori va ommaviy madaniyatlarni bog'liqligini va ana'nalarga qaytishni nazarda tutadi.

Postmodernizm ongli eklektikalikka, mozaikalikka o'tishni, an'anani parodiyaga oid qaytadan ko'rib chiqishni, klassika va avangardni, past va balandni, elitar va ommaviyni aralashishni nazarda tutadi.

Postmodernizmga oid rag'batlari XX asrni oxirida me'morchilik postmodernizmida, tasviriy san'atni "yangi to'lqin"ida (*transavangard*, "yangi yovvoyilar", "madaniy rangtasvir" "erkin figurativlik", "yangi to'lqin"ning grafikasi), "yangi dizayn"da o'z ifodasini topdi. Yangi yo'nalishning eng prinsipial xossalaridan biri eklektizmdir. "Radikal eklektiklik" har xil uslubiy chegaralanishdan erkin "ochiq shakl" eklektikasini nazarda tutadi. Eklektizm nafaqat uslubiy yo'nalishlar orasida qarama-qarshilik yo'qligini va ularning teng huquqlikni birga mavjudligi, balki zamonaviy me'mor, rassom va dizaynerlarning ijodini asosiy usuli sifatida ham tushuniladi.

Dizaynda "yangi tafakkur" insonparvar-ekologik yo'naltirilgan fikrlashning timsoli, dizayner kasbining yo'nalish stimuli, dizaynda "muhit yo'l"ini barpo etilishidir. "Yangi dizayn", birinchidan, dizayner va iste'molchini o'z ijodiy fikrini erkin ifodalash uchun postulatiga, ikkinchidan, "loyiha realizm"i postulatiga va, uchinchidan, printsipial konseptual, tipologik va janr flyuralizm postulatiga asoslanadi.

Italiyan nazariyachisi A.Manchini loyihalash yangi paradigmasini paydo bo'lishiga olib kelgan quyidagi asosiy sabablarni keltirgan:

- dizaynning ierarxik monotsentriklik modelini inqirozi – postmodern davrida bir markaz mavjud emasligini aniqlaydi. Kompyuter inqilobi korxonani tik ierarx tarkibini o'zaro ijodiy aloqalashgan professional-ijrochilarni yotiq tarmog'iga almashishga olib keladi;

- taraqqiyot va utilitarizm g'oyasining inqirozi. Foydali kriteriy o'yin va gendonistik lahzalariga tan berdi;

- mexanisizm inqirozi – texnikani minityuralizatsiyalangan funksiyaning tashqi moddiy ko'rsatkichini yo'qolishi. Robotlangan korxonalarni moslashuvchanligi, katta seriyali korxonalarni minityuralizatsiyalangan va hunarmandchilik korxonalarni ahamiyati qayta tiklanishi dizaynda shakllanishga texnologik va korxonalar cheklanishlarni bartaraf qildi;

- standart va tartibni inqirozi. "Yangi dizayn" asosiy prinsip funksionalizmdan (shakl funksiyasiga rioya qiladi) va "yaxshi shakl" tushunchadan voz kechdi.

“Yaxshi shakl”ning (“sof shakl”) muayyan kriteriyalari nomalrum tushuncha “ochiq shakl” bilan o‘zgartiriladi. Endi “yaxshi shakl” estetikasi “ayrim sinflarni estetik kodlashni eskirgan tizimi” deb tan olinadi. “Yaxshi shakl” “yaxshi did” kabi muayyan ijtimoiy holatning estetik ramzi sifatida qabul qilinadi.

Zamonaviy insonni estetik ehtiyojlariga “yangi shakl” javob bermaydigan bo‘ldi; shaklning afzalligi endi uning tartibga solishni va jipslanganligida emas, balki shaxsni emotsional boyitadigan siymoligidadir. “Yangi dizayn” “yaxshi shakl”dan ayni umumiy namuna sifatida voz kechadi, ammo bu “yaxshi” yoki “sof shakl” zamonaviy dizaynda ijodiy konsepsiyani asosi bo‘la olmaydi. 1990 yili dizaynda minimalizmning zafari buni isbotladi. Ammo minimalizm dizaynda yagona bo‘lgan yo‘nalish sifatida talqin qilinmagandi, balki kiyim dizaynida unga qarama-qarshi dekonstruktivizm va tarixiylik bilan do‘stona birga mavjud bo‘lgan.

“Yangi dizayn” italiyan naqlini asoschisi E.Stossas (italiyan dizaynida yangi tamoyillari 1950-1960 yy. paydo bo‘lgandi) “bo‘sh loyihalash” konsepsiyasini taklif etgan. Uning farqlovchi xususiyatlari madaniyat fenomenlarni va ijodiy jarayonlarni insonparvar o‘rganish, jonli intellektni va inson bilimni sun‘iy va egasizlikdan ustunligi, flyuralizm va radikal eklektizmi bo‘ldi. Estetik flyuralizm kiyim dizaynida ta‘riflaydigan rag‘bat bo‘ldi va zamonaviy modani o‘zgarishiga olib keldi: 1970 yildan boshlab barcha uchun modali standartlarni va namunalarni buyurib turgan “yagona moda mavjud emas, balki ko‘plar uchun har xil dizayn” shiori qanchalik muhim bo‘lsa, shunchalik zamonaviy moda bitta moda yo‘nalishini taklif etmasdan, balki har xil iste‘molchilar uchun ko‘p modalarni va uslubiy yo‘nalishlarni tavsiya etadi. 1970 yildan beri estetik flyuralizm ustunligi har xil ijtimoiy guruhlarida turli estetik ehtiyojlari mavjudligiga olib keldi. Kiyim dizayni iste‘molchilarni kichik guruhlarning ehtiyojlarini nazarda tutib, loyihalash maqsadlarini differensiatsiyalamoqda.

Flyuralistik ko‘pincha individuallik sifatida tushuniladi. Bu kiyimga munosabatni o‘zgartiradi, endi kiyim ijtimoiy identifikatsiya vositasigina emas, balki shaxsning ijodiy ifodasidir. Zamonaviy dizayn har bir insonning individualligini mujassam etish huquqini tan oladi va, demak, har bir insonning shaxsiy turmush

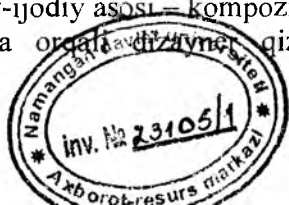
uslubi va uning o'z estetik ehtiyojining huquqi bo'lishini tan oldi. Mashhur italyan dizayneri Dj.Armani "kostyumning qulligi" bilan kurashmoqda. Uning fikri bo'yicha "shaxs o'zi o'z uslubini tanlab oladi, garchi eklektika elementlari bo'lsa ham, ammo u alohida, subyektiv bo'ladi. Allaqanday qoidalarni va amrlarni zo'rlab o'tqazish mumkin emas". Buyuk fransuz kutyuryesi Iv Sen Loran etgan: "Moda – bu uniforma emas. Unga albatta birorta o'zinikini, individualligini kiritish lozim. Moda shaxsga ustunlik qilmasligi lozim, aksincha, uning xossalarini bo'rttirib ko'rsatishi lozim" [3].

Ijodiy konsepsiyalarning tahlili nuqtayi nazaridan kostyum modellash tarixini o'rganish kiyim dizaynini rivojlanish mantiqasini aniqlashga, turmush tarzini o'zgarishi sababli professional faoliyatning maqsadlari va vazifalarining o'zgarishiga imkoniyat tug'diradi. Barcha tarixga kirgan inqilobchi va o'zgartiruvchi mashhur modelyerlar (P.Puare, K.Shanel, E.Skyaparelli, K.Dior, K.Balensiaga, M.Kvant, A.Kurrej, Iv Sen Loran, I.Miyake va b.) jamiyat va turmush tarzdagi o'zgarishlarni, insonni yangi siymolarini paydo bo'lishini ifodalashgan, yangi ijodiy konsepsiyalarni taklif etishgan.

Zamonaviy dizaynda ko'pgina ijodiy konsepsiyalar mavjud – mualliflik konsepsiyalaridan bir qator yo'nalishlargacha (masalan, minimalizm, dekonstruktivizm). Ba'zi dizaynerlar modani tez o'zgarish tarafdorlari, boshqalari esa klassik uslubini yaratishga intiladi; bittalari yaxlit estetik namunalarni yaratadi, boshqalari esa kiyimni transformatsiya etish imkoniyatini qo'llashadi; bittalari o'z asarlarida istehzo va hazil kiritisa, boshqalari esa kuchli his va istirob tug'dirishga intilib, tomoshabinni xijolatda qoldiradi. Umuman kostyum dizaynerlar ijodini konseptualizatsiyalashga rag'batini kuchayishini qayd qilishimiz mumkin (masalan, R.Kavakubo, X. Chaloyan, X.Storey va boshqalarning ijodi).

Dizaynerning ijodiy faoliyati uchun ko'p bilim sohalaridan ma'lumotlarga ega bo'lishi lozim, ular bir-biridan uzoq bo'lsa ham. Ijodiy natijaga erishish uchun dizayner san'at sohasiga va fan yo'nalishiga taalluqli bilimlarini o'zlashtirishi lozim.

San'atni har bir turida g'oyaviy-ijodiy asosi – kompozitsiyadir. Boshqacha aytganda, kompozitsiya orqali dizayner qiziqtirgan g'oyani ifodalaydi.



Badiiy asar – muayyan o‘zaro bog‘lanishda bo‘lgan bir turli elementlar (chiziqlar, rangli dog‘lar, hajm, naqsh, kolorit va b.) murakkab tizimi.

Badiiy asarda estetik va siymo prinsiplarini o‘zaro nisbati iste‘molchida tasavvur va fantaziyani uyg‘otadi, assotsiativ fikrlar va xis tuyg‘ular murakkab tizimini tasavvur etishga sabab bo‘ladi.

Assotsiativlik – go‘yo bir-biriga to‘g‘ri kelmaydiganlarni orasida bog‘lanishni sezish va o‘rnatish qobiliyatidir. O‘xshash yoki kontrast bo‘yicha assotsiatsiyalari buyumlarni funksionallikka oidligini yengishga, ularning orasidagi qonuniy bog‘liqliklarni va yangi funksional mo‘ljalni barpo etishga ko‘mak beradi. San‘atga oid umumiy badiiy shakllantirish usullar simmetrik va nosimmetrik, kontrast va nyuans, grotesk, metafora va b. bo‘lishi mumkin.

Badiiy shakl – ma‘noning ichki tarkibini san‘at qonunlariga oid buyum sifatida barpo etish. Shakl barcha san‘at turlariga oid umumiy tushunchasidir.

Assotsiatsiyalaridan tug‘iladigan mavzu tartibsiz, tarqatib joylantirilgan morfologizatsiyalangan elementlar to‘plami sifatida ko‘rinishi mumkin. Reallik va yaxlitlikni u faqat kompozitsiya orqali, barcha elementlarini uzviy bog‘liq tartibiga binoan erishiladi.

Dizayner ikki vazifani yechadi: ijtimoiy-kommunikativ va estetik madaniyatni. Dizaynga oid ommabop kommunikatsiya ma‘lumotni estetik ehtiyojni uyg‘otib, rivojlantirib va mustahkamlab, toki u iqtisodiy kuchga aylanganicha ko‘p odamlarga “estetik ma‘lumotni” yetkazishga imkon beradi. Odamlar yangi buyumlarni faqat ularni yangi utilitar xossalarini, modali va prestijligi uchungina talab qilmaydi, balki “tirikchilik uchun eng zarur”, estetik didga binoan estetik ehtiyoj ommabop talabiga aylanadi. Estetik talabni qondirish uchun buyumlarning shakli doimiy o‘zgarishi kerak: shakllar uslubiy bir xil bo‘lgan holda individual har xil bo‘lishi lozim, shunga ko‘ra dizayner faqat stilist bo‘lmasdan, balki rassom, ijodiy shaxs bo‘lishi zarur.

Ijod – bu voqelikni qayta tushunish va o‘zgartirishdir. Bilim va sezgisiz ijodiy fantaziya tug‘ilmaydi. Boy va to‘g‘ri tuzilgan bilimlar majmui – ijodning asosidir. Qachonki yaratuvchi, ijodiy faoliyat puxta va aniq bilimlar mantiqi asosida barpo etilsa, tanish buyumlardan yangilarga o‘tishi ayon. Qachonki yangi g‘oya

tasodifiy, mantiqiy va ongli jarayondan xoli paydo bo'lsa, intuitsiya va ilhom keladi deyishadi. So'nggi yillarda odamni fikrlash faoliyati qonuniyatlarini tadqiqot etadigan fan tug'ildi, u yerda fahm, ongsizlik va intuitsiya evristika elementlari mavjud. Ushbu fan odamni intuitsiya yordamida ijod etish, "gazlamani sezish" bilan shug'ullanadi. Dizayner umumiy va mutaxassisga oid bilimlarini to'plashi lozim. Ijodiy fantaziyani tarbiyalash professional qiziquvchanliksiz va kuzatuvchanliksiz mumkin emas.

Dizaynda badiiy ijod bosqichlari. Ijodiy intuitsiya va tahlil, ya'ni o'z ijodini mantiqiy anglash, badiiy ijodning bosqichlaridir. Faqat intuitsiya va tahlilning uyg'un birligi yaxshi kompanovka qilingan va yakunlangan asarni yaratishga imkon beradi.

Siymoli fikrlash, intuitsiya, baholash faoliyat va emotsional kayfiyatsiz ijodiy jarayon mavjud bo'lmaydi. Ijodiy faoliyat bilan rivojlanadigan va orttiriladigan estetik negizlar va psixologik mexanizmlar barcha ijod elementlarida bor.

Borliq va san'atni estetik tasavvur etilishi avtomatik ravishdagi odatiy tasavvurni bartaraf qilishni nazarda tutadi. Estetik qayg'u paydo bo'lishi uchun avval buyumga e'tibor berilmagan tomonlarni ko'rish kerak, uni yangi nuqtayi nazardan ko'zdan kechirish lozim.

Intuitsiya – bu faraz, ziyorlik, sezgirlik. O'zaro qandaydir umumiyliigi bor uch atama mavjud: intuitsiya - ilhom; instinkt – tasavvuf bilim, tasavvuf ko'tarinkilik, tasavvuf faoliyat. Ko'p amaliy masalalarni yechishda, shu jumladan muhitni loyihalashda, *ijodiy intuitsiyaga* asoslangan usullar (miyani hujum qilish usuli) keng tarqala boshlandi. Ko'pincha bu masalalar hisoblash yordamida emas, balki intuitsiya asosida yechiladi. Dizaynerni ishlash jarayonida intuitiv faraz va mantiqiy tuzilishlar o'zaro bog'liq bo'lib, navbatmanavbat almashib va murakkablashib turadi. Dizayner intuitiv fikrlashi samarali vujudga kelishi uchun hayoliga keltirgan elementlarini ajratib olishi kerak. Ijodiy masalani yechgan paytda formal-mantiqiy komponentni susaytiradigan imkoniyatni yaratish lozim.

Quyidagi cheklashlarni kiritgan holda shunday sharoitni yaratish mumkin: berilgan vaqt mobaynida qo'yilgan masalani yechish; masalani yechish uchun jalb etilgan yordamchi vositalardan foydalanish; g'oyani ifodalaydigan vositalardan foydalanish.

Birinchi cheklash masalani hal qiluvchini formal-mantiqiy tuzilishlarni ishlatmaslikka majbur qiladi. Demak, fikrlash intuitiv komponenti jalb etilgan holda, natijani spontan ravishda kelib chiqishiga rag'batlantiradi.

Ikkinchi cheklashda vosita sifatida yordamchi ma'lumotlar, maxsus adabiyotlar, Internet ma'lumotlari va b. nazarda tutiladi. Bu holda tashqaridan olingan konkret ma'lumotga tayanish imkoniyati inkor etiladi. Bu cheklash muammoni yechish uchun o'z bilimlariga tayanishga rag'batlantiradi.

Uchinchi cheklash vositalariga taalluqli, ular yordamida dizayner o'z g'oyasini ifodalaydi. Ulardan asosiylari – grafik va hajmiy modellashdir. Shaklni grafik usulida tasviri va minimal vositalar yordamida uni hajmiy timsoli faqat shaklni emas, balki muammoni ko'rishga undaydi.

Yuqorida ko'rsatilgan cheklashlar faqat qisqa muddatli topshiriqlarni bajarish uchun qo'llanishi mumkin.

Sezgi bilan yaratilganni to'g'ri baholashninishini bilishdan tahlil boshlanadi. Rassom faoliyatida bu muhim payt. Ijodiy intuitsiyaga qobiliyat – rassomning iste'dodligini namoyonidir. Tahlil etishga qobiliyatni, ya'ni o'z ijodini mantiqiy ko'rib chiqish, o'stirish va yetishtirish lozim. Mazmundan shaklga o'tganda barpo etilganni intuitiv o'stirib, dizayner nafaqat muhit va personajlarni o'zaro munosabatini, kompozitsiya formatini, balki manbasini va hattoki bajarish vositalarini ham o'rnatadi. Faqat intuitsiya bo'yicha yaratilganni tahlil etib, dizayner ijodiy yakunlovchi bosqichiga yo'llar va vositalarni topishi mumkin. Ijodiy jarayonning sxemasi quydagicha bo'ladi: intuitsiya – tahlil – intuitsiya, chunki san'at ham his bilan boshlanadi, ham yakunlanadi, ammo tahlil yordamida tushuntiriladi.

Dizaynda siymolik. "Siymo" atamasi zamonaviy iste'molda bir necha ma'noda qo'llaniladi. Har xil tasvirlarni – gul, pribor, tog' manzarasi rasmini keng ma'noda "siymo" deb atashadi, ya'ni buyumlar va voqealarni sezgi-konkret qayta tiklanishini. Real dunyo buyumlarni ko'z bilan idrok etish psixologik ma'noda shu buyumlarni "siy mosi" deyiladi. Falsafada esa "siymo" atamasi faqat sezgiga oidgina emas, balki inson psixikasi buyum muhitni intellektual aks etishi ham qo'llaniladi.

Badiiy siymo – bu psixologik, semiotik va boshqa ko‘p ahamiyatli aspektlarga ega siymolikning maxsus turi. Siymo rassom tasavvurida tug‘iladi, yetiladi va san‘at asarida mujassamlanib, iste‘molchini tasavvuriga o‘tadi. Siymoli fikrlash qobiliyati noyob – bu katta iste‘dod va haqiqiy ilhomning timsolidir. Badiiy siymoning xususiyati shundaki: tipikligi – o‘ziga xosligida, umumiyiligi – yagonaligida namoyon etiladi. Kostyum kompozitsiyasida badiiy siymo – muayyan muhitda odam siymosi va kostyumni uyg‘un birligidir. Zamonaviy dizaynerlar “ot kutyur” va “pret-a-porte” kolleksiyalarida juda ko‘p siymo yechimlarini namoyish etishadi, iste‘molchini hamkorlikka taklif etishadi. Ular kiyim tanlaganda barcha joiz rollarni tasavvur etib, martabasi va jamoatdagi o‘rniga ko‘ra modelni tanlab oladilar.

O‘ziga xos siymolik bir necha vositalar kompleksi bilan erishiladi - kiyim, poyabzal, bosh kiyim, sumka, soch turmagi, makiyaj, bezak, aksessuarlar va b. Siymo yaratishda eng muhimi – yangilik va ifodalilik. Ifodali va jiddiy siymo yaratish uchun muallif dadil eksperimentator, novator bo‘lishi lozim, ramzlar va belgilardan foydalanishni bilishi kerak, chunki kostyum - bu insonlarda siymolik assotsiatsiyalarni idrok ettiradigan turli daraja ma‘noli ramz va belgilardir. Dj.Follini (belgilar va ramzlar qomusini muallifi) fikriga binoan “qonun va so‘z emas, balki belgilar va ramzlar dunyoni boshqaradi” .[3]

Belgi - bu keng iste‘mol qilinadigan muayyan ma‘lumotga ega har qanday grafik ifodadir.

Ramz - ikki ma‘noga ega – bu qandaydir buyumni nomidan qilingan tasvir, u mutlaqo boshqa shakl yoki abstrakt tushuncha bo‘lishi mumkin. Ramz atamani ikkinchi ma‘nosi – yozma belgi (harf, notalar, raqam, matematik ramzlar va b.). Ramz va belgilarni eng muhim funksiyasi – grafik tasvirlar yordamida insonlar orasida aloqa barpo etish.

Dizaynda hajmiy shaklni uyg‘unlash. Ma‘lumki odamning hayoti tabiiy va sun‘iy ijtimoiy va buyum muhitida o‘tadi. Buyum muhiti – bu odamni moddiy va ma‘naviy ehtiyojlarini qondiradigan buyumlar kompleksidir. Bu kompleksni buyum halaqalar sifatida tasavvur etish mumkin, ular odam uchun muhimligi bo‘yicha ketma-ket joylantirilgan.

Odamga eng yaqin buyum halqasi – kiyimdir. Poyabzal va qo‘shimchalar kiyim elementlariga mos bo‘lib, yaxlit ansamblni barpo etishi zarur. Oyoq kiyimda ham bir necha halqalarni ajratish mumkin – ichki (paypoq, kolgotkalar va b.) va sirtqi (poyabzal, chang‘i, konki va b.). Ikkinchi buyum halqasi – polning qoplamasi va maishiy anjomlar. Uchinchisi – mebel va to‘rtinchisi – me‘mor-dir. Shu tarzda kostyum dizayni industrial, landshaft va muhit dizayni buyumlari bilan chambarchas bog‘liq.

Qadimdan odamzod o‘z ijodida hajmiy shakllarning uyg‘unlik asoslarini e‘tiborga olishga intilishgan. Bu mutlaqo original va fundamental nazariyasi proporsiyalar, formal elementlarni ideallanishdan kelib chiqmasdan, shakllantirish bilimga asoslanadi. Shakllantirishni assotsiativ-siyimli tomoni muallifni shaxsiy fantazi-yasiga taalluqli. Kelajakda dizaynerlar o‘z g‘oyalarini muhimligiga ishonishi zarur va o‘z fikrini, hattoki ongsiz bo‘lsa ham, rag‘batlantirishi kerak. Bu holda ijodiy mashqlarni tez bajarish uchun maxsus usul– o‘yin paydo bo‘ladi. Bu usulda eng muhimi – o‘z uslubiga ega aktiv ijodiy shaxs sifatida muallifning roli har qanday grafik usulda iste‘molchiga o‘z g‘oyasini yetkazishga urinish. Shubhasiz, o‘yin asosiga olingan qiymatlarning haqiqiy xarakteri – ijod va ilhom manbaidir. Masalan, topshiriqlar quyidagicha bo‘lishi mumkin: muayyan sxemaga binoan eskizlar seriyasini yaratish: kostyum - me‘morchilik elementi; sumkalar – chemodanlar, avtomobillar; poyafzal – maishiy anjomlar – mexanizmlar; bosh kiyimlar – mebel – kompyuter; aksessuarlar – elektr maishiy texnika; bog‘parkdagi haykal – poshnalar – qo‘lqoplar.

Bu va boshqa amaliy masalalarni yechish uchun “aqliy hujum” usulini qo‘llash mumkin. Dizaynning asosiy vazifasi – buyumlarni yangi madaniy namunalarini yaratish, ishlab chiqaruvchi va iste‘molchi orasida ommabop kommunikatsiyani ro‘yobga chiqarish. Dizayner buyumni ma‘naviy g‘oya bilan ta‘minlaydi, iste‘molchiga emotsional ta‘sir etib, moddiy va ma‘naviy madaniyatni birgalikda biriktiradi. Bu amaliy masalalarni yechganda rassom dizayn obyektning elementlarini ifodali tuzilishi uchun vositalar tanlashni nazarda tutadi. Vazn, hajm, rang va yorug‘likni ritmik takrorlanishi shakl tashkil etish uchun vositalardir. Turli buyumlarni siymo yechimini qidirishda bular barchasi qo‘llanishi mumkin. Buning

uchun dizayner o'qish jarayonida badiiy ritmning estetik qonuniyatlarini o'rganishi lozim. Biologik, muhandis va kompozitsion ritmlar dizaynda muhim rol o'ynaydi.

Bunga imkoniyat to'g'diradigan mashqlar seriyasi barpo etilishi mumkin:

- tovush va rang orasidagi o'zaro ta'siri (tasviriy-grafik kompozitsiya berilganda musiqa ma'lumoti impuls sifatida qabul qilinadi). Tovush signallar yordamida ko'rish retseptorining funksiyalari kuchayadi. Informatsion impuls musiqaviy ma'lumotga subyektning reaksiyasini yuzaga keltiradi, emotsional-psixologik xis-tuyg'uni namoyon etadi – sezgi, tasavvur tushunchani, ular kompozitsiya tuzishda (kolorit, shakl, chiziq va dog'lar, ularni o'zaro joylanishi va prinsipial nisbatlari) bosh asos sifatida ishtirok etadi;

- rang va so'z orasidagi o'zaro aloqa (adabiy asarlarni siymo tasavvurlariga binoan ishlangan rangli grafik kompozitsiyalar); syujet - ritm, intonatsiya, muallif hikoya qilgan prinsiplar;

- rang, chiziq va borliqni komponentlarning orasidagi o'zaro bog'liqligi (Koinot, Yer, tabiat, inson siymosi ta'sirida ko'ngilga tushgan siymosi).

Zamonaviy dizaynda sintez san'ati keng tarqalmoqda: ko'p-funksiyali rangli musiqa, fan va texnikani eng yangi yutuqlaridan foydalanish.

Sintezlangan san'at ta'sirida asarlarni yaratish jarayonini quydagi bosqichlarga bo'lish mumkin:

- ma'lumot to'plash; manbalar, impulslar va h.k., uni tahlil etish: ma'lumotga impulsning ta'siri, uni siymo va sensor tavsifi, ya'ni sezish, taqdim etish, tasavvur etish, abstraktlash;

- olingan ma'lumotni tartibga solish: oddiylik, uzluksizlik, har xillik, uyg'unlik va h.k.;

- alternativ variantlarni ishlab chiqish va optimal yechimini tanlash;

- istiqbolli rivojlanish nazariy (konsepsiya, gipoteza) va amaliy masalalarini yechish loyiha – tajriba prinsiplarni tuzish (ishlarni amaliy yoki texnikaviy bajarish, ya'ni kompozitsion-koloristik, chiziqli-grafik, hajmiy-tekislik va boshqa hajmiy rejalashtirilgan yechimlarni bajarish).

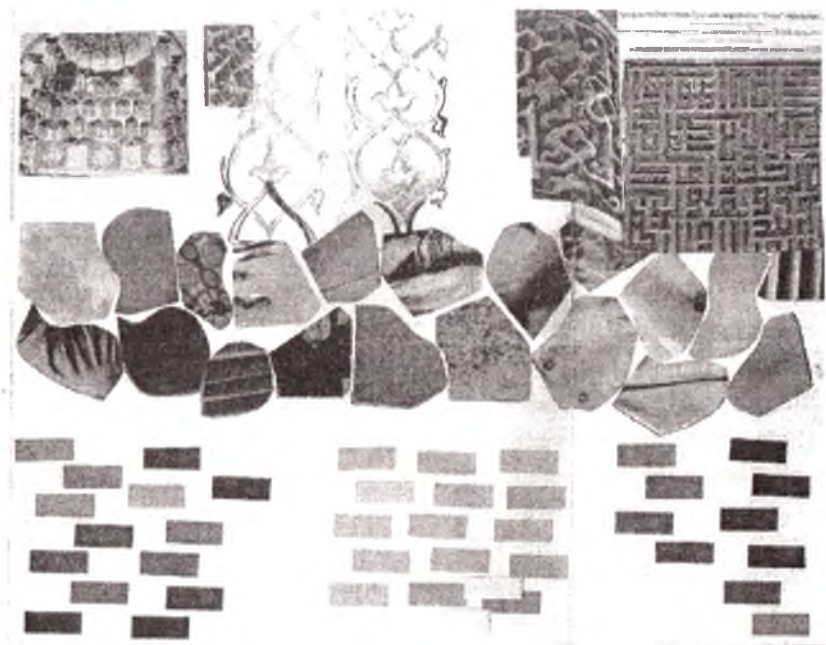
1.3 Kostyum dizaynida ijodiy manbalar

Dizayner kostyum kolleksiyasini yaratishda ijodiy manba sifatida har qanday tabiiy hodisalar, buyum muhitning turli elementlari, dunyoda sodir bo'layotgan voqealar, musiqa, rangtasvir, adabiyot, balet, teatr, sirk, kino, tomosha tadbirlari, etnik mavzular, me'morchilik, muhandislik inshootlari, mashina detallari, turli mexanizmlar, maishiy buyumlar, amaliy san'at asarlari (shisha, tosh, yog'och, metall, keramika va b.), musiqa asboblari, yer fakturasi, yulduzli osmon, origami o'yini, ekologiya, tarixiy, xalq va klassik kostyumlar, eklektika usuli, parodiya usuli, stilizatsiyalash usuli va h.k. bo'lishi mumkin.

Har bir dizayner o'z faoliyatining muayyan bosqichida tarixiy va xalq an'analari bilan ilhomlanib, ijodiy manbalarga murojaat qiladi.

Ekzotik mamlakatlarning madaniyati ko'p badiiy uslublarda g'oya o'zlashtirish moda tarixida doimo bo'lgan. XX asr modasi ko'pincha etnik va tarixiy manbalarga murojaat qilgan. Klassik shaklni va egzotik xalqlardan o'zlashtirilgan bezakni birga qo'shib, modellarni barpo etadigan dizaynerlar avlodi paydo bo'ldi, masalan, J.P.Gotening "eskimos" kolleksiyasi.

O'zbek dizaynerlari o'z navbatida sharq bozorlari kabi rang-barang bo'lgan mashhur shoyi va atlaslardan tikilgan liboslarni tavsiya va targ'ib etib, milliy o'zligimizning asosiy komponenti bo'lgan kiyinish madaniyatimizning an'anaviy va zamonaviy qirralari uyg'unligini ta'minlashga hissa qo'shmoqdalar. Ammo xalq milliy uslublarini zamonaviy kiyim bilan o'zaro mushtarakligini ta'minlashda, ya'ni zamonaviy libosning yangi turlarini yaratishda milliy urf-odat, an'ana va me'yordardan kelib chiqish lozim. Shundagina milliy kiyimlarimizning jozibasi o'ziga xos mavqe kasb etadi. Faqat shundagina xalq milliy kiyimlarining zamonaviy yangi turi hayotimizni yanada boy, yorqin va rang – barang qilishini ta'minlashimiz mumkin.



1-rasm. Arxitektura yodgorliklaridan ijodiy manba sifatida foydalanish

Tabiat azaldan inson uchun ish maydoni bo'lgan. Tashqi dunyoni tushunish va o'rganish ehtiyoji uning qonunlarini o'rganishga va o'zlashtirishga olib keladi. Asrlar mobaynida ma'lumot yig'ib, odamzod bionika (yunoncha bio u – “hayot elementi”) fanni barpo etdi. Bu yo'nalish 1950 yillarning oxirida paydo bo'ldi. Ushbu fanning asosiy maqsadi – biologik tizimlar va jarayonlarning imkoniyatlarini o'rganish edi. Leonardo da Vinchi, N.E.Jukovskiy, L.Galvani bionikaning kashfiyotchilari deb hisoblasa bo'ladi. XIX-XX asrlar oralig'ida paydo bo'lgan badiiy uslub Modern jonli tabiatga asoslangan va aynan shu davrda cheklangan me'morchilik imperiyasi paydo bo'ldi. Ispan me'mori A.Gaudining ishlari bunga yorqin dalil. Uning ishlarida egri chiziqli yuzalar me'mor konstruktiv shakllarni biologizatsiyalanishi desa bo'ladi. Bionika boshqa sohalarda jadal tarqaldi: maishiy texnikada, harbiy sanoatda (suv osti kemalarining shakli baliq shaklida) va b. Zamonaviy

kostyumda bionikaning timsoli chakamug' o'simligining tikani asosida kashf etilgan "velkro" tasmasi keng qo'llaniladi.[4]

Tabiat million yillar davomida durdona asarlar yaratib, o'z mahoratini doimo oshiradi. Tabiatning organik va mantiqiy bog'liqlari mujassamlashgan yangi shakllarni yaratish imkoniyatni topish, zamonaviy dizayn yangi yo'nalishning asosiy vazifasi bo'ldi, bunga o'zaro chambarchas bog'liq bo'lgan bionika va kristallografiya katta ta'sir etmoqda. Ularning asosida ko'p obyektlar va dizayn buyumlari (aksessuarlar, zargarlik buyumlari va b.) barpo etilmoqda.

Jonli tabiatda yashash jarayoni organik ma'qullik bilan bog'liq. Xuddi shunday odam ham o'z faoliyatida istagan natijaga erishishga intiladi. Muammoni yechish uchun birinchi planga buyumning ko'pfunksionalligi chiqadi, ya'ni buyumlarni bir necha mo'ljalda qo'llash mumkinligi. Bu muammoni transformatsiyasiz yechish mumkin emas (bu usulni 1920 yillarda konstruktivistlar taqdim etishgandi, ammo u hozirgi kunlarda amalga oshirildi).

Transformatsiya – bu buyum shakli va hajmini har xil usulda biriktirish, joyini o'zgartirish, ayrim detallarni almashtirish hisobiga o'zgartirish. Boshqacha aytganda, buyum loyihasiga qandaydir qo'zg'aluvchanlikni asos qilinadi, chunki iste'molchining hamkorligi nazarda tutiladi. Standart detallar to'plamidan asosiy shaklga har xil biriktiruv usullari yordamida ko'p variantlarni hosil qilish mumkin. Zamonaviy moda buyumlarni funksional transformatsiyasi normativ operatsiyalarni doimo bo'lganligi oqibatidir.

So'nggi yillarda dizayn stilistik o'zgarishlarga uchraganligi ayniqsa seziladi, bu stilistik o'zgarishlarning impulslari esa faqat funksional-konstruktiv tarkibidagina emas, balki formal-estetik izlanishlaridan ko'rinadi. Dizaynerlar ko'proq shakllantirish sohasida konstruktivizmga murojaat etishadi. Bu yo'nalish "xay-tek" deb nomlanadi. Xay-tek dizaynning rivojlanishida zamonaviy yo'llardan biridir. Bu yuqori texnologiyalar, insonning yashash muhitiga korxonalar elementlarini o'tkazishdir. Oxirgi paytlarda sun'iy muhitning o'zgarish tezligi insonning unga moslashish qobiliyatidan o'tib ketdi. Texnogen muhitda antropologik adaptatsiyaning asosiy qiyinchiligi buyum dunyosining real moddiyligini yo'qotilganligi, shuning uchun dizaynerlar oldida yangi o'ta ta'sirli dunyoni hosil

qilish masalasi qo‘yilgan. “Xay-tek” – bu o‘ziga xos shakllantirish, **sensorlik**, moddiylik, rang, muhitning akustik rejimi, yorug‘lik **dizayni**.

Kostyum kompozitsiyasida ifodali siymolarni barpo etishga **assotsiativ fikrlash** imkon tug‘diradi – buyum, abstrakt va psixik **assotsiatsiyalarni**, obyekt yechimini grafik izlanishlarga aylantirish, **ya’ni** assotsiativ rasm solishdan iboratdir.

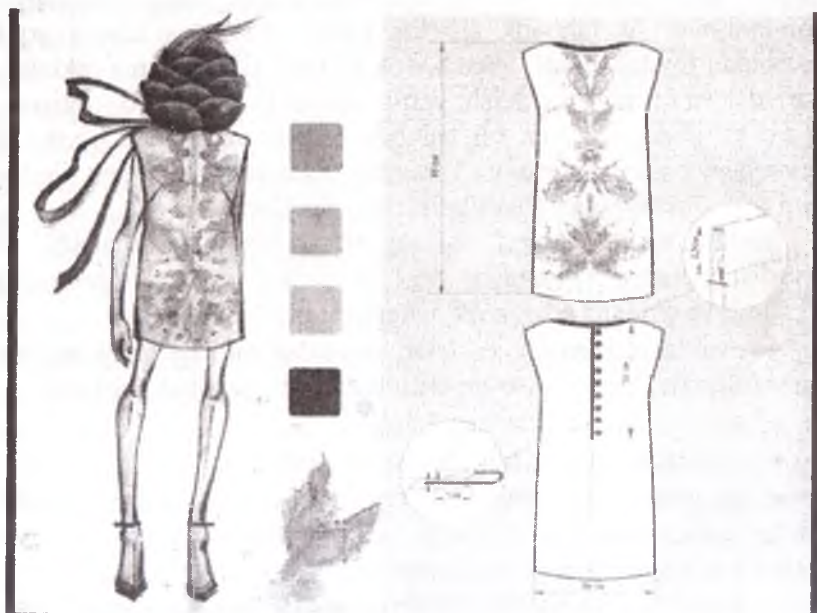
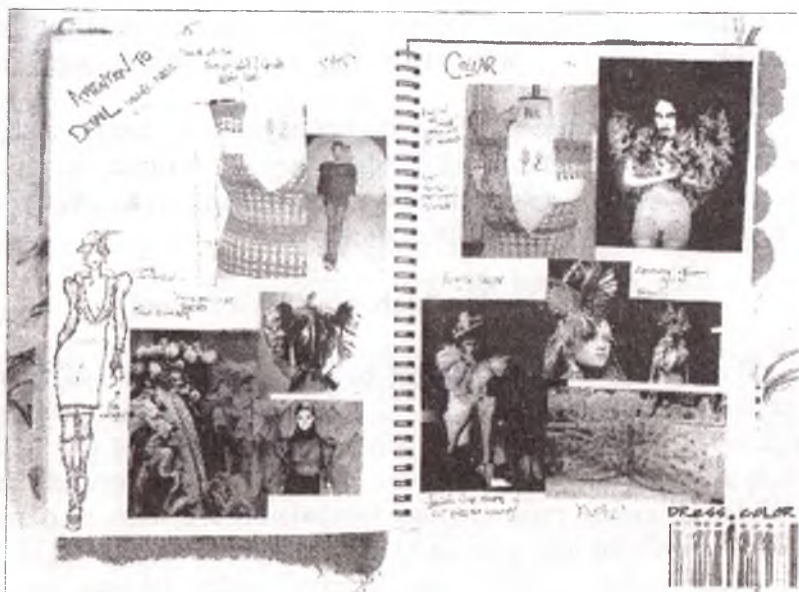
1.4 Sketchbook – talabanning eskiz albomi

Sketchbook - bu ijodiy hujjat bo‘lib, o‘zida yozma va vizual **materiallarni** mujassam etadi. U g‘oyalarni tadqiqot etishga, o‘rganishga, rejalashtirish va rivojlantirishga hamda test o‘tkazish, **baholash** va loyihalarni muhokama qilishga yordam beruvchi ish **qurolidir**. U boshqa rassomlarning tajribalarini o‘rganish va o‘zida to‘satdan paydo bo‘lgan g‘oyalarni ifodalashga imkon beradi. [3]

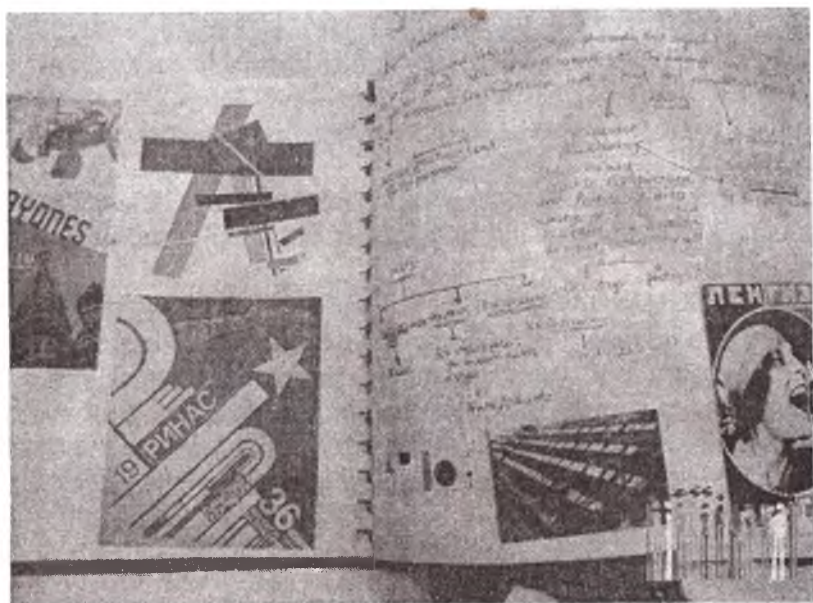
Sketchbookni yuritish har qanday ijodiy ishning asosiy **elementi** hisoblanadi. U fantaziyani rivojlantirib, yangi g‘oyalarga **ilhomlantiradi**. Sketchbook sifatida katta bo‘lmagan albom yoki **bloknoddan** foydalaniladi. Sketchbook da turli xil qoralama eskizlar, **chizmalar** va rasmlarni **chizish**, yoqib qolgan rasmlarni yopishtirish, **har bir** sahifasini ma’lum bir uslubda bezash va shunga o‘xshash **jarayonlarni** bajarish mumkin. Umuman olganda, sketchbook **ijodiy odam** o‘zi yaratayotgan g‘oyalar hazinasidir (2-rasm).

Sketchbook loyihaning muhim qismi hismi hisoblanadi. U g‘oyadan yakuniy natijagacha bo‘lgan yo‘lni (yoki rivojlanishni) **ko‘rsatadi** va qoidaga asosan quyidagilarni o‘z ichiga oladi.

- rasmlar, chizmalar, eskizlar, sxemalar, miniatyuralar, rejalar **konstruksiyalar** (hususan, to‘liq bo‘lmagan yoki tajribali bo‘lgan);
- turli usul va jarayonlarni izlash;
- aralash faktura va materiallar ko‘lami;
- ko‘rgazma va galereyalar tashrif buyurilib, undan olingan **eskizlar** va annotatsiya qilingan broshyuralar suratlari, rasmlar **orqali** o‘z aksini topgan ilk ma’lumotlar;
- Rassomlar va modelerlarning mos ishlarining olingan **nusxalari**.



2-rasm. Sketchbook namunasi [3]



3 - rasm. Sketchbookda izlanish jarayoni [3]

1. O'z fikrini va loyiha mavzusiga oid qarashlarini aniqlash.
2. Loyiha mavzusi bilan shaxsiy munosabati va aloqalarini alohida ajratgan holda, uning boshlanish va birinchi g'oyalarini tushuntirish.
3. O'zining mavzusiga mos boshqa rassomlarning tarixiy, zamonaviy, turli madaniyatli, ishlarini tanqidiy tahlil etish va taqqoslash.
4. Loyiha uchun foydali o'zining shaxsiy dunyoqarashlariga va kuzatuvlari bilan bog'liq bo'lgan ma'lumotlarni tanlab olish.
5. Rassom va atrofdagi madaniy ta'sirlar haqida xabardor ekanligini ko'rsatish, loyihani haqqoniyligi va salmog'ini oshirish maqsadida, qisqa ma'lumotli axborotlar berish, rassomning ijodini mukammal o'rganib ilmiy izlanishlar natijalaridan foydalanish.
6. Mos bo'lgan atamalardan masalan "kuchli kontrast", "diqqatni jamlash", "asosiy urg'u" va hokazolardan foydalanib, loyiha mavzusini yetarilicha bilishini namoyish etish.
7. Barcha suratlar, san'at asarlari va matnlarning manbalari, hamda shaxsiy fotosuratlar haqida bevosita mos tasvirlar ostida qisqa ma'lumotlar berish (rassomlar, modelerlar liboslar to'plamlari, veb-saytlar, kitoblar va h.k. nomlari).
8. Ma'lumotlarni aniq bayon etish. Fikrni bayon etishda qisqa yoki to'liq gaplardan foydalanish ahamiyatsizdir, lekin uning noto'g'ri yozilishi Sketchbook yurituvchi shaxs haqida salbiy fikrlar uyg'onishi mumkin.

Nazorat savollari

1. Dizaynning mohiyati.
2. Loyihalashning asosiy bosqichlari.
3. Dizayn loyihaning tarkibiga qanday elementlar kiradi?
4. Dizayn loyihalash jarayonining asosiy omillarini ta'riflang.
5. Kostyum dizaynining funksiyalari qanday?
6. Kuturyelar ijodida dizaynning o'rni.
7. Kostyum funksiyalarini tavsiflab bering.
8. Ijod atamasining ma'nosi nima?
9. Assotsiativlik kostyum dizaynida qanday qo'llanadi?

10. Kostyum dizaynida badiiy bosqichlar.
11. Intuitsiya kostyum dizaynida qanday qo'llanadi?
12. Badiiy siymo kostyumda qanday ifodalanadi?
13. Kostyum dizaynida ijodiy manbalar turlari.
14. Bionika manbaini qo'llash yo'llari.
15. O'simliklar manbaining kostyumda qo'llanishi.
16. Me'mor va amaliy san'at asarlarining manba sifatida qo'llanishi.
17. Dizayn konsepsiyasining tushunchasi?
18. Zamonaviy dizaynda ijodiy konsepsiyalar.
19. Sketchbook nima uchun qo'llaniladi?
20. Sketchbook o'zida nimani mujassam etadi?
21. Sketchbook yuritishda nimalarni hisobga olish zarur?
22. Sketchbook ni rasmiylashtirish bosqichlari.

2. ESKIZ LOYIHALASH

2.1 Kostyum kompozitsiyasi

2.1.1 Kompozitsiya kategoriyalari. Tektonika va shakl

Kompozitsiya nazariyasi eng muhim aloqalar va munosabatlarni aks ettiruvchi kategoriyalarga asoslangan bo'лади. Kostyum kompozitsiyasida kompozitsion kategoriyalarga tektonika va hajmiy-fazoviy struktura (shakl) kiradi.

Figuraning tuzilishi inobatga olinmasdan kostyum tarkibi shakllantirilmaydi.

Tektonika nuqtayi nazaridan odam figurasi tutib turuvchi, kostyum esa – ko'tarib yuriladigan asosdir. Figurada tutib turuvchi tizim– proporsional va ritmik tashkilga ega skeletdir, ko'tarib yuradiganlari esa – mushak tizimlari, ular figurani tashqi ko'rinishini va plastik ifodaliligini aks ettiradi.

Tektonika – bu buyum shaklida material va konstruksiyani ishlatishini aks ettirilishidir.

Tektonik shakl – bu badiiy fahmlash nuqtayi nazaridan material xususiyatlarini, konstruksiyani ishlashini va ishlab chiqarish usulini aniqlashdir. Material yoki ularning birikmasi, konstruksiya va texnologiyasi uning asosini aniqlaydi (1-chizma).



1-chizma. Kostyum tektonikasining mohiyati

Tektonik mantiqqa va shakllarni hosil bo'lishi bo'yicha tabiat yaratgan shakllar yaqqol misoldir. Asrlararo tabiatning barkamol organizmi bizga materialni oqilona va tejimli foydalanish xima-xil misollarni va bu asosida bitmas-tuganmas shakl va konstruksiyalar variatsiyalarini beradi. Bu shakllarni va ularning tektonik ifodaligini o'rganish dizayner ijodiy taqlidiga va badiiy loyihalashga boy ozuqa beradi.

Rassom ongli ravishda materialni tanlaydi, xossalarini aniqlaydi va ta'kidlaydi, konstruksiyada uni bajaradigan ishi va buyumni tikuv texnologiyasini umumiy g'oyasiga, ya'ni badiiy va kompozitsion g'oyasiga, bo'ysundiradi.

Estetik nuqtayi nazardan shaklni shubhasiz afzalliklaridan biri – buyumlarning texnologik haqqoniyligi, ya'ni shaklda qo'llangan materiallar va konstruksiyalar o'ziga xos eng muhim va xarakterli xususiyatlarini aniqlash.

Materialning barcha imkoniyatlarini va uning texnologik xususiyatlari bilan bog'liq tashqi ko'rinishini mukammal bilish, rassomga kompozitsion jarayonda materialni barcha holatlari, faktura, vazn, plastika va rangida ifodalangan xususiyatlari bilan keng va erkin foydalanishga yordam beradi.

Gazlamalar, trikotaj matolar, noto'qima, plyonka va boshqa kostyumda qo'llanadigan materiallar o'z plastik xossalari, drapirovka darajasi (yumshoqligi, oquvchanligi, qattiqligi va b.) shakl turini va uning konstruksiyasini aniqlaydi.[6]

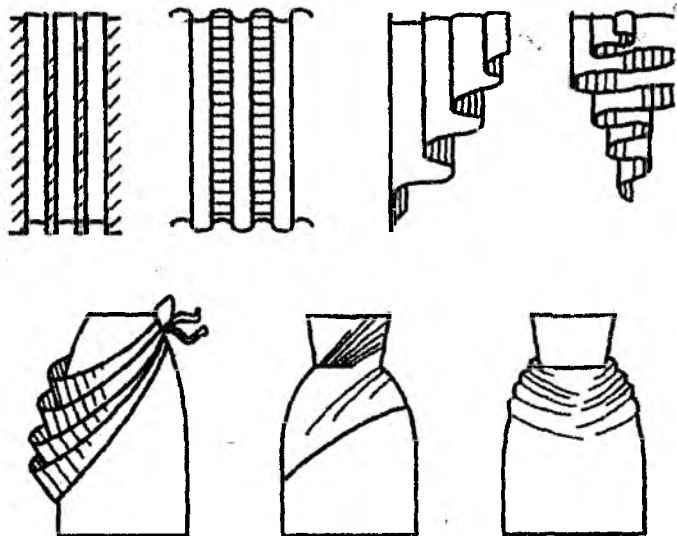
Masalan, yupqa harir bir muncha taranglikka ega kapron gazlamadan uni yengilligiga oid ho'rpaygan, kam chokli hajmiy shakllar yaratilishi lozim.

“Yog'li” to'kilib turadigan yaltiroq gazmollarni (krep-satin, krep-atlas) yaxshi drapirovkalanishi yetarli darajada hajmli buyumni hosil qilishga yordam beradi va ular gavdada plastik sirg'alib shu'la yaratadi. (5-rasm)

“Quruq” gazlamalar (jun, lavsanli zig'ir va b.) odmi, aniq shaklni hosil qiladi va muayyan vaqt davomida o'zgarmasdan xizmat qiladi.

Trikotaj matolar plastikasi yumshoq, gavdada sirg'aladigan buyum shaklini yaratilishini talab qiladi, ammo trikotajning texnologik xususiyatlari buyum kam chokli bo'lishini majbur qiladi.

Kostyum shaklining plastikligi to'g'risida gapirilganda (uning geometrik aniqligi, ovalligi, yumshoqligi, qattiqligi va b.), biz doimo materialni plastik xususiyatlarini nazarda tutamiz. Shuning uchun ma'lum geometrik shaklni yaratganda, g'oyat katta xilma-xillikdan faqat o'z plastik xossalari bilan shu shaklning turg'unligini saqlaydiganlari tanlanadi.



2-chizma. Matolarning drapirovkalanish xususiyati

Kompozitsion yechimi va tayyorlash texnologiyasiga binoan maxsus tanlangan material xususiyatlari har xil, ba'zan kontrast yechimlarni yaratishga imkon beradi. Masalan, jun gazlamadan ko'ylakning yoqasiga va bortiga qotirma qo'yilsa, yubkasi esa klyosh bichimli bo'lsa, bu holda gazmol qattiq, haykalsimon va plastik yumshoq ko'rinadi. Natijada bir materialdan har xil texnologiya ifodali turli shakl yaratishga imkon beradi.

Boshqa badiiy ifodalik vositalariga nisbatan ilmiy-texnikaviy taraqqiyotning yutuqlari tektonikaning o'ziga xos xususiyatidir. Tektonikani fan, texnika, iqtisodiyot bilan jiddiy o'zaro aloqasi, yangi materiallar bilan foydalanishi, texnologiyani mukamma-

lashtirishi va yangilarini yaratilishi, loyihalashda yangi ilmiy usullarni qo'llanishi – bular barchasi oldin yaratilgan tektonik tizimlar to'g'risida tasavvurni o'zgartiradi va yangilatadi. XX asrda kimyo sanoati to'qimachilik sanoat xomashyo bazasini sintetik tolalari bilan boyitdi. Sintetik va sun'iy tolalar tabiiy tolalar bilan turli aralashmalari plastik xususiyatlarini keng palitrasini berdi. Ko'p miqdorda noto'qima matolar ishlanadi, lekin ular kostyumda o'z badiiy yechimini deyarli topmadi.

Yangi materialga yangi shakl va yangi konstruksiya mos bo'lishi kerak. Ammo, sun'iy va sintetik matolardan ishlangan kiyimlarda mutlaqo boshqa plastik va texnologik xossali tabiiy matolarda qo'llanadigan texnologiyasi ko'pincha foydalaniladi. Undan tashqari zamonaviy kimyo va to'qimachilik tabiiy materiallarga o'xshash sun'iy va sintetik matolarni yaratgan. Shunday o'xshash materiallardan foydalanilganda juda ehtiyot bo'lish lozim, chunki har qanday soxtalashtirish materialning tektonik mohiyatini noto'g'ri talqin etadi. Agar materialga unga xos emas xususiyatini berilsa, unda estetik zo'ravonlik va notektoniklik yuz beradi. "Rassomning roli - matoga o'z g'oyasini zo'rlab o'tkazmasdan, tirilgan materialni gapirishga yordam berish va o'z hissalarini aks etishdir" yapon hikmatlari").

Kostyum shakl tizimining yaxlitligi uning qismlarining o'zaro bog'liqligida. Bu tizimda kiyim shakli yetakchi bo'ladi (ko'ylak, palto, kostyum va b.). Bu shaklning turi, barcha qismlarning (poyafzal, bosh kiyim va b.) konstruksiya va materiallar mantiqasi o'zaro bo'ysunganlikda hosil qilinadi. Bu kostyum shaklini ifodali va mantiqli tuzilishi ham tektonikadir, ya'ni tektonika – bu faqat badiiy sifatgina emas, balki doimo yuz beradigan omil kiyimni, poyabzalni, bosh kiyimni, qo'shimchalar va bezaklarni yaxlit badiiy tizimga kostyumni tarkibiy bog'lash. Kostyum tektonikasi – bu kompozitsion vositalari (konstruktiv tuzilishni garmonik proporsiyalari, ritm, bezak, kontrast va nyuans, materiallar plastikasi va rangi) bilan foydalanish asosida shaklning badiiy mantiqiga erishiladi.

Tektonika bilan bog'liq masalalarni yechganda dizayner buyumni maqsadga muvofiqligini, mustahkamligini, oddiy usulda tayyorlashni va tejamlikni hisobga olishi kerak. Yangi texnologik

yechimlarni topish va ularni qo'llash – bu doimo o'rganish, qayta fikrlash va e'tiborni talab qiladi.

Konstruksiyalash, bir tomondan tarkib yordamida g'oyani amalga oshirish, ikkinchi tomondan esa - obyektни shaklga aylantirish vositasidir.

Shaklni oqilona konstruksiyasini hosil qilish – bu ikki tomondan jarayon buyumni birdaniga estetik va tektonik tomonlarini yaratishga kiradi. Shuning uchun shakl konstruksiyasini o'zaro uzluksiz bog'liq ikki aspektini nazarda tutib turish kerak: shaklni konkret materialdan vizual va morfologik tuzilishi va figurada buyumni yaxshi o'rnatish shaklning kerakli bichim chiziqlari va bo'linishi yordamida amalga oshiriladi. Badiiy konstruksiya shakl qismlarini funksional o'zaro bog'lanishini ko'rsatadi, uning vazifasi birlik va muvozanat taassurotini baxsh etish. Shaklni kuchli emotional ta'siriga erishish, muayyan badiiy siymoni aks etish va funksional talablarni ifodalash uchun konstruksiya qismlarni qanday biriktirilishini ko'rsatadi. "Ko'zning o'tkirligi, chiziqlarni, shaklni, proporsiyalarni benihoya xis qilish, hamda qaychi bilan bexato zarba qilish, dazmol, son-sanoqsiz ignalar va iplar bilan tajribali foydalanish qobiliyat bilan birgalikda g'oyani uch o'lchamli kompozitsiya – kostyumga aylantiradi" (kinorejissyor S.M.Eyzen-shteyn). [11]

Demak, tektonika kostyum kompozitsiyasini asosiy kategoriyalaridan biri bo'lib hisoblanishi – bu konstruksiya va shakl konkret materialda ifoda topgan o'zaro bog'liqligi eng muhim jihatidir. U buyum kompozitsiyasini va kompozitsiya ustida olib boradigan ishni, ya'ni kompozitsion vositalardan boshlab, shakl xarakterini hamda uning nuanslarini topishga qadar bo'lgan butun jarayonni belgilab beradi.

Shakl – kostyumni badiiy loyihalsh jarayonining asosi.

Buyumning tashqi ko'rinishi va chegarasini ifodalaydigan geometrik mohiyati *shakl* deb hisoblanadi. Shakl (lot. forma) – tashqi ko'rinish, chegara. [3]

Shaklni tanlash va uni tuzilishidan san'at boshlanadi deb san'atshunoslar hisoblashadi. Shakl buyum mavjudligining usuli, texnik va estetik zarurligi bilan ta'riflanadi. Shakl ma'lum psixologik

ma'noni ifodalaydi va muayyan siymoli mazmuni ifodalovchi belgi, *ramz tizimi* deyiladi.

Kostyum shakli yaratilganda quyidagi talablarga ahamiyat beriladi:

- funksional – buyumning texnik maqsadini va insonning utilitar talablarini oldindan aniqlash;

- konstruktiv-texnologik - materialning fizik-mexanik xususiyatlari va shakl konstruksiyani oqilona ifodalash;

- estetik – jamiyatning estetik ideallariga buyumning mosligi.

Kostyum shakli inson bilan chambarchas bog'liq va faqat uning siymosi, razmeri, harakatini inobatga olgan holda tahlil etilishi lozim.

Kostyumning har bir qatlami o'z xossalariga ega:

- ustki qatlami: rang, faktura, chiziq, naqsh, bezak, yani kompozitsion bezak qatlamlaridan iborat;

- geometrik tarkib, u shakl elementlarining o'zaro proporsional nisbatlarini aniqlaydi;

- tana va qobiq orasidagi fazo va odam figurasi.

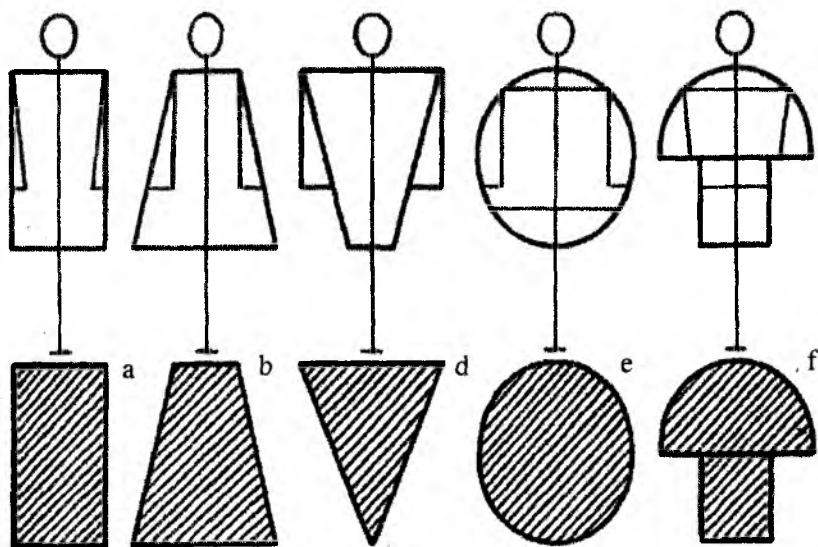
Shakl tarkibi. Kostyumni muayyan tarkib ifodalaydi, ya'ni uning bo'limlarining tarkibi. Siymoli, funksional va texnik yechimlari bilan bog'langan shakl geometrik elementlarining ma'lum fazoviy tizimi *shakl* deb tushuniladi.

Kostyum tarkibi – bu kostyumning ayrim elementlarining (kiyim, bosh va oyoq kiyim, qo'shimchalar, taqinchoqlar) turg'un tashkil etish usuli. Kostyumda shakl – bu uning tarkibini tashqi ko'rinishi.

Kostyumda asosan uchburchak, to'g'riburchak, trapetsiya va oval kabi tarkibiy elementlari uchraydi (6- rasm).

Kostyum shaklini quyidagi xususiyatlari ifodalaydi: shaklning geometrik turi, uning hajmdorlik darajasi, silueti, katta-kichikligi, chiziqdari, vazni.

Siluet (fr. *Silhouette*, XVII asrda Fransiya moliya vaziri markiz Eten de Siluettening yon tomonidan qiyofasi soyali proeksiya kulgili qilib tasvirlangan) – bu: buyum soyasiga o'xshagan tasvir; buyumlarni grafika texnikasi usulida bir tonli yassi tasviri; modada kostyumning tashqi shakli, hajmiy shaklning shartli yassi tasviri.



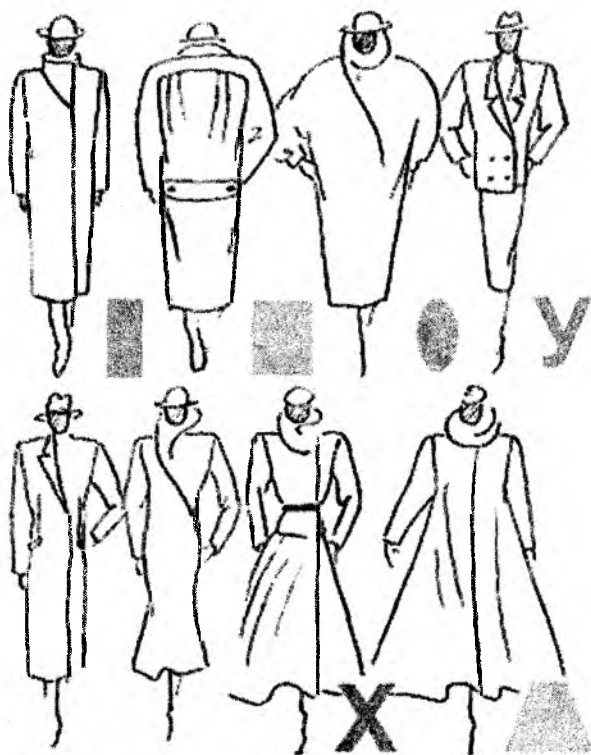
3-chizma. Shaklning geometrik turi [5]

Siluet ma'lum davr mobaynida modada yuz bergan o'zgarishlarni umumiy tarzda aniqlash imkonini beradi (4-rasm).

Siluet – bu tekislikda shaklning eng ifodali proektsiyasi yoki proektsiyalari desa ham bo'ladi. Ko'pincha siluet kiyimning old ko'rinishini aks ettiradi. Agar shunday tasvir nosimmetrik shaklni aniq ifodalama, siluet kiyimning yon ko'rinishini ham aks etishi lozim. Shunday holat modaning aksenti ort bo'lagida bo'lganda yuz beradi.

Siluetlar ikki turda bo'ladi: haykalsimon – odam qomati shakllarini ko'rsatadigan va takrorlaydigan; dekorativ – odam qomatining tabiiy shakllarini ko'rsatmaydigan, yashiradigan, o'zgartiradigan.

Siluetlar quyidagicha taqsimlanadi: shaklning geometrik turiga binoan; buyumni gavdaga yopishish darajasiga binoan; bel chizig'ining holatiga binoan.



7-rasm. Siluet turlari [5]

Siluetni aniqroq tasavvur etish uchun uni geometrik shakllarga taqqoslab qaraladi. Geometrik shakli bo'yicha taqsimlanishi an'anaviy bo'lib, ma'lum davr modasini plastik imkoniyatlari to'g'risida taassurot beradi.

Shakl geometrik turi bo'yicha asosan to'g'riburchak, oval va trapetsiya geometrik shakllari bilan taqqoslanadi.

Masalan, asosiy chegara chiziqlari parallel bo'lgan siluet to'g'riburchakni eslatadi; agar to'g'ri chiziqlar ayrilib tursa – trapetsiya bilan taqqoslanadi; agar siluet mayin egri chiziqlaridan hosil bo'lsa – uni oval bilan taqqoslanadi.

Geometrik shakllar o'zaro qo'shib, murakkab geometrik shakllarni hosil qilishi mumkin. Masalan, to'g'riburchak yarimoval

yoki trapetsiya bilan. Bunday siluetlar asosiy va hosila bo'ladi. Asosiy siluetlar davr yoki mavsum modellari shaklining tuzilishi bilan ifodalanadi. Ularning asosida tipik variantlar va figuraning qomati beriladi. Hosila siluetlarga har xil xususiyatlarga ega bo'lgan bir xil geometrik shakl kiradi. Masalan, to'g'ri cho'zilgan, to'g'ri T-simon, Y-simon va boshqalar, odatda, bunday siluetlar tizimdan tizimga o'tish davrida keng tarqaladi. Hosila siluetni aniqroq tasavvur etish uchun uni ba'zi buyumlarga (bo'chka, qaychi, urchuqqa va b.), o'simliklarga (chuchmomaga, lolaga, bananga va b.), harflarga (X, Y, A, T, va b.) taqqoslanadi.

Shakl va qomat nisbatiga binoan siluetlar quyidagicha taqsimlanadi: qomatning tabiiy shakllarini ko'rsatadigan siluet – *yopishgan* deb ataladi; qomatga sal yopishgani – *nim yopishgan siluet* deb ataladi; qomatni tabiiy shakllarini ko'rsatmaydigan siluet – *erkin siluet* deb ataladi.

Shakl qomatning konstruktiv kamarlariga nisbatan asosan kiyimning bel chizig'ining holati siluetni tavsiflaydi: tabiiy bel chizig'idan yuqori; tabiiy sathida; tabiiy bel chizig'idan pastroqda; bel chizig'i belgilanmagan.



5-rasm. Siluet turlari

Bel chizig'idan tashqari siluetini har xil bo'lishiga qo'shimcha kiyim chiziqlarining holati imkon beradi:

- etak chizig'ining tizzaga nisbatan holatiga binoan (kiyim uzunligi): "mikromini" – bo'ksani o'rtasidan yuqoriroq, "mini" – bo'ksani o'rtasigacha, "midi" – tizzadan sal pastroq, "balet uzunligi" – boldirni o'rtasigacha, "maks" – to'piqqacha, "supermaks" – yerga sudralib yuradigan (shleyfli);

- yelka chizig'i holatiga binoan: yelkalarining eni tabiiy, balandligi esa ko'tarilgan; elkalar kengaytirilgan va ko'tarilgan; yelkalar balandligi tabiiy holatda, eni esa kengaytirilgan; yelkalar toraytirilgan ("amerika" yeng o'mizli); yelkalar eni va balandligi tabiiy holatda;

- ko'krak chizig'ini ko'rsatish darajasiga binoan;

- bo'ksa chizig'ini ko'rsatish darajasiga binoan.

Siluetning yangi turlarini yaratish uchun matritsa usulini qo'llash mumkin. Matritsa elementlari sifatida old va ort bo'laklar, lif va yubka, lif va yeng shakllarini olish mumkin.

Siluet yaratish manba sifatida o'simliklar, tirik jonlar, buyumlar, badiiy asarlarni tavsiya etish mumkin.

Siluetning bu xossasi kiyim kimga mo'ljallangani, odamning qomatining tuzilishi, yoshi va jinsi e'tiborga olinadi. Masalan, kundalik kiyimda asosan haykalsimon oddiy, turg'un, vazmin siluetlar tavsiya etiladi; bashang kiyimlarda esa dekorativ, dinamik, nosimmetrik, murakkab siluetlar qo'llanadi; bolalar kiyimida – oddiy, turg'un siluetlar; yosh ayollar kiyimida har xil siluetlar; qari ayollar kiyimida – sipo, turg'un, oddiy siluetlar; erkaklar kiyimida – asosan to'g'riburchak silueti, ayollar kiyimida turli siluetlar qo'llanadi.

Figurani tuzilishiga ko'ra ham har xil siluetlar tavsiya etiladi. Masalan, figurani balandroq ko'rsatish uchun kiyimning dinamikasi, geometrik shakl va uning nisbatlari yordamida erishish mumkin. Shu jumladan figurani siluet yordamida ozg'inroq yoki to'liqroq ko'rsatish mumkin.

Geometrik shakllarni va ularning qatorida har xil kiyim siluetlarining jo'shqin tomoni bilan odamga ta'sirini kostyum kompozitsiyasini yaratishda inobatga olish lozim.

Siluetning bu xususiyati kiyim nimaga mo'ljallangani, odam qomatining tuzilishiga, yoshiga va jinsiga ko'ra e'tiborga olinadi.

Masalan, kundalik kiyimda asosan haykalsimon oddiy, turg'un, vazmin siluetlar tavsiya etiladi; bashang kiyimlarda esa - dekorativ dinamik, nosimmetrik, murakkab siluetlar qo'llanadi; bolalar kiyimida – oddiy, turg'un siluetlar; yosh ayollar kiyimida har xil siluetlar; qari ayollar kiyimida – sipo, turg'un, oddiy siluetlar; erkaklar kiyimida – asosan to'g'riburchak silueti, ayollar kiyimida barcha siluetlar qo'llanadi.

Qomat tuzilishiga ko'ra ham har xil siluetlar tavsiya etiladi. Masalan, figurani balandroq ko'rsatish uchun kiyimning dinamikasi geometrik shakl va uning nisbatlari yordamida erishish mumkin. Shu jumladan figurani siluet yordamida ozg'inroq yoki to'liqroq ko'rsatish mumkin (6-rasm).



6-rasm. X-simon siluet asosida shakl yaratish



7-rasm. To'g'ri siluet asosida shakl yaratish

Asosiy konstruktiv qismlar bo'yicha shakl tahlili

Konstruktiv qism	Tahlil mezonlari	Tana o'lchamlariga nisbatan kiyim siluetining xususiyatlari				
1	2	3				
Yelka chizig'i	Yelka kengligi	Toraytirilgan		Normal		Kengaytirilgan
	Yelka balandligi	Tushirilgan		Tabiiy joyda		Ko'tarilgan
	Ko'krak qismida yopishganlik darajasi (P _g , sm)	Juda tor	tor	o'rta	bemalol	Juda bemalol

Ko'krak chizig'i	ko'ylak	2,0 - 3,0	4,0 - 5,0	6,0 - 7,0	8,0 - 9,0	9,0 dan yuqori
	palto	4,0 - 5,0	6,0 - 7,0	8,0 - 9,0	10,0 - 12,0	12,0 dan yuqori
	Ko'krak qismining shakli	Bo'rttirib chiqqan bichim asosida			yassi	
	O'miz chuqurligi (P _{SPR} , SM)	baland 1,5 dan kam	o'rta 1,5 - 4,0	chuqurlashtirilgan 4,0 - 6,0	chuqur 6,0 dan yuqori	
	O'miz chuqurligi chizig'i	Ko'tarilgan bichim asosida (ko'krak chizig'iga nisbatan)	Tabiiy joyda		Chuqurlashtirilgan bichim asosida	
Kiyim bo'laklari bo'yicha hajmni taqsimlanishi, % Pg		tor		o'rta		keng
	Ort bo'lak	15 - 20		20 - 25		30 - 40
	Yeng o'mizi	25 - 30		35 - 50		60 - 70
	Old bo'lak	0 - 15		15 - 20		25 - 30
Bel chizig'i	Bel chizig'ini ifodalanganligi	Aniq belgilangan yopishgan shakl		Qisman belgilangan nim yopishgan shakllar		Belgilanmagan keng shakl
	Yopishuvchanlik darajasi	Juda yopishgan	Yopishgan	O'rta	Bemalol	Juda bemalol
	Bel chizig'i holati	Pasaytirilgan		Tabiiy joyda		Ko'tarilgan
Bo'k-sa chizig'i	Yopishuvchanlik darajasi	Juda yopishgan		Nim yopishgan		Bemalol
	Bo'ksa chizig'i holati	Pasaytirilgan		Tabiiy joyda		Ko'tarilgan

Etak chizig'i	Bel chizig'i kengligi bo'yicha etak chizig'i kengayti- rilganligi	Torayti- rilgan	To'gri		Kengayti- rilgan	Juda keng	
	Etak chizig'i holati	Tizza- dan yu- qori	Tizza o'rta- siga- cha	Tizza- dan past	Boldir o'rtasi- gacha	to'piq- qacha	yergacha

Kostyumdagi chiziqlar. Chiziq – bu rassomning eng keng qo'laydigan tasviriy tilning elementi. Uning yordamida shakl va tekisliklarning chegaralari belgilanadi. Chiziq – tasvirlangan shaklni fazodan chegarasidir.

Chiziqning universalligi shundaki, u bir tomondan faqat shu tekislikka mansub bo'lsa, ikkinchi tomondan esa u bir necha kesishgan tekisliklarni chegarasi bo'lishi mumkin.

Yassi tasvirdan hajmiyga o'tishda chiziqni egiluvchanligi, yassi naqshlarda uning kuchi va fazoviy shakllarning ifodasida aniqligi va ravshanligi shundan kelib chiqadi. Chiziq faqat shaklning chegarasinigina aniqlamasdan, u rassomning his tuyg'ularini aks ettiradi.

U yengil va sehrli, ajoyib, shijoatli, iliq, qattiq va h.k. bo'lishi mumkin. Chiziqlarning sehrli kuchi insonga ta'sir etadi. Ularda harakatning kuchli g'ayrati yashirilgan. "Shakl – bu ot, chiziq esa – yuganidir" (U.Kern). Shaklni jilovlash mumkinligi shundan kelib chiqadi, chiziqning turi o'zgartirilib, tasvirlangan shakllarning idroqi yordamida rassom tuyg'ularini o'zgartiradi.

Aylanalar, har xil qalinlik va oqishlikda chizilgan shtrixlar yaxshi moslangan kompozitsiyani hosil qiladi. Bir qalinlikda va oqishlikda chizilgan chiziqlar – "yassi", qalinligi va oqishligi aktiv o'zgaradigan chiziqlar esa – hajmli bo'lib tuyuladi. (8-rasm)

Chiziqlarni bir-biridan o'tishi mayin yoki tekis bo'lmasligi mumkin.

Shaklni chegaralovchi chiziqlar, shaklni faqat hosil qilmasdan, boshqa chiziqlar bilan birikib, barcha kompozitsion mavzularning plastik birikmalarini barpo etadi.

Chiziqlar tasvirida quyidagi sifatlarga egadirlar:

- uzunligi bo'yicha (cho'zilgan) – uzun va qisqa;
- qalinligi bo'yicha (qalin va ingichka);
- vertikal va gorizontal nuqtayi nazariga qarab qayd qilish (gorizontal, vertikal, nishabli);
- egilganlik darajasi (to'g'ri va qiyshiq)
- plastikali (sindirilgan yoki bukiluvchan, "qat'iylik", "jonli" va hokazo);
- fakturali va teksturali (yumshoq va aniq)

Chiziqning fazoviy-dinamik sifati – harakatning faolligi va yo'nalishi (osoyishta, dinamiklik va hokazo), fazoviylik rejasi bilan aloqadorligi.

Statik va yo'naltirilmagan chiziq nuqtalarining bir-biridan farqi, harakatni, yo'nalishni va kattalashtirishni ifodalashga qodirdir.

Chiziq xarakteri biz qabul qila oladigan uning uzunligining qalinligiga, konturiga va uzluksiz darajasiga tegishli bo'lishiga bog'liqdir.

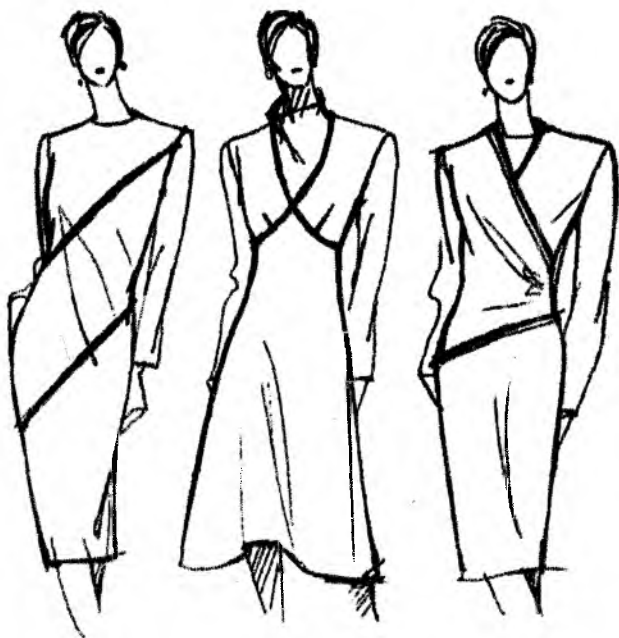


4-chizma. Chiziqlar turlari

Chiziq nuqtalar asosida vujudga kelishi mumkin, agar ularni uzluksiz bir elementlarni takrorlash yo'li orqali davom ettirilsa, chiziqni hosil qilish mumkin.

Kiyimda egri chiziqlar – muhim konstruktiv va kompozitsion chiziqlardir. Aynan egri chiziqlar yordamida kiyimga va odam figurasiga mos hajmiy shaklni baxsh etadi. Egri chiziqlar kiyim loyihalashda ko'pincha shakllanuvchi detallarda qo'llanadi. Aralashma chiziqlar esa bezak shakllar va detallarda qo'llanadi.

Qiya chiziqlar harakatni ilg'aydi. O'timli bo'lgani bois, ular gorizontaal va vertikal chiziqlarning xususiyatlariga ega va qiyalanish darajasi va yo'nalish xarakteriga ko'ra shakl va hajm, bo'y va to'liqlikni ko'rinishini kattalashtirishi yoki kichiraytirishi mumkin. Ular ko'pincha qirqilgan detallarida, kiyim taxlamlarida, asosan bezak detallarida va dekorativ chiziqlarida qo'llanishi mumkin (8-rasm).



8-rasm. Ayollar ko'ylagidagi qiya chiziqlar

Dumaloq chiziqlar mayin yoki keskin bo'lishi mumkin. Mayin egri chiziqlar dag'al shaklni yumshatadi va vazminli figuraning chegaralarini yashirishga yordam beradi.

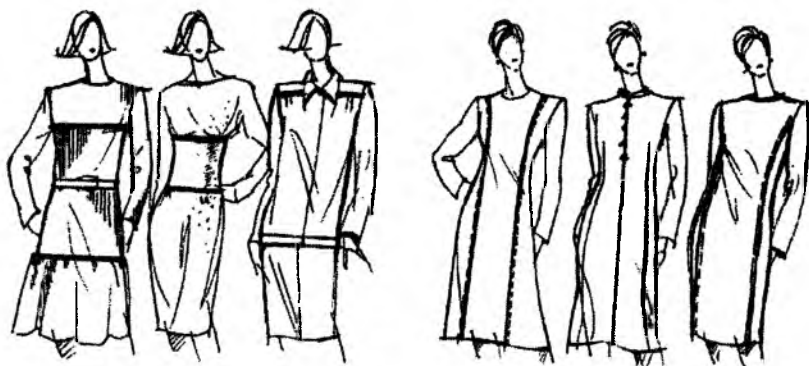
Bir tekis egri chiziqlarni ko'z yaxshi ifodalaydi, bir tekis emaslarini esa qiyin ifodalaydi va shuning uchun shaklning aniqligi yo'qoladi.

Kostyumdagi chiziqlarning xarakteri matoning fakturasiga ham bog'liq: chiziq mayin, yumshoq, nafis, ingichka va boshqacha bo'lishi mumkin (shifon, chit, krepdeshin va b.). Qattiq, to'g'ri, aniq chiziqlar jun, zig'ir, parcha va b. matolarni ifodalaydi.

Chiziqlarning turi buyumning shakli va konstruksiyasiga bog'liq. Masalan, zigzagsimon chiziqni plisse, gofre turidagi taxlamalar, to'lqinsimon chiziqlarni esa – qiya va klyosh bichimi hosil qiladi.

Kostyumda bajaradigan funksiyasiga binoan chiziqlar quyidagi guruhlarga bo'linadi:

- *siluet chiziqlar* – buyum shaklini chegaralovchi chiziqlar;
- *konstruktiv chiziqlar* – bu faqat shaklni hosil qiluvchi chiziqlar;
- *konstruktiv-dekorativ chiziqlar* – shakllantiruvchi va dekorativ funksiyalarni bajaruvchi chiziqlar;
- *dekorativ chiziqlar* – faqat dekorativ funksiyani bajaradigan chiziqlardir (9-rasm).



9-rasm. Kostyumdagi chiziqlar turlari

2.1.2 Kompozitsiya xususiyatlari

Kompozitsiya xususiyatlariga kompozitsiya yaxlitligi, dinamik va statikligi, simmetriya va nosimmetriya, kompozitsiya muvozanati kiradi.

Kompozitsion yaxlitligi. Shaklning yaxlitligi konstruktiv yechimiga binoan uning kompozitsion mujassamligi o'rtasidagi aloqa mantiqligini va uyg'unligini aks ettiradi.

Har qanday kompozitsiyani asosiy elementlari bilan ahamiyati kamroq va ikkinchi darajali elementlarning bir-biriga bo'ysunganligiga asoslangan muayyan tizim deb qaralsa bo'ladi. Bunda asosiy va bo'ysungan qismlar bir butunlikni tashkil etib, bir-birini kuchaytiradi.

Kompozitsion tuzilgan shaklda, shu jumladan kostyumda ham asosiy qism, ya'ni kompozitsion markaz mavjud. Boshqa qismlari esa unga bo'ysundirilishi kerak. Asosiy qism yaxlit kompozitsiyada hukmron bo'lib turadi.

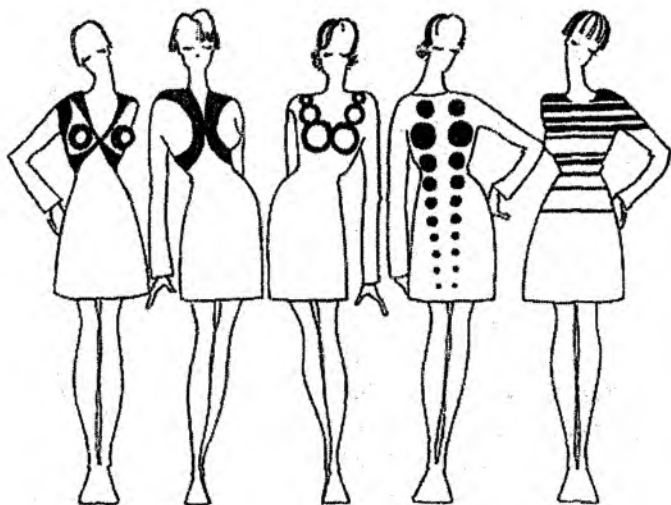
Kompozitsion markaz gavdaning istalgan qismida joylanishi mumkin. Masalan, boshida, yuzida, ko'kragida, belida, bo'ksasida, oyog'ida, ort bo'lagida bo'lishi mumkin. Kostyumning istalgan buyumi – masalan, ust kiyimi, bosh va oyoq kiyimi, qo'shimchalari, bezagi va b. kompozitsion markaz bo'lishi mumkin. Kostyumni har bir buyumida o'z kompozitsion markazi mavjud, ammo ular bosh kompozitsion markazga bo'ysunishi shart.

Bosh kompozitsion markazni joylantirish o'zni jins-yosh alomatlariga, gavda tuzilishi turiga, kostyumni nimaga mo'ljallanganiga va moda yo'nalishiga bog'liq.

Kompozitsion markazni bo'rttirib ko'rsatish uchun shakl elementlarining o'zaro tengsizligi bo'lishi lozim. Shakl elementlarining o'zaro tengsizligi belgilangach, kompozitsion markazning boshqa qismlardan ustunligini ta'kidlab beradigan xossalarning qonuniyatlari asosida kompozitsion markazni bo'rttirib ko'rsatishga erishiladi. (13-rasm).

Quyida qonuniyatlarini ko'rib chiqamiz.

Miqdor qonuni. Yaxlit shakl qismlari orasidagi detallarning katta-kichikligi, hajmi, vazni yoki bir xil bezaklarning miqdori, boshqa xususiyatlari teng bo'lgan holda, eng kattasi ustunlik qiladi.



10-rasm. Kompozitsion markazning old bo'lakda joylanishi

Markazda joylashish qonuni. Burttirib ko'rsatiladigan qismning nisbatan markaziy joyda joylanishi boshqa barcha jihatlari teng bo'lgan holda, shu qismni asosiy kompozitsion markaz qilib ko'rsatadi.

Sifat qonuni. Xususiyati yoki bir guruh xususiyatlari jihatidan ko'proq bo'lgan qism ustun bo'lib turadi. Rasmiy xarakterda bo'lgan har qanday turli bezaklarning faolligidan va sifatidan foydalanish asosiy qismni ajratib ko'rsatish usullaridan biri bo'ladi.

Ma'no omili qonuni. Bir butunning ma'nosi bor bezakli qismi (pogon, emblema, faol bezaklar va b.) rasmiy xarakterdagi bezakli qismlaridan ustunlik qiladi.

Murakkab kompozitsiyali kostyumda bir necha bir-biriga bo'ysungan kompozitsion markazlari bo'lishi mumkin. Ammo, har biri o'z kompozitsion qismida ustunlik qilgani holda, ular boshqa kompozitsion markazlari bilan bog'lanib, bosh kompozitsion markazga bo'ysunishi shart.

Statiklik va dinamiklik. Kompozitsiyaning ifodalikligi, uni tushinishga qulayligi, shaklning bo'ysungan qismlaridan bosh kompozitsion markaz tomon harakat bo'lib ko'rinishi (dinamikasi) qay

darajada hosil qilinganligiga bog'liq. Dizayner nima bo'rttirilayotganini aniq ko'rsatish uchun shakl dinamikasi shu tomonga yo'naltirishi lozim.

Statiklik – shakl turg'unligi, osoyishtalik holatini bo'rttirib ifoda etilganidir. Shaklni statikligi o'lchamlar tengligi yoki nyuan-sini xarakterlaydi.

Dinamiklik – bu shakl yuzasida ko'z ilg'aydigan harakat. Shaklda dinamika hosil bo'lishi uchun shakl xossalaridan biror-tasidan tengsizligi bo'lishi kerak.

Shaklda dinamika paydo bo'lishiga quyidagilar sabab bo'ladi:

- shakl o'lchamlarida tengsizlik bo'lsa, harakat ko'p miqdordan kam tomoniga yo'naladi;

- shakl qismlarga bo'linganda kattaroq qismdan kichikroq qism tomoniga harakat bo'ladi;

- shakl ichidagi chiziqlar yo'nalishining xarakteri dinamikani hosil qiladi;

- shaklda bir necha rang birikmalari qo'llansa, och, yorqin ranglar o'z tomoniga dinamikani hosil qiladi;

- shakl kompozitsiyasida qo'llangan ritmik tuzilishlar ham dinamikani hosil qilishi mumkin.

Shaklning ifodaliligini tushinishga qulayligi, kostyum kompozitsiyasida dinamika kompozitsion markaz tomoniga yo'nalishi lozim. Agar dinamikaning yo'nalishi kompozitsion markaz tomon bo'lmasa, kompozitsion markazni kuchaytirish kerak yoki dinamika harakatini o'zgartirish kerak.

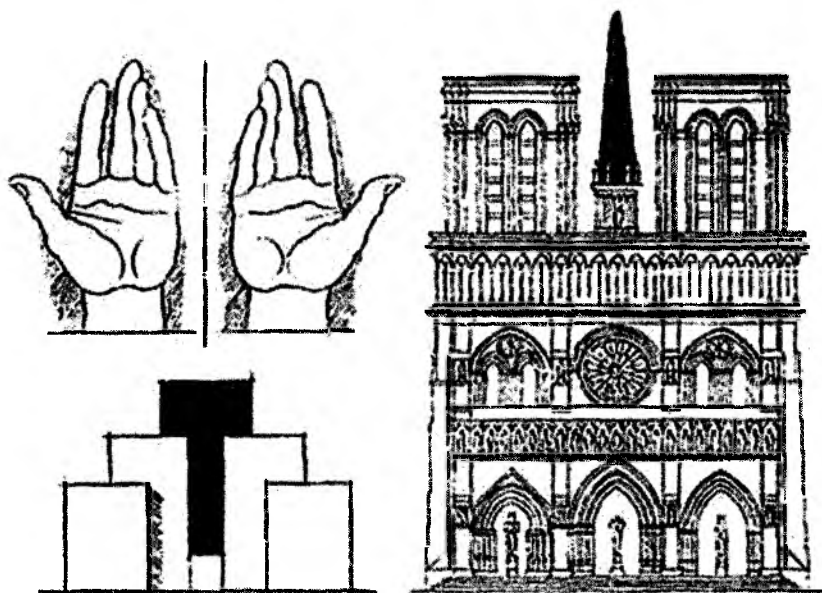
Dinamika xossalarini inobatga olib, gavdaning tashqi ko'rinishini o'zgartirish mumkin. Masalan, figurani balandroq ko'rsatish uchun dinamikani yuqoriga, ozg'inroq ko'rsatish uchun esa dinamikaning gorizontallik yo'nalishini markaz tomonga qaratish kerak.

Simmetriya va asimmetriya.

Shakl va uning bo'limlarining o'lchamini va ularni fazoda joyini qonuniy o'zgartirilishini va to'g'ri tuzilishini keng ma'noda *simmetriya* deyiladi.

Simmetriya qonunlari tabiatda o'simlik va hayvonot dunyosining tuzilishida, kristall va atomlarda, me'morchilikda, dekorativ-amaliy san'atda, musiqada, raqsdan va h.k. uchraydi.

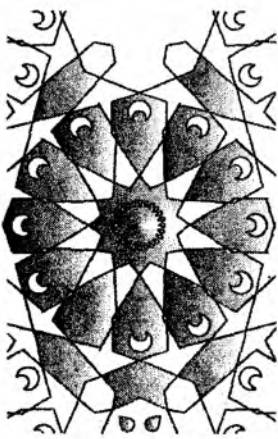
Kostyum kompozitsiyasida simmetriya muhim rol o'ynaydi. U bilan kiyim o'lchamlari, shaklning vazni, kostyum detallari va qismlarining taqsimlanishi aniqlanadi. Kostyum simmetriyasi figurani tabiiy simmetriyasi va funktsionalligi bilan aniqlanadi (5-chizma).



5-chizma. Oynali simmetriya

Odam figurasining simmetriyasi – bu qavatli murakkab simmetriyasidir. Masalan, yuz simmetriyasi kiyim shaklining simmetriyasini asosi bo'ladi. Bulardan har biri qavatli oynali simmetriya bo'lgan holda, kiyim shaklining simmetriyasiga sabab bo'ladi. Ammo, odam figurasi mutlaqo simmetrik emas, chunki u tabiatni garmonik mavjudodi. Uning nosimmetrikligi doimo rivojlanishiga sabab bo'ladi. Shuning uchun odam faqat simmetriya bilan yashamaydi.

Asimmetrik usul simmetrik kompozitsiyada rang, bichim, har xil materiallar, chiziqlar, bezaklar, detallar asimmetriyasi bilan tuziladi (6-chizma).



6-chizma. Simmetrik kompozitsiyada bezaklar asimmetriyasi

Shakl bilan ishlash simmetriya va asimmetriya oraligida kompozitsion muvozanati bilan bog‘liq va qachonki unga erishilsa umumiy yechim oqilona va go‘zal bo‘ladi. Agar simmetrik kompozitsiya darhol tushunilsa, asimmetrik kompozitsiya asta-sekin ochiladi. Uning ustida ishlash murakkabroq va sezgirlik saviyasini va kompozitsion muvozanatga nisbatan nozik hisni talab qiladi.

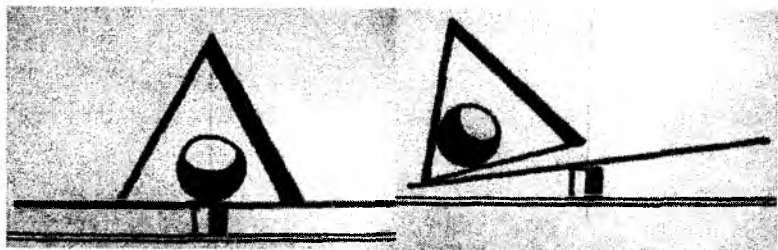
Asimmetriya prinsipida kostyum kompozitsiyasi murakkabroq usulni talab qiladi.

Agar simmetrik kostyumda asimmetriya doimo uchrab tursa, u ko‘makchi vazifasini bajaradi va simmetrik shakl ichida o‘tkir yechim yaratadi. Asimmetriya faqat aniq simmetriya o‘qi yo‘qligida bo‘lishi mumkin. Lekin odam figurasi asosan simmetrik tuzilgan bo‘lsa ham, kostyumda asimmetrik misollar ko‘p uchraydi. Shuning uchun kostyumda nosimmetriya simmetrik shakl asosida tuziladi va kostyumda nosimmetrik kompozitsiya demasdan *asimmetrik asos* deyiladi.

Kompozitsion muvozanat. Shaklning muvozanati kompozitsion muhim xususiyatlaridan biridir. Bu shaklning barcha elementlarini o‘zaro balanslangan holatidir.

Kompozitsion muvozanat – bu faqat miqdorlarni tengligigina emas. U kompozitsion markazga nisbatan asosiy vaznlarning

joylanishi, proporsiyalari, muhim va ikkinchi darajali o'qlari, shaklning plastikasi, rang va ton nisbatlari bilan bog'liq (17-rasm).



7-chizma. Kompozitsion muvozanatning buzilishi

Kompozitsion muvozanat simmetriya va asimmetriya kompozitsiyalarida har xil seziladi. Simmetriya ko'pincha muvozanatning sinonimi deb hisoblanadi. Lekin, bu doimo to'g'ri bo'lishi mumkin emas. Bo'limlar va yaxlitning proporsionalligi va masshtablikning mosligi to'g'ri kelmaganda muvozanat buziladi. Simmetrik kompozitsiyalarda muvozanatga oddiy vositalar bilan erishiladi.

Funksional kostyumlarda shakl bo'limlari odam shaklini takrorlaydi, kostyum tektonikasi odam tektonikasi bilan bir-biriga mos keladi. Kompozitsion muvozanatning muammolari geometrik usulda, ya'ni kiyimning chegaralari figuraning chegaralirini takrorlanishi bilan erishiladi. Bashang kiyimda esa kostyum ifodali bo'lishi uchun kompozitsion muvozanatga kostyum shakllarini figuraning shakllariga qarama-qarshiligi bilan erishiladi. Bu holda dizayner sezgir bo'lishi muhim.

Rang kostyumni kompozitsion muvozanatiga ham ta'sir etadi. Aktiv rangli shakllarda bu yaqqol ko'rinadi. Shuning uchun ranglarning aktivligini va ularning miqdorini kostyum kompozitsiyasida to'g'ri ishlatish lozim. Kostyumning yuqori tomonida yorqin ranglarning ko'pligi shaklning turg'unligini buzadi.

Kompozitsion muvozanatga erishish uchun tekislikni odam ko'zi bilan ko'rish qonuniyatlarini e'tiborga olish kerak. Ularga binoan tekislik aktiv va passiv zonalarga bo'linadi.

Muvozanatning eng oddiy turlari: statik va dinamik. Tekislikda shakllar vertikal va gorizontal simmetriya o'qiga nisbatan simmetrik joylashganda va buyumlarning simmetrikligida statik muvozanat yaratiladi.

Shakllar tekislikda asimmetrik joylashgan holda (chap va o'ngga, tepa va pastga surilganda) dinamik muvozanat paydo bo'ladi.

Agar doira to'g'riburchakning o'rtasida joylansa, u holda doira pastga surilgandek bo'lib ko'rinadi, chunki odamning ko'zi tepani pastga nisbatan kattaroq, past tomonni esa kichikroq sezadi. Agar doiraning past tomoni to'qroq rangli qilinsa, yoki pastga yo'nalish berilsa, doiraning pastga surilgandek sezilishi yana ham kuchayadi.

Figuraning muvozanatini tashkil etishda rang va faktura muhim rol o'ynaydi. Bo'lim vaznini ko'rinishi fon bilan qarama-qarshiligida og'irroq seziladi. Kompozitsion muvozanatga erishish uchun bo'lim va fonning kontrastligi qanchalik ko'p bo'lsa, shunchalik darajada u kichik bo'lishi kerak.

Chap tomondagi yirik shakllarning dinamik muvozanatini yaratish uchun o'ng tomonda bir yoki bir necha kontrastli chegaralangan elementlarni joylash kerak. Bir yo'nalish ikkinchi qarama-qarshi yo'nalish bilan tiklanadi. Birorta bo'limlarning kattaligi boshqa mayda elementlarnig yorqin rangi bilan turg'unlanishi mumkin.

2.1.3 Kompozitsiya vositalari

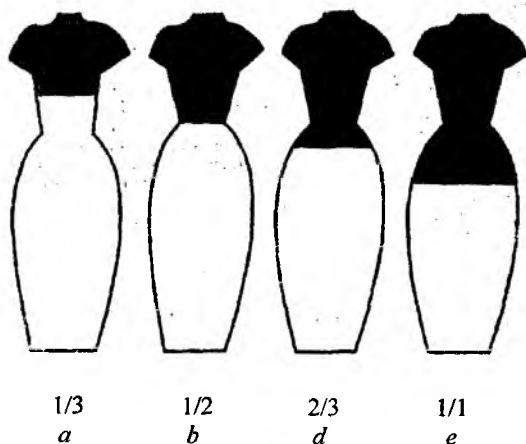
Kompozitsiyada proporsiyalar (mutanosibliklar) va nisbatlar

Proporsiyalar – bu badiiy asarga uyg'un yaxlitlikni va estetik ifodalilikni baxsh etadigan yaxlit va qismlar orasidagi nisbatlarning moslangan tizimi va elementlar o'lchamlarini o'zaro mosligidir. Proporsiyalar muammolarni ko'pligi va murakkabligi tufayli tahlil etilayotgan masalalar har xil usulda o'z ifodasini topgan. Mualliflar o'z ishida ko'pincha matematik tahlil usulini qo'llashadi. Bu usul proporsiyalarning borligini aniqlashga imkon beradi, ammo nima uchun bu proporsiya qo'llangan va natijada qanday badiiy effektga erishilganligini izohlamaydi. Tadqiqotchilar mexanika qonunlari, tabiat shakllari, odam tanasining oqilona tarkibi, ularning ko'rinishi, idroki, moddiy muhitni funksional, texnikaviy va g'oyaviy-badiiy

shakllantirish usullari asosida proporsiyalarning mohiyatini aniqlashga intilishadi.

Har xil proporsiya tizimlari qo'llanishi ustunlik qilayotgan estetik ideallari, shaklning uslubiy xossalari, tipik kompozitsion usullari bilan bog'liq. Masalan, o'rta asr rassomlari Pifagor-Aflotun geometriyasi asosida irratsional proporsiyalarni qo'llashgan bo'lsa, uyg'onish davrda esa – oddiy arifmetik nisbatlari keng tarqalgandi [5].

Kostyum dizaynida bir xil xususiyatli ikki o'lchamni solishtirish natijasi (masalan, chiziqli o'lchamlar, hajmlar, kiyim qismlarining yuzasi va h.k.) *nisbat* deyiladi.



11-rasm. Kiyimdagi proporsiyalar

Chiziqli o'lchamlar – bu buyum, lif va eng uzunligi, buyumning bel, bo'ksa va etak sathi, eni va b. Hajmiy o'lchamlar – bu kiyim qismlarining (lif, yubka va yengni) hajmiy miqdori. Yuzalar o'lchamlari – bu kiyim qismlari (old, ort, yeng va b.) yuzasining kattaligi.

Kiyim o'lchamlaridan tashqari uning boshqa xossalari bo'yicha (rang, faktura, vazn, chiziq va b.) nisbatlari inobatga olinishi kerak.

Proporsiyalar – bu kostyumni alohida qismlarining o‘lchamlarini o‘zaro va odam gavdasining o‘lchamlariga bo‘lgan nisbatlaridir.

Proporsiyalarni qo‘llashning obyektiv ma‘nosi matematik qonunlar bilan bog‘liqligi bois konkret tahlil etilishi mumkin. Bu go‘zallikni “o‘lchash” mumkin bo‘lgan yagona kompozitsion vositasidir. Yaxlit va uning bo‘limlarining tuzilishini yagona proporsional ifodalaydigan har xil matematik nisbatlar proporsiyalar bo‘ladi. To‘g‘ri tuzilgan proporsiyalar, buyumning konstruktiv va funksional asosi bilan bog‘lanib, proporsional qatorini tashkil etadi, umumiy tarkibning barcha qismlarini va shakl elementlari orasidagi obyektiv mavjud bog‘liqligini badiiy ongli ifodalashga imkon beradi.

Uyg‘un geometrik proporsiyalar asosida muayyan matematik bog‘lanishlar va muvozanat qonunlari bilan belgilangan tartib qonunlari mavjud. Buyum muhitida proporsiyalar matematik prinsiplar va qonunlarga asoslangan. Ular bizni ko‘zimiz bilan moslashib, mutanisib bo‘lmaganlikka yo‘l qo‘ymaydi. Proporsiyalar buyumning ichki go‘zalligi, sonlar poeziyasi va geometriyasi, dizaynning matematikasi deyiladi.

Kostyum dizaynida moslik qonuniy nisbatlarni ikki guruhga bo‘lish mumkin: oddiy va irratsional.

Oddiy nisbatlar – bu ikki butun sonlar nisbati. Birdan sakkizgacha bo‘lgan sonlar oddiy nisbatlarning chegarasi deb hisoblanadi, chunki ularni amalda inson idrok etadigan miqdorlar mosligini aniq idrok etish chegarasi deyish mumkin. Kiyim tadqiqoti ko‘rsatishicha $7/8$, $3/4$, $1/3$, $2/3$ nisbatlari eng ko‘p uchraydi (12-rasm).

Irratsional nisbatlar – bu ko‘pincha geometrik tuzilma yordamida tuzilgan kasr sonlar nisbati. Quyidagilar irratsional proporsiyalarga misol bo‘la oladi:

- kvadrat tomoni uning diagonaliga nisbati

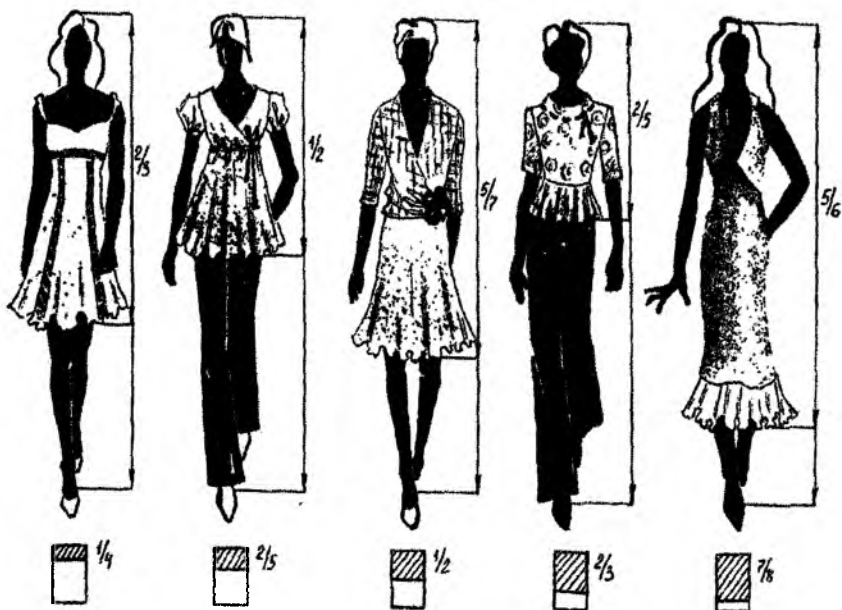
$$a : v = 1 : \sqrt{2} = 1 : 1,42 ;$$

- teng tomonli uchburchak asosining yarmi balandligiga nisbati

$$a : b = 1 : \sqrt{3} = 1 : 1,74 ;$$

- “oltin kesim” deb atalgan geometrik proporsiya

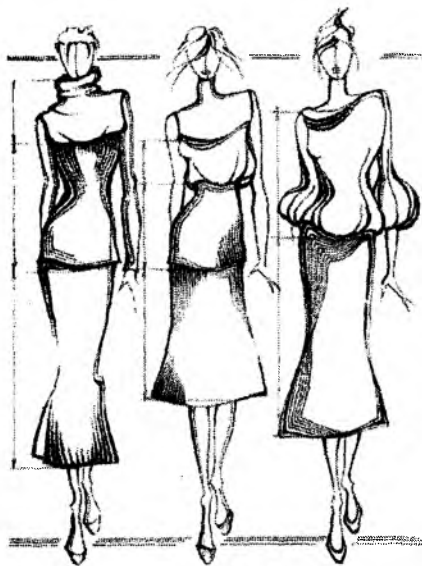
$$a : b = b : (a + b).$$



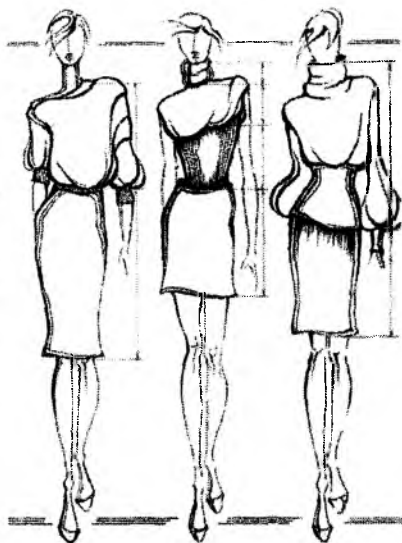
12-rasm. Kostyumdagi oddiy nisbatlar

Uyg'un proporsiya eng avvalo buyumning konstruktiv ma'nosini aks ettiradi va tektonika qonuniyatlari bilan chambarchas bog'liq. Leonardo da Vinchining fikri bo'yicha proporsiya faqat son va me'yorgina emas, balki tovushlar, vaznlar, vaqtlar va ayrim holatlarda kuchga kiradi. Bu fikrni to'g'riligini zamonaviy fan ham tasdiqlaydi (13-rasm).

"Oltin kesim" proporsiyalarida irratsional sonlarni ishlatish noqulay bo'lgani uchun sonlar tarzida Fibbonachchi sonlar qatorini qo'llash mumkin. Bu sonlar qatorini 1202 yilda mashhur matematigi Leonardo Tuanskij laqabi Fibbonachchi (Bonachchi o'g'li) kashf etgan. Bu qatordagi raqamlar o'zidan oldingi son yig'indisi tarzida hosil bo'ladi: 1, 2, 3, 5, 8, 13, 21 va h.k. Har qaysi juftdagi sonlar nisbati $\frac{3}{5}$, $\frac{5}{8}$, $\frac{8}{13}$, $\frac{13}{21}$ va h.k. esa "oltin kesim" nisbatiga yaqin (14-rasm).



13-rasm. "Oltin kesim" proporsiyalari

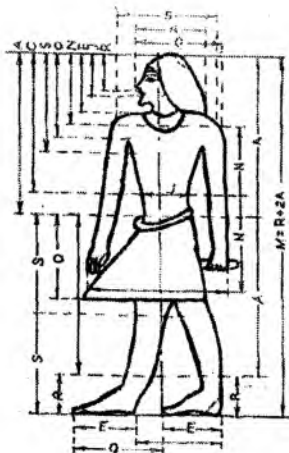
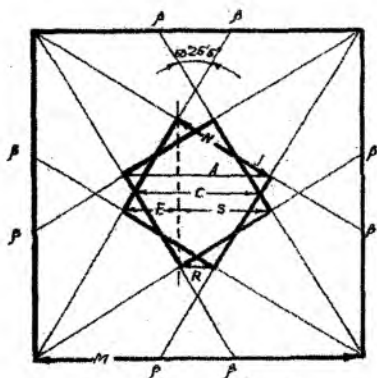


14-rasm. Fibbonachchi qatorlari asosida kostyum proporsiyalari

Proporsiyalar odam bilan bog'liq bo'lmasa o'z ma'nosini yo'qotadi, chunki odam o'zi yaratgan barcha buyumlarga me'yordir.

Qadimiy Misrda rassomlar odam figurasini tasvirlashga asosiy e'tibor berishgan. Natijada misrliklar figura o'lchamlarini o'rganib, qonun yaratishgan (8-chizma). Shuni e'tiborga olish lozimki, ular figurani matematik aniqlik bilan o'lchashgan. Misr rassomnazariyochilari qonunni yaratganda figurani qismlarga bo'lish uchun shunday proporsional tizimni qo'llashganki, u bo'lakdan yaxlitni, tananing bir qismi o'lchami bo'yicha boshqa qismning o'lchamini aniqlashga imkon berardi.

Qadimiy Misr qonunlarning proporsiyalari bo'yicha dastlabki kvadrat (M) tomonlari "oltin kesim"da bo'lingandan so'ng sakkiz proporsional kattaliklar hosil bo'ladi. "Oltin kesim"da bo'lingan tomonlardagi nuqtalardan o'tqazilgan diagonallarning kesilishida ikki kichkina kvadrat hosil bo'ladi.



8-chizma. Qadimiy Misr qonunlarning proporsiyalari

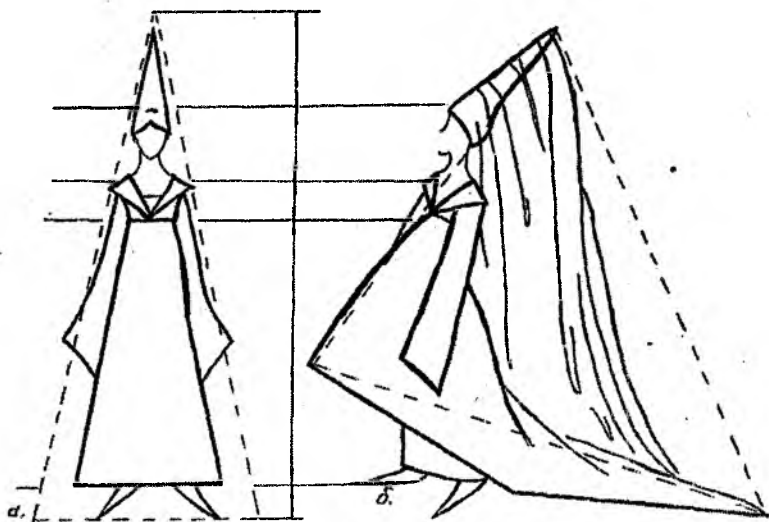
Kichkina kvadratlarning uchlari va tomonlari kesishgan nuqtalarning orasidagi masofalar sakkiz o'sa borayotgan izlangan proporsional kattaliklarni hosil qiladi: R, J, E, N, O, S, C, A. Bu tuzilishda katta kvadratga hosil bo'lgan uchburchaklar Gizadagi klassik piramidalar tomonlariga geometrik o'xshash. Qonuniy turdagi haykal va relyeflar uchun figuraning maksimal o'lchami katta kvadratning tomonidir (M). Figura ayrim elementlarining joylashishi, ya'ni burun, og'iz, bo'yin, yelka va b. sakkiz ketma-ket o'sayotgan kattaliklar bilan belgilanadi. Ammo, odam tanasining proporsional nisbatlari bolalar figurasi xossalari hisobga olinmagan. Rassom ayol va erkak, kattalar va bolalarning figuralarini bir qonun bo'yicha tasvirlangan, faqat bittalari kattaroq, boshqalari esa kichikroq bo'lgan. Masalan, Fir'avn yoki zodagon qulga nisbatan bir necha karra kattaroq qilib tasvirlangan.

Qadimgi Yunoniston tarixchisi Diodor Sitsiliyskiyning ma'lumoti bo'yicha misrliklar figurani 21,25 bo'lakka bo'lishgan va uning asosida asar yaratishgan. Bu son ko'p vaqt davomida olimlarni shubhalantirgan. Misrshunos Lepsiusning tadqiqotlari natijasida bu son rasshifrovka qilingan. Misr qonuniga binoan qo'lning o'rta barmog'i o'lchov birligi bo'lgan. Figura 19 ta teng

qismlarga bo'lingan, 2,25 qismi esa – an'anaviy bosh kiyimiga to'g'ri kelgan.

Qadimgi Misr maktabining rasm solish usullarini tahlil etib, greklar odam figurasini tasvirlash muammolariga yangicha kirishganlar. Grek rassomlarning fikri bo'yicha hayotda eng go'zal va mukammal mavjudot – odamdir, ya'ni tana shakllari go'zal ayol va mushaklari rivojlangan erkakdir. Tabiatni o'rganib va yalang'och odam tanasi go'zalligini tahlil etib, ular shunday ko'p go'zal tomonlarini topishganki, hatto xudolarni odamlarga o'xshatib tasvirlashgan. Ularning da'volariga ko'ra olamda qat'iy qonuniyatlar ustunlik qiladi va go'zallikning mohiyati izchillik tartib, simmetriya, yaxlit va bo'lakning garmoniyasi va matematik nisbatlarni to'g'riligidadir.

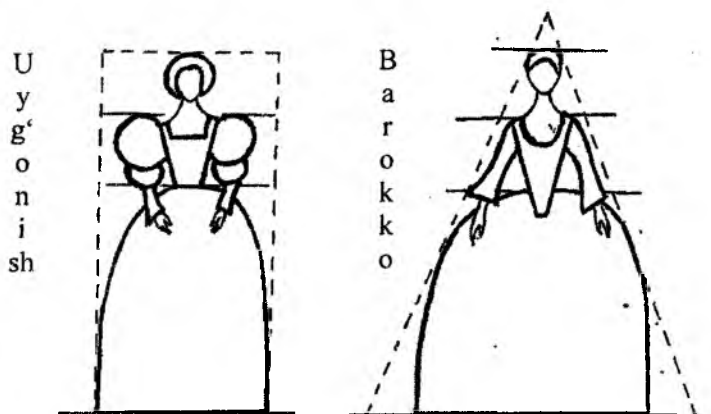
Greklarning san'atining asosiy prinsipi – odam barcha narsalarning me'yoridir. Bu falsafa Qadimgi Yunoniston san'atining asosi bo'lgan. Mashhur me'morlar binoning ustun va kapiteliylarining proporsiyalarini yaratishda ham odam tanasining tuzilish qonuniyatlariga rioya qilishgan.



9-chizma. Gotuka badiiy uslubi kostyumi proporsiyalari

Oʻrta asrda Yevropada cherkov odamning moddiy va ruhiy hayotida hukumronlik qilgan. Odamning tanasi gunohli deb hisoblangan. Tor lif, taxlamali uzun shlyefli yubka, bel chizigʻi koʻkrakning pastida boʻlib, figurani kontrast qismlarga boʻladi (1 : 6) (9-chizma).

Uygʻonish davrida insonga boʻlgan qiziqish tiklandi, goʻzallik ideali oʻzgardi. Kiyimlar kengaydi, ochiq tor lif, keng yelka, keng yenglar, hajmiy yubka odat boʻldi. Bel chizigʻi tabiiy joyida va 1 : 3 nisbatni hosil qildi (10-chizma).



10-chizma. XVI – XVII aa. Yevropa ayollar kostyumi proporsiyalari

XVII – XVIII aa. Barokko va Rokoko uslubida ayollar kostyumi oʻz shakllari bilan farqlangan: proporsiyalarida shakllar kontrasti – kichkina lif va yeng, yarim doira shakldagi yubka.

Zamonaviy kostyum figura shaklini oʻzgartirmasdan uning proporsiyalarini koʻrsatadi. Ammo kostyumda proporsiyalar va silueti oʻzgarishi yordamida har doim yangi siymo figuraning goʻzalligini har tomonlama koʻrsatiladi.

Rang – badiiy loyihalash vositasi.

Rang xususiyatlari. Rang buyumnig eng muhim informatsion sifatlaridan biri hisoblanadi. Bizni oʻrab olgan tashqi muhit – rangli olam, tabiatda rangsiz mavjudot, oʻsimlik va buyum yoʻq. Odam yaratgan asarlari orasida ham rangsiz buyumlar yoʻq. Fizikada

tabiatda uchraydigan ranglar xromatik va noxromatik ranglarga bo'linadi.

Xromatik (hromos, yunon. – rangli) ranglarga spektr ranglari kiradi, ya'ni qizil, to'q sariq, sariq, yashil, moviy, ko'k, binafsha va ulardan aralashma ranglari.

Noxromatik, ya'ni rangsiz, ranglarga qora, oq va kulranglar kiradi.

Umuman ranglar fizik va psixofiziologik xususiyatlarga ega.

Xromatik ranglarning fizik xususiyatlari quyidagilar: rang tusi, rang to'qligi va oqishligidir. Noxromatik ranglar faqat bir xususiyatga ega – oqishlikka.

Rang tusi – xromatik rangni shartli belgisi. Masalan, qizil, ko'k, sariq va b. yoki birorta o'simlik (malina, shaftoli), buyum nomiga yaqinlashtirib beriladi. Tabiatda uchraydigan ranglarni insonlar taxminan faqat 0,1%ni ajrata oladi, ulardan esa faqat 10%ga shartli nom berilgan.

Rang to'qligi – xromatik rangni kuchi, uni sofliqi, ya'ni xromatik rangga noxromatik rang aralashgan darajasini ko'rsatkichidir. *Spektr va kamalak ranglari eng sof ranglar*. Agar ularga oq rang qo'shilsa, *pastel* ranglar hosil bo'ladi (masalan, pushti, moviy, bargikaram va b.), kul ranglar qo'shilsa – to'q ranglar hosil bo'ladi.

Oqishlik – xromatik va noxromatik ranglarning oq rangga yaqinlik darajasi.

Agar spektr ranglariga qirmizi rang qo'shib, ularni doira bo'ylab joylashtirilsa, *ranglar doirasi* hosil bo'ladi. V.Shugayev bo'yicha sariq, qizil, ko'k va yashil ranglar shu rang doirasining asosiy ranglari hisoblanadi, sababi ularga rang doirasidagi o'zlariga qo'shni ranglar tusi ham, aralashmasi ham bo'lmaydi. Doiradagi qolgan ranglar oraliq ranglar hisoblanib, ular bir-biriga qo'shni asosiy ranglarning aralashmasidan kelib chiqadi.

Rang doirasida diametralarning qarama-qarshi uchlaridagi ranglarni *qo'shimcha ranglar* deyiladi, chunki ular optik aralashmasi oq rangni, mexanik aralashmasi esa kulrangni hosil qiladi, ya'ni ularning aralashmasi noxromatik rangni hosil qiladi. Bir-birini oldida ular to'qroq tuyiladi va rang tusi kuchayadi.

Noxromatik qator oq rangdan qora rangga qadar tuziladi. Oraliq ranglar turli oqishlikdagi kulranglar.

Ranglarning fizik xossalari binoan quyidagi *psixofiziologik* xususiyatlari kelib chiqadi: iliqqligi va sovuqligi, quruqligi va namligi, ta'm va tovush, og'ir va yengilligi.

Rang doirasida sariq-qizil va sariq-yashil ranglar "*iliq*" tuyuladi, chunki ular bizga quyosh, olovni eslatadi. Iliq rangli buyumlar bizga yaqinroq ko'rinadi, demak, kattaroq tuyiladi. Bundan quyidagi xulosa kelib chiqadi: odam gavdasini iliq rangli buyumlar yaqinlashtirib va kattalashtirib ko'rsatadi.

Ranglar doirasida ko'k-qizil va ko'k-yashil ranglar "*sovuq*" tuyiladi, chunki ular suvni eslatadi. Ular buyumni uzoqlashtirib va kichiraytirib ko'rsatadi, demak gavadani ham kichiraytirib ko'rsatadi.

Ranglar odamlarda turli his-tuyg'ularni uyg'otadilar: qattiq istirob, ohistalik, befarqlik, sovuq qotish, ilqlik va h.k. Bunday holatlarda odamning ruhiy va jismoniy o'zgarishi kuzatiladi. Yashil rang – bu yozning rangi, bunda ham tabiat dam oladi. Sokinlik muvozanati ko'kka qarab intilishi tufayli buziladi. Sariqqa talpinganda – hammasi yosharadi, quvnoqlashadi, ko'kka intilganda hammasi jiddiy faollashadi.

Yashil rang o'simliklar rangi – odamni tinchlantiradi va qon bosimini pasaytiradi. Qadimda Sharqda yashil rangga o'simlik yoki zumrad toshga uzoq tikilib turish charchagan ko'zni dam olishiga yordam beradi deb hisoblangan.

Havorang pulsni sekinlashtirib, qon bosimini tushiradi, nafas olishni yaxshilaydi. Bu rangdan asosan asab sistemasi va nafas olish organlari betob bo'lgan odamlarni davolashda foydalaniladi.

Qora rang esa farqli o'laroq odamni ta'qib qilib, uni ezadi. Bu rang qorong'ulik va zulmatga taqqoslanadi. Qadimda odamlar bu rangdan qo'rqishgan, qora rangdan qo'rqish bolalar va ayrim kattalarda hozir ham kuzatiladi.

Oq rangning qora rangdan farqi doimo ijobiy ma'noni bildirishdir. U ko'pgina tabiatda mavjud bo'lgan ranglardan kelib chiqadi. Oq rang – poklik, qor, Oy, kumushning rangidir. Shu bilan birga oq rang o'lim ramzidir. Gerostadning ta'kidlashicha, qadimgi misrliklar mayitni oq rangli kafanda ko'mishgan. Hozirgi kunda ham ba'zi Sharq va Markaziy Osiyo mamlakatlarida oq rang motam rangi hisoblanadi.

Xromatik ranglarning fizik xususiyatlari

T/r №	rang	ko'rish	fiziologik	tasavvur	psixologik
1	qizil	aniq, ravshan, yorqin	issiq, hayajon	isyon, yong'in, shovqin	qaynoq,
2	olovrang-qizg'ish	ravshan, ajralib turadigan	kayfiyatni buzilishi, hayajon	quyosh, tantana	qo'pollik, kuch-quvvat
3	olovrang	ravshan, ajralib turadi	ziddiyat	quyosh botishi	notinchlik, keskinlik
4	sarg'ish-olovrang	yaltiroq, ajralib to'radi	qizg'ish	quyosh chiqishi, oltin	baxt, hayot, hosildorlik
5	sariq	yaltiroq	betoblik	nur, limon	quvonchilik, xursandlik
6	sarg'ish-yashil	yaltiroq	osoyishtalik	bahor, yosh novdalar	umid, zaiflik
7	ko'k	hayoliy	salqin	uzoqlik	tinchlik, osoyishtalik
8	siyohrang	zich havo, shom	iliq havo	binafsha	tantana, motam
9	qirmizi rang	shirali	ehtiros	saltanat	dinamik, dabdabalik
10	yashil rang	neytral	osoyishta, soflik	o'simlik, dengiz	tinchlik, turg'unlik

O'rta Osiyo xalqlarida ham rang ramzlari bo'lgan. Oq rang – asosan poklik ramzi bo'lgan (kelinchaklar kiyimi asosan oq rangli bo'lgan), ammo Qashqadaryo, Surxondaryo va Buxoro viloyatlarida oq rang motam rangi bo'lgan. Qizil rang – baxt va quvonch ramzi bo'lgan. Xorazmda kelin va kuyovni oq ko'ylagining xishtagi qizil rangli qilinadi. Qora va to'q ranglar motam ramzi sifatida liboslarda qo'llaniladi.[7]

Hozirgi zamonga qadar ba'zi ranglarning ramzlari saqlanib qolgan. Masalan, oq rang – kelinlar ramzi, qora rang – motam

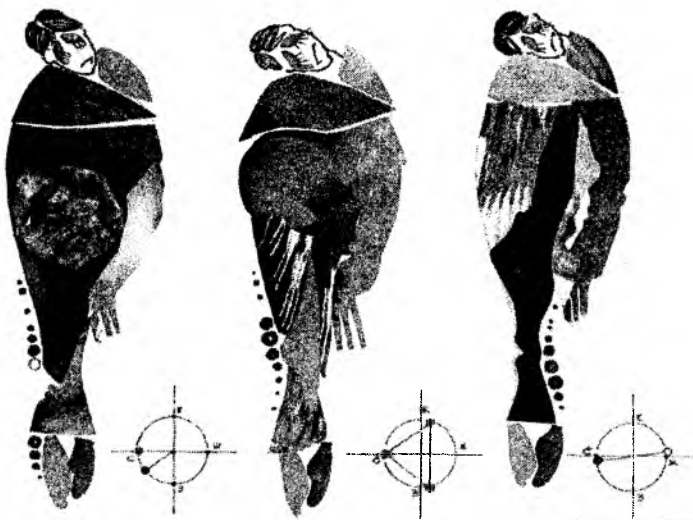
ramzi, qizil rang – quvonch, tantana, inqilob ramzi, yashil rang – osoyishtalik ramzi.

Rang birikmalari. Kostyum kompozitsiyasini yaratganda ranglarning monandligi katta ahamiyatga ega.

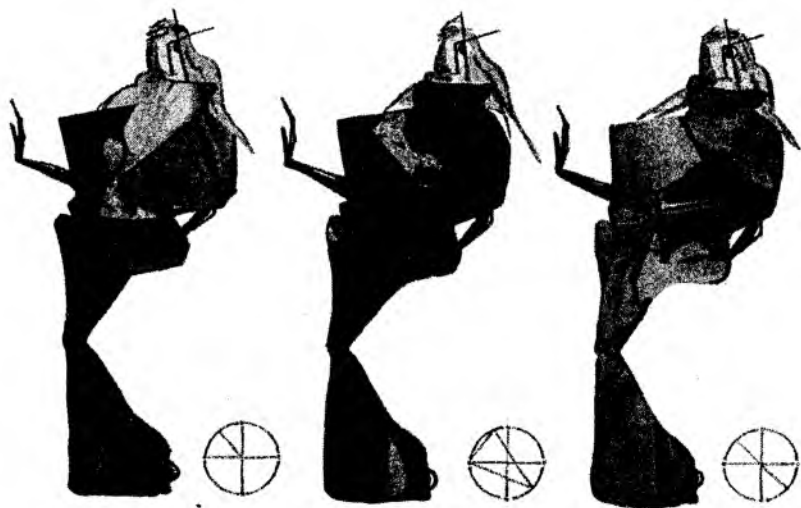
Xromatik ranglar birikmasi rang doirasi asosida tuziladi. Xromatik ranglarni ikki rangli monandligi quyidagi prinsiplarda tuziladi: o‘xshash ranglar – bir xil asosiy ranglardan hosil bo‘lgan, ya’ni rang doirasining bir choragidagi ranglar birikmasi; kontrast ranglar – har xil asosiy ranglardan hosil bo‘lgan, ya’ni rang doirasida qarama-qarshi choraklardagi ranglar birikmasi; o‘xshash-kontrast ranglar – bitta asosiy va ikkita kontrast ranglardan hosil bo‘lgan, ya’ni yonma-yon choraklardagi ranglar birikmasi.

Xromatik ranglarning uch rangli monandligi uchburchak prinsipida tuziladi: teng yonli uchburchak: ikki o‘xshash ranglar va uchinchi kontrast rang; teng yonli uchburchak: ikki o‘xshash-kontrast va umumiy asosiy rang; teng enli uchburchak: ikki o‘xshash ranglar va kontrast rang; teng yonli to‘g‘ri uchburchak: ikki o‘xshash-kontrast va kontrast rang (15, 16-rasmlar).

Xromatik ranglarning to‘rt rangli birikmasi to‘g‘riburchak prinsipida tuziladi: o‘xshash-kontrast ranglar birikmasi.



15-rasm. O‘xshash, o‘xshash – kontrast va kontrast ranglar birikmasi



16-rasm. O'xshash, o'xshash – kontrast va kontrast ranglar birikmasi

Noxromatik ranglar birikmasi noxromatik qatori asosida tuziladi.

Ikki rangli noxromatik ranglar birikmasi quyidagi prinsiplarida tuziladi: kontrast birikmalari: noxromatik qatorda bir-biridan uzoq joylashgan rang birikmalari; nyuans birikmalari: noxromatik qatorda yaqin joylashgan rang birikmalari.

Uch rangli noxromatik ranglar birikmasi har xil oqishlikka ega (och, o'rta va to'q) va turli miqdorda olingan ranglar birikmasidan tuziladi: ko'p och rang va kam to'q va o'rta rang; ko'p o'rta rang, kam to'q va och rang; ko'p to'q rang va kam o'rta va och rang; och, o'rta va to'q ranglar teng birikmasi.

Monoxrom ranglar birikmasi noxromatik ranglar birikmasi singari monoxrom qatori asosida tuziladi: nyuans va kontrast birikmalari.

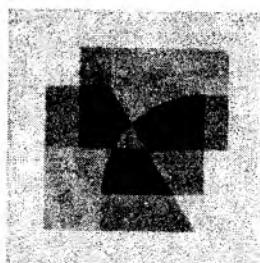
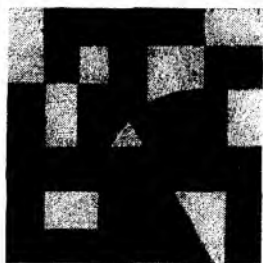
Liboslarning rangi va rang birikmalari tanglanganda odamning jinsi, yoshi, gavda tuzilishi, psixologik turi va kiyim nimaga mo'ljallanganligi e'tiborga olinishi lozim.

Kontrast, nyuans va o'xshashlik.

Bu kompozitsion vosita tuzilishida barcha kompozitsion elementlari bo'lishi mumkin: shakl, chiziqlar, yo'nalishlar, miqdor va o'lchovlar, rang, faktura va b.

Kontrast – kuchli kompozitsion vositalaridan biridir. Kontrast-bu xususiyatlari keskin farqlanadigan elementlardan shaklni kompozitsion tuzilishi.

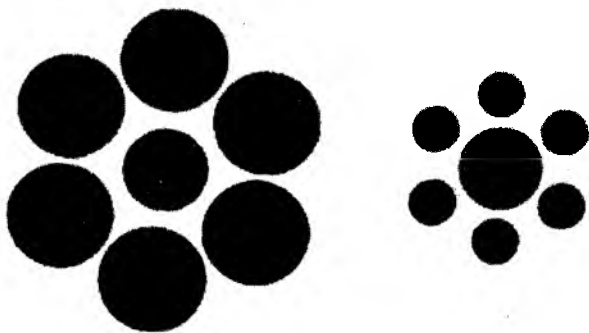
Kontrast – bu qarama-qarshilik, kompozitsiyada har xil xususiyatlarning kurashi. San'atning ko'p asrlik tarixida kontrast mavzusi asar turiga, davr uslubiga, muallifning individualligiga ko'ra turlicha yechilgan.



11-chizma. Ranglar kontrasti

Kostyum dizaynda kontrastning bir necha turlari uchraydi. Birinchisida – kontrast buyumning tuzilishini va uning konstruksiyasini belgilaydi.

Kompozitsiya vositasi sifatida *nyuans* ham muhim rol o'ynaydi. Nyuans – bir-biriga yaqin elementlaridan shakl tuzish. Nyuans proporsiyalar, ritm, rang, dekor, plastika, faktura, chiziqlarda bo'lishi mumkin. Proporsiyalar nyuansi shaklning o'ziga xos negizini hosil qiladi, ammo kontrast singari yaqqol ko'rinmaydi. Nyuans matoni barcha xususiyatlari bilan bog'liq. Nyuansning shu jumladan uslubiy va badiiy yechimi buyumni mohiyatiga mos bo'lishi lozim. Kostyum kompozitsiyasida nyuans shaklni va rangni bir-biriga moslashtirmasdangina shaklni o'zgarishiga imkon beradi. Nyuans – kompozitsiya vositalaridan eng nozigi bo'lib, nyuansda yaratilgan kompozitsiya barcha kostyum mo'ljallariga, har xil figura qomatlariga va yosh-jinslariga mos keladi.



12-chizma. Shakllar kontrasti va o‘xshashligi

Moslashtirishning eng oddiy turi – o‘xshashlik, ya’ni xossalari teng elementlaridan kompozitsiya tuzish. O‘xshashlik niatlaridan ehtiyotqorlik bilan foydalanish kerak, chunki ayrim elementlar takrorlanishi tez zeriktiradi va ta’sirni susaytiradi.

Kostyum kompozitsiyasida baravariga kontrast nyuans va o‘xshashlik vositalari qo‘llanishi mumkin. Masalan, shakl kontrasti, faktura nyuansi va rang o‘xshashligi.

Metrik va ritmik tuzilishlar

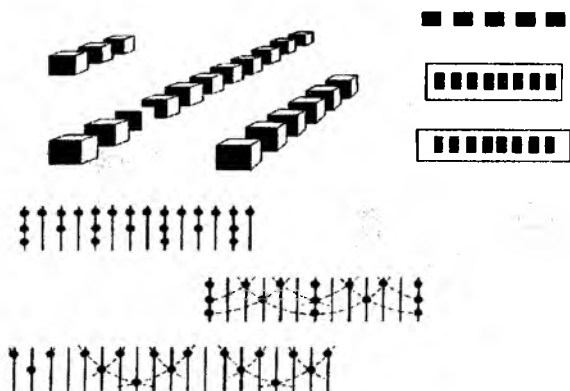
Ritm – bu shakl elementlar va intervallar soni va sifati ketma-ket qonuniy o‘zgarishiga asoslanadigan murakkab tushuncha. Ritm – bu kompozitsiya elementlarni qonuniy takrorlanishi.

Kostyumda quyidagi kompozitsiya elementlari ritmik takrorlanishi mumkin: hajm va shakllar, chiziqlar, bezaklar, rang, detallar, faktura, furnitura. Shakl elementlarni takrorlanish intervali ma’lum razmerli yoki nol, ya’ni intervalsiz bo‘lishi mumkin. Shakl elementlari gorizonta va vertikal, diagonal va spiral, vintsimon, radial yo‘nalishda bo‘lishi mumkin.

Kostyum kompozitsiyasida takrorlanishlar *metrik va ritmik* bo‘lishi mumkin.

Kompozitsiyada *metrik takrorlanish* (ba’zan “metr” deb nomlanadi) – bu bir xil kompozitsiya elementlarining teng intervalda takrorlanishi. Kostyum kompozitsiyasida shunday takrorlanishlar elementlar va interval kattaligiga va bir xil yoki bir necha har xil

elementlar teng intervallarda takrorlanishiga ko‘ra har xil bo‘ladi. Bir xil element va teng intervallardan tuzilgan qator *oddiy metrik qator* deyiladi ikki yoki undan ko‘proq oddiy metrik qatorlardan tuzilgan qator *murakkab metrik qator* deyiladi (33-rasm).



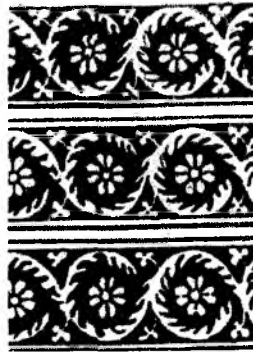
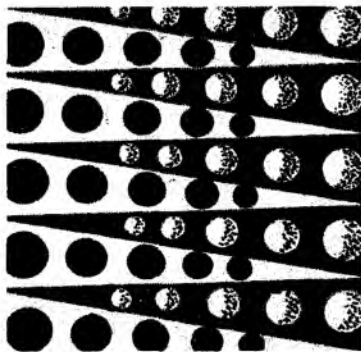
13-chizma. Kompozitsiyada metrik takrorlanish

“Ritm” – bu elementlar va intervallarning soni va sifatini ketma-ket qonuniy o‘zgarishiga asoslanadigan murakkab tushuncha. Ritmik qator ritmni dinamikligini pasaytirish yoki kuchaytirish mumkin. Asarning ritmi tufayli biz uning siymosini tasavvur eta olamiz.

Ritmlar turi quyidagicha bo‘lishi mumkin: kamayadigan, ko‘payadigan, radial yoki “sakrab” ro‘y beradigan.

Noteng elementlar orasidagi noteng intervallardan, teng elementlar va noteng intervallardan, teng intervallar va noteng intervallarning qo‘nuniy takrorlanishi *ritmik qator* deyiladi. Takrorlanayotgan elementlar esa intervallar – davri deyiladi (14-chizma).

Kostyumda faqatgina bir xil ritmik tuzilish kam uchraydi. Ko‘pincha har xil razmerli *metro-ritmik* birikmalari qo‘llanadi. Asar umuman o‘zaro bog‘liq bir xil yoki har xil metrik va ritmik turlaridan tuzilishi mumkin: bir xil metrik va bir xil ritmik; bir xil metrik va har xil ritmik; har xil metrik va bir xil ritmik; har xil metrik va har xil ritmik.



14-chizma. Kompozitsiyada metro-rimik takrorlanishlar

Shakl elementlaridan yaxlit shaklni hosil qilish uchun ritm kuchli vosita deb hisoblanadi. Bu qonuniyatning buzilishi noritmiklikka olib keladi. Noritmiklik ro'y berishiga quyidagilar sabab bo'ladi: kostyum ishlab chiqilganda texnologik nuqson ro'y berishi (interval yoki elementlar qonuniy o'zgarishini buzilishi va h.k.); kompozitsiya yechimi noto'g'ri fikrga asoslanganligi; shakl elementlari haddan tashqari ko'p takrorlanganligi.

Kostyum kompozitsiyasida materiallar

Kostyum yaratishda turli materiallar qo'llanadi: tabiiy va hosila; trikotaj, to'qima va noto'qima; charm, zamsha, yog'och, shisha, plastmassa, tosh va b.

Bu materiallar har biri o'z plastik (mayinlik, osiluvchanlik, dag'allik, va h.k.), dekorativligiga (faktura, rang, naqsh, tarkibi va b.), gigienik (havo, nam, chang, issiq o'tqazuvchanlik) va mexanik (drapirovka bopligi, gijimlaganligi, shaklni saqlashi, sitilishi va b.) xossalriga ega. Ular barchasi shaklning xarakteri va konstruktiv yechimini qanday hal etilishini belgilab beradi. [12]

Kostyumda qo'llangan materiallarning plastik xususiyatlari inobatga olinishi kerak. Masalan shifon gazlamalar harir, drapirov-kabop bo'ladi, shuning uchun ulardan choklari minimal darajada, yumshoq ovalsimon shakl yaratilishi lozim, bunda drapirovkalar, burmalar, mayin taxlamalar, klyosh va qiya bichim yordamida shakl hosil qilinadi; yaltiroq, to'kilib turadigan (krep-satin, krep-

atlas va b.) matolar drapirovkabop ekanligiga ko'ra, yetarli darajada hajmli, gavda bo'ylab "oqib" turadigan shakl hosil qilish imkonini beradi, matoning jimirlashi uning yuqoridagi xossalarini kuchaytirib ko'rsatadi; sintetik aralash jun matolardan aniq geometrik shakldagi buyumlar yaratilishi lozim.

Matolarning fizik-mexanik xususiyatlari ham inobatga olinishi lozim, chunki ular material shaklining geometrik turini belgilaydi va konstruktiv yechimlarini aniqlaydi. Ba'zan materialning fizik-mexanik xususiyati unga dastlabki texnologik ishlov berishni talab qiladi (namlab-isitib ishlov berish va b.).

Materialning gigienik xususiyatlari ham kiyim shaklini hosil qilinishiga ta'sir etadi. Masalan, havo va namlikni o'tkazmaydigan materiallarda buyum shakli va odam tanasi orasidagi havo bemalol almashishga imkon berishi kerak, ya'ni shakl har tomonlama erkin bo'lib, ochiq bo'lishi zarur.

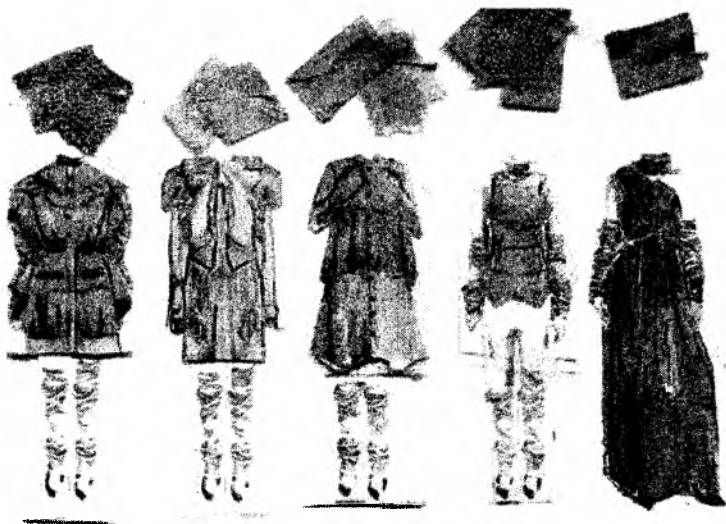
Materialning dekorativ xususiyatlari shaklning geometrik turini tanlashga va uning kompozitsion yechimiga ta'sir etadi. Masalan, material sidirg'a bo'lsa, barcha buyumdagi choklar va detallari yaqqol ko'rinadi, demak, konstruktiv yechimga e'tibor berish lozim; agar gazlama mayda naqshli bo'lsa, unda choklar va detallar ko'rimaydi, demak, choklar faqat shakllantirish funksiyasiga bajarishi lozim; yo'l-yo'l va katak-katak matolar maxsus yechimni talab qiladi.

Faktura materialning ifodali xossalaridan biri hisoblanadi. *Faktura* – bu material yuzasining ifodalovchi xususiyatidir. Faktura tabiiy va hosila bo'lishi mumkin. Tabiiy fakturaga mo'yna, charm, yog'och, tosh, metall va h.k.lar kiradi. Tabiiy fakturani hosila fakturaga nisbatan ritmik tuzilishi, siymosi, seziluvchanligi va tashqi ko'rinishi mutlaqo boshqa bo'ladi. Hosila materiallarning fakturasini xarakteri matoni ishlab chiqarilgan usuli bilan bog'liq (to'qimachilik, to'r to'qishda, trikotaj, noto'qima va b.). Kostyumda qo'llanadigan materiallar fakturasi silliq, g'adir-budir, yaltiroq, xira, tukli va b. bo'ladi (17-rasm).

Har bir faktura o'zgacha badiiy siymoni ifodalaydi. Faktura sovuqlik (metall, tosh, shisha), iliqlik (mo'yna, yog'och), yengillik (shifon), vazminlik (krep-atlas) va boshqa taassurotlarni hosil qilish mumkin.

Har xil qoplamalar gazlamani tashqi ko'rinishini butunlay o'zgaritirishi mumkin. Masalan, suyuq eritmada mayda metall zarralari gazlama yuzasiga vakuum pulverizator bilan berilib, juda yupqa qatlamni hosil qiladi. Shu usulda ishlangan yuza mexanik ta'sirga juda chidamligi bilan ajralib turadi, shuning uchun uni qo'lda, kir yuvish mashinasida va kimyoviy ishlov berish yordamida tozalash mumkin.

Undan tashqari sintetik gazlamani termoplastik xususiyatlariga binoan ularda plissirovka, g'ijimlangan effekttni yoki relyef naqshni hosil qilish mumkin.



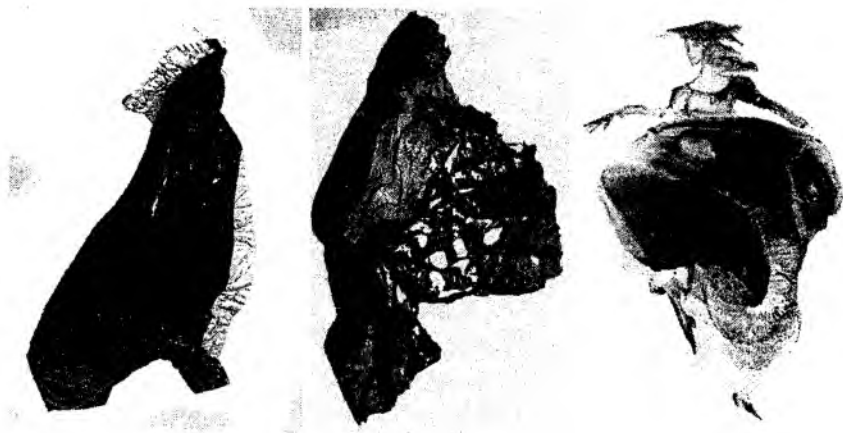
18-rasm. Kostyumda ishlatiladigan materiallar fakturasi [3]

Faktura tanlashda mavsum, kostyumni nimaga mo'ljallanganligi, kiyim turi, odamning yoshi, gavda tuzilishi turi hisobga olinishi kerak. Materialning fakturasi uning xossalari, umuman shaklni va uning qismlarini idrok qilishda ko'z aldanishi (illyuziya) paydo bo'lishiga ta'sir etishi mumkin. Faktura xususiyatlariga yetarli darajada e'tibor bermaslik ko'pincha kostyumda turli materiallarni noqulay qo'llanishiga olib keladi, shakl yaxshi ko'rinmasdan nomonand ko'rinadi. Badiiy g'oya va kompozitsion yechimlar

turlicha bo'lgani sababli ekspluatatsion, texnologik yoki iqtisodiy zaruriyat boisdan bir kostyumda har xil fakturali materiallar ishlatilishi mumkin. Bu holda fakturalarning sifati va miqdoriga asoslanib, kostyum nimaga mo'ljanganligiga ko'ra ishlatilishi ma'qul.

Bosma uchun tanlangan materialga bo'yoq qoplanadi va qog'ozga izi tushuriladi. Faktura effekti bunda qanchalik bo'yoq suv bilan aralastirganligiga va bo'yoqlar qatlami soniga bog'liq bo'ladi (19-rasm).

«*Enkaustika*» texnikasi (yunon. «encau» - kuydirish) – sham yoradamida tasvirlash usuli. Dastlab qog'oz yuzasini eritilgan sham bilan qoplanadi. Keyin sham bilan qoplangan yuzaga bo'yoq ustiga yopiladi. Bo'yoq yaxshi yoyilishi uchun unga kir sovun qo'shiladi. Bundan keyin igna, skalpel yoki boshqa moslamalar yordamida tasvir o'yiladi.



19-rasm. Grafikada fakturali yuzalarni yaratish

«*Ho'l*» texnikasi – tampon yordamida qog'oz namlanadi va qog'ozning namlangan yuzasiga rasm tushuriladi.

«*Monotipiya*» – ma'lum silliq yuzadan (metall, oyna, shisha, chinni) botirib olingan bosma turi. Silliq yuzaga yog'li bo'yoq qoplanadi, keyin uning ustiga qog'ozni qo'yib, kerakli ma'lum joylarda bostirib tasvir olinadi.

«*Kopirka*» *qog‘oz* *texnikasi* – kopirka qog‘ozini g‘ijimlab qog‘ozga qo‘yiladi va ustidan dazmollanadi.

«*Applikatsiya*» *texnikasi* – jurnallar, rangli qog‘oz va turli eskizlardan har xil shakllar kesib olinadi va qog‘ozga yopishtiriladi. Applikatsiyani mustaqil ravishda yoki boshqa usullar bilan qo‘shib ishlatish mumkin.

Kostyum kompozitsiyasida naqshning muhim ahamiyati bor. Shaklni naqshdan ajratib bo‘lmaydi. Hamonki shaklda naqsh bor ekan, demak naqsh shaklning zarur komponenti, bir qismi bo‘lib qoladi. Naqsh ham kostyum singari ko‘p asarli tarixga, xalqlarga, millatlarga mansubligi bor. U xalqning tarixiy taqdirini, turmush tarzini, tashqi muhitni, iqlimni, fan va texnika rivojlanishini aks ettiradi. Naqsh turli xalqlarda va tarixiy davrlarda turli usulda hosil qilingandi. Bu usullar quyidagi: yeshish, o‘yima, to‘qima, o‘rish, bosma, ikat, batik, trafaret yordamida, kashta qilish, erkin tasvir solish va h.k.

Naqsh jamiyatning moddiy madaniyatini bir qismidir. Naqsh (lot.ornamentum – bezak) – bu turli buyumlarni bezatish uchun ritmik tartibda joylashtirilgan elementlaridan tasvir, ibtidoiy xalqlarda esa – tanani bo‘yash (tatuirovka).

Barcha naqshlarning ajralmas xossasi – materiali muayyan davr san‘atining rivojlanish umumiy tendensiyalari bilan uzluksiz bog‘liqdir. Turli naqshlar bilan bezatilgan buyumlar o‘z davrining badiiy uslubini to‘liq aks ettiradi. Naqsh davrning o‘ziga xos dastxati, uslub elementidir.

Loyihalash faoliyatining yangi turi – bu kompyuter yordamida naqsh yaratishdir. Dizayner uchun kompyuter tizimi cheksiz imkoniyatlarni beradi: Internet orqali yangi ma‘lumotlar bilan tanishish va kompyuter grafikasi yordamida naqsh elementlarini cheksiz turlab, rang birikmalari muammosini yechish va kompozitsion sxemasini takomillashtirish mumkin. Ammo naqshni loyihalash va uni estetik baholash rassomning vazifasidir. Hech qanday texnikaviy progress dizayner qo‘li o‘rnini bosa olmaydi. Rasm doimo rassomlar ijodiy asosiy faktori bo‘lgan. Kompyuter esa faqat ijodga texnikaviy tomonini tezlashtirib yordam beradi. [17]

Naqsh material yuzasini bir tekis rapportli to'ldirib turishi mumkin, yoxud muayyan joylarida solinishi mumkin (kupon yoki hoshiya turida) (16-chizma).

Naqsh elementini kattaligi mayda o'rtacha va yirik bo'lishi mumkin.

Naqsh turi kostyumni ishlab chiqarish texnologiyasiga ta'sir etadi. Bu tomondan naqshlar oddiy va murakkab turlarga bo'linadi. Texnologik jihatidan murakkab naqshlarga yirik, yo'l-yo'l, katak-katak, bir tomonlama yoki tepa va pasti bor rasmlar, naqshi kupon va hoshiyali joylangan matolar kiradi.

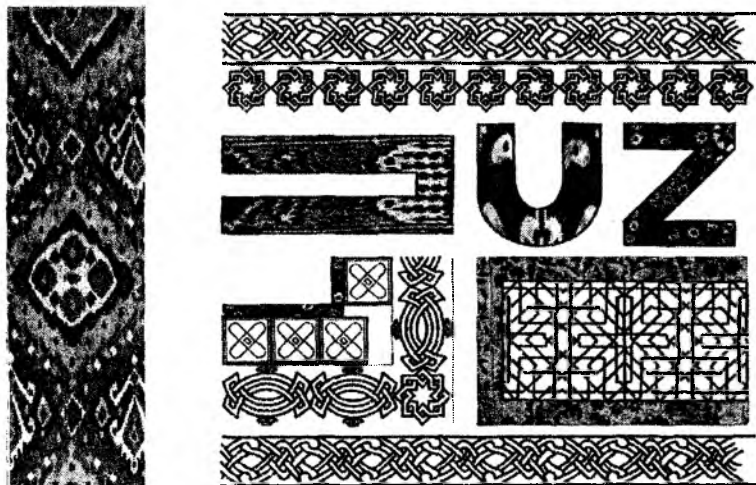


16-chizma. Naqsh turlari

Materialga naqsh quyidagi usullarda solinishi mumkin: yeshish – ip eshilib turli naqshli tasma qilinadi; o'rish – ip yoki tasmani har xil usulda o'rab naqsh hosil qilinadi; to'qish – qo'l yoki mexanik dastgohda naqsh ishlanadi; bosma – maxsus qoliplar bilan naqsh bosiladi; ikat – tanda, arqoq yoki tanda va arqoq iplariga dastlabki naqsh solinadi (avr gazlamalari: xon-atlas, beqasam); batik – erkin rasm solish, gazlamada bo'yashdan oldin naqsh chizilib, ranglar chegarasiga zaxira qilinadi va so'ng bo'yaladi; trafaret yordamida naqsh solinadi; gazlamaga kashta usulida naqsh solinadi; maxsus

moddalar yordamida dastavval bo'yalgan gazlamada naqsh o'yama usulda solinadi; gazlamaga naqsh erkin rasm solish usulida qilinadi.

Gazlama yuzasiga naqsh qo'yidagicha taqsimlanishi mumkin: rapportli – naqsh muayyan tartib bo'yicha gazlama yuzasiga tekis solinadi; hoshiyali – tanda ipi yo'nalishi bo'yicha naqsh hoshiya turida solinadi; kuponli – naqsh ma'lum kupon kabi solinadi; rapportsiz – ko'pincha naqsh erkin solinsa qat'iy rapporti bo'lmaydi (17-chizma).



17-chizma. Gazlama yuzasiga naqsh taqsimlanishi

Naqshda bir necha rang qo'llansa ularni quyidagicha nomlanadi: melodiy – naqshning bir rangning xususiyati bo'yicha va ko'p joy egallagani bois ustunlik qilgan naqsh; akkordli – naqshda ikki yoki uch rang boshqalariga nisbatan ustunlik qilgan naqsh; polifonik – naqshdagi barcha ranglar teng huquqli.

Kostyungga mato tanlanganda naqshga jiddiy munosabatda bo'lish kerak. Uni yosh-jinsga, gavda tuzilishiga, kostyum nimaga mo'ljallanganiga, mavsumga, ishlab chiqarish usuliga qarab qo'llash kerak.

Naqshli materiallarda turli chiziqlar, boʻrtma choklar, drapirovkalar, mayda detallar kam sezilgani uchun ular ifodali chiqmasligini yodda tutish kerak. Ularni koʻrinarli qilish uchun sidirgʻa materiallardan kant, tasma va b. qoʻyib bezash kerak boʻladi.

Kostyumdagi dekorativ bezaklar

Bezak kompozitsiyaning mustaqil elementi emas – bu qoʻshimcha ziynat boʻlib, kostyumda yoʻq boʻlishi ham mumkin.

Kostyum tarixining har bir bosqichida oʻz bezak turlari va ularni ishlatish usullari boʻlgan.

Kostyumni yaratish jarayonida ishlatilgan bezak turlari xilma-xil boʻlib, ular kompozitsiyadagi asosiy gʻoya boʻlishi yoki kostyumda moʻljallangan badiiy-siyomoli niyatni kuchaytiradigan va boyitadigan boʻlishi mumkin. Bezak yordamida kostyum shaklini yoki uning bir qismini boʻrttirib koʻrsatishi mumkin, shakllarni boʻlaklarga ajratib ham koʻrsatishi mumkin. Bezakni dekorativ va konstruktiv (drapirovka, boʻrtma burma, mayda taxlama, gofre, plisse va h.k.), dekorativ-utilitar (belbogʻlar, choʻntaklar, tugmalar, furnitura va b.) va faqat dekorativ (kashta, qoʻyma burmalar, boshqa material bilan bezash va b.) ahamiyati boʻlishi mumkin.

Hozirgi son-sanoqsiz bezaklarni quyidagi guruhlarga boʻlish mumkin: archa turdagi boʻrttirma choklar, taxlamalar, boʻrtma burmalar, drapirovkalar, plisse, gofre; asosiy yoki bezak materiallardan yasalgan detallar, qoʻyma burmalar, magʻizlar; maxsus bezak materiallari: toʻr, tasma, popuk, munchoq, steklyarus, payetkalar, lentalar, sunʼiy gullar va b.; furnitura: tugmalar, toʻqalar, pistonlar, “molniya” tasmasi va b.; kashta, qoplama bezak va b.; bezak materiallar: moʻyna, charm, zamsha va b.; kostyum detallariga bosma naqsh solib bezash; fotofilmpechat va b (39-rasm).

Bezak turini, uning joyini tanlash kostyum turi va nimaga moʻljallanganiga, uning shakliga, materialning fakturasiga, jins-yoshga, odamning gavda tuzilishiga va xarakteriga, modaga, faslga bogʻliq.

Modaning har bir davriga oʻziga xos bezaklar mansub. Vaqt-vaqti bilan bezaklar qayta qoʻllanadi. Bezaklar doimiy (kashta, tugma, kant va b.) va olib qoʻyadigan (yoqa, belbogʻ, sunʼiy gullar va b.) boʻlishi mumkin.



20-rasm. Kostyumdagi dekorativ bezaklar

XX asrning oxirida va XXI asrning boshida kostyumning barcha qismlarida (palto, kurtka, kostyumda, shim va yubkada, ko‘ylakda, bosh va oyoq kiyimda, askessuarlarda va b.) payetka, steklyarus, munchoqlar va b. yaltiroq bezaklar keng qullanadigan bo‘ldi. Bosma naqsh va printlar bezak sifatida sport usuldagi kiyimlarda juda keng tarqaldi.

2.2 Kostyum loyihalashda uslub va moda

2.2.1 Kostyum loyihalashda uslubiy yechimlar

San’atda uslub asosiy tushunchalardan biri bo‘lib, vaqt mobaynida va jamiyatda kostyum evolyutsiyasi bilan bog‘liq. Davr uslubi, tarixiy kostyum uslubi, moda uslubi, dizayner uslubi, firma uslubi tushunchalar ham uchraydi.

Uslub – badiiy fikrlashning eng umumiy kategoriyasi; san’atda muayyan davr yoki asarning tasviriy vositalarning g‘oyaviy birligi; buyum muhitining badiiy-plastik o‘xshashligi. Uslubda har bir davrni dunyoqarashlar, g‘oya va qarashlari aks etiladi. Uslub – davrning badiiy tili, davrning badiiy ifodasi. Unda muayyan tarixiy davrning estetik ideali namoyon bo‘ladi. Uslub barcha san’at turlariga o‘zgacha ta’sir etadi, uni “davrning katta badiiy uslubi” deb atashadi. San’at tarixida davrga mansub “katta uslublar” birin ketin

bo‘lgan: Qadimiy Misr, Antik, Roman, Gotik, Renessans, Uyg‘onish, Barokko, Rokoko, Klassitsizm, Ampir, Modern. Ushbu uslublar kostyum turini, shaklini, proporsiyalarini, qo‘llagan matolarini, kiyish usulini va h.k. belgilagan.

Har bir uslub rivojlanish jarayonida bir necha bosqichlardan iborat:

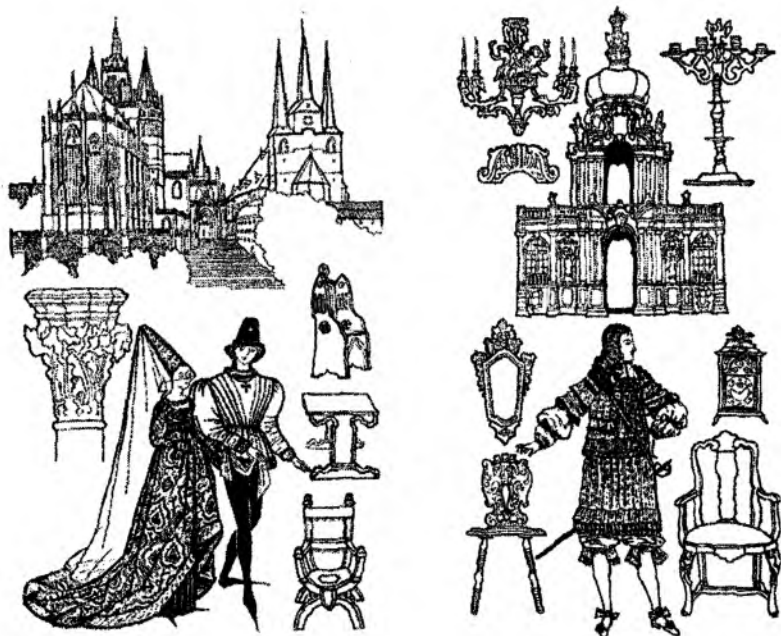
- paydo bo‘lishi
- avjga yetishi
- inqirozga uchrashi.

Shuni e‘tiborga olish lozimki, har bir davrda bir necha uslublar birgalikda mavjud bo‘lgan: oldin bo‘lgan, ayni shu vaqtda hukmronlik qilgan va kelajak uslubning elementlari. Har bir mamlakatda badiiy madaniyati rivojlanish darajasi, siyosiy va ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyoti, boshqa mamlakatlar madaniyati bilan aloqadorligi bilan bog‘liq badiiy uslublarni evolyutsiya dinamikasi o‘ziga xos bo‘lgan: masalan, XV asrda Italiyada Renessans uslubi avjiga chiqqan bo‘lsa, Fransiyada - kech Gotika, Germaniyada esa - Gotika XVI asrning o‘rtasigacha bo‘lgan, O‘rta Osiyoda esa - Renessans uslubi IX asrdan boshlab to XVII asrga qadar rivojlangan (40-rasm).

“Katta uslub” doirasida “mikrouslublar” rivojlanishi mumkin. Masalan, Rokoko uslubi doirasida (1730-1750 yy.) “shinuazri” (xitoy uslubiga o‘xshash) va “tyurkeri” (turkcha uslub); modern uslubi doirasida (1890-1900 yy.) “neogotika”, “neorus” va geometrik uslublari; “art deko” uslubda (1920 yy.), Misr, rus, afrika, geometrik va b. mikrouslublar mavjud bo‘lgan.

Ammo, tarixiy davrlar o‘tishi bilan “katta uslub”lar o‘tmishda qoldi: jamoa va insonni turmush sur‘ati tezlashishi, informatsion jarayonlarning rivojlanishi, yangi texnologiyalar va ommabop bozorning ta‘siri, yagona uslubga emas, balki ko‘p uslubiy shakllar va plastik siymolarni mavjud bo‘lishiga olib keldi.

XIX asrda ilgari bo‘lgan uslublarga asoslangan uslubiy yo‘nalishlar paydo bo‘la boshladi (eklektizm, o‘tmishga berilish va b.). Eklektika – bu har xil uslublarning aralashmasi, bir necha uslubni baravariga mavjudligi. XX asrda eklektika madaniyatining muhim xususiyatlaridan biri bo‘ldi, ayniqsa asrning oxirida – post-modernizm madaniyati modaga ta‘sir etgandi.



21-rasm. Katta tarixiy uslublar

XX asrda “katta uslub”larni o‘rniga san’atda avangard san’atni innovatsion mohiyati bilan bog‘liq yangi konsepsiyalar kel‘di: abstraksionizm, funksionalizm, syurrealizm, pop-art, op-art va h.k. Modada har bir o‘n yillikda “mikrouslub”lar mavjud bo‘lgan: 1910 yy. - neo-grek va sharq uslubi; 1920 yy.- rus, misr, Lotin Amerika, afrika; 1930 yy.- neoklassitsizm, o‘tmishga berilish, Lotin Amerika, syurrealizm; 1940 yy.- kantri, vestern; 1950 yy.- Nyu Luk, Shanel; 1960 yy. – kosmik; 1970 yy. romantik, retro, folk, etnik, sport, denim, militari, ichki kiyim, disko, safari, pank; 1980 yy. – ekologik, yangi qaroqchilar, neoklassik, neobarokko, seksi, korset; 1990 yy. – granj, etnik, neo-pank, kiberpank, glamur, o‘tmishga berilish, neo-xippi, minimalizm, dekonstruktivizm va b.[4]

Har bir mavsumiy nashrlar yangi uslublarni targ‘ibot etadi, dizaynerlar esa o‘z uslubini yaratishga intilishadi. Ammo, barcha uslublar tasodifiy paydo bo‘lmaydi. Siyosiy voqealar, ijtimoiy

muammolar va b. uslubni shakllanishiga ta'sir etib, uni aktual qiladi. Modali uslublarda insonning siyosi va turmush tarzining o'zgarishi hozirgi zamonda uning o'rni va roli bo'yicha tasavvuri ifodalanadi. Yangi uslublarning paydo bo'lishiga yangi materiallar va ularga ishlov berish usullari ta'sir etadi.

Barcha kostyum shakllarining uslubiy yechimlarini asosiy to'rt guruhga bo'lish mumkin: klassik, sport va romantik, folklor.

Barcha uslublar ham kichik guruhlarga bo'linadi: masalan, klassik uslubga- "Inglizcha", "Minimalizm", "Shanel", "Katak" yo'nalishlari, sport uslubiga- "safari", "denim", "militari", "Dengizcha", folklor uslubga- kantri, yaponcha, ekzotik, skandinavcha, o'zbekcha va b.

Klassik uslubi. Klassik (odmi, ishbilarmon, elegant) uslubiga modaga deyarli sig'imaيدigan, turg'un vaqt davomida tanlangan, deyarli o'zgarmaydigan uslub. Klassik uslub – chiziqlarni sipoligi va oddiyligi, bichimni mantiqiyiligi. Odatda, klassik uslubdagi buyumlar – bu ko'zga tashlanmaydigan juda oddiy siymo, e'tiborni o'ziga sifati bilan tortadi. Klassik uslubi asosida, uni ba'zi elementlarini kombinatsiya qilib, har xil mikrouslublar shakllanadi. Klassik uslubga libosning barcha elementlarini kiritish mumkin. Yangi klassika odatiy shakllarning sipoligini yo'qotdi – modellar yumshoq, tabiiy va oliyjanob. Ammo, avvalgiday klassika detallarning minimumi bilan farqlanadi. Ko'pincha materiallar erkaklar modasida o'zlashtirilgan – bu reps, gabardin, poplin va flanel, yupqa klassik yo'l – yo'l va "yolochka", yumshoq jun gazlamalari. Uslub favoriti – shim va yubka, nimcha bilan klassik kostyum.

Ko'p uslublar orasida klassik uslubning ajratish mumkin: ular uzoq vaqt davomida aktualigini saqlab, modada bo'ladi. Klassik uslub muayyan xususiyatlarga ega bo'lishi mumkin: universallik, ko'pfunksiyalik, shakl yaxlitligi va oddiyligi, odamni talablarini qondiradigan.

Inglizcha uslub. Kiyimda klassik uslubni tipik namunasi – inglizcha uslub. Bu uslub uch asr mobaynida rivojlanadi va modani injiqligiga qaramasdan o'z ommabopligini yo'qotmadi.

"Ingliz kostyum" tushunchasi XYIII asrda paydo bo'lgan. Aynan shu vaqtda Angliyada shakli va rangi bo'yicha sipo kiyim uslubi yuzaga kelgan.

XYIII asrning 80-yillarida otda yurish kostyumi juda omma-bop bo'lgan: movutdan frak, redingot – etagi to'g'ri ustki kiyim, tor pantolonlar, qaytarmali etiklar. Bu odmi kostyumni ingliz kostyumi deb atashadigan bo'ldi.

Ingliz uslubi ayollar kostyumiga ham ta'sir etdi: silueti o'zgardi, ayollar qattiq moslamalarni (karkaslarni) kiymaydigan bo'ldi, bu kiyimni qulay va oddiroq qildi. XIX asrning 80-yillarida ayollar modasiga erkaklar kostyumining bichimini eslatadigan kostyum kirdi: astarli jaket va to'g'ri shaklli taxlamali yoki taxlamasiz yubka. Shunday kostyumni odatda erkak ustalari tikishgan. Ingliz kostyumi ko'zga tashlanmaydi, shuning uchun yorqin emas, yo'l – yo'l yoki katak – katak gazlamalari ko'proq qo'llanadi.

Shanel uslubi. Koko Shanel uslubi – bu erkin ayolning elegant – amaliy uslubi. Tviddan kostyumlar, qora duxobadan kichkina ko'ylaklar va yaltiroq bashang liboslar XX asr klassikasi deb



22-rasm

hisoblanadi. Fransuz dizayneri Gabriel Shanelning nafis bichimi ayollarni korsetlardan voz kechishga va shimni go'zallik ramzi qilishni majbur qildi. Bu uslub oddiy, go'zal va internatsional. Madam Shanel kostyumida o'z fikrini amalga oshirdi: "Men modaga qarshiman, chunki u tez o'tib ketadi. Bahor kelgani uchun kiyimlarni tashlanganini ko'rishga toqatim yo'q" (22-rasm).

Shanelning kostyumi to'g'ri yoki nim yopishgan siluetli, bel chizig'i tabiiy holda va o'tqazma yengli, yoqali yoki yoqasiz, qopqoqli qoplanma cho'ntakli, yirik tugmali. Bezakka maxsus e'tibor beriladi: yengning shlitsasida uch tugmadan kam bo'lmasligi kerak, zarli yoki kumush, jun, to'r tasma.

Shanel gazlamalari – tvid, djersi. Shanel buyumlarni klassik uzunligi – tizzani sal berkitib turardi. Nafis elementlari to‘qalar, zanjirli belbog‘lar, brelokklar, bantlar, to‘g‘nog‘ichlar. Shanel ilk bor ikki rangli tuflilarni yaratdi, sumkalarni zanjirlar bilan bezatdi. Shanel uslubidagi kostyum smokinigini ayollar modasigi kiritdi, hamda dunyoga mashhur kichkina qora ko‘ylakni va sviterni kiritdi. Zamonaviy modada Shanelling sodiq davomchisi – mashhur dizayner Karl Lagerfeld.

Minimalizm uslubi. Minimalizm uslubi yoki *purizm*, oddiy etilganda – soddalik, odatda davrlar qirrasida ro‘y berdi, qachonki eskisi jonga tekkan vaqtda, yangisi esa hali yaratilmagan. Aynan shu vaqtda jamoada “toza varaqdan hayotni boshlash” talabi paydo bo‘ladi. Turli davrlarda va mamlakatlarda minimalizm o‘ziga xos bo‘lgan. Bu uslub komfortlikni xohlaydi, uning shiori: qanchalik kam bo‘lsa, shunchalik yaxshi! Bu uslubda oddiy bichim, rang palit-rasi ochiq, qora, kul va oq ranglar ko‘p qo‘llanadi; tabiiy ranglar kiyimni har xil qilib ko‘rsatadi. Bu uslub ayollarga taqinchoqlarni kiyishni, jingalak sochni, aksessuarlarni kiyishni man etgan, modaga qora tuflini kiritgan. Siluet pret–a–porte moda tendensiyalariga rio-ya qilgan. Bu shahar uslubda yumshoq siluetlar, to‘kilib turadigan va qalin materiallar (jun krep va krep –gabardin), neytral va pastel ranglar mavjud.

Animal uslub kiyimda charm va mo‘ynani qo‘llash. Animal uslub mo‘dadan chiqmaydi, demak u klassik deb hisoblansa bo‘ladi. Zamonaviy moda bu uslubda hayvonlarning charmini imitatsiya qiladigan materiallar qo‘llanadi. Animal uslubi kundalik kiyim modasi emas.

Bugun tabiiy mo‘yna va charm juda ko‘rimlik ramzidir. Sun‘iy charm va mo‘yna tabiiylaridan qolishmaydi. Bu uslubda murakkab bichimlar bo‘lmasligi lozim. Animal uslubida ansambl sidirg‘a buyumlar bilan elegant ko‘rinadi.

Katak–katak uslubi. Katak–katak kiyimga moda kiradi va ke-tadi, ammo doimo qaytadi. Katak–katakni uzoq hayoti klassik us-lubga kiritishga imkon beradi. Kundalik modaning yangi siymosi – “*shotlandka*”, yorqin taxlamali katak – katak *kilt* yubkalari, djem-perlar va beretlar. Kundalik kiyimda mayda katakli – *vishi* qo‘llanishi mumkin. Optimal variant – oq fon, qizil katak–katak.

Katak – katak materiallar sidirg'a materiallar bilan qo'llanilishi yaxshi effekt beradi. Surilgan katak–katak “tovuqning panjachasi” naqshni Koko Shanel kiritgan.

Romantik uslub – bu fantaziya, izlanish, xotira sohasi, u tarixiy kostyumga intiladi va undan shakl, bichim va dekorativ bezaklarni o'zlashtiriladi. Romantik libos qomatning go'zalligini va ayollarninig an'anaviy suzilmoqligini, sentimentalligini, sezuvchanligini namoyon etishi lozim. Bu uslubning asosiy silueti – X–simon, yumshoq va mayin chiziqlar bilan. Minimalistik uslub man etgan bezaklar – drapirovkalar, dekolte, koketkalar, qo'sh burmalar, volanlar, ryushlar, jabo, bantlar, to'rlar, buflar, manjetlar rolikdan izmalar romantik liboslarda keng qo'llanadi. Bu uslubda yorqin ranglar libosda qo'llanadi. Poyabzal loklangan charmda va kimxobdan baland poshnali “kemacha” tufllilar. Uzun yoki kalta qo'lqoplar. Murakkab soch turmagi. Vualli shlyapalar, nozik taqinchoqlar, shifondan sharflar. Bu uslub kechki va bayramona kiyimlarda qo'llaniladi.

Fantaziya uslubi. Zamonaviy moda romantikaga o'z ko'rinishini namoyon etadi. Fantaziya uslubining avangard uslubidan farqi – zamonaviy modani ifodasi bo'lmaydi. Romantik uslub – bu o'tmish va kelajakni fantastik siymolari. Fantaziya uslubini asosiy xususiyatlari: noreallik, ertaklik, syurrealilik, ajablik, jasurlik. Bu uslub tomoshabinni xayratga soladi. Fantaziya liboslarni siluetlari har xil va o'zgacha. Bezak sifatida bantlar, strazlar, munchoqlar, charm va zamsha, kashta va b. qo'llanadi. Fantaziya uslubi dizaynerning ijodini cheklamaydi.

Xippi uslubi. XX asrning 60 yillarida xippi modani boshdan oyoqqa ag'dardi. Endi modaning qoidasi–hech qanday qoida bo'lmasin. Bu xippi o'zgacha psixologiyasi – “gullar bolalarini”. Ammo, zamonaviy modada 60 yillardagi kabi ma'naviy va ideologik intilish yo'q. Zamonaviy dizaynerlar faqat cheklashni mutlaqo yo'qligi, kiyim tasavvur chegarasidan chiqishi kerak. Xippilarni libos to'plamida kashtali djinslar, o'zgacha belbog'lar, ola–bula koftalar va topiklar, to'qilgan yoki quroqli katta sumkalar, tunika yoki uzun, beli yuqori ko'tarilgan yupqa ko'ylak, ochiq shippaklar, kosmetikani minimumlikligi, to'g'ri tashlangan sochlar. Xippilar orasida dehqonlar kiyimi – taxlamali uzun yubka keng

tarqalgan. Munchoqlardan fenechkalar, bandanalar, charmdan kurtkalar, qo'sh burmali jaketlar va dumaloq yoki kvadratli to'qilgan linzali kichkina ko'zoynaklar keng qo'llanadi. Zargarlik buyumlari meksikali, hind yoki marokash melxiordan qilingan zargarlik buyumlari. Bilakuzuklar, uzuklar, quloq va burun uchun halqalar. Tinchlik ramzlari, mushtum, In-Yan va boshqa sharq ekzotikasi ramzlari marjonlar bilan bezatilgan.



23-rasm

Retro uslubi. O'tmish modasi – zamonaviy dizaynerlari-ning ijodida ilhomlanish manbai. Retro uslubi – zamonaviy modada o'tmish mavzularni, detallarni, modellashtirish usullarini qo'llash yo'nalishi, ammo ularni to'liq takrorlanmasligi. (23-rasm)

Har bir tarixiy davr modasi o'ziga xosligi bilan ajraladi, ularni o'z retro siyosini bor. Retro moda o'tmish modasining nusxasi emas, balki uni stilizatsiyasi bo'lishi kerak.

Vintaj usuli. O'tmishga asoslangan romantik modada yana bir yo'nalish vintaj (vintage).

Retro uslubidagi kostyum uslubda o'tgan yillardagi o'ziga

xos liboslari mavjud, ya'ni popukli sumkalar, to'qilgan shollar va b. Vintaj kolleksiya modellari benuqson tarbiyalangan, qirolicha qomatli, nozik va elegant haqiqiy ledilarni eslatadi. Bu uslubning asosiy elementlari – to'g'ri siluetlar, kashta va to'rni qo'llanishi, shaklning sipoligi.

Mutaxassislar romantik uslubni rivojlanishini prognozlashmoqda. U uniseks modani asta-sekin siqib chiqarmoqda. XXI asrda ayollarning nazokatini namoyon qiladigan, birinchi qatorga harakatiga mayinlik beradigan kiyim chiqadi. Taxminlar bo'yicha

moda tanani berkitadi. Ertaklar va tasavvuf ilhom manbai bo'ladi. Dengiz, okean, erotika, musiqa, sevgi, parvoz va b. romantik yo'nalishni belgilaydigan eng ommabop mavzular bo'ladi.

Sport uslubi. Sport uslubi qulay va go'zal sport liboslari modaga ta'sir etdi. Hozir sport uslubida libosning barcha elementlari qilinishi mumkin: uy kiyimidan bashang kostyumigacha. Eng oddiy sport usubining varianti kiyimda qoplanma cho'ntaklar, pogonlar, furnitura, koketkalar, xlyastik va patalar va b. Sport uslubiga bir necha mikrouslublar kiradi.

Safari uslubi. Safari – bu sport uslubining eng ommabop yo'nalishi. "Safari" uslubi Afrikada ingliz harbiylar ov safarida kiyadigan liboslariga asoslangan. Bu uslubning targ'ibotchisi 1980-yillarda Iv Sen–Loran bo'lgan. Safari uslubidagi libos – bu asosan zig'ir, ip, aralashma va djins gazlamalardan tikilgan kiyim. Safari uslubda barcha yechimlari qulaylikka qaratilgan: o'rtasi taxlamali ko'p qoplanma cho'ntaklar, uzun etiklar, shlemlar, charm belbog'lar, yelkasiga osilgan sumkalar, xaki va qum rangli. Bu uslubda tipik detallari portfel–cho'ntaklar yoki pogon va o'qdonlar bo'lgan. Yuqorida aytilgan ranglar qatorida safari uslubida ziravorlar rangi, sarg'ich–yashil, no'xat, yashil, limon ranglar qo'llangan. Sudralib yuradigan hayvonlarning terisiga o'xshaydigan animal bosmalar va rasmlar keng qo'llanadi. Gannover moda eksperti Tuula Zalo safari uslubini zamonaviy yo'nalishini shunday tavsifladi: "Yangi safari uslubidagi liboslar yangi gazlamalardan va animal bosmalarga asoslanadi. Bichimiga esa deyarli ahamiyat berilmaydi".[4]

Denim yoki djins uslubi. Bu uslub boshidan doimo ommabop, hashamatli, yoki oddiy. Djins uslubida asosiy rang – to'q ko'k. Ilk bor ishchilar uchun kiyim bo'lib, hozir esa ko'k denim "ot kutyur" va "pret–a–porte"da keng namoyish qilinadi. Indigoga bo'yalgan ip gazlamasi dag'alligini yo'qotdi. Yangi texnologiyalar yordamida yangi xususiyatlarga ega bo'ldi. Bugun djins uslubi sport uslubidan chiqib, bashang kiyimga ham kirdi. Zamonaviy denim yaltiroq qoplanma va payetkalar bilan bezatilgan, kamalak ranglarga bo'yalgan.

Militari uslubi. Militari—look – 70–80 yillarda sport va dam olish uchun kiyimlarida harbiylashgan uslub. Bu uslubda ajralib turadigan detallari – pogonlar, pat va qopqoqlar, o‘qdonlar, xaki rangli gazlamalar, harbiy botinkaga uslublangan poyabzallar. Harbiy formaga moda doimo qaytadi, chunki u uniformani namoyish etadi. Militari uslubda dizaynerlarni qiziqtiradigan xossa – uning utilitarligi va teatralligi. Bu uslub tartib va jasorat ramzi.

2001–2002 yillarda militari uslub keng tarqalgandi. Bu davrdagi militari modasi ko‘proq teatral tomonga intilgandi. Iv Sen–Loran Moda Uyi gusarlarni mundirlariga o‘xshagan paltoni taqdim etishdi. Dolce va Gabbana yelkani epoletlar bilan bezatishgan, ko‘kragini esa zargarli buyumlar va oltin tugmalar bilan bezatishgan.



24-rasm. Military uslubidagi kostyum

Dengiz uslubi. Bu uslub ilk bor 1880 yillarda bolalar kiyimida paydo bo‘lgandi. Matros kiyimini eslatadigan bolalar kiyimlari juda ifodali va qulay bo‘lgan. So‘ng bu detallar ayollar modasiga kirgan. Dengiz uslubi bugun ham o‘z muhimligini yo‘qotmadi. Bu uslubni farqlaydigan detallari kvadrat shakldagi katta yassi yoqa va oq–ko‘k tasmalar. Dengiz uslubda to‘q–ko‘k bleyzerlar, oltin tugmalar, oq shimlar, furajkalar va b. mavjud. Odatda bu uslubda yozgi kiyim yaratiladi. Unga taxlamali yubka yoki shim, keng bluzka, matros yoqali jaket, yol–yol mayka yoki bluzka kiradi. Bu liboslarda asosan tabiiy zig‘ir va ip gazlamalari qo‘llanadi.

Kosmik uslub. Kosmik uslubni asosan kosmosni eslatadigan futuristik turdagi materiallar qo‘llanadi. Mavzuni ifoda etish uchun sport gazalamalari (elastik tolali sintetik gazlamalar) ham

qo'llanadi. Texno gazlamalar – bu yuqori texnologiyali gazlamalar, ular hashamatli ko'rinadi va kiyilganda optimal komfortni baxsh etadi. Gazlamaning fakturasi ifodali bo'lgani bois, rangi va bichimiga deyarli ahamiyat berilmaydi. Nyuanslar asosiy bo'ladi – bezak oq va kumush ranglar. Qora rang kam uchraydi. Siluetlar oddiy to'g'ri va tor. Ajralib turadigan uslubiy vositalar – yoqa o'mizini sipo variantlari (“kemacha” shaklida, tik yoqa va baland yoqa–truba). Kosmik uslubida poyabzal o'zgacha ma'noga ega – “lunoxod” turidagi, tumshug'i yumaloq, qalin taglikli yoki tekstil gazlamalardan etiklar.

Op-art uslub. Gazlamalarni optimistik bosmalari op-art uslubini sport yo'nalishiga kiritishiga imkon berdi. Op-art uslub (*optical art* – optik san'at) ilk bor 60-yillarda modaga kirdi. Tasviriy san'atda op-art oqimining asoschisi vengriya rassomi Viktor Vazarelli bo'lgan. Bu uslubning o'ziga xosligi – yassi va fazoviy figuralarni tasavvur qilinishiga asoslangan ko'z aldanishlar. Optik rangtasvirda oddiy bir xil elementlar shunday joylanadi, qachonki shakl tarkibi yaxlit tasavvur etilmaydi, ya'ni ko'z aldanadi. “Sof rang va sof shakl o'ziga butun dunyoni sig'dirish mumkin” – hisoblagan V.Vazarelli. Op-art uslubidagi liboslarda geometrik, abstrakt naqshlar, yorqin, bir-biri bilan kontrastli rangli gazlamalar qo'llanadi (masalan oq–qora ranglar birikmasi).

Graffiti uslub. Bu yoshlar uslub 1960 yildagi op-art uslubining davomi. Graffiti (italiyan *gruffiare* - tirnamoq) – bu devorlarda rasm yoki yozuvlardan badiiy kompozitsiyani yaratadigan “ko'cha san'ati”. Pikasso graffitida odamning yuzini va qomatini ifodalash uchun minimal miqdorda grafik elementlari qo'llanadi degan. Bu uslubning asosiy xossasi – jins yoki yoz kiyimida shahar folklori tasvirlagan kashta yoki shahar folklori mavzusidagi, matn, yozuvlar va bolalar rasmlarining imitatsiyasi bo'yicha bosma qo'llanilishi.

Fitnes uslub. Fitnes – bu sport bilan shug'ullanish ma'nosini bildiradi. Oxirgi paytlarda moda yaratuvchilar sport kostyumi g'oyalariga nazarini tashlashgan. Ular velosipedchilar, suzuivchilar, gimnast kostyumlariga o'z e'tiborini qaratishdi. Fitnes uslubidagi liboslarda elastik materiallar, sport kostyumdan o'zlashtirilgan

lampaslar, tasma “molniyalar” va yorqin kontrast rang birikmalar qo‘llanadi.

Folklor uslubi. Folklor uslubi – bu milliy va an’anaviy kostyumlarning elementlarini qo‘llaydigan uslub. 1950-yillardan boshlab qishloq uslubi “*kantri uslub*” ommabop bo‘lgandi, 1990 yillarda bu uslub etno–miks shaklida tarqalgandi. Folklor uslubi bugun – bu faqat kiyimning bezagigina emas, balki elementlarning shaklni, buyumlarni zamonaviy modada o‘zlashtirish. Folklor uslubida kiyim yaratish – bu milliy kiyimni nusxasini yaratish emas. Gazlamani tanlash, uning rangini, merejka kashtasi, naqshli tasma, atlas lentalar, bichim va detallarni qo‘llanishi buyumni folk uslubiga mansubligini ko‘rsatadi. Shartli folklor uslubiga ingliz kantri, amerikalik Vestern va turli etno–mikslar kiradi.

Kantri uslubi. Kantri uslubi XX asrning boshida vujudga keldi. Bu atama mamlakat va qishloqni ifodalaydi. Bu uslub shahardan tashqariga sayr uchun kiyiladigan kiyim nazarda tutiladi. Masalan, kantri uslubida tviddan tikilgan sport kiyimi, yupqa jun gazlamasidan tikilgan palto bo‘lishi mumkin. Odatda kantri uslubidagi kiyimga uzun sharflar, to‘qilgan shapkalar, etikka tiqilgan shimlar qo‘shimcha kiyiladi. Ayollar yubkalar, yopinchoqlar, shlyapalar, tufli va paypoqlar kiyishi mumkin. Kantri uslubida muhim detal – gulli, yo‘l–yo‘l va katak–katak naqshli tekstil. Kostyum koloritida tabiiy ranglar qo‘llanadi: yashil, sariq, moviy osmon va suv, daraxt, kuzgi yaproqlar va b.

Gaucho uslubi. Bu uslub 1960 yillarda modaga kirgan folk uslubining bir varianti. Gaucho uslubi Janubiy Amerikadagi chorvadorlar–gaucho kiyimlaridan o‘zlashtirilgan: charm va zamsha kurtkalar, charmdan qilingan popuk va zaklepka bilan bezatilgan shimlar, nimchalar. Gulli ko‘ylak kovboy etiklari bilan, short bilan romantik bluzkalar – bu gaucho uslubida ijod qiladigan dizaynerlarning zamonaviy modellaridir. Zamonaviy modada gaucho uslubi naqshlar, materiallar, bo‘yoqlar va shakllar o‘zgacha birikma.

Mao uslubi. XX asr oxirida va XXI asr boshida ommabop bo'lgan etnouslub. Bu uslubni mantiqiylik va bekam – ko'stlik tavsiflaydi. Libosdagi tipik detallari: xitoy tik yoqali ko'y-laklari, tunikasimon bichim, ta-qilmasi, belbog', yog'och tag-likli oyoq kiyim, soch turmagi (25-rasm).



25-rasm. Mao uslubidagi kostyum

“Katta badiiy uslub”lar va “mikrouslub”lardan tashqari “muallif uslubi” yoki “ustaning individual uslubi” degan tushunchalar bor. Bu uslub turida muallifning mavzulari, g'oyalari, qo'llagan tasviriy vositalari va badiiy usullari namoyon etiladi.

K.Shanel, K.Dior, A.Kurrej, Dj.Versache, K.Lakrua, V.Zaysev, V.Yudashkin va b. ijodi muallif uslubi bilan ajralib turadi.

Zamonaviy buyum muhitni badiiy-plastik bir xilligi “dizayn-uslub” deb ataladi. Bu uslub texnikaviy taraqqiyotni o'zlashtirish natijasini namoyon etadi. U yangi mato va texnologiyalar bilan bog'liq bo'lib, buyumlarni tashqi ko'rinishini faqat o'zgartirmasdan, insonning hayotiga yangi xossalarni baxsh etadi va buyum va insonni o'zaro aloqasiga ta'sir etadi.

Dizaynda “firma uslubi” degan tushuncha ham bor – bu firmanni ishlab chiqargan mahsulotiga uslubiy birlik mansub. Firma uslubi konkret mualliflar tomonidan yaratiladi va subyektiv xossaga egadir.

2.2.2 Dizaynda uslublash

“Uslub” tushuncha bilan “uslublash” tushunchasi chambarchas bog'liq. Yangi san'at asarlari yaratilganda uslublash badiiy usul sifatida qo'llanadi. *Uslublash* – ma'lum uslubning siymosi va

formal belgilarini yangi, unga monand emas badiiy kontekstda g'arazli maqsad bilan qo'llash.

Bu usul timsol bilan erkin foydalanishni, transformatsiya etishni ko'zda tutadi, asos qilib olingan uslub bilan aloqani uzmasdan. Bu holda ijodiy manba doimo tanish bo'ladi. Badiiy vosita sifatida uslublash klassitsizm, neoklassitsizm va b. qo'llangan.

Zamonaviy dizaynda ommabop iste'molchiga mo'ljallangan mahsulot ishlab chiqarishda bu usul o'z ahamiyatini saqlab qolgan, ayniqsa, kommersiyachilik dizaynida ("korporativ" dizaynda). Uslublashni quyidagi 3 usulda amalga oshirish mumkin:

- birinchidan buyumni loyihalashda muayyan uslub xossalari ongli qo'llash (bu ma'noda ko'pincha "stayling" tushunchasi qo'llanadi);

- ikkinchidan – madaniy namunani ko'rinarli xossalari to'g'ridan-to'g'ri loyihalayotgan buyumga ko'chirmoq, ko'pincha bezakda;

- uchinchidan – tabiiy shakllar yoki muayyan buyumlarga taqlid etib, shartli dekorativ shakl yaratish.

Uslublash usulida ajoyib kolleksiyalarini Iv Sen-Loran 1960-1980-yy. ("Afrikanka", "Rus balet-operalari", "Xitoy ayoli", "Ispan ayoli", "Pikasso xotirasiga" va b.) yaratgan.

Modaga nisbatan uslub-og'ishmasi ijtimoiy fenomen. K.Shanel aytishi bo'yicha: "Moda o'zgaradi, haqiqiy uslub esa – hech qachon".

Dizaynerlar, moda jurnallari, televidenie va Internet tavsiya etgan ko'p uslublar orasida zamonaviy kostyum dizaynida asosiy yo'nalishni aniqlash mumkin.

Bu yo'nalishlardan biri – modani demokratizatsiyalanishi, o'ziga xos "modani hukmdorligidan ozod bo'lish", barchaga majburiy yagona modali namunani yo'qligi, turli mo'ljal kiyimlarni farqlanmasligi, "yaxshi did" qonunlarni, turli buyumlarning birikmalarini, ranglar va materiallarni qo'llash qoidalarining muqarrar emasligi.

Ikkinchi yo'nalishi – buyum muhitini industrializatsiyalanishi, har bir insonga o'z fikrini erkin ifodalashga sharoit yaratish.

Jamoani oldida turgan muammolarni yechishda ko‘mak berishda dizaynning insonparvar roli kuchaymoqda, chunki u turmush tarzini shakllanishiga insonning talablar tarkibini aniqlashga ta‘sir etishi mumkin, jamiyatda ekologik qiymatni tasdiqlashga imkon tug‘diridi.

Hozirgi bosqichning asosiy vazifalaridan biri - mamlakat ko‘lamida milliy dizaynni tashkil etish, chunki milliy o‘xshashlik imidji hozir xalqaro bozorda dizaynning muvaffaqiyatiga erishish garovidir.

Mintaqaviy dizaynning vazifasi – mintaqani tabiiy sharoitiga va iqlimiga mos kostyum yaratish, an‘anaviy shakllarning usullarini va materiallarga munosabatlarni tiklash.

Kostyum an‘anaviy turmush tarzining juda muhim elementi, unda har bir etnosning dunyoqarashi aks etgan, shuning uchun dizaynerlar yangi tarzda an‘ana va insonni turmush tarziga mos milliy siymolarni tiklashga intiladi. O‘zbekistonda hunarmandchilik an‘analari xalq kosibkorligida saqlanib qolgan (kulolchilikda, to‘qimachilikda, zargarlikda va b.).

1970 yillardan boshlab kostyum dizaynerlari kolleksiyalarida nafaqat “milliy ruhni” etnografik ma’noda namoyon etish, balki modada “baynal-minal uslub” kontekstida, ya’ni millatdan qat’i nazar barcha insonlarga mos yo‘nalishlar qadrlanadigan bo‘ldi. Masalan, Angliyada tahsil olgan, Italiyada ishlayotgan turk dizayneri R.Ozbekni har xil sharoitga mo‘ljallangan kolleksiyalarida etnik ruhiyat ijodiy manba bo‘lgan. Yapon dizaynerlarining kolleksiyalarida bunday muvaffaqiyat aynan kiyimga, shaklga, material va naqshga sharqona munosabati bildirilgan va Yevropa an‘anasi, konstruksiyasi bilan birga uyg‘un qo‘shilganda va shu asosda qo‘llanilgan mutlaqo yangi kiyim yaratilganda namoyon bo‘ldi.

O‘zbekiston dizaynerlari o‘z ijodida an‘anaviy matolarni (xon-atlas, shoyi, beqasam va adrasni), bezak, aksessuarlar va taqinchoqlarni keng qo‘llashadi. Ular milliy kiyimlarga yangi hayot berishadi va milliy matolardan zamonaviy liboslarni taqdim etishadi (26-rasm).



26-rasm. O'zbek milliy kostyumi elementlarini uslublash

Moddiy madaniyat an'analari boshqa xalqlarning, ayniqsa "ekzotik" mintaqalarning zamonaviy dizaynerlari e'tiborini ham jalb etmoqda. Yangi dizayn paydo bo'lishiga boshqa madaniyatlar amalda bitmas-tuganmas manbadir. Insonni, ayniqsa, g'arbda-gilarning barchasini noma'lum, ajoyib, kundalikda uchramaydigan,

odatdan farqlanadigan “ekzotika” doimo jalb etgan. Zamonaviy madaniyatning Sharq mamlakatlari an’analari bilan qiziqishi faqat yangilik va ajoyibotlarni istashdan iborat bo’lmagan – sharq falsafasi, dini, tabiat va insonga munosabatida yangi dunyoqarashning yangi alomatlarini qidirish, kelajak sivilizatsiyasining asosi bo’lishi mumkin. G’arb sivilizatsiyasining inqirozi “sivilizatsiyalashmagan” xalqlarni hayotiy tajribasi G’arb munosabatining o’zgarishiga sabab bo’ldi, modomiki aynan Sharqda inson tabiat mavjudoti bo’lgan ekan, shu bois boshqalari bilan ham uyg’unlikda yashamoqda. Postindustrial sivilizatsiya g’arb va sharq ana’nalari sintezi asosida barpo etilmoqda.

Kiyim modellashda boshqa xalqlarning madaniy an’analariga nazar tashlash qadimdan ma’lum. Yevropaliklarni Sharq ekzotikasi, boyligi va nozik didi bilan jalb etib kelgan. Yevropa kostyum tarixining har bir davrida salb yurishlari davridan zamonaviy modadagi “etnik uslubigacha” sharq ta’sirini sezish mumkin. Yevropa kostyumidagi ko’p yangiliklar Sharq yoki Amerikadan kelgan (X.Kolumb Amerikani ixtiro qilgandan so’ng).

1970-yy. boshida Yevropa dizaynerlarining uchinchi dunyo milliy madaniyatini o’zlashtirishi natijasida modada “etnik uslub” paydo bo’ldi va u hozirgacha o’z aktualigini yo’qotmadi. Jahon modasida yevropalik dizaynerlarning paydo bo’lishi bilan yana ikki yo’nalish belgilandi – sharq madaniyati namoyandalari tomonidan yevropa an’analarini kostyumda o’zlashtirish (masalan, X.Mori, R.Kavakubo, Yo.Yamamoto kolleksiyalarida) va yevropalik bo’lmagan dizaynerlarning ularga yot sharq an’analarini o’zlashtirishi (“etnik uslub” yapon dizayneri Kenzo Takada kolleksiyasidan boshlandi, unda Janubiy-Sharqiy Osiyo mamlakatlarning milliy kostyum mavzulari qo’llangandi).[3]

Zamonaviy kostyum dizaynida milliy ana’analarni o’zlashtirish o’ziga xos xususiyatlari postmodernizm, jumladan *iqtibos* (sitata) uslubi (o’zgartirmasdan kostyum qismlarini o’zlashtirish va modelda har xil ijodiy manbalardan elementlarni aralashtirish) bilan bog’liq. Iqtibos sifatida milliy kostyumning detali, bezak elementi, naqshi, bichimi yoki rang gammasi bo’lishi mumkin. Har xil iqtiboslarni birlashtirib, turli halqlarning kostyum elementlarini aralashtirib, dizayner 1970 yillarga o’xshash aniq va taniqli ijodiy

manba bilan bog'liq bo'lmagan mutlaqo yangi siymoni yaratdi. Jan-Pol Gote, Dj.Galyano, R. Djili etnik mavzulari bo'yicha o'z modellarini aynan shunday yaratishadi.

Kostyum modellashtirishda milliy kostyumning bichimini o'zlashtirish maxsus sohadir. Etnik uslub allaqachon jahon xalqlarining kostyum shaklini zamonaviy kostyumga moslashtirdi. Odatda, bu oddiy shaklli, ko'pincha tikilmagan kiyim sari, sarong, poncho, paneva va b. iborat.

Sharq an'alarining g'arb dizayniga ta'siri shakllar, ranglar (Sharq mamlakatlar rang madaniyatidan ko'p modali ranglar o'zlashtirilgandi – indigo, “ziravorlar rangi”, “xitoycha sariq”. “budaviy to'q sariq” va b.), aksessuarlar, amaliy san'atining o'zlashtirilishi bilan cheklanmaydi.

Hozir jahonda didlar plyuralizmi (xilma-xilligi) va estetik ideallarning teng huquqligi, shu jumladan go'zallik to'g'risidagi tasavvur, ba'zi etnomadaniyat an'analari bilan bog'liq ravishda yuz bermoqda. Yevropa g'o'zallik turi qatorida modada yevropalik bo'lmagan inson siymolari tenghuquqlik o'rinni egalladi. 1960-yy. (P.Karden va P.Rabanda) podiumga qora tanli manekenshchitsalar chiqdi (Noemi va b.) va faqat oq tanlilargina go'zallik etaloni bo'lmasligini isbotlashdi, modomiki manekenshchitsaning siymosi – bu doimo o'ziga xos vaqt etaloni, go'zallik ideali deb hisoblanadi. Podiumlarda va moda jurnallarining sahifalarida har xil insonlar katta ahamiyatga ega. Bu bilan har bir millat, xalq va insonning o'ziga xosligi qaror topadi.

Zamonaviy madaniyatning prinsipial asosi – estetik flyuralizm, go'zallik haqida har xil milliy tushunchalarni, ko'pincha bir biriga o'xshamaydigan, tenghuquqlikni nazarda tutadi. Zamonaviy modada bir xil modali shaklning etaloni, har bir insonning individualligi, mislsizligi qadrlanmoqda.

G'arb va sharq an'alarining sintezi an'anaviy etnik va yevropa kiyimiga nisbatan insonga individuallikni namoyon etishga, ya'ni sifatli kiyimni loyihalashga imkon beradi. Hattoki, 1960-yy. “xippilar” boshqa xalqlar milliy kostyumlari asosida yevropa uniformasiga ishbilarmon inson kostyumi alternativ ravishda kiyim yaratishdi.

Kostyum loyihalashda yangicha yondoshish sharqona kostyumning o'zgarish va transformatsiyalariga moyil erkin loyihalarni, shuningdek kiyinishdagi individuallikning yevropacha an'analari xos xususiyatlarni birlashtirgan yapon dizaynerlariga ham taalluqlidir. Yapon boy merosi ko'p asrlar davomida yapon madaniyati an'anasini saqlash va ta'minlashga qaratilgan madaniyat rivojida muhim tajribadir. O'tmish zamonaviy hayot bilan doim hamnafas bo'lgan, u hozir ham mavjud va zamon bilan doimo muloqotda.

Yapon dizaynerlari zamonaviy kiyim yaratganda an'ana-dagi kiyimning konkret shaklini o'zlashtirmasdan, kostyum yaratishning umumiy tamoyillarini, kompozitsion usullarini, badiiy ijodiy an'analarni taqlid etishadi. Dastavval ular qulay, oddiy, universal bo'lgan sharq kiyimning bichimini asos qilib olishadi. Erkin bichim – sharq kiyimining muhim xossasi: u tanani deformatsiyalamasdan, tana va kiyim orasida ma'lum masofani hosil qiladi. Yapon kiyimi asosida oddiy geometrik shakllar – to'g'riburchak va trapetsiya namoyon bo'ladi. Yapon dizaynerlari bu tamoyilni ko'pincha qo'llashadi.

Materialga bo'lgan an'anaviy munosabat sharq dizaynerlarini boshqalardan farqlovchi xususiyatidir: ular ko'pincha yangi material barpo etish sohasida novator bo'lgan. Matolarda kompozitsion markazning yo'qligi va nosimmetriklik yapon san'atining antiqa xususiyatidir – guldonlarning qutichalarning, pardalarning “oqib ketayotgan” naqshini yapon dizaynerlari zamonaviy kiyimda o'zlashtiradi (masalan, Kenzoning mashhur galstuklaridagi naqsh ko'ylakka mayin “oqib o'tgan” yoki X. Morining naqsh solingan ko'ylaklari). Yapon dizaynerlari nosimmetrik konstruksiyani taklif qilib, kostyum dizaynida dekonstruksiya yo'nalishiga asos solishdi.[18]

Sharq mamlakatlari an'anaviy liboslaridagi oddiy bichim, kiyimda ko'p qavatlilik, tana atrofida o'ralgan kiyimlar zamonaviy modellarda aks etilmoqda. Bunday modellar harakat uchun qulay, erkinlik va komfort yaratadi. XXI asr madaniyatida Yevropa va Amerika, Osiyo va Afrika madaniy an'analari ajralmas birlikni hosil qiladi va Yer yuzida yashayotgan barcha xalqlarning madaniyatining muzokarasi bo'ladi.

2.2.3 Modaning funksiyalari va rivojlanish qonuniyatlari

Modaning ta'rifi va uning tarkibi. Dizaynning asosiy faoliyatining mazmuni madaniy namunalarni yaratish bo'lgani uchun, unda moda kabi fenomen to'g'risida to'liq tassavuri bo'lishi lozim. Moda industriyasida muvaffaqiyatli ishlash uchun modaning asosiy qonuniyatlarini, modani ijtimoiy hodisa sifatida tushinish kerak, uni rivojlanish va o'zgarishi jihatlarini bilish kerak.

Bular barchasi faqat modali namunalarni taqlid qilmasdan va yaratmasdan, balki modaga ongli ta'sir etib, uni boshqarishdir. Moda faqat kostyum evolyutsiyasini muhim fursatlarini namoyishchisi bo'lmasdan, balki zamonaviy jamiyatda ijtimoiy va iqtisodiy munosabatlarning boshqaruvchi sifatida bo'ladi.

XVII asrning oxirida moda inson madaniyatining o'ziga xos fenomeni sifatida san'at sohasida va kostyumda estetik ideal va didni o'zgarish bilan bog'liq estetik hodisa sifatida tahlil etdi. XIX-XX asrlarda moda tadqiqotchilari modani ijtimoiy va psixologik fenomen sifatida tahlil etishgan, uni paydo bo'lishiga va rivojlanish sabablarini va uning ta'sirida ro'y beradigan ijtimoiy, iqtisodiy va madaniy oqibatlarni ko'rib chiqishgan.

Moda – lot. *modis*- me'yor, qoida: fransuzcha - *moda*; italyan - *moda*; nemis - *moda*; ingliz - *moda* (ko'pincha *fashion* atamasi qo'llanadi).

Zamonaviy jamiyatda moda ommabop hulq shakllaridan biridir. Demak, *moda* atamasini quyidagicha ta'riflash mumkin:

- moda bu o'ziga xos usul, siymo, ijtimoiy axborotni ishlash uchun me'yor (psixolog L.Petrovning ta'rifi);

- moda bu ko'p insonlarga oid sezish turi (amerikan ijtimoiy psixologi E.Bogardusning ta'rifi);

- moda ijtimoiy guruhlar afzal ko'rgan takrorlanadigan o'zgarishlar seriyasi (amerikalik ijtimoiy psixolog E. Rossning ta'rifi) [4].

Moda o'zgarish jarayonda bo'lgan moddiy va ruhiy qiymatlarga kiradigan barcha madaniyat turlariga mansub: san'at (tasviriy san'at, adabiyot, musiqa, teatr, kino, dizayn), fan, texnika, siyosat, sport. Dizayn - moda mexanizmini faol ta'sir etadigan madaniyat sohasidir.

Moda insonni atrofidagi barcha buyum muhitiga ta'sir etadi, ya'ni interer va magazin vitrinalari bezagiga, maishiy buyumlarni, ommabop bayramlarni va sayr-tomoshga industriya dizayniga.

Ammo, ko'pincha moda insonning tashqi ko'rinishida aks etadi: liboslarida, soch turmagida, makiyajida, muomala tarzida, buyumlar doirasida. Moda kostyumga, buyumlar xossasiga, g'oyalarga, so'zlarga va b., ya'ni moda namunasi bo'ladigan buyumlarga (mini yubka, soch rangi va turmagi, avtomobil markasi, tog'da dam olishga va b.) ta'sir etadi.

Modaning tarkibi quyidagi elementlardan iborat: modali standartlar - muomala va xatti-harakat namunalari yoki usullari; modali obyektlar, ular moddiy va moddiy emas bo'lishi mumkin: buyumlar, g'oyalar, so'zlar, obyektlarning xossalari; modaning qiymati; modali standartlar, obyektlar va qiymatlarga qaratilgan moda muxlislarining xatti-harakati.

Modaning har bir namunasi uning muxlislariga muayyan maqsadga erishishga, intilishga; zamonaviy ko'rinib turishiga yoki ommalar orasida ajralib turishiga, atrofdagi insonlarga o'zi to'g'risida ma'lum ma'lumot berishiga imkon beradi.

Zamonaviy yirik shahar-megapolislarda munosabat vositasi sifatida modaning o'rni juda katta, u yerda insonlar orasidagi munosabatlar qisqa muddatli (ko'chada, transportda, jamoat joylarida va b.). Shuning uchun o'zi to'g'risida inson bermoqchi bo'lgan ma'lumotni kostyum beradi.

Moda qiymati birinchi darajadagi va ikkilamchi xususiyatlar bilan tavsiflanadi. Modani *birinchi* qiymatlariga *zamonaviylik, universallik, demonstrativlik va o'yin kiradi.*

Zamonaviylik – modaning tarkibida asosiy qiymatidir. Har qanday yangiliklar zamonaviy modali bo'la olmaydi, va har qanday modali standartlar va namunalar ham yangi bo'lmaydi (masalan, “retro” uslubi). Ekologik uslub modada yangi yuqori texnologik sintetik materiallarni ishlatishni inkor etib, ming yillar mobaynida ma'lum an'anaviy zig'ir, ip, shoyi va jun gazlamalarni kiritdi.

Modada yangilik - bu avvalgi modaga nisbatan yangi g'oyalardir. Zamonaviylikning qiymati moda muxlislariga “vaqt bilan yuruvchi” deb o'zini xis qilishga va tez o'zgaryapgan zamonga moslashishga imkon beradi.

Universallik (diffuzlik) vaqtdan tashqari xech qanday cheklashni e'tirof etmaydigan moda qiymati.

Kostyum tarixida modaning universalligi XIX asrda yuz berdi, XVI asrda esa Yevropada avval italyan, keyin ispan modalari keng tarqalgandi. Modaning rivojlanishi jamiyatni barcha o'zgarishlarini aks ettiradi: sanoatning gurkirab rivojlanishini, yangi transport va kommunikatsiya vositalarini paydo bo'lishini, xalqlararo madaniy aloqalarning kuchayishini. Madaniy namunalarning bir ijtimoiy guruhdan ikkinchisiga, bir mamlakatdan boshqa mamlakatga o'tishida modaning muhim qiymatlaridan biri universallik hisoblanadi.

V.M.Krasnov moda tarixida universallik bilan bog'liq uch tomonini ajratgan: yagona moda (ibtidoiy jamiyatda); maxsus moda (tabaqali jamiyatda); ommabop moda (demokratik jamiyatda).

Demonstrativlik moda kommunikatsiyaini bir shaklidir, u moda muxlislariga o'zlari to'g'risida boshqalarga ma'lumot berishiga imkon beradi. Eng avvalo moda o'z ijtimoiy maqomini yoki undan ham yuqori illyuziyasini namoyish etishga imkon beradi.

Modaning o'yin qiymati evristik ijodiy faoliyati bilan bog'liq va u yangilikni izlashni, yangilikni yaratishni, eskilikni yangi sifatida tavsiya etishni rag'batlantiradi. Zamonaviy dizaynda o'yin elementlari muhim rol o'ynaydi, chunki u insonning ijodiy qobiliyatlarining rivojlanishiga qaratilgan, o'yinda natijasi emas, balki jarayon muhim (dizayner va iste'molchining hammuallifligi konsepsiyasi bilan bog'liqligi). O'yin dunyoni tushunish shakli bo'lsa, moda esa o'ziga xos qoidalariga ega o'yin muomalasining shakllaridan biridir. Modaga asosiy o'yin xususiyatlari mansub: fazoda emas, vaqt mobaynida cheklanish, ixtiyoriylik, odatiy hayot chegarasidan chiqish, muayyan "o'yin qoidalarini" mavjudligi.

Modaning *ikkilamchi* (sirtqi) qiymati konkret vaziyat va moda muxlislarning kategoriyasi bilan bog'liq, ular qarama-qarshi qiymatlarni ko'zlaydi: ijtimoiy tenglikni yoki elitarlikni, go'zallik yoki faqat qulaylikni va b. Bir xil moda namunalari har xil maqsadga erishishga imkon beradi. Masalan, sitilgan djins buyumlar ayrimlar uchun prestij marka bilan maqtanish imkoniyati bo'lsa, boshqalar uchun esa o'z demokratikligini, iste'molda odmiiligini namoyon etishdir.

Ikkilamchichi qiymatlar insonni dunyoga va o'ziga, jamiyatga va ijtimoiy guruhlarga, tabiatga munosabatini namoyish etadi. U yoki bu modali namunalarni tanlaganda odam shularni faraz qiladi: "Men hammadek", "Menda boshqalarda yo'q narsalarim bor", "Menda xohlagan narsalarim bor". Ma'lum modani tanlaganda inson modaga o'z munosabatini namoyish etadi.

Moda rivojlanishining asosiy qonuniyatlari. Moda tadqiqotchilari moda taraqqiyotida muayyan qonuniyatlarini aniqlashdi:

- ijtimoiy – tarixiy hodisalar bilan modaning bog'liqligi;
- modaning internatsionallashuvi;
- modaning demokratlashuvi;
- modaning tez tarqalishi;
- modaning siklsimon rivojlanishi.

Moda taraqqiyoti ijtimoiy-tarixiy hodisalar bilan bog'liq holda yaqqol kuzatiladi: ijtimoiy va siyosiy o'zgarishlar; san'at, fan va texnikada inqilobiy tub o'zgarishlar modaning darhol o'zgarishiga sabab bo'ladi. Jamoaning e'tiborini o'ziga tortadigan barcha siyosiy hodisalar modada yangi standartlar va namunalarni paydo bo'lishiga asos bo'ladi.

Moda internatsional hodisa, unga chegara yo'q. Xalqaro aloqalarni va ommaviy axborot vositalarni rivojlanishi, xalqaro bozorni shakllanishi modaning internatsionalashuviga asos yaratadi. XVI asrda ispan modasi butun Yevropa modasiga ta'sir etishi bilan bu jarayon boshlandi. XVII asr oxiridagi G'arbiy Yevropani shahar kostyumida va XIX asr qishloq kostyumida milliy xossalari amalda yo'qolgandi. Yevropa modasi paydo bo'lib, jahon modasiga aylandi. "Global moda" tushunchasi paydo bo'ldi, dizaynda moda - internatsional uslub. Radio, televidenie, global kompyuter tarmog'i bu jarayonga o'z hissasini qo'shdi. Ular yordamida yer yuzida yangi moda to'g'risida ma'lumot tez vaqtda ma'lum bo'ladigan bo'ldi.

Kiyim ommaviy ishlab chiqarilishi, ommabop madaniyatni shakllanishi modani demokratlashuviga asosni barpo etdi. Yangi moda standartlari va namunalari barcha ijtimoiy guruhlar uchun moyil bo'ldi, chunki zamonaviy ishlab chiqarish imkoniyatlari yangi modani tez ishlab chiqarishga va iste'molchilarga taqdim etishga imkon beradi. Ommaviy axborot vositalarini rivojlanishi ham yangi moda paydo bo'lgani to'g'risida ma'lumot olishga imkoniyat beradi.

Ommabop bozori va zamonaviy axborot vositalari modani tez tarqalishiga sabab bo'ldi va moda sikllarini qisqarishiga olib keldi.

Moda taraqqiyotida siklsimonlik muhim qonuniyatdir. Moda rivojlanishida terbanish va ritmlarning mavjudligi, moda o'zidan o'zi tashkil etilish mexanizmi borligini tasdiqlaydi. Moda tadqiqotchilari modada quyidagi sikllarni aniqlashdi:

- yangi moda paydo bo'lish jarayoni bir necha bosqichlardan iborat: yangi modani ixtiro etilishi, unga nom berilishi, moda peshqadamlarini paydo bo'lishi;

- modaning ommabop tarqalishi (taqlid bosqichi, "cho'qqi", adaptatsiyasi) ikki bosqichdan iborat: modaga norasmiy peshqadamlari va so'ng ko'pchilik qo'shiladi; buyum ommabop ishlab chiqarilganda moda o'ziga xosligini yo'qotadi, peshqadamlar yangi modani qidirib topadi;

- moda inqiroz bo'lganda bu kiyimlarni odatda "konservatorlar" (modadan ortda qolganlar) kiyishadi.

Modani prognozlash. Modani siklsimon rivojlanish qonuniyati uni bashorat qilishga imkon beradi.

Bashorat – bu kelajakda obyektning holatini ilmiy asoslangan mulohazasi. Bashoratlar davriyligiga ko'ra quyidagicha farqlanadi:

- operativ – bir oygacha;
- qisqa muddatli – bir oydan bir yilgacha;
- o'rta muddatli – bir yildan besh yilgacha;
- uzoq muddatli - besh yildan 15 yilgacha;
- cheksiz muddatli - 15 yildan ko'proq.

Shunisi ayonki, modani bashoratlash mahsulotni ommabop ishlab chiqaradigan korxonalarining talablari bilan bog'liq: uni ishlab chiqarishni rejalashtirish zarurligi, yangi moda namunalarining paydo bo'lishini rejalashtirish, yangi texnologiyalarni o'zlashtirish, yangi konstruksiyalarni yaratish zarurligi bilan asoslangan.

Yangi liboslar kolleksiyasi taxminan yarim yil oldin namoyish etiladi, loyiha esa 1-1,5 yil oldin tayyorlanadi. Ko'pincha qisqa va o'rta muddatli bashoratlar qilinadi.

Moda bashoratlari marketing tadqiqotlari va ijtimoiy prognozlarga asoslanadi, ya'ni ijtimoiy ehtiyojlarga, turmush tarziga, demografik va ta'minlanganlik darajasiga va h.k. Ijtimoiy prognozlar

aholi va ekspertlarning anketa so'rovi, insonning yoki ijtimoiy guruhni, insonni yashayotgan buyum muhiti, yashash sharoiti va h.k. asosida prognoz qilinadi. Aynan shunday ma'lumotlar kelajak modani bashoratlashga imkon beradi. Marketing tadqiqotlari bilan shug'ullanadigan mutaxassislar - "trend-skaut"lar tasodifiy modani o'rganishadi, diskoteka, premyeralar, ko'p odamlar yig'ilgan joylarga (rok-konsertlar, stadionlar, savdo markazlari va h.k.) borib, yangi tamoyillarni aniqlaydilar. Masalan, kiyimni noan'anaviy kiyish usulini, elementlar birikmasini, muayyan uslublarning ustunligini. Bundan tashqari ular modada dizayner-avangardistlarning so'nggi kolleksiyalaridan kelajak modaning elementlarini izlashadi. Barcha loyihalash jarayonlari bozorni va modani o'rganishdan boshlanishi kerak, ayniqsa yirik kompaniyalarda albatta shunday tadqiqot bo'limlari bo'lishi lozim. Modani effektiv boshqarish uchun faqat muayyan ko'p g'oyalarni mavjudligi emas, balki uni paydo bo'lish va o'zgarish ijtimoiy sabablarini tushunish kerak.

Moda kommunikatsiyasining ishtirokchilari. Konkret modani qabul qilishni yoki qilmasligini, odatda, bu masalani har bir shaxs ixtiyoriy ravishda hal qiladi. Modani yaratadigan, u to'g'risida ma'lumot tarqatadigan, moda namunasini iste'molchilari - moda kommunikatsiyasining ishtirokchilari deb ataladi. Ular uch guruhga bo'linadi: yaratuvchilar, tarqatuvchilar va iste'molchilar.[13]

Modani yaratuvchilar o'z navbatida ijodkorlariga, ishlab chiqaruvchilarga va ko'paytiruvchilarga bo'linadi.

Moda ijodkorlari - bu moda bo'ladigan namunalarni yaratuvchilari (libos dizaynerlari, yozuvchilar, musiqachilar, rassomlar, kinorejissorlar va b., ya'ni madaniy namunalarning professional ijodkorlari). Ammo, oddiy insonlar, yoshlar, submadaniyat vakillari ham moda ijodkorlari bo'lishi mumkin. Bu holda yaratilgan modani tasodifiy, "kucha moda"si deyishadi.

Moda ishlab chiqaruvchilari kelajak moda namunasini tirajlash uchun hujjatlarni tayyorlashadi (kiyim konstruktorelari va texnologlar, va b.).

Modani ko'paytiradiganlar moda namunasini tirajlashadi, ular buyumni ommabop ishlab chiqarilish bilan bog'liq.

Moda tarqatuvchilar – bular iste'molchilarga moda yo'nalishi to'g'risida ma'lumot berishadi. Uni moda jurnallar muharrirlari, fotograflar, blogerlar, modani namoyish etuvchilar va b.

Moda iste'molchilari – bu moda namunalarini o'zlashtirib kiyishadiganlar. Barcha iste'molchilarni modaga nisbatan quyidagi guruhlarga bo'lish mumkin (amerika tadqiqodchisi E.Rodjers tipologiyasi bo'yicha):

- novator va eksperimentatorlar (2,5%) – bular yangi modani yaratishga va tajribalar o'tkazishga tayyor insonlar. Aynan shu iste'molchilarga avangard dizaynerlarning kolleksiyalari qaratiladi, ular uchun yangi uslub va ekstravagant shakllarni taqdim etishadi;

- ilk muxlislari (13,5%) – ular birinchi bo'lib modaning yangi g'oyalarini o'zlashtirishadi va o'z muhitida peshqadam bo'lishadi;

- ilk ko'pchilik (34%) – ular modaga amal qilishadi, ammo, avaylab, barcha zid tomonlaridan voz kechib kiyishadi. Bu iste'molchilar uchun yangi shakl, rang materiallarni qo'llab libos yaratishadi;

- kechikkan ko'pchilik (34%) – moda jamiyatda keng tarqalganda, ular shundagina modani o'zlashtirishadi. Ular eng yangi uslublar, shakllarni qabul qilmasdan, o'tgan modaga amal qilishadi;

- konservatorlar (an'anachilar 16%) – yangi moda yo'nalishidan voz kechgan iste'molchilar, ular faqat o'tmish modaga amal qilishadi. Bu iste'molchilar uchun klassik uslubdagi buyumlarni taqdim etiladi.

Nazorat savollari

1. Tektonika tushunchasini ta'riflab bering.
2. Materialning qanday xususiyatlari shakl tektonikasini aniqlaydi?
3. Ishlov berish texnologiyasi buyum tektonikasiga qanday ta'sir etadi?
4. Buyumning konstruksiyasi tektonikaga qanday ta'sir etadi?
5. Shakl tushunchasining mohiyati.
6. Shakl tarkibini nima ifodalaydi?

7. Shakl xususiyatlarini tavsiflab bering.
8. Shakl xususiyati – hajmdorlik darajasini ta’riflab bering.
9. Kostyum silueti turlari.
10. Kostyumdagi chiziqlar turlari.
11. Kostyum dizaynida kompozitsion yaxlitligining o’rni.
12. Shaklning statikligini nima ifodalaydi?
13. Shaklning dinamikligiga nima sabab bo’ladi?
14. Shakl dinamikasining qomatni tashqi ko’rinishiga ta’siri qanday?
15. Simmetriya va asimmetriya atamalarini ta’riflab bering.
16. Kostyumda qanday simmetriya turlari uchraydi?
17. Kompozitsion muvozanatga nima ta’sir etadi?
18. Kompozitsion muvozanatga qanday erishiladi?
19. Qanday oddiy nisbatlar kostyum dizaynida uchraydi?
20. Qanday irratsional nisbatlar kostyum dizaynida uchraydi?
21. “Oltin kesim” proporsiyasini tavsiflab bering.
22. Qaysi ranglar xromatik va noxromatik ranglarga kiradi?
23. Xromatik va noxromatik ranglarning fizik xususiyatlari.
24. Ritm tushunchasini ta’riflab bering.
25. Kostyumning qaysi elementlari ritmik takrorlanishi mumkin?
26. Metrik tuzilishlar turlari.
27. Ritmik tuzilishlar turlari.
28. Uslub tushunchasi.
29. Klassik uslubdagi bluzalarning o’ziga xosligi.
30. Sport uslubidagi kiyimlarning o’ziga xosligi.
31. Romantik uslubdagi ko’ylaklarning o’ziga xos xususiyatlari.
32. Folklor uslub mikrouslublari.
33. Moda atamasini ta’riflab bering.
34. Kostyum va modaning funksiyalari.
35. Modani rivojlanish qonuniyatlari.
36. Modaning rivojlanish sikllari qanday?
37. Moda yaratuvchilarning vazifasi.
38. Moda iste’molchilari qanday guruhlarga bo’linadi?

3. KOSTYUMNI LOYIHALASH USULLARI

3.1 Loyihalashning asosiy bosqichlari

Kostyum elementlarini loyihalash – bu tadqiqotlar olib borish, eskizlar, maketlar va modellarni yaratish, buyumlar chizmasini va hisobini ishlash, tajriba uchun namunalarni ishlash, belgilangan xususiyatlarga ega yangi kiyim namunasini yaratish jarayonidir.

Dastlabki loyihalash tadqiqotlar va o'xshash modellar tahlili asosida yangi ijodiy konsepsyada tug'iladi, ular eng avvalo siymoda o'z aksini topadi. Siymo balki eskizda yaratilib, maketda va keyin modelda ifoda etadi yoki bevosita gazlama bilan maketlash jarayonida modelga aylanadi.

Dizaynning fikrlashi ixtisos yo'nalishga oid rivojlanisa va dizayner o'zi quyidagi xususiyatlarga ega bo'lsa, loyihalash shundagina foydali natija beradi: masalani aniq ko'rish va ifodalash qobiliyati bo'lishi lozim; qisqa vaqt davomida ko'p g'oyalarni tez ishlab chiqish lozim; ajoyib yechimlarni topish; berilgan muammoga oid juda zo'r yechimlarni tez o'ylab chiqish mahorati bo'lishi lozim.

Loyihalanayotgan masalani yechish uchun dizaynerni ijodiy jarayonida reja mavjud bo'lishi lozim:

- g'oyani paydo bo'lishi va masalani qo'yish;
- ma'lumotni yig'ish va to'plash, ijodiy manbani tanlash;
- kuchni konsentratsiyalash, intensiv ishlash, har xil evristik va loyihalash usullaridan foydalanish;
- tanaffus qilish, diqqatni chetga tortish va bir necha vaqt o'tgandan so'ng yana yechimga qaytish, yangi nuqtayi nazar bilan uni baholash;
- fikrning ravshanlashuvi – yakuniy optimal yechimni hosil qilish [4].

Kostyumni loyihalash asosiy bosqichlari quyidagilar:

1. loyihalashdan oldingi vaziyatni tahlil etish;
2. shakllantirish ma'lum turlarini tahlil natijalarini sintez etish;
3. asosiy vazifalarni aniqlash;
4. loyiha vazifani yechish uchun optimal variantlarni qidirishda har xil loyihalash usullarini qo'llash.

1. Loyihalashdan oldingi vaziyatni tahlil etish. Loyihalashni boshlang'ich bosqichida loyihalashdan oldingi tadqiqotlarda buyumni funksiyalarini, buyumlar yoki sharoit kompleksini, loyihalayotgan buyumni yoki sharoitni tashqi ko'rinishi to'g'risida, o'xshash modellarni borligi bo'yicha ko'rsatkichlar taqqoslanadi.

Loyihalashdan oldingi tahlil ijtimoiy-iqtisodiy, funksional (buyumdan foydalanish usullarini tadqiq etish), funksional – qiymatiga oidligini (aholining har xil guruhlarini istaklar tarkibini tahlil etish), texnologiya va shaklni (buyum va uni analoglarining tarkibini tahlil etish, kompozitsion, konstruktiv va plastik yechimlarini qidirish) tahlil etishni nazarda tutadi.

2. Loyihalashdan oldingi tahlilning natijasini shakllantirish muayyan turlarida sintez etish. Dastlabki loyihalash tahlilidan so'ng buyumni moddiylashtirish usulida (kompozitsiyasini tarkiblashtirish va uyg'unlashtirish) natijasini sintezlash.

Dizaynda sintez – bu dizaynerlik tahlilda loyihaga oid ma'lumotlarni fikriy tartibga solish jarayonidir va ularni yaxlitlikka birliktirib, loyiha siymosini yaratishdir. Yagona buyumlarning tarkiblanishi *shakllanish* deb nomlanadi. Sintez usullari tizimli (kombinator, o'xshashli) yoki o'z-o'zidan kelib chiqadigan intuitiv harakatda bo'lishi mumkin. Sintez jarayonida o'tkazilgan tadqiqotlarning natijasi aniq shakllantirish usullari bilan amalga oshiriladi.

Ijodiy konsepsiyani ishlab chiqish. Sintez jarayonida ijodiy konsepsiya tuzish – bu dizayner vazifasini yechish eng muhim qismidir. Dizaynda konsepsiya – asosiy g'oya, maqsadlarni, vazifalarni va vositalarni ma'naviy yo'nalishi.

3. Dizayn–loyihaning asosiy vazifalarini aniqlash. Dizayn-loyihani ustidan ish asosiy vazifalarni aniqlashdan boshlanadi. Eng avvalo loyihalayotgan buyumning mo'ljali va funksiyasi, konstruktiv va texnologik talablari aniqlanadi. Shu bilan birga loyihalashning maqsadi mavjud buyumlarni zamonaviylashtirish ham, ya'ni zamonaviy tashqi ko'rinishni berish (stayling yoki timsol asosida loyihalash) va vazifani prinsipial yangi yechim asosida yoki avval noma'lum texnologik tamoyil bo'lishi mumkin.

4. Loyihalash usullari. Loyiha vazifalarni eng optimal variantini qidirish jaryonida dizayner modellashtirish va maketlash usullarini qo'llaydi [3].

Dizaynda modellash – bu bir butun obyektни yoki obyektlar tizimining vaziyatini yoki funksional jarayonini aks etish, tasavvur etish yoki ta’riflab berish jarayonidir. Badiiy siymo, loyiha-grafik (eskiz yaratish), retrospektiv, konstruktiv, perspektiv, texnikaviy va kompyuter modellash usullari mavjud.

Loyiha-grafik modellash loyiha g’oyasini yaratishda va aks etishda yordam beradi. Loyiha-grafik-modellash quyidagilarni ko’zlaydi: grafik shaklini loyiha vazifaning ma’nosiga moslaydi; eskiz loyihani variant qidiruv va tajriba harakati; qo’yilgan vazifani yechish uchun loyiha qidiruvni mantiqiy ketma-ket va tizimli yondashish. Mavjud loyiha g’oyalarni, texnologiyalarni, korxonalarining iqtisodini, badiiy madaniyat yutuqlarini (me’morchilik, rangtasvir, haykaltaroshlik) inobatga olib, dizayner avval o’z tasavvurida kelajak buyumning eskizini va dastlabki grafik tasvirini yaratadi (qidiruv eskiz, for-eskiz). Yangi yechimlarni qidirish va variantlarini tanlanish qog’ozda qilinadi. Keyin buyumning tashqi ko’rinishining ta’rifi va amaliy foydalanish qoidasi aniqlanadi. Natijada loyihalayotgan buyumning badiiy-uslubiy va rangli-fakturaviy yechimi (eskiz loyiha) va konstruksiyasi, modelning proporsiyasi va silueti to’g’risida to’liq ma’lumot beriladi.

Dizaynda eng keng qo’llanadigan usul – *retrospektiv modellash*, ya’ni timsol va model o’xshashlarni tahliliga asoslangan va ushbu tahlil asosida yangi loyiha vazifasini tashkil etish. Ammo, bu usul dizaynning asosiy vazifasini bajarishga imkon bermaydi – yangi buyumlarni yaratish emas, balki mavjudlarni takomillashtirishdir.

Dizaynda boshqa modellashtirish usul – *konstruktiv model-lashdir* – bu buyumning funksiyasini va morfologiyasini (morfologiya – buyumni funksiyalariga moslashgan) material shaklini o’zgartirish. Konstruktiv modellash quyidagicha bo’lishi mumkin: korrektiv - buyumning funksiyasi va shakli takomillashtiriladi; o’timli - buyumga yangi xossalarni berish uchun funktsiya va morfologiya qaytadan tushunib yetiladi (masalan, kiyim dizaynida dekonstruksiya usuli); proeksion - buyumning funksiyasi va shakli qaytadan yaratiladi (kiyim yapon dizayneri I.Miyake ijodi).

Dizaynda eng innovatsion usul deb *perspektiv modellash* yoki loyihaviy prognozlash hisoblanadi, u jamiyatning perspektiv rivojini

o'rganish bilan shug'ullanadi va shu timsoliga yetishga imkon beradigan loyihani yaratadi.

Texnikaviy modellash – bu bazaviy model yoki uni grafik tasviri bo'yicha chizmalar va kiyim namunasini ishlash jarayonidir. Ishlab chiqarilgan namuna ommabop ishlab chiqarish korxonalariga shakl va konstruksiyasi bo'yicha namuna bo'ladi.

Zamonaviy dizaynda *kompyuter dizayni* muhim o'rinni egallaydi, chunki u yangi texnologiya rivojlanishi nuqtayi nazaridan eng perspektiv desa bo'ladi. Kompyuter dizayni mustaqil yo'nalishga asoslanib, ma'lumot bilan vizual ishlashga asoslangan (kompyuter grafikasi, dizayn WEB-sahifalar).

Kompyuter dasturlar bilan stilistlar foydalanadi (makiyaj va soch turmagi, kiyim modelini ma'lum shaxs uchun tanlash); to'qimachilar va trikotaj dizaynerlari (naqsh, rang gammasi variantlarini yaratishda); kiyim dizaynerlari (modellar eskizini ishlash); konstruktor va texnologlar. Kompyuter modellashning rivojlanishi ishlab chiqarish yangi texnologiyalari bilan chambarchas bog'liq, masalan, reklama va poligrafiyada.

Kiyim ishlab chiqarishda ham kompyuter dasturlar keng qo'llanmoqda. Ular yangi modellar joriy etilganda xarajatlarning kamayishiga, moslashuvini va harakatchanligini tezlashtirishga imkon beradi: loyihalashni avtomatlashtirgan tizimi, konstruktorlik dasturlari standart va shaxsiy o'lchamlar asosida nafaqat bazaviy asosni tuzishga, unga model xossalarini kiritishga imkon beradi, balki mavjud emas modelning hajmiy tasvirini modellashga ham imkon beradi.

Loyihalash usullaridan yana biri – *maketlash*. Dizaynda maketlash - bu masshtabda yoki asliga mos har xil materiallardan maketlarni ishlash. Maket – loyihalayotgan buyumni materialdan ishlab chiqarishdir. Hajmiy maketlar buyumning fazoviy tarkibi, o'lchamlari va proporsiyalari to'g'risida tasavvur beradi. Kostyum maketini yaratish uchun material sifatida maket materiallari, qog'oz, noto'qima materiallar, sellofan, sun'iy charm, plastilin va b. qo'llanishi mumkin. Zamonaviy kostyum dizaynda asosan loyiha-grafik modellash va maketlash usullari qo'llanadi.

Dizayn-loyihaning bosqichlari

Dizayn-loyihani bajarish jarayoni quyidagi o‘zaro bog‘liq bosqichlardan iborat:

- muammoviy vaziyatni anglash, masalani yechimini tamoyillarini va vositalarini aniqlash, “muhit” loyihalash tamoyillari, dizayn ekologiyasini inobatga olib, loyihalashni real madaniy–tarixiy kontekstga kiritish;

- dastlabki loyiha tahlili: badiiy loyihalashda ijodiy konsepsiya, kostyum elementlari va to‘plamlarni yaratishda ijodiy manba sifatida har qanday tabiiy hodisalar, buyum muhitining turli elementlari, dunyoda sodir bo‘layotgan voqealar, musiqa, adabiyot, kino, me‘morchilik, tarixiy va xalq kostyumlari, eklektika usuli, parodiya usuli, stilizatsiyalash usuli va b. foydalanish, kostyum dizaynida tarixiy merosni tadqiqot qilish va foydalanish zamonaviy usullari;

- eskiz loyihalash: eskiz loyihalash va amaliy grafikada foydalaniladigan grafik tasvirlash vositalari, texnik eskizlarni yaratish (qirqimlar, detallar, chiziqlar, choklar, bezak va hajmiy elementlarni tasvirlash), Sketchbook va eskizlar albomi tayyorlash;

- loyiha qismi (konstruktorlik va texnologik), kostyum elementlarini loyihalashda kombinator usullari: kombinatorika, transformatsiya, kinetizm, razmersiz kiyim ishlab chiqish, yaxlit bo‘lak matodan kiyim yaratish; model usuli, dekonstruksiya usuli, har xil assortimentlarning bir-biriga kirishishi va qo‘shilish yo‘nalishlarini rivojlantirish, konstruktor-texnologik qism, liboslar to‘plamining texnologik ishlov berish xususiyatlari va tayyorlanishi;

- loyihani taqdimotini tayyorlash.

Sketchbook - bu ijodiy hujjat bo‘lib, o‘zida yozma va vizual materiallarni mujassam etadi. U g‘oyalarni tadqiqot etishga, o‘rganishga, rejalashtirish va rivojlantirishga, hamda test o‘tkazish, baholash va loyihalarni muhokama qilishga yordam beruvchi ish qurolidir. U boshqa rassomlarning tajribalarni o‘rganish va o‘zida to‘satdan paydo bo‘lgan g‘oyalarni ifodalashga imkon beradi (46-rasm).



27-rasm. Sketchbook varaqlari namunasi [3]

Yangi buyumlarni, yangi xossalarni va buyum muhitini yangi funksiyalarini loyihalashga dizayn faoliyati moslangan.

Kostyumni loyihalash asosiy bosqichlari quyidagilar:

Loyihalashdan oldingi vaziyatni tahlil etish. Loyihalashning boshlang'ich bosqichida loyihalashdan oldingi tadqiqotlarda buyumni funksiyalarini, buyumlar yoki sharoit kompleksini, loyihalayotgan buyumni yoki sharoitni tashqi ko'rinishi to'g'risida, o'xshash modellarning borligi bo'yicha ko'rsatkichlar taqqoslanadi.

Loyihalashdan oldingi tahlil ijtimoiy-iqtisodiy, funksional (buyumdan foydalanish usullarini tadqiq etish), funksional – qiymatiga oidligini (aholi har xil guruhlarining istaklar tarkibini tahlil etish), texnologiya va shaklni (buyum va uning analoglari tarkibini tahlil etish, kompozitsion, konstruktiv va plastik yechimlarini qidirish) tahlil etishni nazarda tutadi.

Loyihalashdan oldingi tahlilning natijasini shakllantirish muayyan turlarida sintez etish. Dastlabki loyihalash tahlildan so'ng buyumni moddiylashtirish usulda (kompozitsiyasini tarkiblashtirish va uyg'unlashtirish) natijasini sintezlash.

Dizaynda sintez – bu dizaynerlik tahlilda loyihaga oid ma'lumotlarni fikriy tartibga solish jarayonidir va ularni yaxlitlikka birlashtirib, loyiha siymosini yaratishdir. Yagona buyumlarni tarkiblanishi *shakllanish* deb nomlanadi. Sintez usullari tizimli (kombinator, o'xshashli) yoki o'z-o'zidan kelib chiqadigan intuitiv harakatda bo'lishi mumkin. Sintez jarayonida o'tqazilgan tadqiqotlarning natijasi aniq shakllantirish usullari bilan amalga oshiriladi.

Ijodiy konsepsiyani ishlab chiqish. Sintez jarayonida ijodiy konsepsiya tuzish – bu dizayner vazifasini yechish eng muhim qismidir. Dizaynda konsepsiya – asosiy g'oya, maqsadlarni, vazifalarni va vositalarni ma'naviy yo'nalishi.

Dizayn–loyihaning asosiy vazifalarini aniqlash. Dizayn-loyihani ustidan ish asosiy vazifalarni aniqlashdan boshlanadi. Eng avvalo loyihalayotgan buyumni mo'ljali va funksiyasi, konstruktiv va texnologik talablari aniqlanadi. Shu bilan birga loyihalashning maqsadi mavjud buyumlarni zamonaviylashtirish ham, ya'ni zamonaviy tashqi ko'rinishni berish (stayling yoki timsol asosida loyihalash), va vazifani prinsipial yangi yechim asosida yoki avval noma'lum texnologik prinsip bo'lishi mumkin.

Loyihalash usullari. Loyiha vazifalarni eng optimal variantini qidirish jaryonida dizayner modellashtirish va maketlash usullarini qo'llaydi.

Dizaynda modellashtirish – bu bir butun obyekt yoki obyektlar tizimining vaziyatini yoki funksional jarayonini aks etish, tasavvur etish yoki ta'riflab berish jarayonidir. Badiiy siymo, loyiha-grafik (eskiz yaratish), retrospektiv, konstruktiv, perspektiv, texnikaviy va kompyuter modellashtirish usullari mavjud.

Sketchbookda loyihalash jarayoni quyidagi bo'limlarga bo'linadi:

1. Mavzu bo'yicha tadqiqot va izlanish olib borish.
2. Ijodiy manba tanlash va asoslash.
3. Bluza dizaynini ishlab chiqish.
4. Manekenda shaklini izlash.
5. Kiyim proporsiyalarini aniqlash.
6. Kiyim siluetini aniqlash.
7. Rang va ranglar qatorini tanlash.
8. Namunani tayyorlash.

3.2 Kiyim assortimenti va klassifikatsiyasi

K i y i m - odam tanasini tashqi ta'sirlardan muhofaza qiluvchi va estetik funksiyalarni bajaruvchi buyum va buyumlar majmui. «Kostyum» - chuqur va keng ma'noga ega. Insonning muayyan ruhiy holatini va tarixiy bosqishini aks ettiradigan, o'zaro uzviy bog'langan, bevosita tanaga kiyiladigan va unga mos ravishda tanlangan kiyim qismlarining tizimi *kostyum* deyiladi.

“Buyum funksiyasi” tushunchasi – badiiy loyihalashning markaziy kategoriyasidir. Kostyum funksiyalari tarixiy tashkillangan. Jamoaning turmush tarzi kiyim bilan foydalanishda o'z aksini ifodalaydi. Ilk bor kiyim himoya (tashqi muhitdan) funksiyani bajargan.

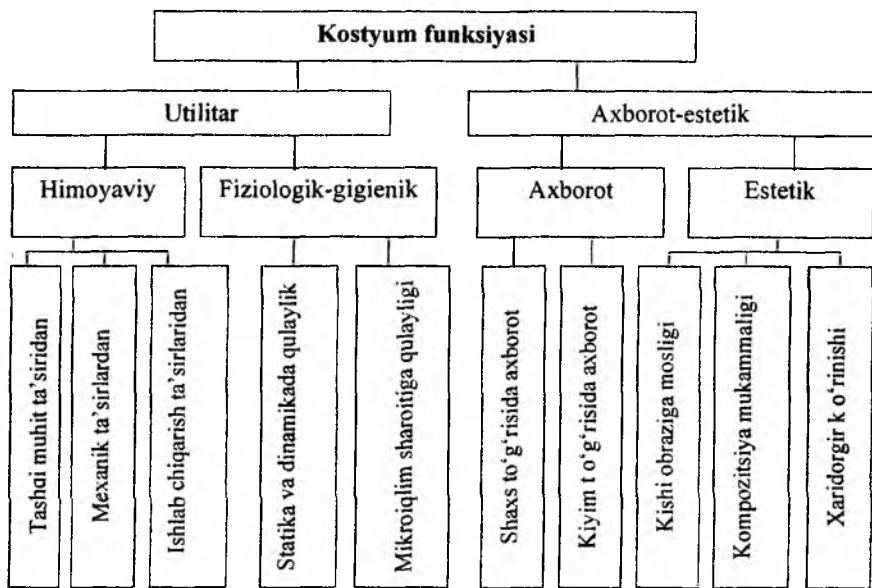
Xalqning turmush tarzi, asosiy faoliyat turi (tomir va meva yig'ish, ov va dehqonchilik va b.) kiyimda o'ziga xos elementlarni paydo bo'lishiga sabab bo'lgandi (belbog'lar, yopinchoqlar, to'qilgan bosh kiyimlar va b.).

Kostyum funksiyasida jo'g'rofik va iqlim sharoiti, milliy an'analar, estetik didlar va jamoaning ijtimoiy buyurtmalari aks etiladi. Shakl va kostyum funksiyasi yoki uning funksional tarkibi bir-birini o'zaro bog'laydi.

Kostyumning funksional tarkibini tadqiqod etib, quyidagi xulosaga kelish mumkin: kostyumning mo'ljali, uning funksiyasi, “adresi” shakl, gazlama va bezaklarni o'zaro bog'liqligini aniqlaydi. Har bir foydali buyum baravariga ijtimoiy, madaniy, estetik ifodali

bo'ldi, ya'ni ko'pgina ijtimoiy foydali xossalariga ega va insonning turli ijtimoiy ehtiyojlariga mos bo'ldi.

Zamonaviy kostyum ko'p funksiyalidir. Kiyim funksiyalari ikki asosiy guruhlariga ajratiladi: *utilitar* va *axborot – estetik*. Agar kostyumda utilitar funksiyasi ustunlik qilsa, kostyum buyum sifatida bo'ldi; mintaqaviy, ijtimoiy, marosim yoki estetik funksiyasi ustunlik qilsa u timsol yoki belgiga ega bo'ldi.



18-chizma. Zamonaviy kostyum funksiyalari

Utilitar funksiya himoyaviy va fiziologik - higienik funksiya-larga bo'linadi. Axborot - estetik funksiyalar axborot va estetik funksiyalarga ajratiladi. Har bir funksiya keyingi pog'onada yana kengroq aniqlanadi. Misol uchun: himoyaviy funksiya tashqi muhit va ob-havo ta'sirlaridan himoyani, ishlab chiqarishning ta'sirlaridan va mexanik ta'sirlardan himoyalarni o'z ishiga qamrab oladi. Fiziologik va higienik funksiya kiyimni tinchlik va harakat holatida qulayligini bildiradi hamda kiyim ostidagi mikroiqlim sharoitining qulayligini aniqlaydi. Axborot funksiyalar kishi (kasbi, didi,

madaniyati) va uning kiyimi to'g'risida axborot beradi (kiyim vazifasi, o'rinliliigi, zamonaviyligi, yangilikligi va h.k.).

Estetik funksiyalar kiyimning inson obraziga mosligi, kiyim kompozitsiyasining mukammalligi va tayyorlashga oid sifatining darajasi hamda xaridorgirligi to'g'risida dalolat beradi. Kiyim funksiyasiga mosligini, uning amaliy vazifasiga muvofiqligini va konstruktiv jihatdan mukammalligini bildiradi.

Agar kiyimda uni tashkil etuvchi qismlari funksional va estetik jihatdan o'zaro mantiqiy yaxlitlikka ega bo'lmasa, uning ko'rinishi chinakam go'zal bo'la olmaydi.

Keyingi pog'onalarda, kostyum elementlari qo'shimcha funksiyalarni bajaradi: sehr-jodulardan himoya, biostimulyatsiya, ijtimoiy, belgi, erotik va b. Xalq kostyumlarida sehr-jodulardan himoya qiladigan elementlari mavjud (tumorlar, ko'zmunchoqlar, amulet va talismanlar va b.).

Tarixiy va zamonaviy kostyum *biostimulyatsiya* funksiyasini bajaradi. Kostyum yordamida odamni kasal qilish yoki sog'aytirish mumkin. Kostyumning biologik aspektini o'rganish optimal issiq va energohimoya xususiyatlarini ta'minlaydigan loyiha yaratishga yordam beradi (kostyumdagi innovatsion texnologiyalar va "aqli kiyimlar").

Zamonaviy kiyim uning vazifasini aniqlaydigan himoyaviy funksiya asosida tasniflanadi. Vazifasi bo'yicha kiyim uch xil sinfga bo'linadi: 1 - maishiy; 2 - sport kiyimi; 3 - ishlab chiqarishga oid kiyimlar. Maishiy kiyimning vazifasi odam organizmini iqlimiy ta'sirlardan himoya qilishdir. Sport kiyimi sportchi tanasini turli shikastlardan himoya qilishi hamda yuksak sport yutuqlariga erishmoqni ta'minlashi kerak; ishlab chiqarishga oid kiyimlar odamni nafaqat iqlimiy ta'sirlardan, balki ishlab chiqarish ta'sirlaridan muhofaza qilishi kerak. Har bir sinfga oid kiyimlar vazifasiga ko'ra kishik sinflarga, xillarga, guruhlariga va kichik guruhlariga bo'linadi [23].

Maishiy kiyimlar sinfi - eng katta sinf. U quyidagi kichik sinflarga bo'linadi: tahlil

1.1 - ish kiyimlar;

1.2 - ko'ylak-kostyumlar;

1.3 - ust kiyimlar;

1.4 - korset buyumlari;

1.5 - bosh kiyimlar;

1.6 - qo'لقop.

Har bir sinf kichik sinf turlarga bo'linadi. Masalan, ko'ylak-kostyum kishik sinfi - 1.2 quyidagi turlarga bo'linadi: 1.2.1 - pidjak; 1.2.2 - jaket; 1.2.3 - kurtka va h.k.

Yosh - jinsi jihatdan kiyim quyidagisha guruhlanadi: erkaklar kiyimi, ayollar kiyimi, bolalar kiyimi. Bolalar kiyimi o'z navbatida - chaqaloqlar kiyimi, yasli yoshidagi, maktab yoshigacha, kichik maktab yoshi va o'spirinlar kiyimiga farqlanadi.

Yil fasliga va iqlimiy zonaga bog'liq holda kiyim kishik guruhlarga bo'linadi: bahorgi - kuzgi, yozgi, qishki va har mavsumli.

Kiyimning muayyan sharoitda ishlatilishiga qarab ushbu tasnifni yana davom ettirish mumkin. Masalan: ayollar ko'ylagi - kundalik, an'anaviy, uy ishi, ishchi va h.k. bo'lishi mumkin.

Sport kiyimlari sinfi sport turiga qarab kishik sinflarga, yosh - jinsga qarab guruhlarga bo'linadi.

Ishlab chiqarish kiyimlari sinfi vazifasiga ko'ra uch kichik sinfga bo'linadi:

3.1 - maxsus kiyim; 3.2 - rasmiy kiyim; 3.3 - texnologik kiyim.

Maxsus kiyim himoyaviy funksiyasi bo'yicha standart talablariga ko'ra 13 guruh va 39 kishik guruhlarga bo'linadi. Misol uchun, mexanik ta'sirlardan, past va yuqori haroratlardan, radioaktiv moddalardan, rentgen nurlaridan, kislota, ishqor, yog' va h.k. ta'sirlardan himoyaviy guruhlari farqlanadi.

Maxsus kiyimlar, maishiy kiyimlardek, o'z navbatida turlarga bo'linadi.

Rasmiy kiyimlar - harbiy xizmatchilar kiyimi, dengiz va daryo xizmatchilari kiyimi, temir yo'lichilar kiyimi, aloqachilar kiyimi va boshqalar. Rasmiy kiyimning asosiy xillari - shinel, palto, kitel, ko'ylak, ish kiyim, bosh kiyim.

Texnologik kiyim - tibbiy va yuqori aniqlikni talab qiladigan ishlab chiqarishda odamni mehnat predmetlaridan muhofaza qilish uchun mo'ljallangan.

Yosh va jinsga oid belgilar bo'yicha rasmiy kiyim – erkaklar, ayollar kiyimlariga ajratiladi. Kiyim sharoitga bog'liq holda esa yozgi, qishki, har mavsumli kiyimlarga ajratiladi.

Kod	Klassifikatsiya pog'onasi	Nomeri	Buyumning klassifikatsiya belgisi
85	Sinf		Kiyim
	Kichik sinf		
851		1	Ustki kiyim
852		2	Kostyumlik-ko'ylaklik buyumlar
853		3	Ichki kiyim
854		4	Bosh kiyim
855		5	Maxsus ish kiyim
	Guruh		
8511	1-kichik sinf uchun	1	Palto
8512		2	Yarim palto
8513		3	Shuba
8521	2-kichik sinf uchun	1	Kostyum
8522		2	Shim
8523		3	Erkaklar ko'ylagi
	Kichik guruh		Xomashyo
85231	2-kichik sinf 3-guruh uchun	1	Ip gazlama
85232		2	Zig'ir tolali gazlama
85233		3	Ipak va b.
			va b. har bir guruh bo'yicha
852311	Tur 2-kichik sinf 3-guruh uchun		Jins va yosh belgisi
852312	1-kichik guruh	2	Ayollar uchun kiyim
852313		3	Maktab yoshidagi bolalar kiyimi

3.3 Kostyum dizaynida evristik usullar

Libosni badiiy loyihalash jarayonida dizaynerning ishi birinchi navbatda ijodiy g'oya bilan ishlashdan boshlanadi. Loyihalashning an'anaviy usullari bugungi kunda yangi qiziqarli yechimlarni topishda katta samara bermaydi. Zamonaviy sharoitda esa yangi g'oyalarning mahsuli va tizimlashgan yaratuvchanlik muhim ahamiyatga ega. Bu bilan bog'langan holda loyihalashda ijodiy izlashni faollashtirish, dizaynerni kreativ fikrlashini rivojlantirishga, loyihalash jarayonini intensivikasiya qilishga ehtiyoj paydo bo'lmoqda. Dunyodagi barcha dizaynerlar dizaynning turli sohasida (sanoat buyumlari, kiyim, mebel va reklama) yangi g'oyalarni izlash bilan mashg'ul bo'lmoqdalar, birinchidan vaqt va progressga muvofiq bo'lish uchun, ikkinchidan buyumlar astalik bilan ma'nan va jismonan eskirishi yangi mahsulotlar va ularni shakllarini yaratish uchun. Mahsulot ishlab chiqaradigan firmalar bitta qiziq g'oyaga emas, balki tuganmas yangi, original g'oyalar bo'lishiga qiziqishadi. Bu esa, ijodiy fantaziyani jadallashtirish usullarini izlashni ta'minlaydi.

Evrastika (yunoncha *heurisko* — qidirmoqdaman, ochmoqdaman) — ijodiy g'oya mahsulini o'rganadigan fandır. Evristik usullarni ishlab chiqishda ixtirochilaridan P. Engelmeyer (1910 y., Rossiya), F. Kunse (1926 y., Germaniya), P. YAkobson (1934 y., SSSR), F. Svikki (1942 y., SSHA – Shveysariya), V. Gordon (1944 y., SSHA), A. Osborn (1957 y, SSHA), G.S. Altshuller, G.YA. Bush, A.I. Polovinkin, R.P. Povileykolar tomonidan ixtirolarni yaratish usullari keng tanilgan. [11]

Libos dizaynini evristik usullari – bu dizaynerlar uchun yangi g'oyalarni, buyumlarni yaratishda psixologik to'siqlarni yengishga, inersiya va fikrlashda qolipga tushish holatida va yechimi yo'q vaziyatdan chiqishga yordam beradi. Usullarning maqsadi yangi yechimlarni faollashtirishga xizmat qiladi. Shuningdek, jadallashtirish g'oyalarni to'plashga jarayonini jadalroq bo'lishiga, original fikrlarni jamlashga ko'maklashadi. Ijodiy jarayonni samarasini oshirish uchun usullarni ishlab chiqishda maxsus psixologik mexanizmlar qo'llaniladi: fikrlarni bog'lash va e'tiborni jamlash, tasavvur etish o'yinlari. Turli xil evristik usullarni qo'llash kasbiy

yo'nalishda o'ziga xos ijodiy qobiliyatlarini ochishga, epchillikni rivojlantirishga, moslashuvchan, fikrlashning tafovuti dizaynerda tashabbuskorlikni uyg'otadi. Bu usullarni mukammal bilish yuqoriroq intuitiv ijodga o'tishga yordam beradi. Quyida dizaynerlarni moslashishi uchun yangi va muhandis evristik usullar keltirib o'tilgan. Ijodiy jarayon juda murakkab va o'ta xilma xil hodisa. Ijodiy tasavvurni rivojlanishi, loyiha ijodiy vazifalarni noan'anaviy usullar bilan yechish, psixologik inersiyani yengish – bu evristik usullarning imkoniyatlaridir. Zamonaviy dizaynerlar ko'pincha analogiya, assotsiatsiya, kombinatsiyalash, inversiya va b. usullarga asoslangan oddiy evristik usullari bilan foydalanadi. Loyhalovchi evristik usullari bilan foydalanishni bilishi kerak. Turli evristik usullari bilan qo'llanish natijasida dizaynerning ijodiy qobiliyatini va tashabbusini professional yo'nalishda fikrlash mantiqini rivojlanishga imkon beradi. Bu holda ijodiy qidirishni tartibga solish va jadallashtirishga imkon paydo bo'ladi. Shu tarzda dizaynerni o'qitish eng muhim maqsadi – bu har bir talaba loyihalash faoliyatida o'z qobiliyatini ochishga va o'z o'zini baholash qobiliyatini rivojlanishiga imkon berish, va loyihaga qo'yilgan vazifani yechish uchun individual usullarni ishlab chiqish. Dizayner faoliyatida qo'llanish mumkin evristik usullarini ko'rib chiqamiz.

Bulardan assotsiatsiya usuli – bu alohida tasavvurlarni o'zaro bog'liqligi, bunda bitta tasavvur boshqa tasavvurga yo'l ochadi. Ana shu qonuniyat asosida assotsiatsiya usuli qurilgan. Agar dizayner o'rab turgan voqelikda paydo bo'lgan turli tomonlarini ilib olsa va ular bilan o'zining faoliyat obyekti o'rtasida bog'liqlikni yarata olsa, bu usul katta samara beradi. Libos dizayneri real voqelikdan barcha narsani olishi mumkin, bunda motiv, nimanidir fragmenti yoki manbani transformatsiyalab, kiyim shakliga aylantirishi mumkin. K.Dior: «Man nimani ko'rsam, eshitsam va yashashimdagi barcha narsalar ko'ylakka aylanaveradi» - deb aytgan.

Assotsiatsiya usuli – g'oyani vujudga kelish usullaridan biridir. Agar dizaynerlarning ijodiy tasavvuri tashqi muhitni turli g'oyalarga qaratisa, bu holda bu usul yaxshi natija berishi mumkin. Dizaynerni siymo-assotsiatsiyativ fikrlanishini rivojlanishi, uni “o'ylash apparatini” doimiy “harbiy tayyorgarlikka” olib kelishdir, chunki bu o'qiyotgan ijodiy shaxsni muhim vazifalaridan biri. U tevarak

atrof muhitiga tez ta'sirlanishi va u yerdan assotsiatsiyani olishi kerak. Undan tashqari, zamonaviy dizaynda siymoli fikrlash loyihalashda prinsipial yangi uslub deb hisoblandi.

Dizaynerni assotsiativ fikrlashi buyumli, abstrakt va psixologik assotsiatsiyalarni obyekt yechimini grafik qidiruvga o'zlashtirishdi. Ijodiy jarayonda assotsiativ fikrlash juda muhim. Shunday fikrlashga dizaynerning qobiliyat ijodining asosi bo'ladi, chunki har qanday san'at asari – bu xotirada tiklangan real dunyoni va buyumlarni assotsiativ tasavvurlash natijasidir.

Kostyum dizayneri real borlikni qandaydir transformatsiya va o'zlashtirish natijasida kiyimda qo'llashi mumkin va barcha narsalarni olishi mumkin: mavzuli fragment yoki butunlay manbani. Kostyum loyihalashda ijodiy manba sifatida tabiat, voqealar, buyumlar bo'lishi mumkin. Libos dizaynerni shakl, hajmlarni birikmasi, har xil tuzilishlarning birikmalari doimo qiziqtiradi.

Assotsiatsiyalar har xil bo'lishi mumkin: buyumli, abstrakt, psixologik va noreal. Asfaltda ko'lmaklar, muzni yaltiraganligi, yo'lda yoki daladagi loyning fakturasi, yomg'ir tomchisi, derazada ayozning rasmlari va b. - bular barchasi ixtiro qilish uchun ozuqa berishi mumkin. Darhaqiqat, dizaynerning fikri muayyan yo'nalishda bo'lishi uchun u doimiy professional mashqlar qilishi lozim. K.Dior quyidagicha izhor qilgan: "Aslda, barcha meni bilganim, ko'rganim yoki eshitganim hammasi meni vujudimda ko'ylakka o'zlashtiriladi".

Analogiya (o'xshash) usuli – qo'yilgan vazifani yechish usuli. Bu usulda tarixiy, xalq va milliy kostyumdan, muhandislik yechimlardan, me'mor inshootlaridan olingan o'xshash yechimlar yaratiladi. Dizayner ijodiy manbani sharhlash bilan uchrashadi va transformatsiya yordamida uni loyiha yechimiga aylantiradi. Bu usul keng va ko'pincha qo'llanadi, ayniqsa loyihalashda obyektning siymo yechimi qidirilganda. Yangi qiziqarli yechimlar ijodiy manbani ko'rinish alomatlaridagina emas, balki buyumni yaratish usulidan ham hosil bo'ladi: "bichilmagan va tikilmagan libos" usulini kostyum tarixidan o'zlashtirish mumkin (rimliklarning togasi, yopinchoqlar, hind ayollarning sarisi, indoneziya ayollarning sarong yubkasi va b.); "upakovka" usuli – tara va upakovka dizayni; "to'qish" usuli – amaliy-dekorativ san'at buyumlari va xalq

kostyumi g'oya beradi; "hajmiy fakturani yaratish" usuli – o'simlik shakllar, gullar, barglar, ildizlar, po'stloqlardan va b. g'oyani olish mumkin; "katta shakllarni qismlarga bo'lish" usulini o'rta asr yarog'-aslahalari va modul loyihalashdan g'oyani olish mumkin.

Analoglardan o'zlashtirilgan dastlabki g'oya amalga oshiriladi. Shunday loyihalash usuli funksional loyihalashga mansub, ya'ni buyumni loyihalashni emas, balki usulni. Masalan, loyihalash: choynakni emas, suvni qaynatadigan usulni; kalishni emas, suv o'tqazmaydigan poyafzalni.

Bionik usuli bionika konkret obyektlarni tahlilidan iborat. Masalan, hasharotlar qanotlarini tahlil etib, yangi o'ralish shakllarni, ustki kiyimlarni qavatlanishini, detallar transformatsiyasini yaratish mumkin. Ba'zi hasharotlarni nurlanishi ichiga yoritgich o'rnatilgan poyabzalni yaratish g'oyani tug'diradi. Dizaynda bionik yondoshish o'zgacha konstruktiv bo'g'umlarni, yangi xususiyatli fakturalarni hosil qilishga imkon beradi. Undan tashqari, bu usul dizayner e'tiborini tabiat obyektlarini diqqat bilan o'rganishga; odatiyda qiziqarli g'oya, prinsip va usulni ko'rishga imkon beradi. Bunda ijodiy shaxsni tashqi dunyo, odamni yashash muhit bilan bog'langanligi ayonidir.

Neologiya usuli xorijiy va o'z mamlakatiga oid loyihalashda yot g'oyalari bilan foydalanish usuli. Umuman aytganda, moda taqlidga asoslangan. Shuning uchun mutaxassislar va ist'emolchilar har bir yangilik yoki alomatni psixologik charchash ro'y bergancha tirajlanadi. Bunga ham prototipni fazoviy qayta tuzish asosida kiritish mumkin. O'zlashtirish jarayonda quyidagi savollarni qo'yish va ularga javob berish kerak. Prototipda nimani o'zgartirish kerak? Prototipda nimani o'zgartirish mumkin? Qanday qilib? Shunisi tushunarliki, prototipni o'zgartirmasdan foydalanish yoki o'zlashtirish professional janjalga va plagiatga olib boradi. Faqat usulni qo'llash korrekt hisoblanadi. Masalan, charm sumkani o'rilish masshtabini, fragmentlar shaklini va b. o'zgartirib, libos modelida qo'llash mumkin.

Karikatura usuli – dizayn mahsulotining siymo yechimini bema'ni, yangi tasodifiy yechimini hosil qilishga olib keladigan usul. U siymoli model chegarasini aniqlashga va ijodiy tasavvurni rivojlanishiga yordam beradi. Giperbola usuli, grotesk siymoni

yaratish zamonaviy modali eskizlarida va ba'zi dizayner model-larida ifodali siymoni yaratish uchun keng qo'llanadi (I.Miyake, D.Galyano, A.Mak-Kvin, D.Van Notten).

Boshqalar fikrini aniqlash yoki "aql yig'iladigan usuli" doimo talabalar o'qitilganda ularni qandaydir muammo yechish to'g'risida so'ralganda qo'llanadi: "Bu to'g'risida nima o'ylaysiz?" Etilgan ko'p mulohazalar asosida loyiha vazifasini yechish uchun optimal varianti aniqlanadi. Umuman aytganda, dizayner kabinet xodimi emas. Dizayn mahsulotini ishlab chiqishda kollektiv ijod muhimdir. Ba'zi dizayn-studiyalari ishni boshlaganda yetarli miqdorda g'oyalarni generatsiya qilish uchun ko'p odamlarni jalb etishadi. Bunga loyihalashdan oldin dastlabki tadqiqotlarni o'tqazish bosqichini kiritish mumkin, qayerda loyihaning muammolari va maqsadlari shakllanadi: ilmiy-texnikaviy jurnallardan, so'rov va intervyulardan, analoglarni o'rganishdan ma'lumot yig'iladi. Bular barchasi yangi ma'lumotni hosil bo'lishiga olib keladi.

Dekompozitsiya va ketma-ket yaqinlashish usuli - murakkab vazifani qismlarga ajratish va ketma-ket ularni yechish. Bu usul "o'zlashtirish" usuliga o'xshaydi. Masalan, loyihalash vazifasi ayollar ustki kiyim seriyasini ishlab chiqish, bu usuldan foydalanib loyihani bir necha ketma-ket bosqichlarga bo'lamiz: qanday yangilikni siz tavsiya etasiz, qanday stereotipdan voz kechish kerak – bu asosiy bosqich; qanday assortimentni ishlab chiqish kerak; sanoat yoki shaxsiy buyurtma uchun; qanday shakl, siluet, proporsiyalarda va boshqa kompozitsion vositalarida bo'ladi; so'ng bosh va oyoq kiyimlar va aksessuarlar to'g'risida o'ylanadi. To'g'oyaga mansub yechim topilmagancha bu bilan yurish kerak. Bunda murakkab loyiha vazifasini avval yechish uchun yengil vazifalarga bo'lish mumkin bo'lganda "o'zgartirish usul"ini qo'llash ma'qul. Masalan, estrada kostyumni eskizlar seriyasini yaratish uchun avval siymoni, imidjini, so'ng bezaklar va kostyum o'ylanadi.

Yordamchi vazifa usuli - o'xshash vazifani yechish va uni yechishga halaqit beradigan ko'rsatkichlarni aniqlash. Shunday evristik usuldan kostyum dizaynerlari doimo foydalangan. Bu usul boshqalarni o'xshash g'oyalarni (moda jurnallaridan, ko'rgazmalardan, libos modellari namoyishidan, magazin, butik va bozorlarni qatnashishdan) kiritishdan va ularning fazilatlarini va

kamchiliklarini astoydil tahlil etishdan iborat. Bu usul o'zgani loyihalash tajribasini qo'llab, murakkab vazifani echishga imkon beradi.

"Kamchiliklar ro'yxati" usulida buyum kamchiliklari batafsil to'liq ro'yxati tuziladi. Agar tayyor buyumning sifatini yaxshilash vazifasi qo'yilsa, bu usulni qo'llash tavsiya etiladi. Ro'yxat kamchiliklarni yo'qotishga yordam beradi. Umuman aytganda, dizayner dizayn mahsulotini iste'molchisiga aylanib ko'proq so'rash va savollar berishi kerak.

Yordamchi savollar usuli psixologik inersiyani pasaytirishga va variantlarni qidirishni tartibga solishga yordam beradi. Quyidagi savollar qo'yilishi mumkin: buyumda nimani ayirish, parchalash, kattalash va h.k. mumkin. Masalan, vazifa plashchni loyihalash bo'lsa, quyidagi yordamchi savollarni qo'yish mumkin: Plashch transformatsiyalanadigan bo'ladimi, qanday detallari va qanday qilib? Qavilgan astari olib qo'yadigan bo'ladimi, qanday materialdan qilinadi? Plashch kimga mo'ljallangan? Plashchni avra materiali arzon (sintetik plyonka, sun'iy charm, gazlama) yoki qimmatbaho (tabiiy charm, zamsha, qimmatbaho gazlama) bo'ladimi? va b. Savollar kerakli yechimga olib keladi va loyihalash jarayonni yengillashtiradi yana *"yetti karra qidirish uy"* usuli qo'llansa. Bu usul dizayner o'ziga qo'yadigan yetti savolga asoslangan: Kim? Nima? Qayerda? Nima bilan? Nima uchun? Qanday qilib? Qachon? Vazifani yechish jarayonida qidirish yo'llarni kengaytirish uchun vazifa formulirovkasini o'zgartirish usuli bilan dizayner oldida strategik vazifa qo'yilganda foydalanadi. Masalan, berilgan vazifa plashchni loyihalash bo'lsa, uning formulirovkasini quyidagicha o'zgartirish mumkin: suv o'tqazmaydigan yoki suvni o'zidan qochiradigan gazlamadan yoki polietilen plyonkadan va b. plashchni yaratish; suv muayyan holda oqib ketadigan yoki ma'lum joylarga yig'iladigan plashchni yaratish; knopka bosilganda kapyushoni soyabonga aylanadigan plashchni yaratish; taxlaganda kichkina sumkaga sig'adigan plashchni yaratish va h.k. Agar o'zgargan vazifa formulirovkasi kutilmagan hattoki be'mani bo'lsa, yechimi ham qo'yilgan vazifaga binoan tasodifiy bo'lishi mumkin. Umuman *"vazifa formulirovka"*

rovkasini o'zgartirish" usuli loyiha yechimini qidirish doirasini kengaytiradi va dizaynerni fikrlashini mobilligini namoyish etadi.

Antropotexnika usuli – odamni fizik imkoniyatlariga mos yangi buyumlarni loyihalash usulidir. Hattoki avangard modellarida ham odam tana proporsiyalari, buyumning qulayligi inobatga olinishi kerak. Masalan, cho'ntaklarni joylanishi foydalanishga qulay bo'lishi kerak, sumkaning taqilmasi bir qo'l bilan ochilishi kerak.

Empatiya usuli loyihalayotgan buyumni "roliga kirish". Bu usul bilan teatr aktyorlari foydalanadi. Masalan, shahar transportida yurish uchun kiyim yaratish. Dizayner bu buyum "roliga kirib", uni nuqtayi nazaridan an'anaviy yechimlarini tahlil etadi. Demak, gazlamasi silliq bo'lishi kerak, osilgan detallari bo'lmasligi kerak va h.k.

Ilg'or texnologiyalar usuli – "ideal buyumni" qidirish usuli. Uning asosiy maqsadi buyum mo'ljaliga ideal mos bo'lishi kerak. Masalan, ideal kurtkani loyihalash vazifasi qo'yilgan. Xalqaro standartga ko'ra kurtka hajmi yetarli darajada bo'lishi lozim, konstruksiyasi buyumni figurada ideal o'tirishini va erkin harakatni ta'minlashi kerak; barcha detallari (cho'ntak, koketkalar va b.) qulaylikni ta'minlashi kerak, taqilmasi ikki qavatli ("molniya", tasma va pistonga va b.) bo'lishi kerak; belida va etagida enini o'zgartirish uchun kuliska, belbog', rezinka, xlyastik va b. qilinishi kerak; kapyushon transformatsiyalanadigan (ochiladigan, taxlanadigan, yoyib qo'yiladigan, maxsus cho'ntakka solinadigan) bo'lishi kerak; kurtka gigroskopik bo'lishi shart (perforatsiya, maxsus astar yordamida).

"Aqliy hujum" usuli – bu qisqa muddatda kollektiv g'oyalarni generatsiya qilish. Bu usulda ushbu muammo bilan shug'ullanmaydigan turli mutaxassisli odamlardan kollektiv tashkil etiladi. Kollektiv korxonalar bilan bog'liq emas joyda yig'iladi, uni ta'siri bo'lmasligi uchun. Bu holda quyidagi shartlar qo'yiladi: kollektiv katta bo'lmasligi lozim, kollektiv a'zolari ketma-ket tez o'z fikrini aytishi kerak, tanqid man etiladi, jarayon magnitofonga yoziladi. So'ng kollektiv ish natijasi mutaxassislarga beriladi, ular g'oyalarni tahlil etishadi, hattoki bema'ni hazil yoki paradoksal bo'lsa ham, baholashadi va yechish mohiyatini aniqlashadi.

Intuitiv fikrlashga asoslangan g'oyalarni generatsiya qiladigan usullar "miya hujumi" usulidan kelib chiqqan:

- "aql musohara" usuli – tanqid man etilgan holda qatnashuvchilarni tez so'rov qilish. Bu holda g'oya mantiqiy yakungacha yetqizilgani bois bu jaryon ko'p vaqt jalb qiladi, shuning uchun bu usul musohara deyiladi;

- "delf usuli" (qadimiy Yunoniston shahri Delfda orakul bo'lgan) – ekspertlar baholarini yig'ish tizimini tashkil etish yordamida ekspert prognozlash, ularni matematika-statistik tahlil etish va har bir sikl natijasi asosida ketma-ket korrektirovka qilish usuli;

- "qaroqchilar majlisi" usuli "miya hujumi" usuliga o'xshaydi. Bu usul qidirish, tahlil etish, tanqidiy baholashda, ekspert baholashda va xulosa chiqarishda qo'llanishi mumkin.

O'yin usuli modada o'yin fursatini nazarda tutadi, o'yin esa doimo innovatsion faoliyat bilan bog'liq. O'yin moda namunalari va siymolarini o'zgarishiga olib boradi va qidirishni rag'batlantiradi. O'yin uchun jarayonni o'zi muhim, qayerda buyumni transformatsiya va yakuniga yetqazmaslik asosi qo'yiladi. Erkin rux, teatrallik, tavakkal va ermak – bular barchasi zamonaviy dizayn elementlari. XXI asr libos kolleksiyalarida o'yin usuli ko'pincha qo'llanadi: dekonstruksiya, eklektika va b.

Xulosa qilib aytganda, yuqorida keltirilgan evristik usullarni qo'llash talabaga tashabbuskorlik, mantiqiy fikrlash, o'ziga xos iste'dodni ochishga yordam beradi. Kerakli soha bo'yicha talabalarda ijodiy izlanish olib borish, ijodiy izlanish jarayonini rostdash imkoniyati vujudga keladi. Evristika rag'batlantirish, "psixologik dori", ya'ni stresslarni yo'qotadigan, psixologik to'siqlarni yengib o'tadigan vosita sifatida bebaho ahamiyat kasb etadi. Evristik usullar – bu qachonlardir ijodiy fikrlashda intuitiv topilgan, tahlil etilgan va shakllantirilgan usullardir. Evristikada o'qitish jarayonida dizaynerning quyidagi kreativ sifatlari rivojlanadi: yangilikka intilish, fikrlashda moslanuvchan, chaqqon, bir nechta yechimlarni topib eng zarurini qo'llay olishi, maqsadga erishish jarayonida qiyinchiliklar va to'siqlarni, ma'naviy, jismoniy, moddiy va nazariy to'siqlarni yengib o'tish. Ana shu sifatlarni rivojlanishi dizaynerda kreativ kiyimlarni yaratishga imkon beradi.

3.4 Kostyumni loyihalash usullari

Hozirgi sharoitda kiyim dizaynini o'qitishning asosiy vazifasi loyihalash uchun har xil usullaridan foydalanib, ijtimoiy va madaniy muammolari bilan bog'liq, oldida muhim loyiha vazifalarini qo'yadigan va uni yechadigan mutaxassis tayyorlash.

Postmodernizm estetikasi iste'molchining estetika ehtiyojlariga binoan paydo bo'lib, ya'ni estetik va ekologik muammolari yangi siymolar, yangi shakllar, texnologik usullar va kiyim modellarida zamonaga yarasha yangi tamoyillarni talab qiladi.

Eski loyihalash prinsiplarini o'rniga "muhit" loyihalash prinsiplari keldi: inson ekologiyasini inobatga olib, loyihalash real madaniy-tarixiy kontekstga kiritish; abstrakt iste'molchiga emas, balki individual shaxsga in'om etish; dizayn obyektining asosiy iste'molchisi bilan hammualliflik; dizayner bergan sxemasidan passiv foydalanmasdan, dizayn mahsulotiga aktiv ijodiy munosabatda bo'lish; dizayner faoliyatining mohiyati, buyum muhitning ko'pgina obyektlarini yaratmasdan, insonning turmush tarzi ssenariysini taqdim etishdir.

Shu sababdan dizayn mahsulotlariga yangi talablar qo'yiladi: go'zallik, inson psixikasiga yaxshi ta'sir etishi, ijobiy hissalarini tug'dirishi, ijod etishga imkoniyat berishi lozim.

Kostyumni modellashda ayrim vazifa qo'yilsa, dizayn esa umumiy muammoni qo'yib, uni yechishga urinib ko'radi. Bu muammolar modali tendensiyaning jihati bo'lmasdan, insonni jamiyatdagi faoliyatiga taalluqlidir. Agar kiyimni modellash yaxshi shakl hosil qilish, figuraga mos bo'lish, zamonaviy bo'lish maqsadi qo'yilsa, dizayn esa muayyan maqsadda erkinlik berib "shaklni buzadi" (dekonstruksiya usuli), buyumni gavdada boshqa klassik yevropa an'analari o'rniga oid bo'lmagan o'rnatishni ataylab sinab ko'radi.

Dizayn yangi yo'nalishlarni ishlab chiqadi, ularga asoslanib modada tendensiyalar rivojlanadi. XXI asr kostyum dizayni quyidagi masalalarni yechadi deb taqozo etish mumkin: oddiy shaklni murakkabga transformatsiyalash; razmersiz kiyimni ishlab chiqish; tikilmagan kiyimni tavsiya etish; oddiy bichim asosida kiyim yaratish; har xil assortimentlarning bir-biriga kirishishi va

qo'shilish tendensiyasini rivojlantirish; oddiy vositalar yordamida kiyim ishlab chiqish; "uniseks" buyumlarni yaratish; komfortni taqdim etish uchun kiyimni transformatsiya etish; yangi materiallar, fakturalar va naqshlarni qidirish; yangi texnologik usullarini taqdim etish; ideal buyumni ishlab chiqish; noan'anaviy materiallardan bir marta foydalanadigan kiyim loyihalash.

Natijada kostyum dizayni kiyimni komfortliligini, tashqi muhit bilan uyg'un qo'shilishini, kiyimning yangi shakllarini yaratish muammolarini yechishga urinadi. Kombinatorika, modul, dekonstruksiya va boshqa usullaridan foydalanib, dizayner kelajak kiyimni rivojlanish yo'llarini taqdim etadi.

Dizaynerning fikrlashi ixtisos yo'nalishga oid rivojlansa va dizayner o'zi quyidagi xususiyatlarga ega bo'lsa, loyihalash shundagina foydali natija beradi: masalani aniq ko'rish va ifodalash qobiliyati bo'lishi lozim; qisqa vaqt davomida ko'p g'oyalarni tez ishlab chiqishi lozim; ajoyib yechimlarni topish; berilgan muammoga oid juda zo'r yechimlarni tez o'ylab chiqish mahorati bo'lishi lozim.

Loyihalalanayotgan masalani yechish uchun dizaynerni ijodiy jarayonida reja mavjud bo'lishi lozim: g'oyani paydo bo'lishi va masalani qo'yish; ma'lumotni yig'ish va to'plash, ijodiy manbani tanlash; kuchni konsentratlash, intensiv ishlash, har xil evristik va loyihalash usullaridan foydalanish; tanaffus etish, diqqatni chetga tortish va bir necha vaqt o'tgandan so'ng yana yechimga qaytish, yangi nuqtayi nazar bilan uni baholash; fikrning ravshanlashuvi – yakuniy optimal yechimni hosil qilish.

Nazariy va amaliy ish barcha loyihalash bosqichlarida umumiy loyihalash usulida tuzilishi mumkin: muammo situatsiyasini anglash; loyihalashdan oldin tahlil etish; masalani yechish uchun vositalar va prinsiplarni ta'riflash; formal siymoni tashkil etish; loyihani ishlab chiqish. Loyihalash uslubiy jarayonni to'rt asosiy bosqichga bo'lish mumkin: informatsion qism; tahliliy-tadqiqot qism; sintetik qism; kommunikativ-amaliy qism.

Kombinatorika usullari. Kiyim loyihalashda kombinatorika usullarni ilk bor 1920 yillarda konstruktivistlar A.Ekster, A.Rodchenko, L.Popova, V.Stepanova qo'llashgan.

Tizimga oid tarkibiy tahlilini o'zlashtirib va abstrakt rangtasvirda "formal tajribalar" bilan shug'ullanib, konstruktivistlar bu

usullarni kiyim ishlab chiqishda foydalanishgan. Kiyim loyihalashda ular bir necha shakllantirish usullarni qo'llashgan: oddiy geometrik shakllar to'plamidan standart elementlarni kombinatsiyalash; bazaviy shakl asosida har xil bezaklarni kombinatsiyalash; tayyor standart obyektlarini kombinatsiyalash. Keyinchalik shaklni hosil qilishning programmalashtirilgan usullari sanoatga oid kolleksiyalarni loyihalashda faqat yetakchi usul bo'lmasdangina grafik kompyuter dasturlarning asosiga yotadi.

Kombinator usullariga quyidagilar kiradi: kombinatorika, transformatsiya, kinetizm, razmersiz kiyim ishlab chiqish, yaxlit bo'lak matodan kiyim yaratish.

Kombinatorika – dizaynda fazoviy, konstruktiv, funksional, grafik tarkiblarni variantli o'zgarish qonuniyatlarini qidirish, tadbiq etish, foydalanishga va tipik elementlaridan dizayn obyektlarini loyihalash usullariga asoslangan kiyim shaklini hosil qilish tarzi. Soddaroq aytganda, kombinatorika – bu har xil tarzda shakl va uning elementlarini kombinatsiyalash. Kombinatorika – bu variantli izlanish, uni loyihalashda bir qator asosiy usullarga ajratish mumkin:

- to'qimachilik kompozitsiyalarini, rapportli gazlamalarni yoki trikotaj polotnosini ishlab chiqqanda elementlarni tekislikda kombinatsiyalash;

- yaxlit shakl hosil qilinganda tipik standart elementlarni (modul) qombinatsiyalash;

- muayyan shakl ichida (bir konstruktiv asos yoki bazaviy shakl) detallarni va proporsional bo'linishlarni kombinatsiyalash;

- tayyor kompleklarni tashkil etish, tayyor variantlarni kompyuterda qidirish.

Kombinatorika ma'lum usullardan foydalanadi: joyini o'zgartirish, qo'shimcha guruhlash, aylanish, ritmlarni tashkil etish.

Joyini o'zgartirish yoki evristik kombinatsiyalash, elementlarni o'zgartirish yoki alamashishni nazarda tutadi. Bu usul loiyihalashda keng tarqaldi, chunki oddiy va deyarli kutilmagan natija beradi. Kiyim bo'ylab detallarni kompanovka qilinganda, bir detallar boshqalari bilan almashtirilganda, bir konstruktiv asosda buyumning detallari variantli foydalanishda bu usul qo'llanadi. Masalan, yoqani cho'ntak, belbog', sumka, transformatsiyalana-

digan kvadrat, uchburchak, doiraga va boshqaga almashtirish. Ba'zan, bu g'oya bema'ni bo'lsa ham, unda oqilona g'oyani topish mumkin.

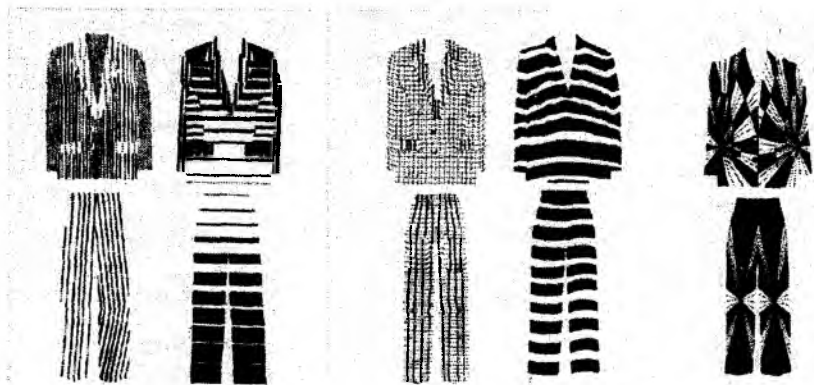
Qo'shimcha (o'yib o'rnatish) usuli oddiy shakldan murakkab shakl hosil qilinganda foydalanadi. Oddiy shakl ma'lum yo'nalishda (vertikal, gorizontal, diagonal yoki aralash) qirqiladi va turli shaklli geometrik shakllar (kvadrat, to'g'riburchak, uchburchak, doira, kapalak, gul va b.) orasiga kiritiladi.

Transformatsiya (lot. transformasio – o'zgarish) – kiyim shaklini boshqa turga aylantirish yoki o'zgartirish uchun kiyim loyihalashda ko'pincha foydalanadigan usul. Transformatsiya jarayoni dinamika, o'zgartirish harakati bilan mavjud bo'ladi. Transformatsiya quyidagicha amalga oshiriladi: bir shaklni ikkinchisiga o'zgartirish (masalan, uzun yubkani kalta qilish, taxlama sumka va b.); bir detal shaklini o'zgartirish (masalan, yoqaning uchi qaytariladi, uriladi, bog'lanadi va h.k.)

Kinetizm (yunon. kinetikos – harakatga keltirmoq) kombinatsiya qilish nazarda tutilgan loyihalash usuli, uning asosida ko'z ilg'aydigan shaklni harakatga keltiradigan g'oya olingan. Kinetizm usuli shaklda bezakda, naqshda va b. ko'z ilg'aydigan dinamikani hosil qilish. Shaklning harakat g'oyasi V.Tatlin, K.Melnikov, A.Rodchenko, va b. mansub, 1920-1960-yy. bu g'oyani L.Moxoy-Nad, M.Dyushan, R.Soto, N.Shoffer, Vazarelli va b. rivojlantirishgan. Kostyum dizaynida kinetizm usuli kiyimni transformatsiyalaydigan detallar dinamikasida, aylanayotgan va harakat qilayotgan elementlarida qo'llanadi. Ko'zni aldaydigan grafik vositalar yordamida "op-art" uslubida modellar kolleksiyasi ishlangan. Asosan illyuziya effekti to'qimachilik sohasida kuchli dinamikani yaratadi.

Razmersiz kiyimni ishlab chiqish – har xil qomatli odamlarga mos keladigan o'rta razmerli kiyimni ishlab chiqish uchun kombinatsiyalangan loyihalash usulidir. Razmersiz kiyim turli hajmli trikotaj kiyimlarida mavjud. Bunday kiyim turini loyihalash va ishlab chiqish dolzarb hisoblanadi, ya'ni ma'lum kombinatsiya yordamida hayotning barcha hodisalariga mos kostyum garderobini tashkil etish mumkin. Shuni ham hisobga olish kerakki, buyumlar oddiy, hattoki shakli primitiv bo'lishi kerak, ulardan oddiy va murakkab komplekslarni tashkil etish mumkin. Bu yerda "oddiydan

murakkablikka” o‘tish usuli. 1990-yilda amerikan dizaynerlar trikotajdan modali kiyimlarning o‘zgaruvchan garderobini taqdim etishdi. Taqdim etilgan komplektning ayrim qismlari (“truba”) juda oddiy bo‘lgan. Ushbu oddiy shakllar komplektning qismi sifatida bir-biri yoki boshqa kiyimlar bilan kombinatsiyalanib kiyilishi mumkin. Razmersiz kiyimning assortimenti har xil: qo‘sh burmali topdar; har xil qo‘sh burmali yubkalar; yopishgan siluetli, uzunligi minidan maksigacha yubkalar; har xil razmerli “xomutlar” yoqalar, lif, belbog‘simon kiyish mumkin. Razmersiz kiyim g‘oyasini yapon dizaynerlari ham taqdim etgan. Masalan, I.Miyake barcha odamlarga mos, bo‘yiga va kundalangigiga gofreni qo‘llab, kiyim kolleksiyalarini taqdim etgan. Demak, kiyimning tanaga yopishib turish effektiga elastik trikotajdan tashqari, gofre, plisse, g‘ijimlangan faktura, laykra va rezinka qo‘shilgan mato, kuliska va drapirovka yordamida erishish mumkin. Elastik materiallar rivojlanganligi bois “hammabop kiyim” loyihalash uchun imkoniyatlar ko‘p. Imte‘molchi esa komplekt yaratganda o‘z ijodini ham qo‘shadi.



28-rasm. “Op-art” uslubida modellar kolleksiyasi

Yaxlit mato bo‘lagidan kiyim ishlab chiqish – bichilmagan va tikilmagan kiyimni kombinatorika usulida yaratish. Bu usul qadimdan bo‘lgan: ibtidoiy halqlarda, qadimiy yunon va rimda, hind va hindularda va b. xalqlarda. Tikilmagan kiyim usuli texnologiya va konstruktiv jihatdan juda qiziqarli va samarali. Har xil mosla-

malar (bog'lash, tugun, bantlar, furnituralar) yordamida transformatsiya o'zgarishi ro'y beradi. Masalan, Fransiya "Ermes" firmasi o'z "kare" ro'mollari bilan dunyoga mashhur ko'rgazmalarda doimo o'z mahsuloti bilan foydalanish usullarini namoyon etadi. Masalan, ro'mol-karedan (90x90 sm) bo'yni va belida bog'lanadigan lif, halqa yordamida lif-biqini, o'rab kiyiladigan yubka-sarong, bo'yin bezaklarni va h.k. barpo etish mumkin. Matoda kesim qilib, har xil kiyim turlarini taqdim etish mumkin. "Origami" usulni qo'llab kompanon-materiallar, ikkiyuzli gazlamalar, turli matolar, har xil bezak, moslamalar, kesimlar, qo'shimchalar va turli geometrik shaklda mato bo'laklarini qo'llab kostyum qismlarining turlicha variantlarini taqdim etish mumkin.

Loyihalashning modul usuli. Dizayn buyumlarini ishlab chiqishda modul loyihalash usuli – standartlashtirish sohasida eng samarali faoliyat. Bu usul buyumning tarkibiy elementlarini unifikatsiyalashga muhtojlik tug'diradi. Unifikatsiyaning asosiy prinsipi – unifikatsiyalashgan elementlardan (modullar) foydalan-ganda har xil dizayn buyumlarini hosil qilish. Modulga oid loyihalash konstruktiv, texnologik va funksional yakunlikni barpo etadi. Modul – me'yor o'lchovidir. Avval odam tanasining ayrim qismlari me'yor o'lchovi bo'lgan: dyuym – katta barmoq bo'g'imi-ni-ning uzunligi; pyad – ikki tomonga surilgan katta va ko'rsatkich barmoqlar orasidagi masofa; fut – odam oyoq kaftining o'rtacha uzunligi va b. Masalan, Angliya – o'rta asr me'morchiligida fut modul bo'lgan, Italiyada – kvadrat va to'g'riburchak va h.k. Shu tarzda, me'morchilikda modul bilan foydalanish yaxlit va uning qismlarini uyg'unligiga erishish uchun badiiy vositadir. Modul – bu yaxlit shaklda takrorlanib, qoldiqsiz joylanadigan asos qilib olingan o'lchov me'yori. Karralik – modulni qoldiqsiz joylanishi. Zamonaviy me'morchilik moduli – 10 sm; quruvchilikda - 30 yoki 40 sm; stanoksozlik va asbobsozlikda – 5 sm; interyer jihozlarida – 5 va 15 sm. Badiiy shakllarning variantligi – xalq ijodini o'ziga xosligi. Masalan, xalq naqshi, odatda, bir necha takrorlangan elementlardan iborat. Dog'iston zargarlarining naqshi 27 standart elementlardan tuzilgan, Ozarbayjon kashtalarida 3-5 bir xil mavzular qo'llangan.

“Hozir barchasi shunchalik “kutyur” ko‘rinishda qimmatbaho bo‘lgani bois, yangicha o‘ylashni boshlash, qandaydir bir yangi narsani taqdim etish vaqti keldi” – degan mashhur yapon dizayneri I.Miyake. Mashhur dizayner Pako Rabane metall plastinkalaridan modul usulida ajoyib kiyim kolleksiyasini yaratgan. Bu yangi moduldagi kiyimni taqdim etishdir.

Modul odamni tana o‘lchamlari va kiyimning optimal o‘lchamlari asosida tanlanadi. Odatda, modul oddiy geometrik shakllardan iborat. Kiyim dizaynida “pechvork” usuli qo‘llanganda modulning asosiy xossasi – uning o‘ng va teskarisiga “toza” ishlov beriladi. Ularga qo‘llangan materiallari, biriktirish usullari, ranglari, geometrik shakllar turli variantli buyumlarni yaratishga imkon beradi.

Transformatsiya usulida buyum shaklini o‘zgartirishga imkon beradigan biriktirish usullarini qo‘llash lozim. Buyum shaklini o‘zgartirish sabablari quyidagilar bo‘lishi mumkin: kichkinadan katta qilish yoki kattani kichik qilish (bu modulni o‘rash yoki yozish usuli); oddiy shakldan murakkab shaklni hosil qilish, yoki murakkab shakldan oddiysini yaratish; shaklni o‘zgartirib, buyumni nimaga mo‘ljallangaligini o‘zgartirish. Modul murakkab shaklli bo‘lgan holda (gul, yaproq, kapalak, qushlar va b.), ularni bir-biriga tikib qo‘yish, bir-biriga kashta usulida (“rishele” kashta elementi) yoki furnitura yordamida biriktirish mumkin. Har xil shaklli modullarni birining ustiga biri biriktirilganda murakkab kompozitsiyalar yaratiladi.

Xalq amaliy-dekorativ san‘atida modul prinsipi keng qo‘llangan. Masalan, o‘zbek amaliy-dekorativ san‘atida “quroq usuli”da maishiy buyumlar (yostiq, choyshab va b), bolalar kiyimi ishlanardi.

Zamonaviy kostyum dizaynida modul usulida mashhur dizayner P.Rabbane modellar kolleksiyalari ishlangan. Modul sifatida har xil geometrik figuralar (kvadrat, to‘g‘riburchak, oval, doira, uchburchak va trapetsiya) va murakkab elementlarni qo‘llangan. Material sifatida asosan metalni olgan. Modul elementlari to‘nog‘ich, skrepka va b. furnituralar yordamida biriktirilgan yoki ustima-ust biriktirilgan. “Pechvork” usuli ham zamonaviy dizaynerlar ijodida keng qo‘llanmoqda.

Dekonstruksiya usuli. 1980 yillarning boshida yapon dizayneri Yo.Yamamoto va R.Kavakubo va keyin belgiyaliklar D.Van Notten va A.Dolmeysterlar dekonstruksiya usulini tavsiya etishdi. Jan Pol Gote va Djon Galyano bu usulni qo'llashdi.

Libos modellashda dekonstruksiya usuli yangicha yondoshish, figurada buyumning o'tirishini va uning shaklini erkin manipulyatsiya qilishini nazarda tutadi. Yaponiya dizaynerlarning ishlari yevropa dizaynerlariga kuchli ta'sir etdi. Ular qiziqish bilan nosimmetrik bichimni, buyumning chetini notekisligini, uzilishni, turlicha yirtiqlar va kesiklarni, konstruksiyaning chap va o'ng tomoniga bo'lishni, inversiyani (choklar buyumni o'ng tomonida, latskanlar orqasida, taqilmalar noan'anaviy joylarda, vitochkalar o'ng tomonida), tugallanmagan elementlarni, ana'anaviy texnologiyani buzilishini modellarida keng qo'llaydigan bo'ldi.

Inversiya (lot. *inversio* – o'rin almashtirish) o'ziga xos qiziqarli usul – zidni asos qilib loyihalash usuli, o'rin almashish usuli, ko'pincha bem'ani o'rin almashishda. Natijada kostyum dizaynida bu usulning ayrim misollari quyidagilar: choklari o'ngiga tikilgan buyumlar; ichi bo'sh ko'p sirtqi cho'ntakli sumkalar; ikkiyuzli buyumlar; firma leyblini (belgisi) buyumning o'ng tomoniga chiqarish; va h.k. Inversiya dizaynerni noan'anaviy fikrlashga, umuman yangi g'oya paydo bo'lishiga imkon beradi. Masalan, yoqa va latskanlar etagida joylashgan, ko'ylak va galstuk, yubkaga aylanadi, shimlar bluzkaga o'xshab qo'lga kiyiladi va b. 2000-2007-yillarda dekonstruksiya odatiy kiyim komlektlarini buzish tomoniga o'zgardi: bluza, mayka va bir yengli kurtka; bir pochali shim; faqat bir chap yoki o'ng tomonli kurtkalar; ort bo'laksiz va olinadigan yengli kurtka; yubkaning yarmidan bittasi ishton pochasi; yubkaning yarmi; cho'zilishga oid kiyimga o'tgan jaket; va b.[4]

Libos kiyish usuli ham o'zgardi. "Granj" uslubini kuchli ta'siri ko'rindi: ataylab qilingan pala-partishlik, har xil uzunlikdagi buyumlarni qavat-qavat qilib kiyish. 2001 yil moda programma-sining eng muhim dovrug'i – trikotaj kiyimda, shimlarda, jaketlarda, yubkalarda va yenglarda ko'ndalang serburma qilish bo'ldi. Undan tashqari, an'anaviy klassik ansambl "jaket-yubka-bluzka" ham buzildi. Klassik pidjakka yubka o'miga ichki kiyim uslubidagi "pachka" turidagi yubka, jaket+shortlar, pidjak galstuk bilan+trusilar,

nimcha+ futbolka+shortlar, pidjakning ikkiga bo‘linishi va h.k. Shunday qilib dekonstruksiya usuli 1990 yy. oxiri – XXI asr boshida dizaynning farqlovchi xususiyati bo‘ldi. U qomatda kiyimning erkin o‘tirishini, g‘ijimlarni mavjudligiga, tana va kiyim orasida havoni mavjudligiga sabab bo‘ldi va kiyimni komfort qildi. Undan tashqari, dekonstruksiya klassik kostyum turg‘unligini buzishni tavsiya etdi va kiyim kiyishning yangi usullarini taqdim etdi.

3.5 Kiyimlarni konstruksiyalashda hisob usullari

3.5.1 Konstruksiyalash uchun dastlabki ma’lumotlar

Kiyimni ommaviy ishlab chiqarish sharoitida uni konstruksiyalash maqsadida odam tanasi shaklining nafakat tashqi xarakteristikasi, balki uning o‘lcham xarakteristikalarini ham bilish zarur.

O‘lchov xarakteristikalari ulchov belgilari deyiladigan odam figurasining qator ayrim o‘lchamlari tufayli aniqlanadi. Kiyim konstruksiyalash maqsadida ishlatiladigan antropometrik o‘lchamlar dasturi o‘z ishiga 60 tadan 70 tagacha o‘lchamlarni qamrab oladi.

GOST bo‘yicha talabalar odamning o‘lcham tavsifini o‘rganadilar.

Odamning o‘lcham tavsifi antropologik o‘lchashlar, ya’ni o‘lcham belgilar orqali aniqlanadi.

O‘lchamlarni bajarishda quyidagi o‘lchash asboblari tekshiriladi. (48-rasm):

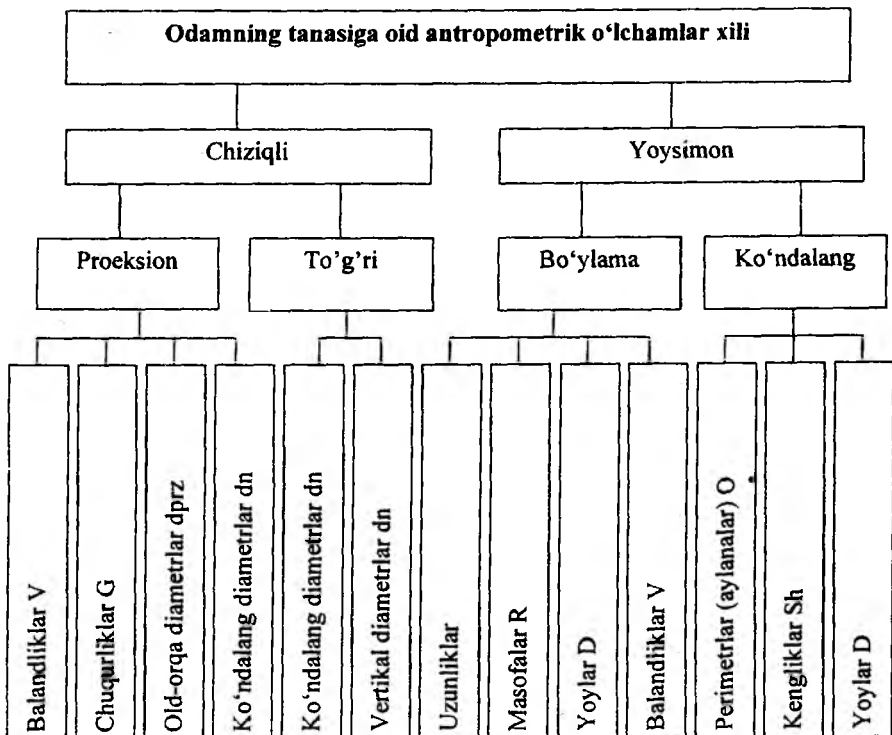
- Rostomer (balandlikni o‘lchash uchun);
- Katta yo‘g‘on sirkul (diametrlar o‘lchanadi);
- Santimetrli tasma (yoy o‘lchamlar o‘lchanadi);
- Turli xil chizg‘ishlar (chuqurliklarni o‘lchash uchun);

Odam gavdasining shakli murakkab. Uning o‘lchamlarini aniqlashda tipli usullardan foydalaniladi.

Birinchi usul – ma’lum bir tekislikka tushirilgan ikki nuqtaning proeksiyalari orasidagi masofani o‘lchash. Bitta sagittal va frontal tekislikda yotgan, lekin tipli transversal tekisliklardan o‘tuvchi o‘lchamlar *bo‘ylama diametrlar* yoki *o‘zunliklar* deyiladi. Uzunlik o‘lchovlari gavda va uning alohida qismlarning uzunligi

aniqlaydi. Birinchi usul bilan aniqlangan o'lchamlar chiziqli o'lchamlar deyiladi.

Ikkinchi usul – ikki nuqta orasidagi eng qisqa masofani aniqlash. Bu usul bilan aniqlangan o'lchamlar *to'g'ri* yoki *kesib o'tuvchi diametrlar* deb ataladi. Ularga misol qilib, yelka kengligi diametrini (ikkala akromial nuqtalar orasidagi masofa), tos kengligi diametrini (ikkala qirra nuqtalari orasidagi masofa) va hokazolarni olishimiz mumkin.

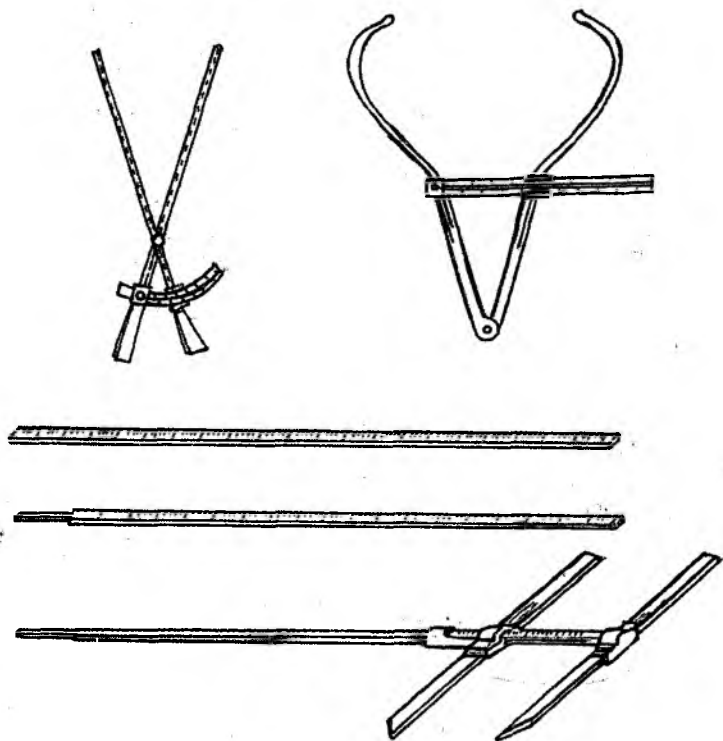


Antropometrik o'lchamlar turlari

O'lchov olishning **uchinchi usuli** gavda yuzasi bo'ylab bajariladi. Bu usul bilan aniqlangan o'lchamlar *yoy o'lchamlar* deyiladi. Ularga gavdaning tipli qismlaridan olingan aylana o'lchovlar (masalan, ko'krak aylanasi, bel aylanasi va boshqalar),

gavda yuzasi bo‘ylab o‘lchalanadigan tipli ko‘ndalang va uzunlik o‘lchovlari (masalan, ko‘krak va orqa kengliklari, orqa bel o‘zunligi va boshqalar) kiradi.

2. O‘lchov tipologiyasini to‘zish maqsadida aholini antropometrik o‘rganishda hamma o‘lchamlar poyabzalsiz, kiyimsiz (erkaklar va bolalar trusigi, qizlar va ayollar esa trusi va byust-galterda) jussadan olinadi.



29-rasm. O‘lchash asboblari

O‘lchov olish vaqtida gavda muayyan vaziyatni egallashi, ya’ni kishi erkin, to‘g‘ri turishi, hamda qomati odatdagi vaziyatni egallashi va chu holatida saqlashi lozim: Qo‘llar pastga tushirilgan, tovonlar juftlangan, oyoqlar uchining oralig‘i 15-20sm. Nuqta-

larning balandlik o'lovini olish vaqtida bosh chunday holatni egallashi lozimki, o'ng ko'zning pastki burchagi bilan quloq kesmasi gorizont tekislikdan chetga chiqmasligi shart.

O'lovlar indeksi bosh harflar bilan belgilanadi. Bosh harflar o'lovlarining tiplarini bildiradi:

R-bo'y;

O-aylanalar;

S-yarim aylanalar;

D-uzunliklar, masofalar va bo'ylama yo'ylar;

V-balandliklar;

SH-kengliklar, ko'ndalang yo'ylar;

S-markaz nuqtalari orasidagi masofa;

d-diametrlar;

G-chuqurliklar;

Indekslar o'lovlarini belgilaydi;

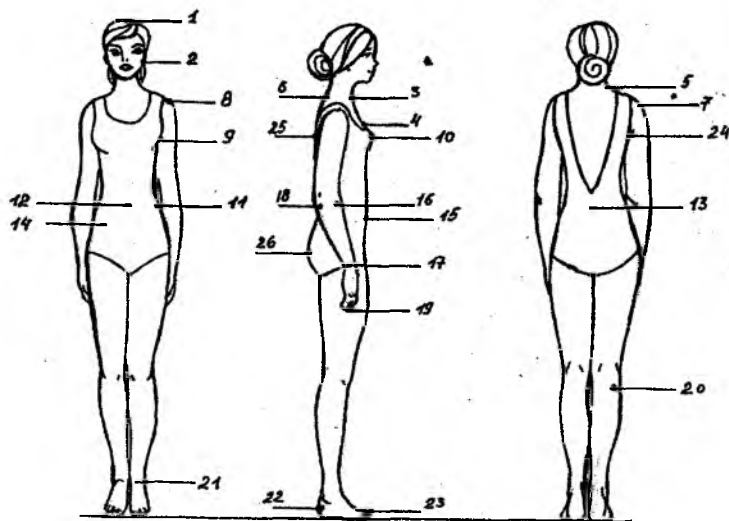
V_g-ko'krak nuqtasining balandligi;

D_L-bel chizig'ining o'zunligi;

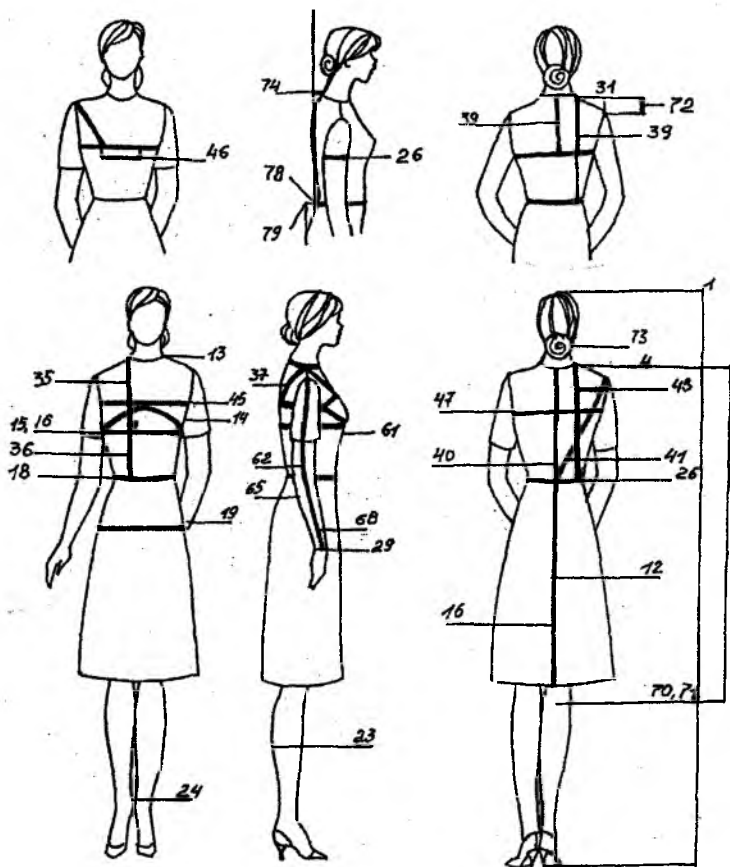
O_{gIII}-uchinchi ko'krak aylanasi;

SH_s-ort kengligi;

S_g-ko'krak bezlari uchlarining oralig'i va h.k.



30-rasm. Antropometrik nuqtalarning joylashish sxemasi



31-rasm. Inson qomatini o'lchash sxemasi

Aniq qomatni o'lchashdan avval, odatda, qator o'lchashlar uchun dastlabki bo'lgan 5 ta nuqta belgilab olinadi: *bo'yin nuqtasi*, *bo'yin asosining nuqtasi*, *yelka nuqtasi*, *qo'lting orqa burchagi va bel chizig'ining balandlik nuqtasi*. Bo'yin nuqtasini joylashishini aniqlashda boshni ozgina egilgan holda qo'l bilan yettinchi bo'yin umurtqa pog'onasini paypaslab topiladi (30-rasm).

Qolgan nuqtalar (bo'yin asosi nuqtasi, yelka nuqtasi, orqa qo'lting chuqurligi burchagi nuqtasi, bel chizig'ining baland nuqtasi) esa ko'z bilan chamalab topiladi. Nuqtalar leykoplastir bilan

belgilanadi. Dastlabki nuqtalarni aniqlab o'lchashni boshlaydilar. O'lchashlar yuqori qismdan boshlanadi. Juft o'lchashlar har doim o'ng tomonda bajariladi, chunki o'ng tomon rivojlangan hisoblanadi. O'lchanayotgan odamning charchab qolishi ham o'lchamlarning aniq chiqmasligiga sabab bo'ladi. O'lchamlarning ifodasi va o'lchash joylari 3-jadvalda va 50-rasmda keltirilgan.

O'LCHAMLARNING IFODASI VA O'LCHASH JOYLARI

Standart raqami	O'lchamlar nomi	Belgilanishi	O'lchash usullari
1	Bo'y	R	Poldan kallaning yuqori nuqtasigacha masofa vertikal bo'yisha o'lchanadi.
4	Bo'yin asosidagi nuqtaning balandligi	$V_{l.o.ch}$	Poldan bo'yin asosidagi nuqtasigacha masofa vertikal bo'yisha o'lchanadi.
5	Elka nuqtasining balandligi	$V_{p.t}$	Poldan yelka nuqtasigacha masofa vertikal bo'yisha o'lchanadi.
6	Ko'krak bezlari uchining balandligi	$V_{s.t}$	Poldan ko'krak bezlari uchigacha masofa vertikal bo'yisha o'lchanadi.
7	Bel chizig'ining balandligi	$V_{l.t}$	Poldan bel chizig'igacha masofa vertikal bo'yisha o'lchanadi.
9	Tizza nuqtasining balandligi	$V_{k.t}$	Poldan vertikal bo'yisha tizza nuqtasigacha o'lchanadi.
10	Bo'yin nuqtasining balandligi	$V_{ch.t}$	Poldan bo'yin nuqtasigacha masofa vertikal bo'yisha o'lchanadi.
11	Orqa qo'ltiq osti burchagining balandligi	$V_{z.u}$	Poldan vertikal bo'yisha orqa qo'ltiq osti burchagigacha masofa.
12	Dumba osti burmasining balandligi	$V_{p.s}$	Poldan dumba osti burmasining o'rtasigacha vertikal bo'yisha o'lchanadi.
13	Bo'yin aylanasi	O_{ch}	Santimetr tasmaning ostki cheti bo'yin nuqtasiga yotqiziladi. Yon-

			dan va olddan tasma bo'yin asosidan o'tib o'mrov nuqtasida birlashtiriladi.
14	Ko'krak aylanasi birinchi	O_{g1}	Tasma kuraklarga yotqiziladi. Orqadan tasma gorizontol holda ustki cheti bilan qo'ltiq osti chuqurining orqa burchaklariga urinib o'tadi. Oldda tasma ko'krak bezlari ustidan o'tib o'ng tomonda birlashtiriladi.
15	Ko'krak aylanasi ikkinchi	O_{g2}	Tasma kuraklarga gorizontol yotqiziladi. Ustki cheti bilan qo'ltiq osti chuqurligining orqa burchaklariga urinib qo'ltiq tagidan og'ma ravishda o'tadi. Oldda tasma ko'krak bezlarining uchidan o'tib o'ng tomonda birlashtiriladi. Birinchi va ikkinchi ko'krak aylanalari orqada tasmani siljitmay birin-ketin uzluksiz o'lchanadi.
16	Ko'krak aylanasi uchinchi	O_{g3}	Tasma tana atrofidan ko'krak nuqtalari ustidan gorizontol bo'yisha o'tib o'ng tomonda birlashtiriladi.
17	Ko'krak aylanasi to'rtinchi	O_{g4}	Faqat ayollarda o'lchanadi. Tasma ko'krak ostidan gorizontol ravishda tana atrofidan o'tadi.
18	Bel aylanasi	O_t	Tasma tana atrofida bel chizig'i sathidan o'tishi kerak.
19	Bo'ksa aylanasi (qorin chiqig'i bilan)	O_b	Tasma dumba nuqtalaridan gorizontol o'tib qorin chiqig'ini egilgan plastina yordamida hisobga oladi.
20	Bo'ksa aylanasi (qorin chiqig'isiz)	O_{b1}	Tasma tana atrofida dumba nuqtalaridan gorizontol ravishda o'tib o'ng tomonda birlashtiriladi.
21	Son aylanasi	O_{bed}	Tasma son atrofidan ustki cheti bilan dumba osti taxlamasiga urinib sonning tachqari chetida birlashtiriladi.
25	Yon tomondan bel chizig'idan polga-	D_{sb}	Bel chizig'ining balandlik nuqtasidan yon sathi bo'yisha chiqiqroq

	cha masofa		nuqtalar ustidan o'tib polgacha vertikal o'lchanadi.
26	Old tomondan bel chiqig'idan polgacha masofa	D_{sp}	Bel chiqig'idan qorin chiqig'i ustidan polgacha vertikal bo'yisha o'lchanadi.
27	Oyoqning ishkari tomonidan o'zunligi	D_n	Oyoqlarni ikki yoqqa biroz surgan holda chotdan oyoqning ishkari tomonidan polgacha o'lchanadi.
28	Elka aylanasi	O_p	Yelka o'qiga perpendikulyar bo'yisha o'lchanadi. Tasmaning ustki cheti qo'ltiq osti chuqurligining orqa burchaklariga urintirib, qo'lni tashqi sathida birlashtiriladi.
29	Bilak aylanasi	O_{zap}	Bilak atrofida o'lchanadi.
31	Yelka qiyaligining kengligi	CH_p	Bo'yin asosidagi nuqtadan yelka qiyaligi o'rtasidan yelka nuqtasigacha o'lchanadi.
34	Old o'mizining balandligi	$V_{pr.p}$	Bo'yin nuqtasidan bo'yin asosi nuqtasi ustidan ko'krak aylanasi birinchi chizig'igacha o'lchanadi.
35	Ko'krak balandligi	V_g	Bo'yin nuqtasidan ko'krak uchi nuqtasigacha o'lchanadi.
36	Oldning bel chizig'igacha uzunligi	$D_{t.p}$	Bo'yin nuqtasi, bo'yin asosi va ko'krak uchi nuqtalari ustidan bel chizig'igacha o'lchanadi.
38	Yelka bo'g'inining eng yuqori nuqtasidan o'tgan yoy	D_p	Qo'ltiqosti chuqurining orqa burchagidan elka bo'g'inining eng yuqori nuqtasidan vertikal tekislik bo'yisha old burchak sathigacha o'lchanadi.
39	Orqa o'miz balandligi	$V_{pr.z}$	Bo'yin nuqtasidan ko'krak aylanasi birinchining tasmaigacha masofa o'lchanadi.
40	Orqaning bel chizig'igacha uzunligi (kuraklar chiqig'ini hisobga olgan)	$D_{t.s}$	Bel chizig'idan bo'yin nuqtasigacha kuraklar chiqig'iga qo'yilgan ingishka plastina ustidan umurtqa pog'onasi bo'yicha o'lchanadi.
41	Yelkaning qiya balandligi	$V_{p.k}$	Umurtqa pog'onasi bel chizig'i bilan kesishgan nuqtadan elka nuqtasigacha eng qisqa masofa.

43	Orqaning bel chizig'idan bo'yin asosi nuqtasigacha uzunlik	$D_{L,sl}$	Bel chizig'idan bo'yin asosi nuqtasigacha masofa umurtqa pog'onasiga parallel o'lchanadi.
44	Tananing yuqori qismida bo'yin asosi nuqtasidan o'tgan yoy	$D_{L,t}$	Orqa bel chizig'idan umurtqa pog'onasiga parallel bo'yin asosi nuqtasiga urinib ko'krak nuqtasidan old bel chizig'igacha masofa o'lchanadi.
45	Ko'krak kengligi	CH_g	Tasmani ko'krak bezlari ustiga gorizontaal qo'yib, qo'ltiq osti chuqurligining old burchaklaridan ko'tarilgan vertikalargacha o'lchanadi. O'lchamning yarmi yoziladi.
45'	Ko'krakning katta kengligi	$CH_{g,b}$	Tasma yordamida ko'krak nuqtalarining sathida old qo'ltiq'osti burchaklaridan pastga o'tkazilgan vertikal orasi o'lchanadi.
46	Ko'krak nuqtalari orasidagi masofa	S_g	Tasmani gorizontaal holda ushlab ko'krak bezlari uchlari orasidagi masofa o'lchanadi. O'lchamning yarmi yoziladi.
47	Orqa kengligi	CH_s	Tasmani gorizontaal holda uchlab, kuraklar ustidan orqa qo'ltiq osti chuqurliklar burchaklarining orasi o'lchanadi. O'lchamning yarmi yoziladi.
49	Bel chizig'idan o'tirgish sathigacha masofa	$V_{p,s}$	O'lcham bel chizig'idan o'tirgishning gorizontaal sathigacha yon tomondan o'lchanadi. O'lchami olinadigan kishi qattiq o'tirgishli stulda o'tirishi lozim.
61	Bo'yin asosidan bel chizig'igacha old tomondan o'lchangan masofa	$D_{l,pl}$	Bo'yin asosi nuqtasidan ko'krak nuqtasi ustidan bel chizig'igacha o'lchanadi.
62	Qo'lning tirsakka-cha o'zunligi	$D_{r,luk}$	Yelka nuqtasidan tirsak nuqtasigacha masofa o'lchanadi.

69	Qo'lning vertikal diametri	$d_{v,r}$	«Elka nuqtasining balandligi» o'lcham qiymatidan «qo'ltig'osti chuqurligining orqa burchagi balandligi» o'lcham qiymatini ayirish bilan aniqlanadi.
70	Bo'yin nuqtasidan tizzagacha masofa	$D_{ch,k}$	9 va 10 o'lchamlar ayirmasidek aniqlanadi.
71	Bel chizig'idan tizzagacha masofa	$D_{t,k}$	«Bel chizig'ining balandligi» o'lcham qiymatidan «tizza nuqtasining balandligi» o'lcham qiymati ayiriladi.
74	Gavda holati	P_k	Bo'yin nuqtasidan kurak chiqig'igacha vertikal urinma tekisligigacha masofa gorizontaal bo'yisha o'lchanadi.
78	Bel chuqurligi birinchi	G_{11}	Kuraklar chiqig'iga vertikal urinma tekisligidan bel chizig'igacha masofa gorizontaal bo'yisha o'lchanadi.
79	Bel chuqurligi ikkinchi	G_{12}	Dumba nuqtasiga vertikal qo'yilgan urinma tekisligidan bel chizig'igacha masofa gorizontaal qo'yilgan chizg'ish bo'yisha o'lchanadi.

3.5.2. Kiyim konstruksiyalash metodlarining umumiy tavsifi

Kiyimning estetik ko'rinishi ko'p jihatdan uning inson qomatidagi o'rnashuvi va barcha qismlari konstruksiyalarining uyg'unligi, hamda proporsiyalarining zamonaviy moda talablariga mosligi bilan aniqlanadi. Bu barcha omillar kiyim shakli konstruksiyasi hisobining to'g'ri bajarilganligi va uning detallari chizmasining aniq qurilganligiga bog'liq.

Kiyimning ayrim detallari tayyor holda muayyan bir hajmiy-fazoviy yuzalikni hosil qiladi. Kiyimning detallari yassi yuzali materiallardan (gazlama, trikotaj, noto'qima materiallar, charm va boshqalardan) bichiladi.

Kiyim konstruksiyalashdan asosiy maqsad - yassi materiallardan muayyan fazoviy shaklni yaratish yoki bu masalaning teskari

yechimi – eskizda, model namunasida berilgan kiyim detallarining yoyilmasini qurishdir.

Kiyim detallarining yoyilmasi ikki xil usul orqali olinadi: kiyimning taqribiy yoyilmasini ta'minlaydigan usullar va kiyimning aniqroq yoyilmasini ta'minlaydigan usullar (tayyor namuna bo'yicha). Hozirgacha kiyim detallarining aniq yoyilmasini olish imkoniyati yo'q. Kiyimning umumiy shakli va uning ayrim elementlari konstruksiyalash jarayonidagina aniqlanadi. Bu holda kiyim detallarining aniqligi bajaruvchilarning mahoratiga bog'liq. Demak, eskizda berilgan kiyim detallarining yoyilmasini olish usuli taqribiydir. Kiyim konstruksiyasini ishlashda qo'llanadigan barcha konstruksiyalash metodlari va sistemalari taqribiy yoyilma usullariga kiradi.

Faqat tayyor kiyimning namunasidan olingan yoyilma detallarining aniq yoyilmasini ta'minlaydi.

Tikuvchilik sanoatining korxonalari kiyim konstruksiyalashda asosan ikki xil konstruksiyalash sistemasidan foydalanishadi: mulyaj sistemasi va hisoblash - grafikli usulning har xil variantlari.

Mulyaj sistema murakkab konstruktiv shakllarni va modellarning ayrim detallarini qurish uchun ishlatiladi. Bu sistema bo'yicha detallar konstruksiyasi gazlama yoki qog'ozni odam figurasi yoki manekenga qadash tufayli olinadi, so'ngra qog'ozni tekislikka yozib detallar konturi chiziladi va chiziqlar tutashmasi tekshiriladi.

Hisoblash - grafikli konstruksiyalash sistemasi bo'yicha eskizda berilgan model konstruksiyasi figura o'lchamlari va ularga muvofiq qo'shimchalar asosida tuziladi. Hozirga qadar konstruksiyalashda xilma-xil «chizmalı» usullar mavjud. Ishlatiladigan usullar asosan hisoblash formulalari tarkibi bilan va grafikli qurish usullari bilan farqlanadi. Hisoblash formulalarining asoslanganlik darajasi ham har xil.

Sanoatda kiyimning taqribiy konstruksiyalash usullarini mukammallashtirish ustida tinimsiz tadqiqotlar olib boriladi. Bugungi kunda tikuv buyumlarini konstruktiv asoslarini qurish va hisoblash yetarlicha takomillashgan usullari ishlab chiqilgan. Loyihalanyotgan assortimentga qarab eng zamonaviy va qulay usulni tanlash tavsiya etiladi. Ko'ylak konstruksiyasini qurish uchun eng zamonaviy va

qulay usul tanlanadi. Ayollar, erkaklar va bolalar kiyimini konstruksiyalashning ommaviy ishlab chiqarishda SNIISHP (sobiq Ittifoq modellar Uylarining metodikasi), kiyim konstruksiyalashning yagona metodikasi – YeMKO, YeMKO SOTSHL usullari qo‘llaniladi, hamda ko‘proq individual ishlab chiqarishda Myuller va o‘g‘li, Aldrich (ingliz metodikasi) keng tarqalgan.

Kiyim konstruksiyasining dastlabki chizmasi old va orqa bo‘laklar konstruksiyasini tuzishdan boshlanadi. Yeng va yoqa konstruksiyalarining chizmasi ularga muvofiq uchastkalarining shakli va razmeriga bog‘lab quriladi.

Old va orqa bo‘laklar chizmasi bitta varaqda umumiy gorizontal chiziqlarda aks etadi. Kiyim detallari old va orqa o‘tar chiziqlarga nisbatan simmetrik joylashganligi tufayli chizmada old va orqa bo‘laklarning faqat yarmi quriladi.

Konstruksiya asosining chizmasini qurishda gavda tuzilishi, figuraning o‘lchamlari, loyihalananayotgan kiyimning shakli, hajmiylikni ta‘minlovchi qo‘shimchalar, detallarning tipaviy konstruksiyasi, konstruksiyaning ishlov berishga qulayligi va tayyorlashda kam mehnat talab qilishi hisobga olinadi. Asosiy konstruksiya chizmasini qurishda dastlabki ma‘lumotlar sifatida tipaviy figuralarning o‘lchamlari va qo‘shimchalar olinadi.

Konstruksiya qurishdan avval tanlangan usul bo‘yicha hisob formulalari tahlil qilinadi, kerakli razmer o‘lchamlari va konstruktiv qo‘shimchalar tarkibi aniqlab olinadi; hisob formulalari tizimi (sistemi) yozib tayyorlanadi.

Yelkada turadigan kiyim ham, belda turadigan kiyim ham tanaga uning hamma nuqtalari bo‘yicha yopishib turmaydi va tanadan bir xil masofada ajralmaydi.

Har qanday kiyim o‘z razmerlari bo‘yicha odam tanasining razmerlaridan kattaroq. Odam tanasi va kiyimning ichki razmerlari orasidagi havo qatlami hosil bo‘ladi. Bu qatlam bemalol harakat qilish va nafas olishni, odam organizmi normal faoliyat ko‘rsatishi uchun, hamda muayyan siluetli shakl yaratish uchun ham kerak. Havo qatlami miqdori kiyim figuraga qanchalik yopishib turish darajasiga bog‘liq.

Kiyim badanga qay darajada yopishib turmasin, uning ichki razmerlari har doim tana razmerlaridan kattaroq bo‘ladi. Kiyimning

razmerlari odam tanasining razmerlaridan katta qiymati qo'shimchalar deyiladi. Ular katta P harfi bilan belgilanadi. Vazifasiga ko'ra: minimal zarur (texnik) va dekorativ - konstruktiv qo'shimchalar bo'ladi.(1-formula)

$$P = P_{\min} + P_d \quad (1)$$

Minimal zarur qo'shimcha P min bemalol nafas olish, bemalol harakat qilish va issiqlik almashinishi uchun muayyan havo qatlami hosil qiladi.

P min qiymatga razmerlari dinamikada statikadagi razmerlariga nisbatan o'zgarish ta'sir qiladi. Bu qo'shimcha asosan ko'krak sathida kiyimning eni bo'yicha ko'zda tutilgani sababli uni aniqlashda yetakchi omil bo'lib ko'krak aylanasini chuqur nafas olgandagi va tinch holatdagi farq bo'lishi kerak (1,5 sm).

Kiyimning eni bo'yicha bemalol harakat qilish va nafas olishini ta'minlaydigan qo'shimchani kiyimning vazifasiga qarab tanlash kerak. Qo'shimchalar maishiy kiyimlarda deyarli bo'lishi, lekin maxsus kiyimlarda ergonomik ko'rsatkichlarni hisobga olish sharti bilan ma'lum darajada kattalashishi mumkin.

Ko'krak aylanasiga texnik qo'shimcha kiyimning xiliga ham uning qavatlilikiga ham bog'liq. Ustki kiyimlarda qo'shimchani qiyamati; ko'ylak uchun 2,5sm, jaket pidjak uchun Zsm, palto uchun 5 -6 sm.

Ko'krak chizig'iga beriladigan qo'shimchani dekorativ-konstruktiv qismi Pd.k. kostyum modelining eskizida berilgan shaklini hosil qilishga yordam beradi. Ularning qiymati kiyim xiliga, siluetiga, moda yo'nalishiga bog'liq.

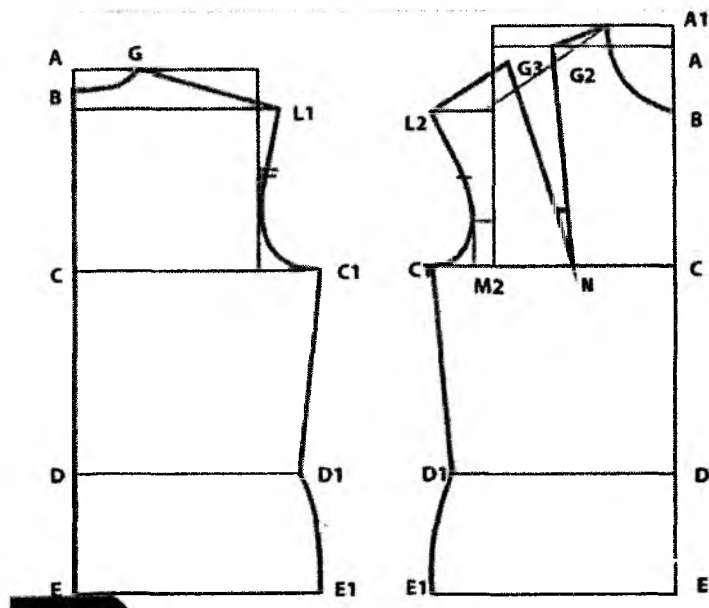
Har xil siluet shakldagi kiyim konstruksiyasini qurganda konstruktiv-dekorativ qo'shimcha Pd.k.ga katta ahamiyat beriladi.

Texnik qo'shimchadan farqli ravishda Pd.k.da nafaqat eni, balki uzunligi bo'yicha qo'shimcha ko'zda tutiladi.

Ommaviy tarzda mahsulot tayyorlashda uning narxi, materiallar tejamkorligi va ishlab chiqarish ishlarini rejali tashkil qilishda modellashtirish usullari qo'llanishi katta ahamiyat kasb etadi.

«Model» so'zi lotinchada namuna, me'yor, norma demakdir. Lekin kiyimlar konstruksiyalashda dizaynerning o'z g'oyalarini amalga oshirgan kiyimidan birinchi namunasi *model* deyiladi. «Modellashtirish» atamasi esa insonning tashqi va ichki dunyosi,

materiallar xususiyatlari, kiyimning vazifasi va uning konstruktiv xususiyatlari, atrofda muhit sharoitlari e'tiborga olingan holda yangi model yaratishning ijodiy jarayonini anglatadi [5].



19-chizma. Ayollar bluzasi asos konstruksiyasi [4]

Modellashtirishda tikuv buyumlarning shakli va silueti, bichimi, shakllantirish usullari, elementlar kompozitsiyasi va ranglarga oid yechimlar o'zgarishi mumkin. Tayyor bazaviy model yoki uning eskizi bo'yicha kiyimning siluetli konstruktiv asosi yordamida yangi model chizmasini va namunasini tayyorlash jarayoni *texnik modellashtirish* deyiladi.

Yangi model konstruksiyasini tayyorlash jarayoni quyidagi bosqichlardan iborat:

modelni o'rganish va uning tahlili;

modelga mos siluetli bazaviy asos tanlash;

tanlangan asosni aniqlash yoki o'zgartirib unga yangi modelga xos xususiyatlar kiritish;

yangi model konstruksiyasini tekshirish.

Nazorat savollari

1. Kostyumni loyihalash usullari
2. Kombinatorika usulining turlari.
3. Joyini o'zgartirish usulini ta'riflab bering.
4. Loyihalash dastlabki tahlil bosqichi.
5. Transformatsiya usulini ta'riflab bering.
6. Evristika tushunchasini ta'riflab bering.
7. Evristik usullar turi.
8. Assotsiatsiya usulini ta'riflab bering.
9. Analogiya usulini ta'riflab bering.
10. Bionika usulini ta'riflab bering.
11. Kiyim nima vazifani bajaradi?
12. Kiyimning asosiy funksiyalari nimalardan iborat?
13. Kiyimga qanday talablar qo'yiladi?
14. Tikuv buyumlarining klassifikatsiyasi.
15. Maishiy kiyimga qanday kiyimlar kiradi?
16. Sport kiyimning qanday turlarini bilasiz?
17. Kostyum loyihalash asosiy bosqichlari.
18. Loyihalashdan oldingi vaziyatni tahlil etish nimani nazarda tutadi?
19. Ijodiy konsepsiyani ishlab chiqish nimani nazarda tutadi?
20. Kostyum loyihalashda maketlash usulining o'rni.
21. O'lcham belgilarni tavsiflang.
22. O'lcham olishda ishlatiladigan asboblarni aytib bering.
23. Asosiy antropometrik tekislikka tavsif bering.
24. Antropometrik nuqtalar haqida tushuncha bering.
25. Odam tanasini o'lchashga qo'yiladigan talablarni aytib bering.
26. Konstruksiyalash uchun dastlabki ma'lumotlarga nima kiradi?
27. Ayollar kiyimlarini konstruksiyalash usullari.
28. Bazis to'ri nima degani?
29. Bazis to'ri vertikal chiziqlari.
30. Bazis to'ri gorizontaal chiziqlari.
31. Model konstruksiya tushunchasi.
32. Shablon usulida modellashtirish.

4. YAGONA BUYUM, ANSAMBL, KOMPLEKT VA KOLLEKSIYANI LOYIHALASH

4.1 Yagona buyum, ansambl va komplektni loyihalash

Kostyum dizayni – buyum muhitini yechimlaridan biri, ya'ni kostyumni loyihalashdir. Kostyumni loyihalash obyekti – yagona buyumlar, komplekt, ansambl va kolleksiya bo'lishi mumkin.

Turli assortimentli *yagona buyumlarni* loyihalash zaruriyatini kelib chiqishiga quyidagi sabablar bo'lgan:

- tikuv buyumlarini ishlab chiqarish korxonalarining tor ixtisoslashganligidir (ustki kiyim, ichki kiyim, yengil ko'ylaklar);

- zamonaviy iste'molchi o'z garderobini asosan bir-biriga mos alohida buyumlardan tashkil etishi;

- zamonaviy modani demokratizatsiyalanishi, modada ko'p funktsionalli kiyimni va iste'molchi erkin kiyim tanlashni tavsiya etilishi;

- zamonaviy iste'molchining psixologik turi individualligi, turmush tarzini tez o'zgarishi sababli zamonga mos bo'lishni, tashqi ko'rinishini vaziyatga binoan tez o'zgartirish imkoniyatini ta'minlashni talab qilishi.[4]

Odatda, sanoat korxonalarida katta yoki kam seriyada ishlab chiqariladigan alohida buyumlar loyihalangani. Buyumning loyihasi iste'molchining tipik qomatiga mo'ljallangani, umumiy konstruksiyalash usuli bo'yicha chiziladi va ommabop talablarga mos bo'lishi nazarda tutiladi.

Yagona buyumlar loyihalanganda ularing uslubiy yechimlari, materiallari, rangi, fakturasi, kompozitsion yechimlari va h.k. bir-biriga mosligi nazarda tutilishi lozim, chunki ulardan iste'molchi o'z xohishiga binoan komplektni barpo etadi.

Yagona buyumlar insonning didiga ko'ra buyumlarni tanlashiga va o'ziga xos badiiy siymoni yaratishga imkon beradi.

Ansamblni loyihalash. Ansambl (fr. ensemble – birga, baravariga) – muayyan badiiy g'oyaga bag'ishlab yaratilgan, elementlarining o'zaro bog'liqligini, kiyim va qo'shimchalarining bir-biriga bo'ysunganligi e'tiborga olingan, ma'lum inson va mo'ljal uchun yaratilgan badiiy siymo aks etgan alohida buyumlar to'plamidir.

Ansambl kostyum qismlari, silueti, proprsiyalari, rangi va bezagining o'zaro mosligi va organik bir-biriga bog'liqligi bo'yicha birligini nazarda tutadi. U kiyim, poyabzal, bosh kiyim, soch turmagi, bezaklar, qo'shimchalar va grimdan iborat yaxlit butunlik bo'lib, hech qanday o'zgarishlarni ko'zlamaydi. Har qanday elementni qo'shish yoki birortasini olib qo'yish uning yaxlitligini barbod etadi. Ansambl ko'pqavatlik, uning barcha qismlarini bir yo'la kiyilishi mujassamdir. Ular o'zaro bog'langan va bir biriga bo'ysungan. Ansambl tizimiga quyidagilar kiradi: bashang liboslar, to'y libosi, maxsus mo'ljal uchun kostyum, sahna kiyimi va b.

Yaxlitlik va nihoyasiga yetkazilgan, zamonaviy kostyumda doimo estetik kriteriy bo'lgan. Ma'lum mo'ljal uchun yaratilgan kostyum barcha qismlarining rangi, naqshi, bezagi va b. xossalari bir-biriga mos bo'lishiga intiladi. Masalan, XVI asrda Angliyada saroy xonimlari ko'ylagining yengi va ichki yubkasi bir xil gazlamadan qilinardi. Ammo, sof ansambl XIX asrning oxiri – XX asr boshlarida “Modern” davrida (1890-1900 yy.) barpo etilgan. XX asrda ansambl kuturyelar uchun o'ziga xos “cho'qqi” bo'ldi. Ular shaxsiy buyurtma bo'yicha kostyumni butunlay yaratishgan. An'anaviy modellashda kiyim ansamblining loyihalash siymoni badiiy ifodaligiga erishishga eng yuqori nuqta deb hisoblanadi. Ammo, XX asr davomida ansambl to'g'risida tasavvur o'zgardi. Masalan, 1920 yy. ansamblning yechimi kostyumda rang birligini nazarda tutadi: ko'ylakni rang toniga shlyapa, qo'lqop, tufli, sumka, soyabon va b. tanlanadi; ko'ylak bezagining rangi qo'shimchalarning rangida takrorlanadi. 1930-yy. “Buyuk turg'unlik” sharoitida shunday isrof-garchilikka imkon bo'lmadi, qachonki har bir ko'ylakka maxsus shlyapa, tuflini va b. talab qilinardi. Bu davrda kostyumning yaxlitligini qo'shimchalar birligi yordamida yechishgan: sumka, tufli, qo'lqoplar, shlyapa bir xil rangda bo'lishi lozim, ammo bu garniturni har qanday ko'ylak bilan kiyish mumkin edi. Masalan, qora tufli, shlyapa va qo'lqopni och rangli ko'ylak bilan kiyish mumkin edi. Hattoki, ikkinchi jahon urushi davrida ham ansambl o'rnini saqlagan, masalan, tyurbanni bluzka yoki sumkani matosidan qilishga ishlatishgan. Ansamblning haqiqiy triumfi “New look” davridan boshlangan. K.Dior yaxshi didni aniq qoidalarini elegant ayol siymosini qaytarib belgiladi. Ko'ylakka munosib shlyapa,

qo'loqlar, sumka va bijuteriyalar bilan kiyilishi lozim bo'lgan. K.Dorning fikri bo'yicha "shlyapasiz ayol to'liq kiyinmagan". 1960-yy. modasida ham ansambl saqlangan. Masalan, A.Kurrejning modalarida qo'loqlar va bosh kiyimlar ko'pincha bir xil gazlamadan ishlangan. Ammo, 1960 yilning ikkinchi yarmidan ko'cha modasida, ayniqsa yoshlar submadaniyatlarida, ansambl dan voz kechish sezildi. Masalan, xippilar har xil uslublardagi kiyimlarni erkin aralashtirib, astoyidil orastalik va puxta o'ylangan kostyumlardan voz kechishgan. 1970-yy. ansamblning o'rnini komplekt egallay boshladi. Zamonaviy modada ansambl g'oyasi ko'proq real hayotda emas, faqat podiumda qoldi. Kiyimda qulaylik, komfort va funkcionallikni talab qilinishi, ansambl to'g'risida avvalgi tasavvurini eskirtiradi.

Komplektni loyihalash. Komplekt (lot. completes – to'liq) – muayyan mo'ljal va badiiy yechimga moslangan bir biriga mos kostyum elementlarning to'plami. Komplekt kostyum elementlarini o'zaro almasha oladigan ochiq tizim, unda har bir buyum mustaqil bo'lgan holda, ko'pqavatlik xos. Vaziyatga binoan komplekt kostyumning o'zgarishiga imkon beradi. Kostyum alohida buyumlar: jaketlar, yubkalar, shimlar, nimchalar, bosh va oyoq kiyimlar, aksessuarlar va taqinchoqlardan iborat. Komplektning alohida buyumlari o'z mo'ljalini o'zgartiradi (kundalikni bashangga, kundalikka oidni safarga kiyiliadiganga aylanadi va o'zgacha). Shuning uchun komplekt loyihalanganda ayrim buyumlarning qo'llanish chegarasini kengaytirish lozim. Ilk bor ansamblga alternativa sifatida komplekt 1920 yy. sahna kostyumida qo'llangan. Konstruktivistlarning kiyim loyihalashda kombinator uslubni qo'llab komplekt g'oyasini paydo bo'lishiga mantiqiy xulosa bo'ldi. 1929 yilda modelyer E.Skyaparelli olti buyumdan iborat komplektni tavsiya etdi, kun davomida ularni o'zaro kombinatsiya qilish mumkin edi. Ommabop modada komplektlar faqat 1970 yy. da tarqaldi. 1972 yilda ingliz modelyerlari Lyuk va Dj.Tallis moda kolleksiyalarida bir-biriga mos yubkalar, shimlar, nimchalar, bluzkalarni namoyish etdilar. 1970-yy. iqtisodiy inqiroz davrida shunday yo'l ko'pchilikka manzur bo'ldi, chunki alohida buyumlar assortimentidan "oqilona" yoki "bazaviy" garderobni barpo etish mumkin edi. Hozirgi zamonda komplektlar modadan ansamblni mutlaqo siqib chiqardi.

Endi zamonaviy insonning garderobi komplektlardan iboratdir. Iste'molchi o'z xohishiga binoan kostyum elementlari kombinatsiyalab, o'z individualligini kostyum yaratishda namoyish etishi mumkin edi.

Komplekt ayrim qismlarining birligiga, odatda, rangi, shakli, bezagi, uslubning bir-biriga mosligi bilan erishiladi. Bu sifat kolleksiyani loyihalash bosqichida inobatga olinishi lozim. Hozirgi iste'molchining kiyimiga nisbatan asosiy talabi – kombinatsiyalashga imkon berish. Masalan, “Eskada” nemis firmasining mavsumiy kolleksiyalari rangi, shakli, naqsh va boshqa xossalari bo'yicha bir-biriga mos keladigan alohida buyumlar assortimentidan iborat, shuningdek, o'tgan mavsum kolleksiyasidan buyumlarni yangi kolleksiya buyumlari bilan bemaolol qo'shish mumkin. Kolleksiyaning barcha qismlari uslub bo'yicha bir-biriga mos bo'lishi mumkin, ammo 1970 yy. kostyumda “diffuz uslub” paydo bo'ldi. Bu uslubga binoan kostyumda har xil uslublar aralashib ketdi: masalan, klassik pidjak “folk” uslubidagi qo'sh burmali yubka bilan, klassik shimni esa sport uslubidagi kurtka va romantik bluzka bilan qo'yildi.

Zamonaviy komplektlarda ko'pincha har xil uslubdagi, turli rangli, naqshli materiallardan ishlangan buyumlar qo'llanadi. 1990 - yy. boshida shunday aralashmalarga “*birikmaydigan birikmalar*” degan nom berildi. 1990 yy. komplekt tizimida kiyim kiyishning yangi usullari paydo bo'ldi: u kompozitsiyani pala-partishligi, buyumning qomatda erkin o'tirishi, buyumni bir tomonga siljishi, taqilmasi yoniga yoki orqasiga siljishi va h.k. bilan farqlanadi. Odatda, komplektlar har xil fakturali materiallardan qilinadi. Komplektlar quyidagi qismlardan tuziladi: palto (uzundan kaltagacha), turli shaklli shimlar, sviterlar, ko'ylaklar va h.k. 1998-1999 yy. komplektni barcha elementlari bir xil yoki o'xshash ranglarda qilingan. 2000-2002 yy. qarama-qarshi rang va har xil buyumlarning birikmalari paydo bo'ldi va 1970 yy. “piyoz” uslubni eslatadigan ko'pqavatli tendensiyasi namoyish etildi. Ammo, odatiy kostyum elementlarini yangi usulda kiyish uchun qidiruv tendensiyasi saqlanib qolgan edi.

4.2 Kolleksiyaning loyihalash

Kolleksiya (lot. collectio – to‘plam) – ilmiy, tarixiy yoki badiiy qiziqishni ifodalaydigan, o‘xshash buyumlarni tizimga solingan to‘plamdir. Kostyum dizaynda kolleksiya quyidagi birlikni barpo etadigan har xil mo‘ljall uchun modellar seriyasi: muallif kontsepsiyasi; siymo; kolleksiyada qo‘llangan materiallar; rang yechimi; shakl; bazaviy konstruksiyalar; uslubiy yechim; va h.k.

Kolleksiyada turi va mo‘ljaliga mos har xil xossalar ustunlik qiladi. Masalan, mualliflik ijodiy kontsepsiyasida uslub, siymo va kontsepsiya birligi muhim bo‘lib, bu holda bazaviy konstruksiyalar qo‘llanmasligi mumkin. Har qanday kolleksiyada uning yaxlitligi muhim xossa bo‘lib hisoblanadi, chunki u kolleksiyani har xil modellarining mexanik to‘plamidan farqlaydi. Yaxlitlik uslubning ijodiy usulini, rang gammasi, materiallar tarkibi, shakl, siymolar umumiyliigi bilan ta‘minlanadi. Undan tashqari to‘g‘ri yaratilgan kolleksiyaning belgisi dinamikadir, ya‘ni mazkur kolleksiyada markaziy g‘oyani rivojlanishi. Shu tarzda kolleksiya bir xil yoki deyarli bir xil modellar seriyasi emas. Kolleksiyaning ajoyib tomoni bo‘lgan qiziqarli konstruktiv yoki dekorativ yechim har bir yangi modelda uning yangi qirrasini ko‘rsatishi kerak, kolleksiyada g‘oyani imkoniy nuanslarini namoyish etilishi lozim.

Kolleksiya turli elementlardan tashkil topishi, ya‘ni, bu ansambllar, komplektlar, alohida buyumlar, qo‘shimchalar va bezaklar bo‘lishi mumkin.

Kostyum kolleksiyasining turlari. Kolleksiyada bir necha turlari yaratiladi:

- perspektiv kolleksiyalarda kelajak modaning kontsepsiyasi ko‘rsatiladi, odatda, kelajak mavsumda yangi uslublar va rag‘batlar taqdim etildi. “Yuqori moda”lar kolleksiyasi (yetakchi Moda Uylarniki) va dizaynerlar yaratgan “pret-a-porte” kolleksiyalari perspektiv kolleksiyalarga kiradi. Bu kolleksiyalarga noyob shakl va siluetlar, ajoyib siymolar, materiallar, texnologiya va konstruksiyalar bilan tajriba o‘tqazilish xosdir. Istiqbol kolleksiyalar kelajak insonlarning siymosini taqdim etishadi, shuning uchun ularni loyihalashda modaning prognozi, turmush tarzini uning taraqqiyoti, iqtisodiy vaziyatning prognozi va b. bo‘yicha ma‘lumotlar inobatga

olinadi. “Pret-a-porte” kolleksiyasi konkret firmaning bazaviy sanoatiga oid kolleksiyasi ham bo‘ladi;

- sanoatga oid bazaviy kolleksiyalari bevosita tadbiiq etiladigan assortiment konsepsiyasini tavsiya etadi. Ularda modani aktual yo‘nalishlari ko‘rsatiladi va ommabop ishlab chiqarishga mo‘ljallanadi. Shunday kolleksiyalar moda yarmarkalarida savdo xodimlari uchun namoyish etiladi (masalan, har yili o‘tkaziladigan Parij salonida yoki Dyusseldorf moda yarmarkasida). Sanoatga oid kolleksiyalarga sinovdan o‘tgan “mo‘tadillashtirilgan” shakllar xos. Bu kolleksiyalarda modaga oid rag‘batlar muayyan tarkibli va rangli materiallarda o‘z aksini topadi;

- muallif kolleksiya dizaynerlarning ijodiy konsepsiyasini aks ettiradi. Shaxsiy buyurtma yoki ommabop iste‘molchiga mo‘ljallangan maxsus modelyerlar yaratgan “Yuqori moda va Pret-a-porte” kolleksiyalar xalqaro ko‘rgazmalarida va yarmarkalarida, kechki klublar, prezentatsiyalarda, ijodiy konkurslarda namoyish etiladi;

- maxsus mo‘ljal uchun kolleksiyalar, masalan, forma kiyimi kolleksiyalari, maktab formasi kolleksiyalari.

Yuqorida barcha ko‘rsatilgan kolleksiyalar quyidagi xossalari bilan differensiyalanadi: assortiment – firmaning ixtisosiga binoan palto, kostyum, bosh kiyim va b.; mavsumga oid; odatda mavsumiy kolleksiyalar ikki marta (bahor-yoz va kuz-qish mavsumlari uchun) namoyish etiladi. Ammo, Dyusseldorfda yirik sanoatga oid moda yarmarkasi yangi moda kolleksiyalarini yilda to‘rt marta namoyish etishga o‘tdi: kuz, qish, bahor va yoz uchun; yosh kategoriyasi: bolalar, tineyerlar va b. uchun kolleksiyalar; ma‘lum mo‘ljal uchun: uyda, sport uchun, dam olish uchun va b. uchun kolleksiyalar.

Bundan tashqari kimga mo‘ljallanganligiga qarab kolleksiyalar quyidagi guruhlariga bo‘linadi: shaxsiy garderob (shaxsiy buyurtmachi uchun); ommabop (muayyan iste‘molchilar turi uchun); guruhlariga oid (muayyan insonlar guruhi uchun): a) formali kiyim kolleksiyasi – o‘quvchilar uchun forma, harbiy forma kolleksiyalar va b.; b) firmaga oid kiyim kolleksiyalari - aeroflotda ishlaydiganlar uchun, savdo firmalar uchun va b.; d) vakillar va delegatsiyalar uchun kolleksiyalar – Olimpiya milliy terma jamoalari uchun va b.

Yangi kolleksiyalar ustida ishlash. Yangi kolleksiyalar yaratish uchun quyidagi tartib nazarda tutiladi:

- modaning prognozi asosida perspektiv moda konsepsiyasi tuziladi, ya'ni materiallar kolleksiyasi, ularning tarkibida tendensiyalar va modali rang gammasi mavsumdan bir yarim yil oldin materiallar salonida namoyish etiladi (masalan, "Premier Vision" Parij salonida va Frankfurt-Maynda "Intershtoff" materiallar yarmarkasida);

- yuqori modani perspektiv kolleksiyalari yaratiladi, ular mavsumdan yarim yil oldin namoyish etiladi; bahor-yoz mavsumi uchun – yanvarda, kuz-qish uchun – iyulning oxiri avgustning boshida (garchi unda tavsiya etilgan uslublar va ommabop modadagi tendensiyalar angcha kechroq amalga oshishi mumkin), va shuningdek "pret-a-porte" kolleksiyalari mavsumdan yetti-sakkiz oy oldin namoyish etiladi: bahor-yozgi - sentabr-oktabrning boshida, kuz-qishki – fevralda yaratiladi va ishlab chiqariladi;

- sanoatga oid ommabop kolleksiyalarni yuqori modada "pret-a-porte" kolleksiyalarida taqdim etilgan perspektiv tendensiyalari rivojlandi. Yangi uslublar ommabop va perspektiv kolleksiyalarida taqdim etilgandan so'ng, taxminan 1,5-2 yildan keyin ishlanadi, ba'zida undan ham kechroq. Erkaklar modasining tendensiyalari to'g'risida shuni ham aytish mumkin-ki, u ayollar modasiga nisbatan 1,5-2 yilga "kechikadi".[3]

Sanoatga oid ommabop kolleksiyani ishlab chiqarish jarayoni bir necha bosqichlardan iborat.

Ishlab chiqarishning *birinchi bosqichida* (loyihalashda dastlabki tadqiqotchilar bosqichi) quyidagi ishlar qilinadi: iste'mol va talabning obyektiv omillarini o'rganish: aholining daromadini, chakana savdoni, to'lov oborotini, aholining jon boshiga daromad darajasini va b. dinamikasi; iste'molchining tipologik xossalarini aniqlash (marketing tadqiqotlari); iste'molchining aniqlangan talablarini va iste'molchilar guruhining baholi orientatsiyasi bilan o'zaro bog'liqligi.



32-rasm. Ijodiy manba asosida liboslar eskizlarini ishlab chiqish

Yirik kompaniyalarda dizayn strategiyasining tadqiqot etish uchun maxsus tashkilotlari mavjud, ular iste'mochilarning talablarini va hulqining tahlili bilan shug'ullanadi va firmaga oid uslubni, muammolarni aniqlashadi. Bu tadqiqotlar ijrochilar uchun loyihalash jaryoniga asos bo'ladigan tavsiyalarni berishadi (iste'molchilar guruhi, tanlab qilingan kolleksiya uslubi, assortimentning afzal turlari, buyumlarga tavsiya etilgan baholari va b.).



33-rasm. Ayollar ko'ylagi kolleksiya eskizlarini ishlab chiqish

Iste'molchilarning tipologik xossalarini aniqlashda quyidagi omillarga e'tibor beriladi: jins va yoshi; razmeri va bo'yi; to'laligi; moda orientatsiyasi; estetik istaklarning shakllanish darajasi. Iste'molchilar shartli ravishda to'rt guruhga bo'linadi.

Iste'molchilarning ko'pchiligi *birinchi guruhga* kiradi, ya'ni ular buyumlarni stereotip usuli asosida solishtiradi va ularda dizayn to'g'risida o'z taassuroti shakllanmagan bo'ladi. Bunday xaridor-

larning hulqiga buyumning markasi yoki muayyan imidjni tashkil etib, oson ta'sir etish mumkin.

Iste'mochilarning *ikkinchi guruhiga* yangilikni paydo bo'lishiga, buyum muhitini asta-sekin o'rganishga tayyor va tanlash kriteriyalari to'g'risida o'z tasavvurlari borlari kiradi.

Iste'molchilarning *uchinchi guruhida* dizayn to'g'risida o'z individual, muayyan asoslangan tasavvurlari mavjud bo'ladi. Ularnig hulqiga hattoki reklama yordamida ham ta'sir etish qiyin. Ularning talablarini loyihalash bosqichda inobatga olish kerak.

To'rtinchi guruh – "iste'molning peshqadamlari" bo'lib, ular eng novatorlik takliflarini qabul qilishga tayyor.

Kolleksiyada modellar soni ularning bahosiga qarab yaratiladi: taxminan 65% modellar – arzon guruhiga, 30% - o'rta baholi va 2-5% - qimmatlarga kiritiladi. Qimmat modellar "yuqori moda" uslubi, konstruksiyaning noyobligi, siluetning ajoyibligi, so'nggi moda tendensiyalari, yuqori sifatli materiallari va bezagi bilan farqlanadi. Bu guruhga "pret-a-porte" va "pret-a-porte"-lyuks turkumidagi kolleksiyalar kiradi. Ushbu guruhni modellari juda kam seriyada 5-10 dona ishlanadi. Kolleksiya qanchalik qimmat bo'lsa, unga shuncha ko'p modellar kiritilgan bo'ladi. O'rta guruh modellari qulay fasonlari, modali siluettlarni oddiyoqligi, modali materiallar va ishonchli navlari bilan farqlanadi. Arzon modellarning tashqi ko'rinishi ko'rkam bo'lishi, ushbu guruhning avvalgi modellariga nisbatan yangiligi bilan farqlanishi, yoqimli fakturali, naqshli va modaga oid rangli materiallar qo'llanishi lozim.

Dizayner o'zi uchun quyidagilarni aniq tasavvur etishi lozim: model konkret assortiment guruhi yoki ko'pfunksiyali bo'lishi kerak. Bu bichim turi, gazlama va rang tanlanishi bilan bog'liq.

Kolleksiya yaratilganda, dizayner xaridorlarda savdo markasining obro'sini ham inobatga olishi lozim. Shunday differentsiyaning zarurligi va potensial xaridorlarni ko'paytirish istagi 1980 yy. kolleksiyaning sonini ko'paytirishga olib keldi. Asosiy erkak va ayollar kiyimlari kolleksiyalariga yosh iste'molchiga mo'ljallangan va arzonroq narxda sotiladigan "parallel" kolleksiyalarni va boshqa assortiment va mo'ljalga oid kolleksiyalar bilan moda bozori qo'shimcha to'ldiriladi. Italiyalik dizayner Dj.Armani bu yo'nalishda birinchi bo'lib o'z "moda imperiya"sini kengaytira

boshladi. “Giorgio Armani” markali qimmatbaho ayollar va erkaklar kiyimlari kolleksiyalaridan tashqari u hozir “Manu”, “Emperio Armani”, “Armani Exchange”, “Vorgonouvo/21”, “Armani jeans” va “Armani golf” (qimmatbaho sport kiyimi) parallel kolleksiyalarini ishlab chiqarmoqda. Amalda bu yo‘ldan barcha mashhur dizaynerlar ketdi. Har bir shunday kolleksiyani o‘z konkret xaridori bor, ularning talablarini va psixologik qiyofasini kolleksiya yaratuvchilari aniq tasavvur etishadi. Potensial xaridorlarning sonini ko‘paytirish uchun ko‘p firmalar har xil iste‘molchilar guruhlariga mo‘ljallangan (konservatorlar va peshqadamlar) modellar kolleksiyasini yaratishadi. Masalan, yuqori sifatli prestij erkak kiyimlari bilan mashhur bo‘lgan taniqli nemis firmasi “Hugo Boss” har bir mavsumda uch kolleksiyani tayyorlaydi. Har bir yo‘nalishi ma‘lum iste‘molchiga mo‘ljallangan: “Boss” - muvaffaqiyatli yaxshi kiyinadigan, moda bilan qiziqadigan ammo ko‘zbuyamachilikka intilmaydigan ishbilarmon uchun; Baldessarini”-“Boss” firmasining kiyimini kiyadigan boshqalarga o‘xshamaslikka intilib, detallarga, matolarga e‘tibor beradi va yana uning kiyimi “zerikarli” bo‘lmasligini xohlaydi; “Hugo” – moda bilan haqiqatdan ham qiziqadigan yoshlar uchun, ular modani yaxshi bilishadi va boshqalardan keskin farqlanish uchun, qandaydir o‘ziga xoslikni qidirishadi.

Ikkinchi bosqichda (loyihalash va modellash) shakllantirish usullarni aniqlashda tadqiqotlarning natijasini amalga oshiriladi. Bu bosqichda kolleksiyaning g‘oyasi materialda ifodalanadi. Kolleksiyaning g‘oyasi yuqorida ko‘rsatilgan talablarga binoan konkret modellarda amalga oshiriladi. Bu holda yuqori moda, “pret-a-porte” va sanoatga oid kolleksiyalar yaratilganda albatta ularni o‘ziga xos spetsifikatsiyalari inobatga olinadi.

Fransuz kuturyesi K.Dior “Kristian Dior va men” nomli o‘z asarida yuqori moda kolleksiya yaratish ketma-ketligini bayon etgan. Bu kitob chop etilgan vaqtda yuqori moda yaratishda K.Diorning usuli ana‘naviy bo‘lmagan. U modellashni gazlamadan emas, eskizdan boshlagan. Ammo, keyinchalik yuqori moda uylarida yangi g‘oyaga qiziqish yetakchi rol o‘ynaydigan bo‘ldi va kolleksiya yaratishda K.Dior tavsiya etgan bosqichlar ana‘naga

aylandi. K.Dior kolleksiya yaratish uchun ketma-ketlikni tavsiya etgan bosqichlari ana'naga aylandi.

"Studiya" deb nomlangan birinchi bosqichda:

- tabiiy va boshqa shakllarning assotsiatsiyalari asosida bo'lajak kolleksiyaning ilk xomakilari ishlanadi va modellar eskizlari yaratiladi;

- bo'lajak kolleksiyaning g'oyalari muhokama qilinadi, eng yaxshi eskizlar tanlanadi va kolleksiyaning asosiy g'oyasiga binoan qo'ldan chiqariladi, tanlangan eskizlar asosida modellar maketlari ishlab chiqariladi, bezak turlari tanlanadi. Bitta eskiz bo'yicha gazlamadan bir necha maket yaratish mumkin va ularning ichidan eng yaxshisi tanlab olinadi;

- kolleksiyaning modellari maketlari muhokama qilinadi va eng so'nggi tanlov qilinadi.

"Ustaxona" deb nomlangan ikkinchi bosqichda: kolleksiya namoyish etish uchun reja tuziladi; modellarni namoyish tartibi aniqlanadi; namoyish rejissurasi aniqlanadi.

"Salon" deb nomlangan uchinchi bosqichda modellar kolleksiyasi iste'molchilarni nazorat guruhida sinab ko'riladi.

To'rtinchi bosqichda yangi kolleksiya reklamasining asosi loyihalalanadi.

Sanoatga oid ommabop kolleksiyani loyihalash. Eskizlarni yaratish avval kolleksiyaning *konsepsiyasi*, assortimenti, xomash-yosi, modellarning nimaga mo'ljallanganligi aniqlanadi.

Birinchi bosqich – "yaratish". Bu bosqichda bo'lajak kolleksiyaning muayyan rang gammasi, konkret matoga, yetakchi siluet (siluetlar) va kolleksiya uslubiga mos eskizlari ishlanadi.

Ikkinchi bosqich - kolleksiyalarni rejalashtirish. Kolleksiyada modellar soni aniqlanadi, ular muayyan firmaning baholash siyosati, taqsimlash usullari, bir yilda chiqarilgan kolleksiyalar soni bilan bog'liq, keyin matoda qilinadigan modellarning dastlabki tanlovi o'tkaziladi.

Uchinchi bosqich- modellarni ishlab chiqish. Eskiz asosida kolleksiya uchun gazlama tanlanadi modelning konstruksiyasi tekshiriladi, nuqsonlari tuzatiladi. Modelning konstruksiyasi ko'pincha konstruktiv modellar usuli yordamida bajariladi. Keyin manekenshchitsalar uchun matodan model tikiladi.

To'rtinchi bosqich – modellarni tanlash yoki kolleksiyani “o‘toq” qilish – rasmiy namoyishdan avval modellar tanlanadi. Odatda tanlovda kompaniya direktori, sotuv bo‘limlimining xodimlari va asosiy buyurtmachi qatnashadi. Talab tendensiyalari bo‘yicha ma’lumotlar asosida eng foydali va muvaffaqiyatli modellar tanlanadi. Shu bilan birga manekenshchitsalarning fikri albatta inobatga olinishi kerak. Tanlash usullari firmaning siyosatiga bog‘liq, ammo har qanday holda kolleksiyadan bir necha modellar qoladi, ular ham baholanadi.

Beshinchi bosqich – andozalarni ishlab chiqish. Andozalarni ishlash qimmat bo‘lgani bois, ular kolleksiya batamom ishlab chiqilgandan so‘ng qilinadi. Kompyuter texnologiyalarning qo‘llanishi bu bosqichda xarajatlarni ancha kamaytiradi.

Oltinchi bosqich – korxonada ishlab chiqarish. Dizaynerlar kolleksiyasining seriyasi tikiladi, modellar seriyasi soni firmaning baholash siyosati bilan bog‘liq.

Ettinchi bosqich - kolleksiyani taqsimlash va reklamasi. Bunda nafaqat savdo muassasasining xodimlarigina emas, balki sanoatga oid ko‘rgazma va yarmakalarda, firma reklama va ommaviy axborot vositalar xodimlari faol qatnashishlari lozim.

“Pret-a-porte” sanoatga oid kolleksiyasini yaratishda bir necha tafovutlar mavjud. Bu holda ishlab chiqarish bosqichiga kolleksiyani dastlabki namoyishdan so‘ng kirishiladi. Dizaynda modellar namoyishi reklamaning ilk va asosiy shakllaridir, modalı mansabga erishish uchun dizaynerlar orasidagi raqobat kurashida kuchli reklama vositadir. “Pret-a-porte” doirasida o‘tkaziladigan modellar namoyishida (Parij, Nyu-York, Milan, London, Barselona, Dyusseldorf, Moskva, Sankt-Peterburg) eng avvalo matbuot xodimlari (atoqli fotosuratchilar, moda jurnallari muharrirlari, moda sharhlovchilari) va savdo xodimlari taklif etiladi. Namoyishdan so‘ng *bayerlar* (yirik univermag va butiklar uchun modellarni sotib oladigan mutaxassislar) firmalar bilan shartnomalar tuzadi. Bundan so‘ng kelgusi mavsumga tanlangan modellarni ishlab chiqaradigan tiraji aniqlanadi.

Undan tashqari “Pret-a-porte” kolleksiyasi perspektiv kolleksiya bo‘lib, sanoatga oid ommabop kolleksiyalar uchun “prognoz”

va "dastur" bo'ladi. Perspektiv kolleksiyani loyihalashda quyidagi asosiy vazifalar bajariladi:

- bo'lajak iste'molchilarning o'ziga va modaga munosabatini inobatga olib, yangi siymoni yaratish (uch komponentlik o'zgartirish qonuniga binoan uchdan ko'p yetakchi kolleksiyaning siymosi taqdim etish tavsiya etilmaydi);

- ana'naviy va noana'naviy assortimentni rang va plastik yechimini yaratish;

- yangi materiallar va furnituralarni kolleksiyalarda qo'llash;

- kolleksiyani fazoviy shakllarini belgilaydigan yetakchi siluetlarni aniqlash;

- yangi texnologiyalarni va uslubni ifodalaydigan bosh kiyimlarni, poyafzalni va aksessuarlarni loyihalash;

- modaning yangi tamoyillarini ifodalaydigan kolleksiyaning bazaviy shakllari uchun konstruktiv asoslarini ishlash;

- modellarni ishlashda progressiv texnologiyalarni qo'llash;

- reklama, yangi kolleksiyani namoyish etish uchun ssenariy tuzish, modellarni tanlash, namoyish siymolarini yaratish (soch turmagi, grim va b.), musiqa tanlash, namoyish uchun joy tanlash va b.

Sanoatga oid kolleksiya bir qator assortiment kolleksiyalaridan iborat, chunki zamonaviy ommabop modada komplektlar ustunlik qiladi, alohida assortimentning ommabopligi saqlangan holda. *Assortiment kolleksiyasini ustidan* ishlash o'ziga xosligiga ega va quyidagi bosqichlardan iborat:

- ehtiyojlarni qondirish uchun muayyan assortimentning me'yorini aniqlash;

- muayyan assortiment kolleksiyaning iste'molchilarning yosh va razmeri, to'lalik guruhlarini ko'rsatkichlarini aniqlash;

- perspektiv kolleksiyaning yetakchi siluetlariga binoan iste'molchilarni moda ehtiyojlariga mos siluetlarni aniqlash, buning uchun taqdim etiladigan kolleksiyalarda yangi modellar qatorida klassik va xorijiy modellar bo'lishi lozim;

- tavsiya etilgan siluetlariga materiallarni tanlash;

- siluet shakllarning konstruksiyasini ishlab chiqish;

• bazaviy tarkibning model elementlari bilan to'ldirish natijasida konstruktiv asosini ishlash.

Natijada bitta konstruktiv asosda mini-kolleksiya barpo etiladi. Bir necha shunday mini-kolleksiyalar qo'shilishidan assortiment kolleksiyasi paydo bo'ladi.

Sanoatga oid kolleksiyani loyihalash bosqichida unifikatsiya va standartizatsiyani qo'llab, kiyimning elementlarini konstruktiv-texnologik uzellari va detallari katalogini tuzish kerak. Bu yangi modellarni ishlab chiqarish jarayonida vaqt va vositalarni tejaydi.

O'rta va kichik biznesning mobilligi qo'shimcha ustunlikni yaratadi, chunki bozor kon'yukturasi tez o'zgaradi. Kichik korxonalarda yangi modelga potokka kiritish ikki hafta vaqt oladi: bir hafta ishlab chiqarishga va yana bir hafta nazorat ishlarini olib borishga (kichik partiyada tikilgan modellar yordamida iste'molchilar reaksiyasi tekshiriladi).

Kolleksiyaning tarkibi. Kolleksiyaning yaxlitligini ta'minlash uchun quyidagi qoidalarni e'tiborga olish kerak: *uslubiy yechimning yaxlitligi*; kolleksiya ssenariysini tuzish, ya'ni kolleksiyani kompozitsion tuzilishi;

Kolleksiya yaxlitligining zaruriy sharti - kolleksiyaning kulminatsiyasi, ya'ni kompozitsion markazning mavjudligi. Umumiy qoyida bo'yicha uch kompozitsion markaz bo'lishi kerak: bosh (namoyishni ochadigan birinchi model yoki modellar bloki), kulminatsiya (namoyishning o'rtasi) va yakuniy (namoyishning yakunlaydigan model yoki modellar bloki); qatorni tonal rivolanishini tuzish; tonli va koloristik kompozitsion markazlarni bir-biriga to'g'ri keladigan holda rangli rivojlanishini tuzish; qatorni tarkibiy tuzilishini aniqlash (stabil va mobil elementlarni tahlil etish; buyumlarni ishlab chiqarishga texnologik prinsiplarining o'xshashi).

Ko'pincha kolleksiya mo'ljal, siluet va rang birligi bilan birlashgan modellar blokidan iboratdir. Ana'nada yuqori moda kolleksiyasi quyidagi "chiqish" - bloklaridan iborat: ustki kiyim (palto, plashch, kostyumlar mavsumga binoan), kostyumlar, kunduzgi ko'ylaklar, kalta kechki ko'ylaklar, uzun kechki ko'ylaklar, to'y liboslari. Ammo K.Diorning dasturidagidek zamonaviy modada shunday aniq assortiment guruhlari mavjud emas. Ba'zi dizaynerlar umuman kolleksiyaning ana'naviy blok takrkibidan voz kechishadi,

ijodiy konsepsiyasidan tashqari o'zaro bog'liq bo'lmagan alohida modellarni namoyish etib (bu ayniqsa kostyum dizaynida dekonstruktivizm tarafdorlariga taalluqli). Ammo, dizaynerlarning ko'plari kolleksiyaning ana'naviy tarkibiga rioya qilishadi: ustki kiyim; kundalik kiyim; dam olish, sport, turizm va b. bashang, bayramga oid, kechki kiyim; maxsus tantanali kiyim, to'y liboslari; tantanali voqealar uchun kiyim.

4.3 Dizaynda innovatsion texnologiyalar

Dizayn barcha innovatsiyalarni o'z ichiga oluvchi va aks ettiruvchi, ba'zan uning strategiyasini aniqlovchi, kostyum dizaynida konseptual yo'nalishlar, uslublar, usullar, yangi texnologiyalarni istiqbolli rivojlanishiga yo'naltirilgan iqtisodiyotni rivojlanishining o'zgaruvchan omilidir. Ko'p dizaynerlar o'zlarining loyihalarida innovatsion texnologiyalarini qo'llashga katta ahamiyat bermoqdalar, ayniqsa libos dizaynida bu ifodali ko'rinmoqda. Innovatsion texnologiyalarning muntazam rivojlanib borishi dizaynerlar tomonidan innovatsion shakl yaratish, to'plamlarni loyihalashda va modellashtirishda yangi usullarni qo'llash, ko'proq talabalar bo'lgan yangi mahsulotlarni o'z vaqtida yaratishga zamin yaratmoqda. Modellashtirish va loyihalashda qo'llaniladigan innovatsion usullar, bular an'naviy bo'lmagan silikon, polimerlar, optotolalar, hamda dizaynerlarning keng faoliyati uchun keng chegaralanmagan uslubiy imkoniyatlari, hayratomuz fantaziyalari taqdim etiladi, shu sababli dunyoning yetakchi dizaynerlari Xusseyn Chalayan, Syuzan Lii, Mari Katranzoy, Iris Van Xerpenlar tomonidan ko'p qo'llaniladi. [3]

Shunday qilib, dizayn sanoat, grafik, atrof-muhit yoki kostyum dizayni bo'lishidan qat'iy nazar, texnik progress bilan to'g'ridan to'g'ri bog'langan va dizayn ko'rinishiga, hamda turli ijtimoiy madaniy tizimga turlicha ta'sir ko'rsatadi. Faylasuf G.N. Lola fikricha, dizayn tarkibida ikkita muhim komponent bor: mavjudlik va harakat, ya'ni hozirda unda nimanidir borligi va undan nimadir hosil bo'lish jarayoni. Dizayn – uyg'unlik qonunlari bo'yicha dunyoni qurishga urinish, faoliyat va bu faoliyat muhsuli. Faylasufning ushbu gaplarini asoslamasdan, asosiy so'zda fikrimizni jamlaymiz. Dizaynerni ayrim hollarda faoliyati kiyimni ishlab

chiqaruvchi firma va korxonalarining savdo-sotiq maqsadlariga qarama-qarshi bo'lib, kreativ faoliyatni faollashtirishga yo'naltirilgan bo'lishi mumkin. Agarda dizayner tomonidan sanoat dunyosini shakllantirish majmui usullari sifatida unifikatsiyalashtirish, tipiklashtirish, mujassamlashtirish muhitida tabiiy ish olib borilsa, shubhasiz ta'kidlash mumkinki, iste'molchini erkin tanlash huquqidan mahrum etib, ommaviy didni standartlashtirishga olib keladi. Biroq aynan rassom-loyihalovchi rolida namoyon bo'ladigan innovatsiya va dizaynerning ijodiy faoliyati takomillashgan texnologik dizayn – mahsulotni paydo bo'lishiga olib keladi. Shu bilan birga sotsium va shaxsning ma'naviy-madaniy doirasini kengaytirishda kiyim loyihalash jarayonidagi "texnologiyalashtirish"ni oqilona tashkil etish muhimligini ta'kidlash mumkin.

E.Yu. Amosova, A.M. Andrievskiy, T.S. Vasileva, I.N. Saveleva, V.V. Semyonova, M.V. Morozova, M.V. Jogova, I.A. Sheromova, E.V. Ustinchenkolarning ilmiy izlanishlarida kombinatorikada turlanadigan tizim odam-texnika-muhit, ya'ni «tech-couture» yoki «texnomoda» fenomenini paydo bo'lishi, kostyum dizayni sohasini rivojlanishida innovatsion texnologiyalarning ahamiyati ko'rib chiqilgan. Ushbu muammo bo'yicha xorijda Bredli Kuinn «Kelajak matolari: moda, dizayn va texnologiya» (*Textile Futures: Fashion, Design and Technology*), «Texno-moda» (*Techno Fashion*), Xloe Kolchester «Bugungi kunda tekstil: an'analar va tendensiyalarni global tadqiq etish» («*Textiles Today: A Global Survey of Trends and Traditions*») va boshqalar ish olib borishgan [17-18].

Ko'pgina ilmiy manbalarni o'rganish quyidagilarni tasdiqlashga imkon beradi: libos dizaynida innovatsion texnologiyalarni rivojlantirish va ularni to'qimachilik va yengil sanoatga tadbiiq etish. Kostyum dizaynida innovatsiyani qo'llanilishi moda industriyasi uchun yangi imkoniyatlarni ochadi, hamda yangi tarkibli materiallar bilan ta'minlaydi. Bugungi kunda kiyim organizm holatini nazorat qilishdan boshlab atrof muhit monitoringigacha turli funksiyalarni bajaruvchi - gadjet, ya'ni moslashuvchi bo'lib qolmoqda. Yaqin kelajakda kiyim ob-havo, xona sharoitiga qarab transformatsiyalanishni boshlaydi. Bugungi kunda o'zbek dizaynerlari ham podiumda o'ziga maftun etadigan, zamonaviy texnologiyalarni qo'llagan katta miqdordagi liboslar to'plamini taqdim etishmoqda.

Masalan, metall changlatish, geometrik shakldagi perforatsiyali mato, choksiz trikotaj, 3D – printlar, poliamid tolali nanogazlamalar, svetodiodli kiyimlar va h.k.

Xorijning yetakchi dizaynerlari esa, bugungi kunda libos dizayniga katta o'zgartirishlar va yangiliklar olib kirmoqdalar. Masalan, Iris vann Xarpen o'zining 3D ko'ylaklarini namoyish etishi yosh dizaynerlarning ijodlari uchun kreativ manba sifatida xizmat qilishi mumkin.

Dizaynerlar va iste'molchilar tomonidan innovatsion kiyimlarga bir necha talablar qo'yilmoqda. Bulardan biri, hayotni engillashtirish. Bunda yomg'irli kunlarda odamlar uchun qulay sharoit yaratish, shuning uchun ham parafin kapsulali materiallar o'ylab topilgan. Albatta bu loyiha hali oxirigacha yetkazilmagan, lekin nazariy jihatdan bu mikroshariklarni gazlama tolasi ichiga joylashtiriladi, kun issiq bo'lganda ular erib qoladi, sovuganda esa aksincha qotib o'zidan issiqlik chiqaradi, ammo yuqorida aytilganidek, bu loyihani oxirigacha yetkazish kerak. Yana bir shunaqa kashfiyotlardan biri Avstraliya kompaniyasi "Arctic Hit" xodimlari sovutilgan gel bilan to'ldirilgan jilet o'ylab topishgan, bunda jazirama yoz issig'ida ushbu jiletni xolodilnikka biroz qo'yib so'ng kiyib ko'chaga chiqish mumkin. Sovuqdan saqlanish uchun isituvchi simlar bilan to'qilgan kurtka yoki jilet yaratilgan. Kiyimdagi maxsus tugma bosiladi va harorat moslashtiriladi, shuningdek bu kiyimni bema'lol yuvish ham mumkinligi ta'kidlab o'tilgan.

Bugungi kunda hayotimizni internetsiz tasavvur etib bo'lmaydi, mana shu ehtiyojdan kelib chiqqan holda dizaynerlar modaga yangilik olib kelishmoqda, bulardan tekin wi-fi tarmog'ini izlash uchun yaratilgan futbolka bo'lib, undagi maxsus indikator signalni borligini va uning tezligini aniqlab beradi. Yana bir qiziq mahsulotlardan Adidas va Google – "Google Talking Shoes" krassovkalari, unda internetga chiqish uchun akselerometr, giroskop va interfeys joylashtirilgan, bu krassovkalar sport bilan shug'ullanuvchilarni ruxlantirib, ularning yutuqlari haqida ijtimoiy tarmoqqa ma'lumot beradi. Shuningdek, Adidas yana boshqa model taklif etgan, unda MiCoach – bu ham krassovka ham shaxsiy trenerdir, u egasini mashg'ulot bilan shug'ullanayotgan jarayonni nazorat qilib turadi.

Little slide Dress – nomli kechki ko‘ylak kunduzi oddiy ko‘ylak bo‘lib tuyulsa-da kechasi esa svetodiodlar orqali yorqin yonib turadi yoki bo‘lmasa qo‘ng‘iroq qilinayotgan vaqtda uni sezish uchun ko‘ylakni yonib o‘chishi, ya‘ni telefonli ko‘ylak u telefonga Bluetooth orqali yoqilgan bo‘lib, hech bir qo‘ng‘iroqni javobsiz qolishini ta‘minlaydi. Fabrican- sprej kiyimi, ballonchik orqali tanaga bo‘yoq emas, balki suyuq mato sepiladi va qomatga mos kiyim turi yaratiladi. Bu g‘oya Afrikaning Ximba qabilasi ayollarini kiyim o‘rniga ustiga faqatgina oxra rangli bo‘yoqni bo‘yab yurishidan olingan bo‘lishi mumkin.

Yuqorida keltirilgan innovatsion texnologiyalar dizaynerlarning g‘oyalarini yanada rivojlantirishga, ulardan ijodiy manbaa sifatida qo‘llanilishiga, yangi kreativ g‘oyalar asosida insonlarning turmush tarzini yengillashtirishga, hamda moda industriyasida bo‘lib o‘tadigan o‘zgarishlarga turtki bo‘lishiga zamin yaratadi.

Nazorat savollari

1. Yagona buyumlar loyihalash zaruriyatiga nima sabab bo‘lgan?
2. Ansambl atamasining mohiyati.
3. Ansambl yaxlitligiga qanday erishiladi?
4. Komplekt atamasining mohiyati.
5. Komplekt yaxlitligiga qanday erishiladi?
6. Komplekt bilan ansambl qanday farqlanadi?
7. Kolleksiyaning birligini barpo etilishda nima e‘tiborga olinadi?
8. Kostyum kolleksiyasi turlari.
9. Kolleksiya yaratilishda qanday tartib bo‘ladi?
10. Sanoatga oid ommabop kolleksiyani ishlab chiqarish jarayonining bosqichlari.
11. Iste‘molchilarning guruhlari.
12. Kolleksiya modellari bahosiga ko‘ra qanday taqsimlanadi?
13. K.Dior tavsiya etgan kolleksiyani yaratish bosqichlari?
14. Perspektiv kolleksiyani loyihalashda qanday asosiy vazifalar bajariladi?

15. Kolleksiyaning tarkibi.
16. Kostyum assortimentining tamoiyillari.
17. Yangi buyumlarni yaratish uchun iste'molchi va korxonalar talablari.
18. Kostyum dizaynida innovatsion texnologiyalar o'rni.

GLOSSARIY

- Ansambl** – tizimi berk kiyimlar to‘plami
- Antimoda** – ramziy modaga qarama-qarshi moda
- Avangard** – modaning oldi, o‘ta udumda, modada bo‘lgan libos, kiyim nomi.
- Ajur** – to‘qilgan, nozik, nafis to‘rsimon mato. Nozik, mohirona astoydil berilib bajarilgan ish.
- Aksessuarlar** – liboslarga mukammal ko‘rinish beruvchi predmetlar aksessuarlar qatoriga kiradi: ya‘ni sharf, ro‘mol, bosh kiyim, qo‘lqop, sumka, bo‘yinbog‘, hamyonlar. Savdo rastalarida ular galanteriya mahsulotlari deb nomlanadi.
- Antropometriya** – inson tanasini va uning ayrim qismlarini o‘lchash, shuningdek inson tanasini butunlay yoki qisman turg‘un holatda ifodalash uchun qo‘llaniladigan antropologik izlanish usuli.
- Applikatsiya** – 1. ornament yaratish usuli. u kashta, (mato, trikotaj, qog‘oz va h.k.) asosga, boshqa rangdagi bo‘lakcha material, mato, tasma, jung, teri, qog‘oz va boshqalarni yopishtirish orqali amalga oshiriladi. rasm bo‘rtib turishi uchun oraliqqa paxta, sintefon va h.k qo‘yiladi.
2. applikatsiya – bezash san’atining qadimgi usullaridan bo‘lib, undan hozirgi vaqtda ham ko‘pgina xalqlarda ishlatib kelinmoqda.
- Assortiment** – to‘plam yoki ro‘yxat, tovar turlari, xomashyo, nav. Ishlab chiqarilgan va savdo assortimenti deb farqlanadi.
- Axromatik** – rangsiz, hatto bo‘yoqsiz, oqish, och kulrang qoracha bo‘lishi mumkin.

- Badiiy asar** – muayyan o‘zaro bog‘lanishda bo‘lgan bir turli elementlarning murakkab tizimi.
- Badiiy uslub** – davrning badiiy tili.
- Bazaviy shakl** – ijtimoiy va moddiy turmushning g‘oyaviy-siyimoli tamoyili va odamga ta’sir etadigan shakl.
- Biser** – mayda har xil shakldagi shaffof yoki rangdor shishadan yasalgan marjon (munchoq), ip o‘tkazadigan teshikchaga ega. Kiyim hamda bosh kiyimlarni bezash uchun ishlatiladi. Qadimgi misrda biser ipdan marjonlar shodasi tayyorlanib kiyimlarga taqilgan. X asrda Vizantiyada biser ishlab chiqarish siri o‘zlashtirilgach, u boshqa mamlakatlarga tarqalgan.
- Bulavka** 3-5 sm uzunlikdagi metall shakli yoki oxirida petlizma (ya)si bo‘lgan igna. Dekorativ bulanka soch turmaklash, shlyapa, kostyumlarni bezashda xizmat qiladi. ishchi, portnov bo‘laklar esa birorta (masalan, bichishda, buyurtmachi mahsulotni kiyib ko‘rishda) detalni vaqtincha biriktiruv jarayonida qo‘llanadi.
- Bijuteriya** – qimmatbaho (to‘nog‘ich, kulon - zanjir), klipsi, marjon, taqinchoqlarga taqlid qilib yasalgan ayollar bezagi. Bunday taqinchoqlar qimmat bo‘lmagan tosh va metallar; shisha, plastmassalardan tayyorlanadi. Kiyimlarga qo‘shimcha vazifasini o‘tovchi dekorativ-estetika beruvchi bezak.
- Brend** – kompaniya, mahsulot haqida axborotlar majmuasini ramzi yoki ishlab chiqaruvchi, tovarning mashhur, oson taniladigan, huquqiy jihatdan himoya qilingan ramzi hisoblanadi.
- Bezak** – 1. kiyimga va insonga, chiroyli turdagi ko‘rinish berish.

Buyum

2. narsa, kiyimni bezatayotganda yoki unga qo‘shimcha qiladigan

– 1. ishlab chiqarish ishlovi.

2. narsa, tovar-mol.

To‘qimachilik mahsuloti - to‘qimachilikda chiqarilgan tola, ip yoki turli tuzilishdagi iplardan tashqi jihatdan va xususiyati bilan keng talabda bo‘lgan yoki sanoatning qayta ishlash va boshqa uchun yaroqli bo‘lgan mahsulot. To‘qimachilik mahsulotlari qatoriga matolar, trikotaj, nomato va eshilgan mahsulotlar, tekstil galanteriyalari, issiqlikni saqlovchi tolali materiallar, trikotaj va asosi yelimlangan tukli mahsulotlar, gilam mahsulotlari va boshqalar kiradi.

Tikuv mahsulotlari-tikuv jarayoni natijasi (ko‘ylak, palto, plash, shim, nimcha, yubka va hokazolar) da yuzasida vujudga kelgan mahsulotlardir.

Bo‘yinbog‘

– kiyimning dekorativ predmeti, qo‘shimcha bezak. Ko‘rinishi keng lenta, yoqa tagidan tugun qilinadi, qolgan qismi pastga erkin holda tushib turadi. avvallari shamollamaslik uchun bo‘yinni berkitish maqsadida ro‘molcha rolini bajargan. XVII asrdan boshlab esa modaga kirgan, erkaklar kiyimining muhim qo‘shimcha predmetiga o‘tgan. Fransuz burjua inqilobi davrida oq materialdan keng ro‘molni burjustlar taqishgan, fransuz inqilobchilarida esa ularga qarshi belgi sifatida qora galstukda bo‘lishgan. Galstuk taqish usuli juda murakkab bo‘lgan. Hatto galstuk taqishga oid qo‘llanmalar yuzaga kelgan. Bizga ma‘lum va odatiy, zamonaviy erkaklar kostyumining qo‘shimchasi hisoblangan galstuk XX asr boshlarida hayotdan o‘rin olgan. Galstuklar

keng yoki ingichka, uzun yoki kalta qilib mato, trikotaj, charmdan tayyorlanadi. U turli-tuman rangga ega. tuguncha yoki bant tarzida yoqa ostidan

Velvet

– zich tukli paxta gazlamasi, ingichka toladan ishlab chiqariladi. sirtida asos iplar bo‘ylab uzunasiga ketgan chiviqli tuklarga ega. Keng yo‘l tukli chiyduxoba velvet-kord deyilsa, tor tukli yo‘l-yo‘l chiyduxoba bo‘rtma chiviqli velvet deyiladi. chiyduxoba sidirg‘a yoki rangli ko‘proq katak- katak hamda yo‘l-yo‘l bo‘ladi, undan kostyumlar, qishki ko‘ylak, kurтка palto va b. tikiladi. bunday tukli chiyduxobalar tashqi jihatdan effektli, ishlaganda yoqimli, yaxshi chidamlilikka ega.

Velyur

– 1. sukon to‘qilishdagi juda kichik qalin va yumshoq tukli to‘kilgan sof jun gazlama. Eng yuqori sifatli merinos junlar ishlatilgan drap-velyur qimmatli velyur gazlamasi hisoblanadi. Velyur-duxobadan ust kiyim, bosh kiyimlar tayyorlanadi.

2. xrom bilan oshlangan teri(xromli zamsh) u shoxli mol yoki cho‘chqaning pishiq mayda terisi shikastlangan ust sirti va duxobaga o‘xshash baxtarma tomonidan ajratilgan teridan ishlab chiqariladi. Velyur ayrim ustki kiyim va oyoq kiyim uchun ishlatiladi. Sintetik velyur (sun‘iy zamsh tashqi ko‘rinishidan tabiiy velyurga o‘xshab ketadi.

3. fetr kalta, quyuq va yumshoq tukli bo‘ladi.

Gaz

– flyorning xuddi o‘zi, glaffof, yengil ipak yoki tovlangan paxta ipidan to‘qilgan katta guruh mato nomi. Undan ro‘mol, sharf, ko‘ylak, peshonabog‘, shlyapa otdelkasiga ishlatiladi.

- Galife** – shim, u tizzaga yopishib, yuqoriga qarab kengayib boradi. nomi fransuz kavaler generali galiffe ismi bilan bog‘liq. Avvallari bunday shimlarni asosan harbiylar kiyishgan. Hozir esa ayollarda ham uchraydi.
- Garderob** – insonning hayotida hamma zarur vaziyatlariga mo‘ljallangan, biror-bir belgilari bo‘yicha mujassamlashgan aksessuarlar, poyafzal va kiyimlar majmui.
- Gipyur** – 1. aniq gullarga ega to‘rli kashta turlaridan.
2. tikish mashinalarida tayyorlanadigan og‘ir to‘r polotno. ayollar bluzka va ko‘ylagi, shuningdek, yoqa, manishek, manjet, qo‘yilmalarni tayyorlash uchun qo‘llaniladi.
3. kashta va kashtali choklar. gipyur murakkab bo‘limchalar (to‘r, yulduzli, rombli, burchakli, snovkali, “o‘rgimchak”li, to‘rlashga chirmashtirib choklashga nisbatan yirikroq bajariladigan tikishga kiradi.
- Dekompozitsiya** – murakkab vazifani qismlarga ajratish va ketma-ket ularni yechish.
- Dekonstruksiya** – buyum shaklini erkin manipulyasiya qilinishi.
- Did** – insonning estetik qarashi.
- Dizayn** – sanoat san‘ati, buyum muhitini loyihalash faoliyati.
- Dizayner** – sanoat buyumlariga estetik xususiyatlarni baxsh etadigan mutaxassis.
- Dizayn-loyiha** – bu buyumni loyihalashdan va loyihani boshqarishdan tashqari uni ijtimoiy-madaniy masshtabligi va murakkabligi, ularni sotish muddatini uzohlashi, xarajat sarf etilishi nazarda tutiladi.
- Do‘ppi** – turk tilidan baland, balandlik ma‘nosini bildiradi. Bu sharq xalqining milliy bosh kiyimi bo‘lib, olti qirrali yoki kvadrat shak-

lida boʻlib, shoyi matodan tikilgan naqshlari bilan boʻladi. Oʻrta osiyo xalqlarida keng tarqalgan boʻlib, uni ayollar, erkaklar, bolalar yoshlar va qariyalar kiyadilar.

Jurnal

– bosma davriy nashr, axborotni tanlash, tahlil etish va baholashning asosiy vositalaridan biri. Jurnallar mundarija yoʻnalishlari boʻyicha ijtimoiy-siyosiy, adabiy-badiiy, ishlab chiqarish-texnikaviy, ilmiy, ilmiy-ommabop va boshqalarga farqlanadi.

Zigʻir

– 1. oʻtli oʻsimlik, serpoya tola, urugʻidan yogʻ olinadi. Tola shu oʻsimlik poyasidan olinadi. Toladan mato tayyorlanadi.

Ijod

– voqelikni qayta tushinish va oʻzgartirish, buyumga estetik xususiyatlarni baxsh etish.

Klassik shakl

– estetik va utilitar funksiyalari muvozanatga ega shakl.

Kollaj

– tasviriy sanʼatdagi texnik usul; biror bir asos materialga rang va sifati bilan farqlanuvchi materialni yopishtirib asar yaratish, shuningdek shu usulda yaratilgan sanʼat asari ham kollaj deb ataladi. reklamada ham qoʻllaniladi.

Kolleksiya

– ilmiy, tarixiy yoki badiiy qiziqishni ifodalaydigan, oʻxshash buyumlar tizimiga solingan toʻplam.

Komplekt

– aynan garnitur, toʻliq toʻplam. Kiyimda toʻplam deganda elementlar va kostyum qismlarini maʼlum belgisiga koʻra birlashtirilgani tushuniladi, bunda maqsad-yoʻnalishi, rang, material kabi belgilar eʼtiborga olinadi. Kiyimlar komplektik cheksiz miqdordagi oʻzaro oʻrin bosuvchi elementar yaʼni birgalikda yoki ayrim holda foydalanish mumkin holatidir

Konstruksiya

– predmetning qandaydir qismining oʻzaro joylashuvi, tuzilishi, moslama (qurilma) ni

bildiradi. Kiyim konstruksiya xarakteristikasi bir qator pozitsiya, ya'ni tashqi forma (siluet va bichiq), tarkibiy qismlarning konstruktiv qurilishi (detallar bo'yicha), choklarni birlashtirish turi, materiallar ko'rinishiga ko'ra beriladi. Tayyorlash usuliga bog'liq holda kiyim bichilgan va bichilmagan konstruksiyadaligi aniqlanadi. Bichilgan kiyimlar konstruksiyasi ma'lum konfiguratsiya va o'lchamdagi detallarni tashkil topgan berilgan tartibda birlashtirilgan tuzilishni o'zida ifodalaydi.

Kontrast

– predmetning yorqinligi yoki uning o'rab turgan fonga nisbatan ko'rishda keskin farq-kontrastning ifodalanishini tushuniladi. Kiyimga ifodalanishini tushuniladi. Kiyimga mato va hokazo. nisbatan esa kontrast — bu badiiy usul, bir kompozitsiya xususiyatiga qarama-qarshi keskin ifodalanganlikni bildiradi. Masalan, kontrast bo'yicha matolarni ishlab chiqarishda vertikal va gorizontol chiziqlar solishtiriladi, katta kichik formalar motivlari, ochiq va to'q qismlar qiyoslashtiriladi. kontrast chiziqli kompozitsiyaning dinamikligi, uning dekorativligi, obrazli ifodalilikni beradi. Rangli bezatishda yanada ochiq va emotsional birikmalar berishda imkon yaratadi.

Kontur

– kostyum yoki figuraning model formasini aniq chizib beruvchi chiziqlar-yo'llar, abris.

Kostyum

– 1. kiyim poyafzal, aksessuar va boshqa predmet va elementlarning ma'lum tizimi bo'lib, insonning ijtimoiy va milliyligi, uning jinsi, yoshi, mashg'uloti, mutaxassisligi va h.k. o'zida aks ettiradi; xalq kostyumlari ma'noli, ta'sirli. ular o'ziga xos, an'anaviy xususiyatga ega bo'lib,

material tanlash, bichiq, naqshlar bezagi, ranglar aralashmasi hamda bezak materiallari bilan farqlanadi;

2. hozirgi zamonda rasmiy-kundalik ish kiyimi sifatida pidjak (jaket-nimcha) va shim (yubka) ommalashgan.

Kupon

– kiyimoq, bluzka, yupka va h.k.lar uchun hammasi qirqish mato, u aloxida joylashgan rasm-bezakka ega bo‘lib, ma’lum bichimda rasm yaxlitligi saqlangan holda fasonga mo‘ljallangan

Libos

– ishlov berilgan buyum yoki uning majmui sanalib, o‘z ichiga manfaatdorlik hamda estetik funksiyalarni qamrab oladi va bevosita inson kiyadi.

Libos assortimenti

– muayyan belgilarga ega holda, mustaqil guruhlarga birlashgan libosdir. Birlashish belgilariga quyidagilarni kiritish mumkin: materiallar, belgilangan maqsad va h.k.

Maket

taxminiy namuna kichraygan ko‘rinishda, predmetning shartli hajmdor tasviri; u shakl, proporsiya, vazifaga oid tasavvur hosil qilishga imkon beradi.

Maneken

– 1. pap’e-mashe, daraxt, plastmassadan odam gavdasi shaklidagi figura, uning sirti tekis kontroli, matoga o‘rama bo‘ladi. (otel’e-magazin) kiyimlarni ko‘rsatish yoki mahsulotlar balansining to‘g‘riligini tekshirish, o‘lchashga xizmat qiladi;

2. yog‘och qo‘g‘irchoq harakatchan qo‘l va oyoqli, rassomlar tomonidan odam ko‘rinishini kiyimda ko‘rsatishda qo‘llaniladi.

Modeler

– modellar ishlab chiqarish bo‘yicha mutaxassis, mahsulotlarning namunaviy ko‘rinishi (masalan, kiyimlar, poyabzallar va h.k.). modelchi – rassom, kiyim kompaniyasi ustida ishlab aniq tarixiy davrga

moslashgan yoki hozirgi kunni ifodalovchi moda yo'nalishini boshqarib kiyimni mo'ljallanganligini hisobga oldi (masalan, ishlab chiqarish uchun, teatr uchun, maxsus va h.k.).

Popop

– kashta bilan gul tikish. matoga rasm chizib, igna yoki ilmoq orqali bir tomonga yonaltirib, bir – biriga ilib zanjir sifatida bajariladi.

Reklama

– bevosita yoki bilvosita foyda (daromad) olish maqsadida yuridik yoki jismoniy shaxslar, mahsulot, shu jumladan tovar belgisi, xizmat ko'rsatish belgisi va texnologiyalar to'g'risida har qanday shaklda va har qanday vositalar yordamida qonun hujjatlariga muvofiq tarqatiladigan maxsus axborot.

Tukli

– ayrim gazlama, trikotaj va nomato polotno ustini qoplab turuvchi qisqa momikli yakka tola.

Tekstura, tuzilish

– mato boglash tuzilish qattiq jismning tuzilishi, asosiy qismining tuzilish tartibi. Tekstura to'kimachilik materiallarida tola-larning yigiruv iplarida joylashishi aylantirish bir-biriga o'rash, yig'irish va to'qish, ishlov berish va boshkalarda xarakterlanadi.

Trikotaj

– Trikotaj (fran. tricotage, tricoter- to'qish) to'qilgan mahsulot, qo'l yordamida yoki maxsus uskunalar yordamida bir yoki bir necha turdagi iplarning to'qilishi. Ipakka o'xshagan gazlamadan tayyorlanadi. Polotno asosan pijama yoki ustki kiyimlar (ko'y-lak, bluzka, palto) tayyorlashda ishlatiladi. donalab tayyorlashda – paypoq, mayka, sviter, kabi ust kiyimlarga ishlab beriladi

Tufli

– to'piqning ichki qismini berkitib turuvchi oyoq kiyim. Ularni erkak, ayol va bolalar

turiga bo‘linadi. juda ko‘p turga ega bo‘lgan bu ayollar tuflisidir. Ular bir-biridan tuzilishi bilan farq qilib, botinka ko‘rinishigacha etib kelgan. Poshnasining balandligi, tuzilishi, bezagi va to‘riqqa moslashuvi bilan bir –biridan farq qiladi. Ularning turi juda ko‘p: lodochka-ya’ni tekis tuflilar makasin turidagi bezagi va oyoq qalinligiga mos bo‘lgan, kombinirov qilganlar. Shulardan yozgi, sport oyoq kiyimi, sayohat uchun, xona ichida kiyish uchun mo‘jallangan. Yozgi tuflisi bu bosanojka. U odatda oyoqning old qismi yoki to‘piqning ochiqligi bilan farqlagan. Bog‘ichli tuflilar turi ham yozgi tuflilar birlashtirilgan yoki birlashtirilgan holda bo‘ladi. Sport oyoq kiyimlari ichki moslamasiz qilinib, yumshoq tagchaligi, turli bezak va detallar bilan bezatiladi. Sport oyoq kiyimlarining turalaridan biri – bu sayr uchun maxsus oyoq kiyim bo‘lib, old qismi yumshoq orqa qismi qattiq bo‘lib bog‘ichlidir, ust qismi teridan qilingan. Safar uchun mo‘jallangan oyoq kiyimni tabiiy, sun‘iy va sintetik teridan qilingan bo‘lib, keng formali yoki pas poshnadagi makasinlardir. Xona ichiga mo‘jallangan oyoq kiyimlar odatda ustki qismi yumshoq bo‘lib, ichiga mato qo‘yilgan yoki u siz tayyorlanadi. ular odatda past poshnali bo‘ladi.

Uyg‘unlik

– kiyimda, masalan, ranglar jilosi bir-biriga uyg‘unlashgan, moslashgan bo‘lishi kerak. Garmoniyada ranglarning barchasi naqshlar kompozitsiyasida moslashgan holda birikib ketishidir. Mato va to‘qimachilik mahsulotlarida badiiy bezak muhim ahamiyatga ega va u ma’lum qonuniyat bo‘yicha bo‘lishi

lozim: 1) rang berish kompozitsiyasi obrazli xulosa (qaror) hamda kimga nimaga belgilanganligi; 2) rangning chiziqli ritmi, uning fon va boshqa ranglarning ishtiroki bilan mos kelishi, qo'shni ranglar bilan to'g'ri kelishi kompozitsiyani umuman qabul qilishga yordam beradi, ya'ni kompozitsiyadagi rang bir-biri bilan «muzokara»ga o'tmasligi shart.

Chulki-paypoq mahsulotlari

– bevosita tanaga kiyiladigan va tananing pastki qismi va (yoki) oyoqlarni, to'piq bilan qo'shganda, har birini alohida yopib turadigan trikotaj mahsulot.

Cho'ntak

– mahsulotni dekorativ bezash yoki mayda narsalarni solishga xizmat qiluvchi detal yoki tikilgan mahsulotning tarmoqchasi. Zamonaviy erkaklar kiyimi cho'ntaklar funksional o'rinni bajarsa, ayollar kiyimida ham vazifaviy ham dekorativ, ba'zan faqat bezak o'rnida bo'ladi. Shakl, konstruksiya, o'lcham, joylashuvi va cho'ntak otdelkasiga asosan modaning ta'siri katta.

Cho'ntaklar qirqma, yopish tugma (qoplama) va choklar orqali joylashtiriladi. Qirqma cho'ntaklar ramkada bo'lib, cheti kantli, listochka va qopqoqlidir. yopishtirma (qoplama) cho'ntakning yuqori, yon va qirqma orqali kirish, listochkali, qaytarmali, klapanli yoki klapansiz bo'lishi mumkin.

Relyefli choklardan, buramali, qirqmalari gorizontal, vertikal, egilgan, klapanli, listochkali, qaytarmali bo'lishi mumkin.

Qirqma cho'ntak shim, yubka pidjak, plash, palto, ko'ylaklar qalin matolardan tikilsa, qo'llaniladi. Yengil gazlamali ko'ylak va sorochkalarda esa ko'pincha yopishtirma va choklangan cho'ntaklar qilinadi.

- Charm** – qo‘y, echki, bug‘u, los, cho‘chqa, buzoq va boshqa hayvonlar terisidan ishlab chiqariladi. Terilar nimaga ishlatilishiga qarab 4 guruhga: kiyim, galantereya, texnik, sar-roj-egarchilikka bo‘linadi. (Oxirgi ikki tolas kiyimlarda foydalanilmaydi).
- Sharf-ro‘mol** – trikotaj yoki maxsus materialdan tikilgan, bosh hamda bo‘yinni yopib turish uchun mo‘ljallangan mahsulot.
- Shim** – ustki yuqori belbog‘li kiyim bo‘lib, u ikkita fartuk, ikkita orqa yarimtalikdan iborat. U yon o‘rta choklar bilan qo‘shilgan. Shim odatda belbog‘ (poyas) bilan bezatiladi.
- Ergonomik dizayn** – mashina va odam orasidagi bog‘lanish nazariyasini yaratgan.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Mirziyoev SH.M. Buyuk kelajagimizni mard va olijanob xalqimiz bilan birga quramiz. Toshkent, "O'zbekiston", 2017 yil, 488 bet.
2. 2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasi. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldagi PF-4947 sonli Farmoni.
3. Hywel Davies. Fashion Designers' Sketchbooks. – United Kingdom, London, 2010.
4. Zarida Zaman. New Fashion Designers' Sketchbooks. – United Kingdom, London, 2011.
5. Л.А.Сафина, Л.М.Тухбатуллина, В.В.Хамматова и др. Проектирование костюма – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015.
6. Хасанбоева Г.К. Костюм дизайни. –Тошкент: ТТЕСИ, 2013.
7. Содиқова Н. Ўзбек миллий кийимлари: XIX-XX асрлар. – Тошкент: 2003.
8. Л.А.Сафина, Л.М.Тухбатулина, В.В.Хамматова. Проектирование костюма. – Ростов на Дону: Феникс, 2007.
9. Ермилова В.В., Ермилова Д.Ю. Моделирование и художественное оформление одежды. – М.: Академия, 2000.
10. Макаеева Н.С. Основы художественного проектирования костюма. Практикум. – М.: Академия, 2008.
11. Бердник Т.О., Неклюдова Т.П. Дизайн костюма. – Ростов н/Д: Феникс, 2000.
12. Бердник Т.О. Основы художественного проектирования костюма и эскизной графики. – Ростов н/Д: Феникс, 2001.
13. Ермилова В.В. Композиция костюма. – М.: Академия,
14. Пармон Ф.М. Композиция костюма. Одежда, обувь, аксессуары. – М.: «Триада Плюс», 2002.
15. Саймон Треверс-Спенсер, З.Заман. Справочник дизайнера по формам и стилям одежды. – М.: Рипол классик, 2008.
16. Толмачёва Г.В. Система перспективного проектирования костюма. – Омск: ОГИС, 2004.

17. International Journal of Design. Vol. 9 No. 2 2015.
18. Design Studies. Vol. 40 No. 9 2015.
19. Nozilov D.A. O'rta Osiyo dizayni tarixidan. –Toshkent: “O'zbekiston”, 1998.
20. Xudayberganov R. Rangshunoslik asoslari. –Toshkent, 2006.
21. Matniyazov Z.E. Kompozisiya asoslari. –Toshkent: “Arxitektura qurilish integrasiya va innovasiya markazi”, 2014.
22. Горина Г.С. Моделирование формы одежды. – М.: Легкая и пищевая промышленность, 1982.
23. Komilova X.H., Hamraeva N.K. Tikuv buyumlarini konstruksiyalash. – T.: Moliya, 2011.
24. Fashion Details 1000 Ideas from Neckline to Waistline, Pockets to Pleats. – Rockport Publishers. USA, 2011.

MUNDARIJA

Kirish	3
1. Loyihalash asoslari	6
1.1 Kostyumni loyihalash – ijodiy faoliyat turi.....	6
1.2 Dizaynda loyihaviy konsepsiya	12
1.3 Kostyum dizaynda ijodiy manbalar.....	24
1.4 Sketchbook – talabning eskiz albomi.....	27
2. Eskiz loyihalash	32
2.1 Kostyum kompozitsiyasi.....	32
2.2 Kostyum loyihalashda uslub va moda.....	79
3. Kostyumni loyihalash usullari	106
3.1 Loyihalashning asosiy bosqichlari.....	106
3.2 Kiyim assortimenti va klassifikatsiyasi.....	113
3.3 Kostyum dizaynida evristik usullar.....	118
3.4 Kostyumni loyihalash usullari.....	126
3.5 Kiyimlarni konstruksiyalashda hisob-grafik usullar	134
4. Yagona buyum, komplekt, ansambl va kolleksiyani loyihalash	149
4.1 Yagona buyum va ansambl komplekt loyihalash	149
4.2 Kolleksiyani loyihalash asoslari.....	153
4.3 Dizaynda innovatsion texnologiyalar.....	164
Glossariy	169
Foydalanilgan adabiyotlar	181

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	3
1. Основы проектирования	6
1.1 Проектирование костюма как вид художественного творчества.....	6
1.2 Проектная концепция в дизайне.....	12
1.3 Творческие источники в проектировании костюма..	24
1.4 Sketchbook – эскизный альбом студента.....	27
2. Эскизное проектирование	32
2.1. Композиции костюма.....	32
2.2. Стиль и мода в проектировании костюма.....	79
3. Проектирование костюма	106
3.1 Основные этапы проектирования	106
3.2 Ассортимент и классификация одежды	113
3.3 Методы творчества, применяемые при проектировании.....	118
3.4 Методы проектирования.....	126
3.5 Расчетно-графические методы конструирования одежды.....	134
4. Проектирование единичных изделий, комплектов, ансамблей и коллекций одежды	149
4.1 Проектирование единичных изделий, комплекта и ансамб.....	149
4.2 Проектирование коллекции одежды.....	153
4.3 Инновационные технологии в дизайне.....	164
Глоссарий	169
Список использованной литературы	181

CONTENTS

Introduction	3
1. Design basics	6
1.1 Costume design as a creative activity.....	6
1.2 Creative conception in design.....	12
1.3 Creative sources in costume design.....	24
1.4 Sketchbook – students’ sketch.....	27
2. Drawing design	32
2.1 Principles of costume composition.....	32
2.2 Style and fashion in costume design.....	79
3. Costume design	106
3.1 Basic stages of designing.....	106
3.2 Assortment classification of clothes	113
3.3 Methods of artistic designing of costume.....	118
3.4 Creative methods in costume design.....	126
3.5 Calculated-graphic methods in clothes design.....	134
4. Design of single goods, set of clothes and collection...	149
4.1 Designing single goods and set of clothes.....	149
4.2 Foundation of designing of clothes’ collection.....	153
4.3 Innovative technologies in costume design.....	164
Glossary	169
The list of used literature	181

**XOLIDA XAFIZOVNA KOMILOVA,
UMIDA ABDUHOSHIMOVNA VOHIDOVA**

LOYIHALASH

Toshkent – «Fan va texnologiya» – 2017

Muharrir:	F.Ismoilova
Tex. muharrir:	F.Tishaboyev
Musavvir:	D.Azizov
Musahhih	N.Hasanova
Kompyuterda sahifalovchi:	Sh.Mirqosimova

**E-mail: tipografiyacnt@mail.ru Tel: 245-57-63, 245-61-61.
Nashr.lis. AI №149, 14.08.09. Bosishga ruxsat etildi: 04.12.2017.**

Bichimi 60x84 ¹/₁₆. «Times Uz» garniturası.

Ofset usulida bosildi.

Shartli bosma tabog'i 11,5. Nashr bosma tabog'i 11,75.

Tiraji 200. Buyurtma №222.

**«Fan va texnologiyalar Markazining bosmaxonasi» da chop etildi.
100066, Toshkent shahri, Olmazor ko'chasi, 171-uy.**

F
TAN VA 
TEKNOLOGIYALAR

ISBN 978-9943-11-638-2



9 789943 116382