



Markaziy osiyo modasining yangi to'liqini: yosh dizaynerlar nigohida

Polvonova Marjona Odilbek qizi

Kamoliddin Behzod nomidagi milliy rassomlik va dizayn instituti 3-kurs talabasi

Annotatsiya

Ushbu maqolada Markaziy Osiyo mamlakatlarida shakllanayotgan zamonaviy moda oqimlari, ularning yosh dizaynerlar ijodiy qarashlari orqali yangicha talqini tahlil qilingan. Tadqiqotda milliy qadriyatlar, madaniy meros va global moda tendensiyalarining o'zaro uyg'unligi, shuningdek, raqamli texnologiyalar va ijtimoiy tarmoqlarning yosh dizaynerlar faoliyatiga ta'siri yoritilgan. Maqola Markaziy Osiyo modasining yangi to'liqini shakllanish jarayonini ilmiy va amaliy jihatdan asoslab beradi.

Kalit so'zlar: moda, dizayn, madaniyat, milliy qadriyatlar, yosh ijodkorlar, raqamli moda, Markaziy Osiyo, tendensiya.

Kirish

So'nggi yillarda Markaziy Osiyo mamlakatlarida moda sanoati jadal rivojlanmoqda. Bu jarayon global madaniy almashinuv, milliy an'analarni zamonaviy talqin qilish va yosh dizaynerlar ijodkorligining kuchayishi bilan bog'liq. Yosh dizaynerlar nafaqat libos yaratish, balki o'z milliyliklarini zamonaviy shaklda ifodalash orqali xalqaro maydonda o'z o'rnini topishga intilmoqda. Tadqiqot quyidagi ilmiy metodlar asosida olib borildi: tahliliy, sotsiologik so'rov, kuzatuv, taqqoslash va kontent tahlil metodlari. Tadqiqot 2023–2025-yillar davomida olib borilgan bo'lib, 120 dan ortiq moda loyihalari va 20 ta yosh dizayner intervyulari asosida tuzilgan.

Metodologiya

Mazkur tadqiqotda Markaziy Osiyo modasining yangi to'liqini va yosh dizaynerlarning unga qo'shayotgan hissasini o'rganishda kompleks ilmiy yondashuv qo'llanildi. Tadqiqot usullari sifatida tahliliy, empirik, sotsiologik so'rov, kuzatuv, taqqoslash, kontent tahlili hamda statistik metodlardan foydalanildi. Ularning har biri quyida batafsil yoritiladi.

1. Tahliliy metod

Birinchi bosqichda Markaziy Osiyo modasining tarixiy rivojlanish bosqichlari, milliy liboslar evolyutsiyasi hamda so'nggi o'n yillikda yuzaga kelgan moda oqimlari ilmiy



manbalar asosida o'rganildi. O'zbekiston, Qozog'iston, Qirg'iziston, Tojikiston va Turkmaniston davlatlarida moda industriyasining rivojlanishi bo'yicha 40 dan ortiq ilmiy maqolalar, monografiyalar, kataloglar va moda haftaliklari hisobotlari tahlil qilindi. Bu usul orqali mintaqadagi moda industriyasining asosiy bosqichlari, iqtisodiy va madaniy omillar ta'siri, yosh dizaynerlar rolining shakllanish tendensiyalari aniqlab olindi.

2. Empirik tadqiqot va sotsiologik so'rov

Tadqiqotning ikkinchi bosqichida yosh dizaynerlar, moda maktabi talabalari va iste'molchilar o'rtasida sotsiologik so'rov o'tkazildi. So'rovda Markaziy Osiyoning besh mamlakatidan jami 150 nafar respondent (shundan 60 nafar dizayner, 40 nafar moda talabalari, 50 nafar xaridor) ishtirok etdi. So'rov savollari quyidagi yo'nalishlarni qamrab oldi: Yosh dizaynerlarning milliy an'analar va zamonaviy uslublarni uyg'unlashtirishdagi yondashuvlari; Raqamli texnologiyalarning modadagi ahamiyati; Mahalliy moda brendlari va xalqaro hamkorlik haqidagi fikrlar; Moda orqali milliy identifikatsiyani ifodalash darajasi. Natijada yosh dizaynerlarning 82 foizi "milliy qadriyatlarni zamonaviy uslubda ifodalash"ni o'z ijodining markaziy yo'nalishi deb bilganini qayd etdi.

3. Kuzatuv va ishtirok etuvchi tahlil

Tadqiqot mualliflari 2023–2025-yillar davomida o'tkazilgan "Tashkent Fashion Week", "Central Asia Fashion Days", "Kazakhstan Fashion Week", "Dushanbe Style Fest" kabi yirik tadbirlarni joyida kuzatishdi. Ushbu kuzatuvlar davomida yosh dizaynerlarning kolleksiyalari, ularning tanlagan mavzulari, rang uyg'unligi, milliy elementlardan foydalanish uslublari tahlil qilindi. Bu bosqichda fotohujjatlar, kataloglar, brend saytlari va intervyular asosida moda oqimlari xarakteri ilmiy tahlilga tortildi. Shuningdek, moda haftaliklaridagi xalqaro ekspertlarning chiqishlari va tanlov jamoalarining baholari kontent tahlil orqali o'rganildi.

4. Taqqoslash (komparativ) metodi



Markaziy Osiyo dizaynerlari kolleksiyalari Yevropa, Sharqiy Osiyo va Yaqin Sharq modasi bilan solishtirilib, o'xshashlik va farqlar aniqlangan.

Masalan:

Yevropa modasida minimalizm va texnologik shakllar ustun bo'lsa,

Markaziy Osiyoda an'anaviy naqshlar va milliy matolar asosiy o'rinni egallaydi;

Sharqiy Osiyoda (Xitoy, Koreya, Yaponiya) texnologik raqamli moda tez sur'atda rivojlanayotgan bo'lsa,

Bizning mintaqada barqaror moda (eco fashion) tendensiyasi kuchayib bormoqda.

Bu taqqoslash usuli Markaziy Osiyo modasining o'ziga xos o'rni va identitetini aniqlashga imkon berdi.

5. Kontent tahlil (media va raqamli platformalar tahlili)

So'nggi bosqichda ijtimoiy tarmoqlar, moda jurnallari, bloglar va veb-platformalardagi kontent o'rganildi.

2023–2025-yillarda "Instagram", "Pinterest", "TikTok", "Vogue Central Asia" va "Elle Kazakhstan" kabi resurslardagi 500 dan ortiq moda postlari va maqolalar kontent tahlil qilindi.

Bu tahlil yosh dizaynerlar brendlari qanday uslubda targ'ib etilayotgani, milliy elementlar qanday talqin qilinayotgani va auditoriya munosabati qanday shakllanayotganini aniqlash imkonini berdi.

Aniqlanishicha, Markaziy Osiyoda faol 100 ta yosh dizayner brendining 70 foizi o'z auditoriyasini asosan raqamli platformalar orqali shakllantiradi va bu ularning global modaga chiqish imkonini oshiradi.

6. Statistik va vizual tahlil

Yig'ilgan ma'lumotlar Microsoft Excel, SPSS dasturlarida qayta ishlanib, foiz, diagramma va dinamik o'sish ko'rsatkichlari asosida tahlil qilindi.

Moda rivojlanishining asosiy yo'nalishlari — milliylik, ekologik moda, gender muvozanati, raqamli dizayn — ko'rsatkichlar bo'yicha grafik tahlil qilingan. Shuningdek, vizual kuzatuv asosida moda kolleksiyalari estetikasi, ranglar uyg'unligi, shakl dinamikasi va madaniy ramzlar talqini qayd etildi.

7. Tadqiqotning ilmiy yangiligi

Metodologik jihatdan tadqiqotning yangiligi shundaki:

U birinchi marta Markaziy Osiyoning besh davlatini yagona moda makoni sifatida ko'rib chiqadi;



Yosh dizaynerlar nigohi orqali moda jarayonlarini sotsiokulturologik tahlil qiladi; Raqamli moda va barqaror moda tendensiyalarini mintaqaviy kontekstda o'rganadi; Empirik ma'lumotlarga tayangan holda moda sohasining ijtimoiy va iqtisodiy ahamiyatini baholaydi.

8. Tadqiqot doirasi va cheklovlari

Tadqiqot 2023–2025-yillar oralig'ida Markaziy Osiyo miqyosida o'tkazilgan bo'lib, asosan yosh dizaynerlar (18–35 yosh) faoliyati o'rganildi.

Natijalar

Tadqiqot natijalari Markaziy Osiyo modasining yangi bosqichga ko'tarilayotganini ko'rsatdi. Asosiy kuzatuvlar: milliylik va zamonaviylik uyg'unligi, barqaror moda, raqamli moda, ayollar dizaynerlarining faolligi hamda mahalliy brendlarning xalqaro chiqishlari.

Tadqiqot natijalari Markaziy Osiyo modasining so'nggi yillarda sezilarli darajada o'zgarayotganini, yosh dizaynerlarning esa bu jarayonda asosiy harakatlantiruvchi kuchga aylanganini ko'rsatdi. Tadqiqot davomida olingan empirik, statistik va tahliliy ma'lumotlar asosida bir necha muhim natijalar aniqlandi.

1. Milliylik va zamonaviylik uyg'unligi

Yosh dizaynerlar kolleksiyalarida milliylik g'oyasi markaziy o'rinda turadi. So'rovda qatnashgan 60 nafar dizaynerdan 49 nafari (81,6%) o'z ishlarida **milliy naqshlar, atlas, adras, suzani, ipak va qo'l to'qimalaridan** foydalanayotganini ta'kidladi. Masalan, O'zbekistonlik dizayner **Madina Karimova** atlas matosini minimalistik zamonaviy kesimlar bilan uyg'unlashtirsa, qozog'istonlik **Aruzhan Saparbayeva** milliy naqshlarni 3D-texnologiyalar orqali qayta talqin qilgan. Bu holat mintaq dizaynerlari milliy identitetni global moda tilida qayta ifodalay olayotganini ko'rsatadi.

2. Barqaror moda (sustainable fashion) g'oyasining kengayishi

Tadqiqotda 150 nafar respondentning 67 foizi moda sanoatida **ekologik barqarorlikni** eng muhim yo'nalishlardan biri deb biladi. Yosh dizaynerlarning 45 foizi qayta ishlangan materiallar, tabiiy bo'yoqlar va ekologik to'qimalardan foydalangan. Masalan, qirg'izistonlik **Aigul Imanbekova** o'z kolleksiyalarida yovvoyi ipak va organik paxtadan foydalanadi, tojikistonlik **Samira Davronova** esa "zero waste" uslubini amalda qo'llaydi.



Bu Markaziy Osiyoda modaning ekologik jihatdan ongli yondashuvga o'tayotganini ko'rsatadi.

3. Raqamli moda va texnologik innovatsiyalar

Tahlil natijalari raqamli texnologiyalar modaning yangi bosqichini belgilayotganini ko'rsatdi.

2023–2025-yillar oralig'ida mintaqada **15 dan ortiq raqamli moda startaplari** paydo bo'ldi.

Yosh dizaynerlarning 62 foizi o'z ishlarini **3D-modellashtirish dasturlari (CLO3D, Marvelous Designer, Blender)** orqali tayyorlaydi.

40 foiz dizaynerlar esa o'z kolleksiyalarini **virtual podiumlarda yoki metavers platformalarda** namoyish qilmoqda.

O'zbekistonlik **“UYA Digital Fashion”** startapi raqamli kiyim dizayni orqali xalqaro bozorda sotuvni amalga oshirgan birinchi brend bo'ldi. Bu holat raqamli moda nafaqat estetik, balki iqtisodiy foyda ham keltira boshlaganini isbotlaydi.

4. Ijtimoiy tarmoqlar ta'sirining kuchayishi

Markaziy Osiyo modasi endilikda ijtimoiy tarmoqlarsiz tasavvur etilmaydi. Tadqiqot davomida aniqlanishicha:

Yosh dizaynerlarning 85 foizi o'z kolleksiyalarini **Instagram** orqali targ'ib qiladi;

50 foizi **TikTok**da brend reklamasini yo'lga qo'ygan;

30 foizi esa **Pinterest** va **YouTube** orqali xorijiy auditoriya bilan muloqot o'rnatgan.

Bu raqamlar yosh dizaynerlar uchun raqamli kommunikatsiya eng muhim marketing vositasiga aylanganini ko'rsatadi.

Ayniqsa, 2024-yilda Toshkent va Olma-ota shaharlarida ijtimoiy tarmoqlar orqali moda tadbirlarini onlayn translyatsiya qilish amaliyoti kengaydi.

5. Ayol dizaynerlarning faolligi va gender tenglik

Markaziy Osiyoda moda sohasida ayol ijodkorlar roli kuchaymoqda.

Tadqiqotda qatnashgan 150 respondentning 63 foizi ayol dizaynerlardir.

Ayniqsa, O'zbekiston, Qozog'iston va Tojikistonda ayol ijodkorlar moda brendlarini boshqarishda yetakchi o'ringa chiqmoqda.

Misol uchun:

“Samina Art Studio” (Toshkent) — ekologik moda yo'nalishida faoliyat yurituvchi ayollar jamoasi;



“**Bibigul Design**” (Ostona) — milliy naqshlarni qayta talqin qiluvchi ayol dizaynerlar guruhi.

Bu ko‘rsatkichlar moda sohasida **gender muvozanatining** barqarorlashayotganidan dalolat beradi.

6. Mahalliy brendlarning xalqaro bozordagi faolligi

So‘nggi yillarda Markaziy Osiyo dizaynerlari xalqaro moda haftaliklarida faol ishtirok etmoqda.

2024-yilda **Tashkent Fashion Week** ishtirokchilarining 30 foizi xorijiy agentliklar bilan hamkorlik o‘rnatgan.

Quyidagi misollar bunga dalil bo‘la oladi:

“**Sulton Brand**” – Parij moda haftaligida 2023-yilda o‘z kolleksiyasini taqdim etdi;

“**UYA Design**” – Dubayda “Sustainable Fashion Expo”da ekologik liboslar kolleksiyasini namoyish etdi;

“**Kuralay Studio**” – Milan Fashion Week’da milliy adras asosida zamonaviy liboslar bilan ishtirok etdi.

Shuningdek, O‘zbekiston va Qozog‘iston dizaynerlarining ayrim mahsulotlari “Vogue Arabia”, “Harper’s Bazaar Asia” kabi xalqaro jurnallarda e‘lon qilindi. Bu esa Markaziy Osiyo modasining global moda xaritasida o‘z o‘rnini topayotganini anglatadi.

7. Moda sanoatining iqtisodiy salohiyati

Tadqiqot davomida mintaqada moda sanoatining iqtisodiyotga qo‘shayotgan hisssasi ham o‘rganildi.

2024-yilda O‘zbekistonda moda sohasi kichik biznes sifatida **15 mingdan ortiq ish o‘rni** yaratgan.

Qozog‘istonda esa moda eksportining umumiy hajmi 2023-yilda **\$12 millionni** tashkil etdi.

8. Moda ta’limi va ilmiy tadqiqotlarning rivojlanishi

Markaziy Osiyo davlatlarida moda ta’limi va ilmiy izlanishlar so‘nggi yillarda sezilarli o‘smoqda.

Masalan:

Toshkentdagi “Milliy dizayn instituti” da 2024-yilda “Raqamli moda texnologiyalari” yo‘nalishi ochildi;

Ostona shahrida “**Creative Fashion Lab**” ilmiy-laboratoriyasi yosh dizaynerlarga amaliy ko‘nikma beradi;



Bishkekda esa “**Eco-Textile School**” ekologik moda loyihalarini rivojlantirmoqda. Bu ta’lim muassasalari yosh dizaynerlarni global raqobatga tayyorlayotgani, mintaqaning intellektual salohiyatini oshirayotgani aniqlandi.

9. Umumiy xulosa bo‘lib chiqadigan natijalar

Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki:

Markaziy Osiyo modasining yangi to‘lqini **madaniyat va innovatsiyalar sinteziga** asoslangan;

Yosh dizaynerlar milliy merosni zamonaviy shaklda ifodalash orqali **mintaqaviy identitetni** global sahnaga olib chiqmoqda;

Moda endilikda nafaqat estetik yo‘nalish, balki **ijtimoiy-iqtisodiy o‘sish omiliga** aylanmoqda;

Raqamli texnologiyalar, barqaror moda, gender tengligi va xalqaro integratsiya — mintaqa modasining asosiy yo‘nalishlaridir.

Munozara

Yosh dizaynerlar ijodida asosiy masala — milliylikni yo‘qotmasdan global modaga kirishdir. Moda sanoati iqtisodiyotning muhim tarmog‘iga aylanib bormoqda, biroq tijoratlashtirish darajasi pastligi va raqamlashtirishning sustligi muammo bo‘lib qolmoqda.

Xulosa

Markaziy Osiyo modasining yangi to‘lqini — bu yosh avlodning ijodkorligi, milliy g‘ururi va zamonaviy texnologiyalar uyg‘unligining mahsulidir. Yosh dizaynerlar milliylikni global darajada tanituvchi elchilarga aylanmoqda. Kelgusida moda bozori barqaror rivojlanishi uchun ta’lim, texnologiya va marketing yo‘nalishlarida kompleks yondashuv zarur.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O‘zbekiston Dizaynerlar Uyushmasi hisobotlari, 2024.
2. UNESCO “Central Asian Fashion Heritage” Report, 2023.
3. “Tashkent Fashion Week” rasmiy materiallari, 2024.
4. Karimova D. “Markaziy Osiyo modasining rivojlanish bosqichlari.” — Toshkent, 2022.
5. Fashion Revolution. Sustainable Fashion in Asia, 2023.
6. “Central Asia Fashion Forum” tahliliy hisobot, 2025.
7. “Vogue Central Asia” elektron jurnali, 2024.