

ZAMONAVIY KOSTYUMDA USLUBIY YECHIMLAR TAXLILI

Toshloq tumani 2-son politexnikumi

“Maxsus fanlar” kafedrası o’qtuvchisi

ZIYAYEVA DILDORAXON IKROMOVNA

Annotatsiya: Ushbu maqolada san’atda uslub asosiy tushunchalarnidan 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.

Kalit so’zlar: Dizayn – ijodiy loyihalash faoliyat, uyg’onish davri, “disegno”, dizayn, fan, kostyum, faoliyat, omillar, kostyum, funktsiya, inson, maqsad, jamoa, qobiliyat, did, dizayn, asoschitlar. madaniyat, sanoat inqilobi.

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 xukumronlik qilgan va kelajak uslubning elementlari. Har bir mamlakatda badiiy madaniyati rivojlanish darajasi, siyosiy va ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyoti, boshqa mamlakatlar madaniyati bilan aloqaligi bilan bog’liq badiiy uslublarni evolyutsiya dinamikasi o’ziga xos bo’lgan: masalan, XV asrda Italiyada Renessans uslubi avjga

chiqqan bo'lsa, Frantsiyada - kech Gotika, Germaniyada esa - Gotika XVI asrni o'rtasigacha bo'lgan, O'rta Osiyoda esa - Renessans uslubi IX asrdan boshlab to XVII asrga qadar rivojlangan.

“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.



1-rasm. Katta uslublardagi modellar

Ammo, tarixiy davrlar o'tishi bilan “katta uslub”lar o'tmishda qoldi: jamoa va insonni turmush sur'ati tezlashishi, informatsion jarayonlarni rivojlanishi, yangi texnologiyalar va ommabop bozorni 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 uslublarni aralashmasi, bir necha uslubni baravariga mavjudligi. XX asrda eklektika madaniyatini muhim xususiyatlaridan biri bo'ldi, ayniqsa asrni oxirida – postmodernizm madaniyati modaga ta'sir etgandi.

XX asrda “katta uslub”larni o'rniga san'atda avangard san'atni innovatsion mohiyati bilan bog'liq yangi kontseptsiyalar keldi: abstraksionizm, funktsionalizm, 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, lotinamerika, afrika; 1930 yy.- neoklassitsizm, o'tmishga berilish, lotinamerika,

syurrealizm; 1940 yy.- kantri, vestern; 1950 yy.- N yu Luk, Shanel ; 1960 yy. – kosmik; 1970 yy. romantik, retro, fol k, etnik, sport, djins, diffuz, 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.

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 siymosi va turmush tarzini o'zgarishi hozirgi zamonda uni o'rni va va roli bo'yicha tasavvuri ifodalanadi. Yangi uslublarni paydo bo'lishiga yangi materiallar va ularga ishlov berish usullari ta'sir etadi.

Ko'p uslublar orasida klassik uslubni ajratish mumkin: ular uzoq vaqt davomida aktualligini saqlab, modada bo'ladi. Klassik uslub muayyan xususiyatlarga ega bo'lishi mumkin: universallik, ko'pfunktsiyalik, shakl yaxlitligi va oddiyliigi, odamni talablarini qondiradigan. Klassik uslubga, masalan, ingliz, Shanel uslublari kirishi mumkin.

“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.Zaytsev, 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, insonni hayotiga yangi xossalarni baxsh etadi va buyum va insonni o'zaro aloqasiga ta'sir etadi.

Dizaynda “*firma uslubi*” degan tushuncha ham bor – bu firmani ishlab chiqargan mahsulotiga uslubiy birlik mansub. Firma uslubi konkret mualliflar tomonidan yaratiladi va sub`ektiv xossaga egadir.



2-rasm. Firma uslubi

“Uslub” tushuncha bilan “uslublash” tushunchasi chambarchas bog’liq. Yangi san’at asrlari 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, kommertsiyachilik dizaynida (“korporativ” dizaynda).

Dizaynda uslublash – bu birinchidan buyumni loyihalashda muayyan uslub xossalarini ongli qo’llash (bu ma’noda ko’pincha “stayling” tushunchasi qo’llanadi); ikkinchidan – madaniy namunani ko’rinarli xossalarini 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 usulda ajoyib kolleksiyalarini Iv Sen-Loran 1960-1980 yy. (“Afrikanka”, “Rus balet-operalar”, “Xitoy ayoli”, “Ispan ayoli”, “Pikasso hotirasiga” va b.) yaratgan.

Modaga nisbatan uslub-og'ishmasi ijtimoiy fenomen. K.Shanel etishi bo'yicha: "Moda o'zgaradi, haqiqiy uslub esa – xech 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 demokratizalyalanishi, o'ziga xos "modani xukumdorligidan ozod bo'lish", barchaga majburiy yagona modali namunani yo'qligi, turli mo'ljal kiyimlarni farqlanmasligi, "yaxshi did" qonunlarni, turli buyumlarni birikmalarini, ranglar va materiallarni qo'llash qoidalarni muqarrar emasligi.

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

Jamoani oldida turgan muammolarni yechishda kumak berishda dizaynni insonparvar roli kuchaymoqda, chunki u turmush tarzini shakllanishiga insonning talablar tarkibini aniqlashga ta'sir etishi mumkin, jamiyatda ekologik qiymatini tasdiqlashga imkon to'g'irib.

Moddiy madaniyat an'analari boshqa xalqlarning, ayniqsa "ekzotik" mintaqalarning zamonaviy dizaynerlari e'tiborni ham jalb etmoqda. Yangi dizayn paydo bo'lishiga boshqa madaniyatlar amalda bitmas-tuganmas manbadir. Insonni, ayniqsa, g'arbdagilarning barchasi noma'lum, ajoyib, kundalikda uchramaydigan, odatdan farqlanadigan "ekzotika" doimo jalb etgan.

Ammo, zamonaviy madaniyatning uchinchi dunyo mamlakatlari an'analari bilan qiziqishi faqat yangilik va ajoibotlarni istashdan iborat bo'lmagan – sharq falsafasi, dini, tabiat va insonga munosabatida yangi dunyoqarashning yangi alomatlarini qidirish, kelajak sivilizatsiyaning asosi bo'lishi mumkin. G'arb sivilizatsiyasining inqirozi "sivilizatsiyalashmagan" xalqlarni hayotiy tajribasi G'arb munosabatining o'zgarishiga sabab bo'ldi, madomiki aynan sharqda inson tabiat mavjudoti bo'lgan ekan, shu bois boshqalari bilan ham uyg'unlikda yashamoqda. Postindustrial sivilizatsiya g'arb va sana'nalari sintezi asosida barpo etilmoqda.

Kiyim modellashda boshqa xalqlarning madaniy an'alariga nazar tashlash qadimdan ma'lum. Evropaliklarni sharq ekzotikasi, boyligi va nozik didi bilan jalb etib

kelgan. Evropa kostyum tarixining har bir davrida salb yurishlari davridan zamonaviy modadagi “etnik uslubigacha” sharq ta’sirini sezish mumkin. Evropa kostyumidagi ko‘p yangiliklar sharq yoki Amerikadan kelgan (X.Kolumb Amerikani ixtiro qilgandan so‘ng).

1970 yy. boshida evropa dizaynerlarining uchinchi dunyo milliy madaniyatini o‘zlashtirishi natijasida modada “etnik uslub” paydo bo‘ldi va u hozirgacha o‘z aktualligini yo‘qotmadi.



3-rasm. Etnik uslubdagi modellar

Jahon modasida evropalik dizaynerlarning paydo bo‘lishi bilan yana ikki yo‘nalish belgilandi – sharq madaniyati namoyandalari tomonidan evropa an’analarini kostyumda o‘zlashtirish (masalan, X.Mori, R.Kavakubo, Yo.Yamamoto kolleksiyalarida) va evropalik bo‘lmagan dizaynerlarning ularga yot Sharq an’analarini o‘zlashtirishi (“etnik uslub” yapon dizayneri Kenzo Takada kolleksiyasidan boshlandi, qayerda Janubiy-Sharq Osiyo mamlakatlarning milliy kostyum mavzulari qo‘llangandi).

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 kombinatsiyalab, 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 modellashda milliy kostyumning bichimini o'zlashtirish mahsus 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 mamlakatlari rang madaniyatidan ko'p modali ranglar o'zlashtirilgandi – indigo, “zirovarlar rangi”, “xitoycha sariq”. “buddaviy to'q sariq” va b.), aksessuarlar, amaliy san'atining o'zlashtirilishi bilan cheklanmaydi.

Hozir jahonda didlar plyuralizami (xilma xilligi) va estetik ideallarning tenghuquqligi, shu jumladan go'zallik to'g'risidagi tasavvur, ba'zi etnomadaniyat an'analari bilan bog'liq ravishda yuz bermoqda. Evropa go'zallik turi qatorida modada evropalik bo'lmagan inson siymolari tenghuquqlik o'rinni egalladi



4-rasm.1950 yillar modasi.

1960 yilda (P.Karden va P.Rabannada) podiumga qora tanli manekenshchitsalar chiqdi (Noemi va b.) va faqat oq tanalilargina go'zallik etaloni bo'lmashligini isbotlashdi, modomiki manekenshchitsaning siymosi – bu doimo o'ziga xos vaqt etaloni deb hisoblanadi. Podiumlarda va moda jurnallarining sahifalaridagi har xil

insonlar katta ahamiyatga ega. Bu bilan har bir millat, xalq va insonning o'ziga xosligi qaror topadi.

Zamonaviy madaniyatining prinsipial asosi – estetik plyuralizm, go'zallik xaqida 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 evropa kiyimiga nisbatan insonga individuallikni namoyon etishga, ya'ni sifatli kiyimni loyihalashga imkon beradi. Hattoki, 1960 yy. xippilar boshqa xalqlar milliy kostyumlari asosida evropa uniformasiga ishbilarmon inson kostyumi alternativa ravishda kiyim yaratishdi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'XATI

1. Xasanbayeva G.K. “Kostyum dizayni”. Study guide. – T.: Iqtisodiyot – Moliya, 2013.
2. “Keng assortimentdagi kiyimlarni loyihalash va modellash” M.Z.Murtazoyev, J.Hamidov, G.M.Axmedova, M.E.Eshonqulova. Textbook. T. 2012.
3. “Entering the fashion industry” https://www.amazon.com/Path-Become-Professional-Model-Industry-book/dp/B09QFYLN2/ref=sr_1_3?crid=3P74LXDBM9DKT&keywords=Entering+the+fashion+industry&qid=1658555103&srefix=entering+the+fashion+industry%2Caps%2C262&sr=8-3