

UNIT 1: FOUNDATIONS OF FASHION

Short Answer Questions:

Q. Explain practical motives of consumer buying behaviour (Nov 22)

Ans. Practical motives include comfort, durability, climate-appropriateness, and utility of garments. These needs influence buyers who prioritize functionality over trends.

ਉਪਭੋਗਤਾ ਦੀ ਖਰੀਦਣ ਦੀ ਵਰਤੋਂਕਾਰੀ ਮੰਨਸੂਬਿਆਂ ਵਿੱਚ ਆਰਾਮ, ਟਿਕਾਊਪਨ, ਮੌਸਮ ਲਈ ਉਚਿਤ ਹੋਣਾ ਅਤੇ ਲਾਭਕਾਰੀ ਹੋਣਾ ਸ਼ਾਮਲ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਇਹ ਲੋੜਾਂ ਉਹਨਾਂ ਖਰੀਦਦਾਰਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਤ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ ਜੋ ਰੁਝਾਨਾਂ ਦੀ ਬਜਾਏ ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਨੂੰ ਤਰਜੀਹ ਦਿੰਦੀਆਂ ਹਨ।

Q. Differentiate between clothes and Fashion (Nov 23)

Ans. Clothes are basic garments worn for covering and protection, while fashion reflects trends, style, and self-expression evolving over time.

ਕੱਪੜੇ ਬੁਨਿਆਦੀ ਪਹਿਰਾਵੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜੋ ਸਰੀਰ ਨੂੰ ਢੱਕਣ ਅਤੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਲਈ ਪਾਏ ਜਾਂਦੇ ਹਨ, ਜਦਕਿ ਫੈਸ਼ਨ ਰੁਝਾਨਾਂ, ਅੰਦਾਜ਼ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਪ੍ਰਗਟ ਕਰਨ ਦਾ ਢੰਗ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਸਮੇਂ ਦੇ ਨਾਲ ਬਦਲਦਾ ਰਹਿੰਦਾ ਹੈ।

Q. What is FAD? (Nov 22)

Ans. A FAD is a short-lived fashion trend that gains popularity quickly and disappears just as fast without lasting influence.

ਫੈਡ ਇੱਕ ਛੋਟੇ ਸਮੇਂ ਲਈ ਆਉਣ ਵਾਲਾ ਫੈਸ਼ਨ ਰੁਝਾਨ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਜਲਦੀ ਪ੍ਰਸਿੱਧ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਪਰ ਥੋੜੀ ਹੀ ਦੇਰ ਵਿੱਚ ਗਾਇਬ ਵੀ ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

Q. What do you understand by 'Pret a Porter'? (Nov 23)

Ans. 'Prêt-à-porter' refers to designer clothes made in standard sizes and sold as ready-to-wear collections in stores.

‘ਪ੍ਰੈਤ ਆ ਪੋਰਟ’ ਦਾ ਅਰਥ ਹੈ ਡਿਜ਼ਾਈਨਰ ਕੱਪੜੇ ਜੋ ਮਿਆਰੀ ਸਾਈਜ਼ ਵਿੱਚ ਬਣਾਏ ਜਾਂਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਸਿੱਧਾ ਦੁਕਾਨਾਂ ਵਿੱਚ ਵੇਚੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ।

Q. Ready-To-Wear (Nov 24)

Ans. Ready-to-wear clothing is mass-produced in standardized sizes, offering fashionable garments without the need for custom tailoring.

ਰੋਡੀ-ਟੂ-ਵੇਅਰ ਕੱਪੜੇ ਉਹ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜੋ ਮਿਆਰੀ ਸਾਈਜ਼ ਵਿੱਚ ਬੋਕ ਵਿੱਚ ਬਣਾਏ ਜਾਂਦੇ ਹਨ, ਇਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਸਿਉਣ ਜਾਂ ਫਿੱਟਿੰਗ ਦੀ ਲੋੜ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀ।

Q. What are secondary colours? (Nov 22)

Ans. Secondary colours are formed by mixing two primary colours — orange, green, and purple are examples.

ਸੈਕੰਡਰੀ ਰੰਗ ਉਹ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜੋ ਦੋ ਪ੍ਰਾਇਮਰੀ ਰੰਗ ਮਿਲਾ ਕੇ ਬਣਾਏ ਜਾਂਦੇ ਹਨ — ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਸੰਤਰੀ, ਹਰਾ ਅਤੇ ਬੈਗਨੀ।

Q. Difference between complimentary color scheme and split complimentary color scheme. (Nov 23)

Ans. A complementary color scheme uses two opposite colors on the color wheel; a split complementary scheme uses one base color and two adjacent to its opposite.

ਕੰਪਲੀਮੈਂਟਰੀ ਰੰਗ ਸਕੀਮ ਵਿੱਚ ਰੰਗ ਚੱਕਰ ਦੇ ਇਕ-ਦੂਜੇ ਦੇ ਉਲਟ ਰੰਗ ਵਰਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ, ਜਦਕਿ ਸਪਲਿਟ ਕੰਪਲੀਮੈਂਟਰੀ ਸਕੀਮ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਮੂਲ ਰੰਗ ਅਤੇ ਉਸਦੇ ਉਲਟ ਦੇ ਨਾਲ ਲੱਗਦੇ ਦੋ ਰੰਗ ਸ਼ਾਮਲ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

Q. What are elements of design? (Nov 22)

Ans. Elements of design include line, shape, color, texture, and form — they are the building blocks of fashion creation.

ਡਿਜ਼ਾਈਨ ਦੇ ਤੱਤਾਂ ਵਿੱਚ ਲਾਈਨ, ਆਕਾਰ, ਰੰਗ, ਟੈਕਸਚਰ ਅਤੇ ਰੂਪ ਸ਼ਾਮਲ ਹੁੰਦੇ ਹਨ — ਇਹ ਫੈਸ਼ਨ ਰਚਨਾ ਦੇ ਮੁੱਢਲੇ ਭਾਗ ਹਨ।

Q. What is Texture? (Nov 22)

Ans. Texture refers to the surface quality or feel of a fabric — smooth, rough, soft, or crisp — which affects appearance and comfort.

ਟੈਕਸਚਰ ਕਿਸੇ ਕੱਪੜੇ ਦੀ ਸਤਹ ਦੀ ਗੁਣਵੱਤਾ ਜਾਂ ਮਹਿਸੂਸ ਹੋਣ ਵਾਲੀ ਭਾਵਨਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ — ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਨਰਮ, ਖੁਰਦਰੇ, ਹਲਕੇ ਜਾਂ ਕੜਕ — ਜੋ ਦਿੱਖ ਅਤੇ ਆਰਾਮ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦੀ ਹੈ।

Q. Fabric (Nov 24)

Ans. Fabric is the basic material used in garment construction, made by weaving or knitting fibers like cotton, silk, or polyester.

ਫੈਬਰਿਕ ਉਹ ਮੂਲ ਸਮੱਗਰੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜੋ ਕੱਪੜੇ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਵਰਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਰੇਸ਼ਿਆਂ ਨੂੰ ਬੁਣ ਕੇ ਜਾਂ ਬੁਣਾਈ ਰਾਹੀਂ ਤਿਆਰ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਕਪਾਹ, ਰੇਸ਼ਮ ਜਾਂ ਪਾਲੀਐਸਟਰ।

Q. Line (Nov 24)

Ans. Line in fashion refers to the direction or visual flow in a garment's design, influencing silhouette and body perception.

ਫੈਸ਼ਨ ਵਿੱਚ ਲਾਈਨ ਦਾ ਅਰਥ ਹੈ ਕੱਪੜੇ ਦੇ ਡਿਜ਼ਾਈਨ ਵਿੱਚ ਦਿਸਣ ਵਾਲੀ ਦਿਸ਼ਾ ਜਾਂ ਵਿਜੂਅਲ ਪ੍ਰਵਾਹ, ਜੋ ਆਕਾਰ ਅਤੇ ਸਰੀਰ ਦੇ ਪ੍ਰਤੀ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟਿਕੋਣ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦੀ ਹੈ।

Q. Define Silhouettes (Nov 23)

Ans. Silhouettes refer to the outline or overall shape of a garment, such as A-line, hourglass, or straight. ਸਿਲੂਅਰੈਟਸ ਕਿਸੇ ਪਹਿਰਾਵੇ ਦੀ ਬਾਹਰੀ ਰੂਪ-ਰੇਖਾ ਜਾਂ ਆਊਟਲਾਈਨ ਨੂੰ ਕਹਿੰਦੇ ਹਨ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ A-ਲਾਈਨ, ਘੰਟਾ ਆਕਾਰ ਜਾਂ ਸਿੱਧਾ।

Q. List any top five Inspirational sources of fashion (Nov 23)

Ans. Top fashion inspirations include nature, culture, history, celebrities, and street style.

ਫੈਸ਼ਨ ਦੇ ਪੰਜ ਪ੍ਰੇਰਣਾਦਾਇਕ ਸਰੋਤ ਹਨ: ਕੁਦਰਤ, ਸਭਿਆਚਾਰ, ਇਤਿਹਾਸ, ਸੈਲੀਬ੍ਰੀਟੀਜ਼ ਅਤੇ ਸਟਰੀਟ ਸਟਾਈਲ।

Q. Fashion Seasons (Nov 24)

Ans. Fashion seasons typically include Spring/Summer and Autumn/Winter, guiding designers and retailers on trends and production timelines.

ਫੈਸ਼ਨ ਦੇ ਮੌਸਮ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਸਪ੍ਰੀਂਗ/ਸਮਰ ਅਤੇ ਆਟਮ/ਵਿੰਟਰ ਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਜੋ ਡਿਜ਼ਾਈਨਰਾਂ ਅਤੇ ਵਪਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਰੁਝਾਨ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦਨ ਦੀ ਯੋਜਨਾ ਬਣਾਉਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦੇ ਹਨ।

Q. Two elements of Fashion (Nov 24)

Ans. Two essential elements of fashion are **style** (design or look) and **color**, both influencing consumer appeal and trends.

ਫੈਸ਼ਨ ਦੇ ਦੋ ਅਹੰਕਾਰਪੂਰਨ ਤੱਤ ਹਨ — ਅੰਦਾਜ਼ (ਡਿਜ਼ਾਈਨ ਜਾਂ ਦਿੱਖ) ਅਤੇ ਰੰਗ, ਜੋ ਖਰੀਦਦਾਰ ਦੀ ਪਸੰਦ ਅਤੇ ਰੁਝਾਨ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦੇ ਹਨ।

Long Answer Questions:

Q. What is fashion? How fashion and style are different? (Nov 24), (Nov 22)

Ans. Fashion refers to the prevailing styles in clothing, accessories, footwear, makeup, and lifestyle at a particular time. It is a dynamic and constantly evolving form of self-expression influenced by culture, trends, celebrities, and seasons. Fashion is largely commercial and is driven by designers, fashion houses, and media.

Fashion and style are different concepts. Fashion is temporary and ever-changing, whereas style is personal, timeless, and individual. Fashion is about what is currently trending in the industry, but style is about how someone wears those trends or classics to reflect their personality. For example, ripped jeans may be in fashion, but how someone styles them with accessories, tops, or shoes shows their style.

In essence, fashion is what you buy and see in stores, while style is how you wear it. A stylish person might not follow every fashion trend but expresses their unique identity through what they wear. Therefore, while fashion changes with time and season, style remains more permanent and true to an individual's character.

ਫੈਸ਼ਨ ਕਿਸੇ ਨਿਰਧਾਰਤ ਸਮੇਂ ਦੌਰਾਨ ਕੱਪੜਿਆਂ, ਐਕਸੈਸਰੀਜ਼, ਜੁੱਤਿਆਂ, ਮੇਕਅੱਪ ਅਤੇ ਜੀਵਨਸ਼ੈਲੀ ਵਿੱਚ ਚੱਲ ਰਹੇ ਰੁਝਾਨਾਂ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਇੱਕ ਗਤੀਸੀਲ ਅਤੇ ਲਗਾਤਾਰ ਬਦਲਣ ਵਾਲਾ ਸਵੈ-ਅਭਿਵਿਕਤੀ ਦਾ ਰੂਪ ਹੈ ਜੋ ਸਭਿਆਚਾਰ, ਰੁਝਾਨਾਂ, ਸੈਲੀਬ੍ਰਿਟੀਜ਼ ਅਤੇ ਮੌਸਮ ਤੋਂ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਫੈਸ਼ਨ ਵਪਾਰਕ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਇਹ ਡਿਜ਼ਾਈਨਰਾਂ, ਫੈਸ਼ਨ ਹਾਊਸਾਂ ਅਤੇ ਮੀਡੀਆ ਵੱਲੋਂ ਚਲਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਫੈਸ਼ਨ ਅਤੇ ਸਟਾਈਲ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਧਾਰਣਾਵਾਂ ਹਨ। ਫੈਸ਼ਨ ਆਰਜ਼ੀ ਅਤੇ ਬਦਲਣ ਵਾਲਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਜਦਕਿ ਸਟਾਈਲ ਨਿੱਜੀ, ਸਥਿਰ ਅਤੇ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਫੈਸ਼ਨ ਇੰਡਸਟਰੀ ਵਿੱਚ ਜੋ ਚੱਲ ਰਿਹਾ ਹੈ, ਉਹ ਫੈਸ਼ਨ ਹੈ, ਪਰ ਕੋਈ ਵਿਅਕਤੀ ਕਿਸ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਉਹ ਕੱਪੜੇ ਜਾਂ ਰੁਝਾਨ ਪਹਿਨਦਾ ਹੈ — ਉਹ ਉਸ ਦੀ ਸਟਾਈਲ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਨ ਵਜੋਂ, ਰਿੱਪਡ ਜੀਨਜ਼ ਫੈਸ਼ਨ ਵਿੱਚ ਹੋ ਸਕਦੀਆਂ ਹਨ, ਪਰ ਕਿਸੇ ਵਿਅਕਤੀ ਵੱਲੋਂ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਐਕਸੈਸਰੀਜ਼, ਟੋਪ ਜਾਂ ਜੁੱਤਿਆਂ ਨਾਲ ਪਹਿਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ — ਇਹ ਉਸ ਦੀ ਸਟਾਈਲ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ।

ਸਾਰ ਤੌਰ 'ਤੇ, ਫੈਸ਼ਨ ਉਹ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਤੁਸੀਂ ਖਰੀਦਦੇ ਹੋ, ਅਤੇ ਸਟਾਈਲ ਉਹ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜੋ ਤੁਸੀਂ ਪਹਿਨਦੇ ਹੋ। ਇੱਕ ਸਟਾਈਲਿਸ਼ ਵਿਅਕਤੀ ਹਰ ਫੈਸ਼ਨ ਰੁਝਾਨ ਦੀ ਪਾਲਣਾ ਨਹੀਂ ਕਰਦਾ, ਪਰ ਆਪਣੇ ਪਹਿਰਾਵੇ ਰਾਹੀਂ ਆਪਣੀ ਨਿੱਜੀ ਪਛਾਣ ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਜਦਕਿ ਫੈਸ਼ਨ ਸਮੇਂ ਅਤੇ ਮੌਸਮ ਦੇ ਨਾਲ ਬਦਲਦਾ ਹੈ, ਸਟਾਈਲ ਵਿਅਕਤੀ ਦੇ ਚਰਿਤਰ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹੋਣ ਕਰਕੇ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸਥਿਰ ਰਹਿੰਦੀ ਹੈ।

Q. Explain inspiration sources through elements of fashion. (Nov 22)

Ans. Inspiration in fashion comes from a wide range of sources, which designers use to create collections and design garments. These sources often align with the **elements of fashion**—line, shape, form, texture, and color. Some of the most common inspirational sources include:

- **Nature:** Colors of flowers, textures of leaves, and patterns of animals inspire prints and shapes in garments.
- **Art and Culture:** Traditional artworks, sculptures, and historical fashion influence fabric designs, embroidery, and silhouettes.
- **Architecture:** The lines, structure, and symmetry in architecture inspire clean cuts and patterns in clothing.
- **Movies & Celebrities:** Fashion is often shaped by what icons wear on-screen and in real life.
- **Music & Subcultures:** Punk, hip-hop, and rock have all influenced fashion by introducing specific styling elements.
- **Street Style:** Everyday wear from urban youth brings raw and real-life inspiration into the fashion industry.

Designers interpret these inspirations through **color palettes**, **textures**, and **silhouettes** using the elements of design, resulting in unique creations that influence mass trends and personal style.

ਫੈਸ਼ਨ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰੇਰਣਾ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਸਰੋਤਾਂ ਤੋਂ ਮਿਲਦੀ ਹੈ, ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਡਿਜ਼ਾਈਨਰ ਆਪਣੇ ਕਲੇਕਸ਼ਨ ਅਤੇ ਲਿਬਾਸ ਤਿਆਰ ਕਰਨ ਲਈ ਵਰਤਦੇ ਹਨ। ਇਹ ਸਰੋਤ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਫੈਸ਼ਨ ਦੇ ਤੱਤਾਂ ਨਾਲ ਜੁੜੇ ਹੋਏ ਹੁੰਦੇ ਹਨ – ਲਾਈਨ, ਆਕਾਰ, ਰੂਪ, ਟੈਕਸ਼ਰ ਅਤੇ ਰੰਗ।

ਕੁਝ ਮੁੱਖ ਪ੍ਰੇਰਣਾਦਾਇਕ ਸਰੋਤ ਹਨ:

- **ਕੁਦਰਤ:** ਫੁੱਲਾਂ ਦੇ ਰੰਗ, ਪੱਤਿਆਂ ਦੇ ਟੈਕਸ਼ਰ ਅਤੇ ਜਾਨਵਰਾਂ ਦੇ ਪੈਟਰਨ ਲਿਬਾਸਾਂ ਦੇ ਪ੍ਰੰਟ ਅਤੇ ਸੋਪ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰੇਰਣਾ ਦੇਂਦੇ ਹਨ।
- **ਕਲਾ ਅਤੇ ਸਭਿਆਚਾਰ:** ਰਵਾਇਤੀ ਕਲਾ, ਮੂਰਤੀਆਂ ਅਤੇ ਇਤਿਹਾਸਕ ਫੈਸ਼ਨ ਕੱਪੜਿਆਂ ਦੀ ਕੜ੍ਹਾਈ, ਡਿਜ਼ਾਈਨ ਅਤੇ ਆਕਾਰ ਉੱਤੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਪਾਉਂਦੇ ਹਨ।
- **ਵਾਸਤੂਕਲਾ (ਆਰਕੀਟੈਕਚਰ):** ਇਮਾਰਤਾਂ ਦੀ ਲਾਈਨ, ਬਣਤਰ ਅਤੇ ਸਮਿਤੀ ਕੱਪੜਿਆਂ ਵਿੱਚ ਸਾਫ਼ ਕਟ ਅਤੇ ਪੈਟਰਨ ਲਈ ਪ੍ਰੇਰਣਾ ਬਣਦੀ ਹੈ।
- **ਫਿਲਮਾਂ ਅਤੇ ਸੈਲੀਬ੍ਰੀਟੀਜ਼:** ਜੋ ਸਿਤਾਰੇ ਸਕਰੀਨ ਤੇ ਜਾਂ ਹਕੀਕਤ ਵਿੱਚ ਪਹਿਨਦੇ ਹਨ, ਉਹ ਵੀ ਫੈਸ਼ਨ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਦੇ ਹਨ।
- **ਸੰਗੀਤ ਅਤੇ ਸਥ-ਸਭਿਆਚਾਰ:** ਪੰਕ, ਹਿੱਪ-ਹੋਪ ਅਤੇ ਰੋਕ ਜਿਹੇ ਸੰਗੀਤਕ ਰੂਪਾਂ ਨੇ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਸਟਾਈਲਿੰਗ ਤੱਤਾਂ ਰਾਹੀਂ ਫੈਸ਼ਨ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕੀਤਾ ਹੈ।
- **ਸਟਰੀਟ ਸਟਾਈਲ:** ਸਹਿਰੀ ਨੋਜਵਾਨਾਂ ਦੀ ਰੋਜ਼ਮਰੂ ਪਹਿਰਾਵਾ ਅਸਲੀ ਜੀਵਨ ਦੀ ਪ੍ਰੇਰਣਾ ਦੇਂਦਾ ਹੈ।

ਡਿਜ਼ਾਈਨਰ ਇਹਨਾਂ ਪ੍ਰੇਰਣਾਵਾਂ ਨੂੰ ਰੰਗ ਪੈਲੇਟ, ਟੈਕਸ਼ਰ ਅਤੇ ਸੋਪ ਰਾਹੀਂ ਰੂਪ ਦਿੰਦੇ ਹਨ, ਜੋ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਵਿਲੱਖਣ ਕਲੇਕਸ਼ਨ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਨ ਜੋ ਵਿਆਪਕ ਰੁਝਾਨਾਂ ਅਤੇ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਸਟਾਈਲ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦੇ ਹਨ।

Q. Draw Color Wheel. Explain primary and tertiary colors with example. (Nov 22)

Ans. A **color wheel** is a circular diagram of colors arranged by their chromatic relationship. The basic color wheel includes **primary, secondary, and tertiary colors**.

- **Primary Colors:** Red, Blue, and Yellow. These are the basic colors that cannot be created by mixing any other colors. They serve as the foundation for all other hues.
- **Secondary Colors:** These are formed by mixing two primary colors:
 - Red + Blue = Purple
 - Blue + Yellow = Green
 - Red + Yellow = Orange
- **Tertiary Colors:** These are formed by mixing a primary color with an adjacent secondary color. Examples include:
 - Red + Orange = Red-Orange
 - Yellow + Green = Yellow-Green
 - Blue + Purple = Blue-Violet

The color wheel helps in understanding color combinations, contrasts, and harmony in fashion design. Designers use it to select appealing color schemes and ensure balance in collections.

ਕਲਰ ਵੀਲ ਬਣਾਓ। ਪ੍ਰਾਇਮਰੀ ਅਤੇ ਟਰਸ਼ੀਅਰੀ ਰੰਗਾਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਉਦਾਹਰਣ ਸਮੇਤ ਕਰੋ।

(ਨੋਟ: ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਉੱਤਰ ਵਿੱਚ ਇੱਕ 12-ਹਿੱਸਿਆਂ ਵਾਲਾ ਸਧਾਰਣ ਰੰਗ ਚੱਕਰ ਖਿੱਚੋ।)

ਕਲਰ ਵੀਲ ਰੰਗਾਂ ਦੀ ਇੱਕ ਗੋਲ ਡਾਇਗ੍ਰਾਮ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜੋ ਰੰਗਾਂ ਦੇ ਆਪਸੀ ਸੰਬੰਧਾਂ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਵਿੱਚ ਤਿੰਨ ਕਿਸਮਾਂ ਦੇ ਰੰਗ ਹੁੰਦੇ ਹਨ: ਪ੍ਰਾਇਮਰੀ, ਸਕੈਂਡਰੀ ਅਤੇ ਟਰਸ਼ੀਅਰੀ।

ਪ੍ਰਾਇਮਰੀ ਰੰਗ (ਮੂਲ ਰੰਗ):

- ਲਾਲ (Red)
- ਨੀਲਾ (Blue)

- **ਪੀਲਾ** (Yellow)

ਇਹ ਅਜਿਹੇ ਬੁਨਿਆਦੀ ਰੰਗ ਹਨ ਜੋ ਕਿਸੇ ਹੋਰ ਰੰਗ ਨੂੰ ਮਿਲਾ ਕੇ ਨਹੀਂ ਬਣਾਏ ਜਾ ਸਕਦੇ। ਇਹ ਹੋਰ ਸਾਰੇ ਰੰਗਾਂ ਦੀ ਆਧਾਰ ਸ਼੍ਰੇਣੀ ਹਨ।

ਸਕੈਂਡਰੀ ਰੰਗ (ਦੂਤੀਏ ਰੰਗ): ਦੋ ਪ੍ਰਾਇਮਰੀ ਰੰਗ ਮਿਲਾ ਕੇ ਬਣਦੇ ਹਨ:

- ਲਾਲ + ਨੀਲਾ = ਬੈਗਨੀ (Purple)
- ਨੀਲਾ + ਪੀਲਾ = ਹਰਾ (Green)
- ਲਾਲ + ਪੀਲਾ = ਸੰਤਰੀ (Orange)

ਟਰਸ਼ੀਅਰੀ ਰੰਗ (ਤ੍ਰੂਤੀਏ ਰੰਗ): ਇਹ ਇੱਕ ਪ੍ਰਾਇਮਰੀ ਰੰਗ ਅਤੇ ਉਸਦੇ ਕੋਲਲੇ ਸਕੈਂਡਰੀ ਰੰਗ ਨੂੰ ਮਿਲਾ ਕੇ ਬਣਾਏ ਜਾਂਦੇ ਹਨ:

- ਲਾਲ + ਸੰਤਰੀ = ਲਾਲ-ਸੰਤਰੀ (Red-Orange)
- ਪੀਲਾ + ਹਰਾ = ਪੀਲਾ-ਹਰਾ (Yellow-Green)
- ਨੀਲਾ + ਬੈਗਨੀ = ਨੀਲਾ-ਬੈਗਨੀ (Blue-Violet)

ਕਲਰ ਵੀਲ ਡਿਜ਼ਾਈਨਰਾਂ ਨੂੰ ਰੰਗਾਂ ਦੇ ਜੋੜ, ਵਿਰੋਧ ਅਤੇ ਮੇਲ ਜਾਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਰਾਹੀਂ ਉਹ ਆਪਣੀਆਂ ਕਲੇਕਸ਼ਨ ਵਿੱਚ ਸੁੰਦਰ ਅਤੇ ਸੰਤੁਲਿਤ ਰੰਗ ਸਕੀਮਾਂ ਚੁਣਦੇ ਹਨ।

Q. What do you understand by the term color wheel? What are the psychological effects of colors? (Nov 23)

Ans. The **color wheel** is a visual representation of colors arranged according to their chromatic relationships. It helps designers and artists understand how colors interact, complement, or contrast each other. The wheel typically includes **primary colors (red, yellow, blue)**, **secondary colors (orange, green, purple)**, and **tertiary colors** (like red-orange, blue-green, etc.).

Colors have powerful **psychological effects** and can influence emotions, behavior, and perception:

- **Red** evokes passion, energy, and urgency.
- **Blue** conveys calmness, trust, and reliability.
- **Yellow** reflects happiness, optimism, and warmth.
- **Green** signifies nature, growth, and health.
- **Black** symbolizes elegance, power, or mourning.
- **White** indicates purity, simplicity, and cleanliness.
- **Purple** is linked with luxury, creativity, and spirituality.

Fashion designers use color psychology to evoke certain moods and enhance customer appeal. For instance, a red dress might be used to convey boldness or seduction, while blue in corporate wear promotes professionalism. The color wheel and color psychology together help in creating impactful fashion collections.

ਕਲਰ ਵੀਲ (ਰੰਗ ਚੱਕਰ) ਇੱਕ ਵਿਜੂਅਲ ਚਿੱਤਰ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਰੰਗਾਂ ਨੂੰ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਗੁਣਾਤਮਕ ਸੰਬੰਧਾਂ ਅਨੁਸਾਰ ਲਾਈਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਡਿਜ਼ਾਈਨਰਾਂ ਅਤੇ ਕਲਾਕਾਰਾਂ ਨੂੰ ਇਹ ਸਮਝਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਰੰਗ ਕਿਵੇਂ ਇਕ-ਦੂਜੇ ਨਾਲ ਮਿਲਦੇ, ਵਿਰੋਧ ਕਰਦੇ ਜਾਂ ਪੂਰਾ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਇਸ ਵਿੱਚ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਪ੍ਰਾਇਮਰੀ (ਲਾਲ, ਪੀਲਾ, ਨੀਲਾ), ਸਕੈਂਡਰੀ (ਸੰਤਰੀ, ਹਰਾ, ਬੈਗਨੀ) ਅਤੇ ਟਰਸ਼ੀਅਰੀ ਰੰਗ (ਜਿਵੇਂ ਲਾਲ-ਸੰਤਰੀ, ਨੀਲਾ-ਹਰਾ) ਸ਼ਾਮਲ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

ਰੰਗਾਂ ਦੇ ਮਾਨਸਿਕ ਪ੍ਰਭਾਵ:

- **ਲਾਲ:** ਜੋੜ, ਉਰਜਾ, ਤੇਜ਼ੀ
- **ਨੀਲਾ:** ਸ਼ਾਂਤੀ, ਭਰੋਸਾ, ਭਰੋਸੇਯੋਗਤਾ
- **ਪੀਲਾ:** ਖੁਸ਼ੀ, ਆਸ਼ਾਵਾਦ, ਗਰਮੀ
- **ਹਰਾ:** ਕੁਦਰਤ, ਵਾਧਾ, ਸਿਰਤ
- **ਕਾਲਾ:** ਸ਼ਾਨਦਾਰਤਾ, ਸ਼ਕਤੀ ਜਾਂ ਸੋਗ

- **ਚਿੱਟਾ:** ਪਵਿਤਰਤਾ, ਸਾਦਗੀ, ਸਫ਼ਾਈ
- **ਬੈਗਨੀ:** ਸਾਨਦਾਰਤਾ, ਰਚਨਾਤਮਕਤਾ, ਆਤਮਿਕਤਾ

ਫੈਸ਼ਨ ਡਿਜ਼ਾਈਨਰ ਰੰਗ ਮਨੋਵਿਗਿਆਨ ਨੂੰ ਵਰਤਦੇ ਹਨ ਤਾਂ ਜੋ ਖਾਸ ਭਾਵਨਾ ਜਾਗਰੂਕ ਕਰ ਸਕਣ ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਦੀ ਦਿਲਚਸਪੀ ਵਧਾ ਸਕਣ। ਉਦਾਹਰਨ ਵਜੋਂ, ਲਾਲ ਕੱਪੜਾ ਜੁਝਾਰੂ ਜਾਂ ਆਕਰਸ਼ਕ ਲੁੱਕ ਦੇਣ ਲਈ ਵਰਤਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਜਦਕਿ ਨੀਲਾ ਕਾਰਪੋਰੇਟ ਲੁੱਕ ਵਿੱਚ ਪੋਸ਼ੇਵਰਤਾ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ।

Q. What do you understand by the dimensions of Color? Discuss the psychological associations of Color. (Nov 23), (Nov 24)

Ans. The **three primary dimensions of color** are **Hue, Value, and Chroma (Saturation)**:

- **Hue** refers to the name of a color (e.g., red, green, blue).
- **Value** indicates the lightness or darkness of a color. Adding white makes a color lighter (tint), and black makes it darker (shade).
- **Chroma/Saturation** defines the intensity or purity of a color—whether it is vivid or dull.

Each of these dimensions influences how a color is perceived and the emotional response it evokes.

Psychological associations of colors:

- **Warm hues** (red, orange, yellow): Energetic, passionate, cheerful.
- **Cool hues** (blue, green, purple): Calming, stable, serene.
- **Light values:** Often associated with openness, peace, and freshness.
- **Dark values:** May represent sophistication, mystery, or seriousness.

Fashion designers use color dimensions and psychology to design collections that communicate specific brand emotions or appeal to target markets. For instance, a soft pastel palette might be used in baby clothing to evoke calmness and innocence.

ਰੰਗ ਦੇ ਤਿੰਨ ਮੁੱਖ ਪੱਖ ਹਨ:

1. **ਰਿਹਿੂੰ (Hue):** ਕਿਸੇ ਰੰਗ ਦਾ ਨਾਂ — ਜਿਵੇਂ ਲਾਲ, ਹਰਾ, ਨੀਲਾ।
2. **ਵੈਲਯੂ (Value):** ਰੰਗ ਦੀ ਚਮਕ ਜਾਂ ਗੁੜ੍ਹਾਪਨ — ਚਿੱਟਾ ਮਿਲਾਉਣ ਨਾਲ ਰੰਗ ਹਲਕਾ (ਟਿੰਟ) ਅਤੇ ਕਾਲਾ ਮਿਲਾਉਣ ਨਾਲ ਗੂੜਾ (ਸੇਡ) ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
3. **ਕ੍ਰੋਮਾ ਜਾਂ ਸੈਚੂਰੇਸ਼ਨ (Chroma/Saturation):** ਕਿਸੇ ਰੰਗ ਦੀ ਤੀਬਰਤਾ ਜਾਂ ਪਵਿਤਰਤਾ — ਇਹ ਰੰਗ ਕਿੰਨਾ ਚਟਾਕਦਾਰ ਜਾਂ ਫਿੱਕਾ ਹੈ।

ਮਾਨਸਿਕ ਸੰਬੰਧ:

- **ਗਰਮ ਰੰਗ (ਲਾਲ, ਸੰਤਰੀ, ਪੀਲਾ):** ਉਰਜਾਵਾਨ, ਉਤਸ਼ਾਹਤ, ਖੁਸ਼ਮਿਜ਼ਾਜ
- **ਠੰਡੇ ਰੰਗ (ਨੀਲਾ, ਹਰਾ, ਬੈਗਨੀ):** ਸ਼ਾਂਤ, ਸਥਿਰ, ਸੁਖਦਾਈ
- **ਹਲਕੇ ਰੰਗ (Light values):** ਖੁਲਾਪਨ, ਤਾਜਗੀ, ਸ਼ਾਂਤੀ
- **ਗੂੜ੍ਹੇ ਰੰਗ (Dark values):** ਗੰਭੀਰਤਾ, ਰਾਜਸੀਅਤਾ, ਰਹੱਸ

ਫੈਸ਼ਨ ਡਿਜ਼ਾਈਨਰ ਰੰਗਾਂ ਦੇ ਪੱਖ ਅਤੇ ਮਨੋਵਿਗਿਆਨ ਨੂੰ ਵਰਤ ਕੇ ਅਜਿਹੇ ਕਲੇਕਸ਼ਨ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਨ ਜੋ ਖਾਸ ਭਾਵਨਾਵਾਂ ਜਾਹਿਰ ਕਰਨ ਜਾਂ ਨਿਸ਼ਾਨਾ ਬਣਾਏ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਆਕਰਸ਼ਤ ਕਰਨ। ਉਦਾਹਰਨ ਵਜੋਂ, ਨਰਮ ਪੈਸਟਲ ਰੰਗ ਬੱਚਿਆਂ ਦੇ ਕੱਪੜਿਆਂ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਂਤੀ ਅਤੇ ਮਾਸੂਮੀਅਤ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੇ ਹਨ।

Q. Differentiate between high street fashion and luxury fashion with examples. (Nov 22)

Ans. **High street fashion** refers to mass-produced, ready-to-wear clothing that is widely available and affordable. It follows the latest trends and is quickly delivered to the market, making fashion accessible to a broader audience. Examples include **Zara, H&M, and Forever 21**.

Luxury fashion, on the other hand, represents exclusivity, craftsmanship, and high quality. These products are typically made from premium materials, often handcrafted, and come with a high price tag. Luxury brands offer a status symbol and cater to the elite market. Examples include **Gucci, Louis Vuitton, Chanel, and Prada**.

Key Differences:

- **Price:** High street is budget-friendly; luxury is expensive.
- **Production:** High street is mass-produced; luxury is limited-edition or custom-made.
- **Target Audience:** High street targets the masses; luxury targets niche, affluent consumers.
- **Design Approach:** High street copies trends; luxury sets trends.

While high street fashion provides affordability and trend accessibility, luxury fashion emphasizes uniqueness, prestige, and long-term brand value.

ਹਾਈ ਸਟਰੀਟ ਫੈਸ਼ਨ ਅਤੇ ਲਗਜ਼ਰੀ ਫੈਸ਼ਨ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਕਰੋ। ਉਦਾਹਰਣ ਸਮੇਤ।

ਹਾਈ ਸਟਰੀਟ ਫੈਸ਼ਨ ਉਹ ਤਿਆਰ-ਪਹਿਨਣ ਵਾਲੇ (Ready-to-Wear) ਕੱਪੜੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜੋ ਵੱਡੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਬਣਾਏ ਜਾਂਦੇ ਹਨ, ਆਸਾਨੀ ਨਾਲ ਉਪਲਬਧ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਸਸਤੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਇਹ ਤਾਜ਼ਾ ਰੁਝਾਨਾਂ ਦੀ ਪਾਲਣਾ ਕਰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਬਾਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ ਆ ਜਾਂਦੇ ਹਨ।

ਉਦਾਹਰਨ: Zara, H&M, Forever 21

ਲਗਜ਼ਰੀ ਫੈਸ਼ਨ ਵਿੱਚ ਵਿਲੱਖਣਤਾ, ਹੁੱਦਾਰੀ ਅਤੇ ਉੱਚ ਗੁਣਵੱਤਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਉੱਚ ਦਰਜੇ ਦੇ ਸਮੱਗਰੀ ਤੋਂ, ਅਕਸਰ ਹੱਦੋਂ ਬਣੇ ਕੱਪੜੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਕੀਮਤ ਵੱਧ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਸਟੇਟਸ ਸਿੰਬਲ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਉੱਚ ਵਰਗ ਲਈ ਬਣਾਏ ਜਾਂਦੇ ਹਨ।

ਉਦਾਹਰਨ: Gucci, Louis Vuitton, Chanel, Prada

ਮੁੱਖ ਅੰਤਰ:

- **ਕੀਮਤ:** ਹਾਈ ਸਟਰੀਟ — ਸਸਤੀ; ਲਗਜ਼ਰੀ — ਮਹਿੰਗੀ
- **ਉਤਪਾਦਨ:** ਹਾਈ ਸਟਰੀਟ — ਥੋੜ੍ਹਾ ਵਿੱਚ ਬਣਾਉਣ; ਲਗਜ਼ਰੀ — ਸੀਮਤ ਜਾਂ ਵਿਅਕਤੀਗਤ
- **ਟਾਰਗਟ ਗਾਹਕ:** ਹਾਈ ਸਟਰੀਟ — ਆਮ ਲੋਕ; ਲਗਜ਼ਰੀ — ਅਮੀਰ ਅਤੇ ਖਾਸ ਗਾਹਕ
- **ਡਿਜ਼ਾਈਨ ਟਿੱਪਣੀਆਂ:** ਹਾਈ ਸਟਰੀਟ — ਰੁਝਾਨਾਂ ਦੀ ਨਕਲ; ਲਗਜ਼ਰੀ — ਰੁਝਾਨ ਬਣਾਉਣ ਵਿੱਚ ਵਿਲੱਖਣਤਾ

ਜਦਕਿ ਹਾਈ ਸਟਰੀਟ ਫੈਸ਼ਨ ਆਮ ਲੋਕਾਂ ਲਈ ਰੁਝਾਨਾਂ ਨੂੰ ਪਹੁੰਚਯੋਗ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ, ਲਗਜ਼ਰੀ ਫੈਸ਼ਨ ਵਿਲੱਖਣਤਾ, ਗਹਿਰਾ ਅਤੇ ਲੰਬੇ ਸਮੇਂ ਦੀ ਬ੍ਰਾਂਡ ਪਛਾਣ ਉੱਤੇ ਧਿਆਨ ਦਿੰਦਾ ਹੈ।

Q. Illustrate and give brief details on the variations of necklines, collars and sleeves. (Nov 23)

Ans. Fashion design thrives on creative variation in **necklines, collars, and sleeves**, which can dramatically alter the overall look of a garment.

Necklines:

- **Round Neck:** A simple, circular shape suitable for casual and formal wear.
- **V-Neck:** Creates a slimming effect, adds length to the neck and upper body.
- **Sweetheart Neck:** Shaped like the top of a heart, commonly used in bridal and party wear.

Collars:

- **Peter Pan Collar:** Flat, rounded corners; adds a youthful or vintage touch.
- **Mandarin Collar:** A short, stand-up style seen in traditional Asian and modern minimalist designs.
- **Shirt Collar:** Common in formal and business wear, with pointed or spread styles.

Sleeves:

- **Raglan Sleeve:** Extends in one piece from collar to underarm; provides ease of movement.
- **Bell Sleeve:** Fitted at the top and flared at the bottom, giving a flowy, elegant look.
- **Cap Sleeve:** Short and rounded, just covering the shoulder; often used in summer wear.

Each variation adds distinct aesthetics and function, helping designers meet both stylistic and practical demands.

ਫੈਸ਼ਨ ਡਿਜ਼ਾਈਨ ਵਿੱਚ ਨੈਕਲਾਈਨ, ਕਾਲਰ ਅਤੇ ਸਲੀਵਜ਼ ਵਿੱਚ ਰਚਨਾਤਮਕ ਬਦਲਾਅ ਹੋਣ ਨਾਲ ਲਿਬਾਸ ਦੀ ਦਿੱਖ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਬਦਲ ਸਕਦੀ ਹੈ।

ਨੈਕਲਾਈਨ (ਗਲੇ ਦੀ ਆਕਾਰ):

- **ਰਾਉਂਡ ਨੈਕ:** ਇੱਕ ਸਧਾਰਣ ਗੋਲ ਆਕਾਰ ਜੋ ਆਮ ਅਤੇ ਰਵਾਇਤੀ ਦੋਹਾਂ ਕੱਪੜਿਆਂ ਲਈ ਉਚਿਤ ਹੈ।
- **ਵੀ-ਨੈਕ:** ਗਲਾ ਲੰਮਾ ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਸਰੀਰ ਨੂੰ ਪਤਲਾ ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ।
- **ਸਵੀਟਹਾਰਟ ਨੈਕ:** ਦਿਲ ਦੇ ਉੱਪਰੀ ਹਿੱਸੇ ਵਰਗਾ ਆਕਾਰ, ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਵਿਆਹ ਅਤੇ ਪਾਰਟੀ ਡਰੈਸ਼ਨਾਂ ਵਿੱਚ ਵਰਤਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਕਾਲਰ (ਗਲੇ ਦੇ ਕਿਨਾਰੇ):

- **ਪੀਟਰ ਪੈਨ ਕਾਲਰ:** ਚਪਟੀ ਅਤੇ ਗੋਲ ਕੋਣਾਂ ਵਾਲੀ, ਜੋ ਨੈਜਵਾਨ ਜਾਂ ਵਿੱਟੇਜ ਲੁੱਕ ਦਿੰਦੀ ਹੈ।
- **ਮੰਡਰਿਨ ਕਾਲਰ:** ਛੋਟੀ ਅਤੇ ਖੜੀ ਰਹਿਣ ਵਾਲੀ ਕਾਲਰ, ਜੋ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਆਸੀਆਈ ਪਰੰਪਰਾਵਾਂ ਜਾਂ ਮੇਡਰਨ ਮਿਨੀਮਲਿਸਟ ਲੁੱਕ ਵਿੱਚ ਵਰਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।
- **ਸ਼ਰਟ ਕਾਲਰ:** ਫਾਰਮਲ ਜਾਂ ਬਿਜ਼ਨੈਸ ਵੱਡਾਂ ਵਿੱਚ ਆਮ, ਨੈਕਦਾਰ ਜਾਂ ਫੈਲਣ ਵਾਲੀ ਸੈਲੀ।

ਸਲੀਵਜ਼ (ਬਾਂਹਾਂ):

- **ਰੈਗਲੈਨ ਸਲੀਵ:** ਗਲੇ ਤੋਂ ਅੰਡਰਾਚਰਮ ਤੱਕ ਇਕ ਹੀ ਕੱਟ ਨਾਲ ਆਉਂਦੀ ਹੈ, ਜਿਸ ਨਾਲ ਹਿਲਣ-ਡੁੱਲਣ ਵਿੱਚ ਆਸਾਨੀ ਮਿਲਦੀ ਹੈ।
- **ਬੈਲ ਸਲੀਵ:** ਉਪਰੋਂ ਫਿੱਟਡ ਅਤੇ ਹੋਨੋ ਖੁਲ੍ਹੀਆਂ — ਨਰਮ, ਵਹਿਣ ਵਾਲੀ ਅਤੇ ਸੁੰਦਰ ਦਿੱਖ।
- **ਕੈਪ ਸਲੀਵ:** ਛੋਟੀ ਅਤੇ ਗੋਲ, ਕੇਵਲ ਮੋਚੇ ਨੂੰ ਢੱਕਦੀ ਹੈ — ਗਰਮੀਆਂ ਲਈ ਉਚਿਤ।

ਇਹ ਤਿੰਨੇ ਰੂਪ ਫੈਸ਼ਨ ਵਿੱਚ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਸੈਲੀ ਅਤੇ ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਦੀ ਲੋੜ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਦੇ ਹਨ।

Q. Discuss the three variations of the following: (Nov 24)

a) Skirts
b) Trousers

Ans.

a) Skirts:

- **A-Line Skirt:** Fitted at the waist and gradually flares out, forming an 'A' shape. It's versatile and suits most body types.
- **Pencil Skirt:** Narrow and straight, hugging the body closely. Common in office/formal wear.
- **Pleated Skirt:** Features multiple folds, adding volume and movement; seen in both casual and school uniforms.

b) Trousers:

- **Straight-Leg Trousers:** Classic style with the same width from hip to hem. Timeless and formal.
- **Palazzo Trousers:** Wide-legged and flowy, offering comfort and a stylish flair; ideal for summer or semi-formal events.
- **Cargo Pants:** Loose-fitting with multiple utility pockets; originally military wear, now adopted as streetwear.

These variations allow fashion designers to cater to diverse preferences and needs—be it for comfort, functionality, or aesthetics. Skirts and trousers remain staple wardrobe pieces, reinvented seasonally to reflect evolving trends.

a) ਸਕਰਟਾਂ:

- **ਏ-ਲਾਈਨ ਸਕਰਟ:** ਕਮਰ ਤੋਂ ਫਿੱਟਡ ਅਤੇ ਹੋਨਾਂ ਵੱਲ 'A' ਆਕਾਰ ਵਿੱਚ ਖੁਲ੍ਹੀ ਹੋਈ — ਹਰ ਕਿਸਮ ਦੇ ਸਰੀਰਾਂ ਲਈ ਉਚਿਤ।
- **ਪੈਸਲ ਸਕਰਟ:** ਸਿੱਧੀ ਅਤੇ ਤੰਗ — ਸਰੀਰ ਨੂੰ ਨੇੜੇ ਤੋਂ ਲੱਗਦੀ ਹੈ। ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਦਫ਼ਤਰੀ ਜਾਂ ਫਾਰਮਲ ਪਹਿਰਾਵੇ ਵਿੱਚ।
- **ਪਲੀਟਡ ਸਕਰਟ:** ਇਸ ਵਿੱਚ ਕਈ ਮੇੜ (ਪਲੀਟਾਂ) ਰੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਜੋ ਭਰਾਪਾ ਅਤੇ ਚਾਲ ਦਿੰਦੇ ਹਨ — ਆਮ ਅਤੇ ਸਕੂਲੀ ਯੂਨੀਫ਼ਰਮ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਚਲਿਤ।

b) **ਟ੍ਰਾਊਜ਼ਰ:**

- **ਸਿੱਧੀ ਲਾਈਨ ਵਾਲੇ ਟ੍ਰਾਊਜ਼ਰ:** ਹਿਪ ਤੋਂ ਲੈ ਕੇ ਹੇਮ ਤੱਕ ਇੱਕੋ-ਜਿਹੀ ਚੋੜਾਈ — ਕਲਾਸਿਕ ਅਤੇ ਫਾਰਮਲ।
- **ਪਲਾਜ਼ੇ ਟ੍ਰਾਊਜ਼ਰ:** ਵੱਡੇ ਅਤੇ ਵਹਿਣ ਵਾਲੇ — ਆਰਾਮਦਾਇਕ ਅਤੇ ਰੂਚਿਕਾਰ; ਗਰਮੀਆਂ ਜਾਂ ਸੈਮੀ-ਫਾਰਮਲ ਮੌਕਿਆਂ ਲਈ।
- **ਕਾਰਗੇ ਪੈਂਟ:** ਫਿੱਲੀਆਂ ਅਤੇ ਕਈ ਯੂਟਿਲਿਟੀ ਪੈਕਟਾਂ ਵਾਲੀਆਂ — ਪਹਿਲਾਂ ਫੈਜ਼ੀ ਵਰਤੋਂ ਲਈ, ਹੁਣ ਸਟਰੀਟਵੇਅਰ ਵਿੱਚ ਲੋਕਪ੍ਰੀਤ।

ਇਹ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਰੂਪ ਡਿਜ਼ਾਈਨਰਾਂ ਨੂੰ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਪਸੰਦਾਂ, ਸਹੂਲਤਾਂ ਅਤੇ ਸੰਦਰਤਾ ਦੀ ਲੋੜ ਪੂਰੀ ਕਰਨ ਦਾ ਮੌਕਾ ਦਿੰਦੇ ਹਨ। ਸਕਰਟਾਂ ਅਤੇ ਟ੍ਰਾਊਜ਼ਰ ਹਮੇਸ਼ਾ ਦੀ ਵਰਡਰੇਬ ਦਾ ਹਿੱਸਾ ਰਹੇ ਹਨ ਜੋ ਹਰੇਕ ਮੈਸਮ ਨਾਲ ਨਵੇਂ ਰੂਪਾਂ ਵਿੱਚ ਆਉਂਦੇ ਹਨ।

UNIT 2: GARMENT CONSTRUCTION & DETAILING

Short Answer Questions:

Q. How godet is used? (Nov 22)

Ans. A godet is a triangular piece of fabric inserted into a garment to add flare, movement, or volume, often seen in skirts or dresses.

ਗੋਡੇਟ ਇੱਕ ਤਿਕੋਣਾ ਕੱਪੜਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਲਿਬਾਸ ਵਿੱਚ ਫਲੈਰ, ਚਾਲ ਜਾਂ ਵੋਲਿਊਮ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਲਾਈਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਅਕਸਰ ਸਕਰਟਾਂ ਜਾਂ ਡਰੈਸਾਂ ਵਿੱਚ ਵੇਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

Q. Name any two types of Pleats (Nov 23)

Ans. Two common types of pleats are **box pleats** and **knife pleats**, used to add fullness and design to garments.

ਪਲੀਟਾਂ ਦੇ ਦੋ ਆਮ ਕਿਸਮਾਂ ਹਨ: ਬਾਕਸ ਪਲੀਟ ਅਤੇ ਨਾਈਫ ਪਲੀਟ। ਇਹ ਲਿਬਾਸ ਵਿੱਚ ਭਰਾਪਾ ਅਤੇ ਡਿਜ਼ਾਈਨ ਦੇਣ ਲਈ ਵਰਤੀ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ।

Q. Godets (Nov 24)

Ans. Godets are used for decorative or functional flare in garments, enhancing mobility and creating a flowing silhouette.

ਗੋਡੇਟਸ ਸਜਾਵਟੀ ਜਾਂ ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਫਲੈਰ ਲਈ ਵਰਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ, ਜੋ ਗਰਮੈਟ ਦੀ ਹਿਲਚਲ ਅਤੇ ਵਹਿਣ ਵਾਲਾ ਆਕਾਰ ਵਧਾਉਂਦੇ ਹਨ।

Q. Edgings (Nov 24)

Ans. Edgings are decorative trims or finishes added to hems, necklines, or sleeves to enhance the garment's appearance and durability.

ਐਜਿੰਗਜ਼ ਉਹ ਸਜਾਵਟੀ ਬਾਰਡਰ ਜਾਂ ਫਿਨਿਸ਼ਿੰਗ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਜੋ ਹੇਮ, ਗਲੇ ਜਾਂ ਬਾਂਹਾਂ ਉੱਤੇ ਲਾਈਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ ਤਾਂ ਜੋ ਲਿਬਾਸ ਦੀ ਸੁੰਦਰਤਾ ਅਤੇ ਟਿਕਾਉਪਨ ਵਧੇ।

Q. What are fasteners? (Nov 24), (Nov 22)

Ans. Fasteners are closures like buttons, zippers, hooks, or snaps that secure different parts of a garment together.

ਫਾਸਟਨਰਜ਼ ਉਹ ਬੰਦ ਕਰਨ ਵਾਲੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਬਟਨ, ਜਿੱਪਰ, ਹੁੱਕ ਜਾਂ ਸਨੈਪ ਜੋ ਲਿਬਾਸ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਹਿੱਸਿਆਂ ਨੂੰ ਇਕੱਠੇ ਰੱਖਦੀਆਂ ਹਨ।

Q. What are tucks? (Nov 22)

Ans. Tucks are small, stitched folds in fabric used to shape the garment or add decorative detailing.

ਟਕਸ ਛੋਟੀਆਂ ਸਿਲੀਆਂ ਗਈਆਂ ਮੋੜਾਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਜੋ ਲਿਬਾਸ ਨੂੰ ਆਕਾਰ ਦੇਣ ਜਾਂ ਸਜਾਵਟ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਕੀਤੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ।

Q. Name two elements of detailing (Nov 22)

Ans. Two common detailing elements are **embroidery** and **ruffles**, which enhance a garment's aesthetic appeal.

ਡੀਟੋਲਿੰਗ ਦੇ ਦੋ ਮੁੱਖ ਤੱਤ ਹਨ: ਕੜ੍ਹਾਈ ਅਤੇ ਰਫਲਸ, ਜੋ ਲਿਬਾਸ ਦੀ ਸੁੰਦਰਤਾ ਵਧਾਉਂਦੇ ਹਨ।

Q. Name two necklines that were prominent in 90's (Nov 22)

Ans. Two popular 90's necklines were **halter neck** and **square neck**, widely featured in both casual and formal fashion.

90 ਦੇ ਦਹਾਕੇ ਵਿੱਚ ਦੋ ਪ੍ਰਸਿੱਧ ਨੈਕਲਾਈਨ ਸਨ: ਹਾਲਟਰ ਨੈਕ ਅਤੇ ਸਕਵੈਅਰ ਨੈਕ, ਜੋ ਆਮ ਅਤੇ ਰਵਾਇਤੀ ਦੋਹਾਂ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੇ ਫੈਸ਼ਨ ਵਿੱਚ ਵਰਤੇ ਜਾਂਦੇ ਸਨ।

Q. Differentiate between trousers and jeans (Nov 22)

Ans. Trousers are typically formal and made from softer fabrics, while jeans are casual, made from denim, and have rugged styling.

ਟ੍ਰਾਊਜ਼ਰ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਰਵਾਇਤੀ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਨਰਮ ਕੱਪੜੇ ਤੋਂ ਬਣੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਜਦਕਿ ਜੀਨਜ਼ ਡੈਨਮ ਦੇ ਬਣੇ ਕੈਜ਼ੂਅਲ ਲਿਬਾਸ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਬਣਾਵਟ ਥੋੜੀ ਰੱਗਡ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

Q. Darts (Nov 24)

Ans. Darts are tapered seams sewn into fabric to shape garments around curves, especially at the bust, waist, or hips.

ਡਾਰਟਸ ਛੋਟੀ ਤੀਖੀ ਸਿਲਾਈਆਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਜੋ ਕੱਪੜੇ ਨੂੰ ਸਰੀਰ ਦੇ ਵਕਰੀਆਂ ਵਿੱਚ ਬੱਸਟ, ਕਮਰ ਜਾਂ ਹਿਪਸ ਉੱਤੇ ਢਾਲਣ ਲਈ ਕੀਤੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ।

Q. Sleeves (Nov 24)

Ans. Sleeves are fabric extensions that cover the arms and come in various styles like cap, puff, bell, and raglan for different fashion effects.

ਸਲੀਵਜ਼ ਉਹ ਕੱਪੜੇ ਦੇ ਹਿੱਸੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜੋ ਬਾਂਹਾਂ ਨੂੰ ਢੱਕਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਇਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਕਈ ਰੂਪ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਕੈਪ, ਪਫ, ਬੈਲ ਅਤੇ ਰੈਗਲੈਨ ਜੋ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਫੈਸ਼ਨ ਅਸਰ ਪੈਦਾ ਕਰਦੇ ਹਨ।

Q. Describe any two finishes process in sewing technology (Nov 23)

Ans. 1. Overlocking (Serging):

Overlocking is a finishing process where edges of fabric are sewn together using an overlock machine to prevent fraying. It provides a clean and durable finish, especially on raw seams.

2. Hemming: Hemming involves folding and stitching the edge of a fabric to create a neat border. It is used at the bottom of garments, sleeves, or necklines to give a polished appearance and prevent unraveling.

1. ਓਵਰਲੋਕਿੰਗ (ਸਰਜਿੰਗ): ਓਵਰਲੋਕਿੰਗ ਇੱਕ ਦਿਨਿਸਿੰਗ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਕੱਪੜੇ ਦੇ ਕਿਨਾਰਿਆਂ ਨੂੰ ਓਵਰਲੋਕ ਮਸ਼ੀਨ ਦੀ ਸਹਾਇਤਾ ਨਾਲ ਸਿਲਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਜੋ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਧਾਰੇ ਨਿਕਲਣ ਤੋਂ ਰੋਕਿਆ ਜਾ ਸਕੇ। ਇਹ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਤੌਰ 'ਤੇ ਕੱਚੀਆਂ ਸਿਲਾਈਆਂ ਉੱਤੇ ਸਾਫ਼ ਅਤੇ ਟਿਕਾਊ ਸਮਾਪਤੀ ਦਿੰਦੀ ਹੈ।

2. ਹੈਮਿੰਗ: ਹੈਮਿੰਗ ਵਿੱਚ ਕੱਪੜੇ ਦੇ ਕਿਨਾਰੇ ਨੂੰ ਮੋੜ ਕੇ ਉਸਦੀ ਸਿਲਾਈ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਜੋ ਇੱਕ ਸਾਫ਼-ਸੁਖਰਾ ਬਾਰਡਰ ਬਣੇ। ਇਹ ਪਹਿਰਾਵਿਆਂ ਦੇ ਹੇਠਲੇ ਹਿੱਸੇ, ਬਾਂਹਾਂ ਜਾਂ ਗਲੇ ਉੱਤੇ ਵਰਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਜਿਸ ਨਾਲ ਦਿੱਖ ਸੋਹਣੀ ਬਣਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਕੱਪੜਾ ਖੁਲਣ ਤੋਂ ਬਚਦਾ ਹੈ।

Long Answer Questions:

Q. How international market influence fashion forecasting? (Nov 22)

Ans. The **international market** plays a crucial role in shaping **fashion forecasting**, as it acts as a global indicator of upcoming trends, styles, and consumer preferences. Major fashion capitals such as Paris, Milan, New York, and London set the tone for the fashion seasons through their fashion weeks and designer showcases. These events present innovative designs, color palettes, fabric choices, and silhouettes that trickle down into mainstream fashion.

Moreover, globalization has enabled trends to spread rapidly across borders through digital media, influencers, and e-commerce platforms. International socio-political events, economic conditions, climate concerns, and cultural shifts also influence fashion demand. For example, sustainability and inclusivity are global movements that affect what consumers expect from brands worldwide.

Fashion forecasters study **international retail markets, consumer behavior, and sales data** from different regions to anticipate what will resonate with various demographics. The global market also introduces fusion styles and cultural blends, which enrich design inspiration. Thus, designers, brands, and retailers closely monitor global trends to stay competitive and relevant in the evolving fashion ecosystem.

ਅੰਤਰਰਾਸ਼ਟਰੀ ਮਾਰਕੀਟ ਫੈਸ਼ਨ ਦੀ ਭਵਿੱਖਵਾਹੀ ਵਿੱਚ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਭੂਮਿਕਾ ਨਿਭਾਉਂਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਆਉਣ ਵਾਲੇ ਰੁਝਾਨਾਂ, ਸੈਲੀਆਂ ਅਤੇ ਉਪਭੋਗਤਾਵਾਂ ਦੀਆਂ ਪਸੰਦਾਂ ਲਈ ਇੱਕ ਗਲੋਬਲ ਸੰਕੇਤਕ ਦੇ ਤੌਰ 'ਤੇ ਕੰਮ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਪੈਰਿਸ, ਮਿਲਾਨ, ਨਿਊਯਾਰਕ ਅਤੇ ਲੰਡਨ ਵਰਗੇ ਫੈਸ਼ਨ ਸੈਟਰ ਫੈਸ਼ਨ ਸੀਜ਼ਨ ਦਾ ਰੁਖ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਇਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਫੈਸ਼ਨ ਵੀਕਸ ਅਤੇ ਡਿਜ਼ਾਈਨਰ ਸੋਅਜ਼ ਰਾਹੀਂ ਨਵੇਂ ਡਿਜ਼ਾਈਨ, ਰੰਗ, ਕੱਪੜਿਆਂ ਅਤੇ ਸੋਪਸ ਨੂੰ ਪੇਸ਼ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜੋ ਆਮ ਫੈਸ਼ਨ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚ ਜਾਂਦੇ ਹਨ।

ਗਲੋਬਲਾਈਜ਼ੇਸ਼ਨ ਦੇ ਕਾਰਨ, ਰੁਝਾਨ ਇੰਟਰਨੈੱਟ, ਇੰਡਲੂਐਂਸਰ ਅਤੇ ਈ-ਕਾਮਰਸ ਰਾਹੀਂ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਫੈਲਦੇ ਹਨ। ਅੰਤਰਰਾਸ਼ਟਰੀ ਸਮਾਜਿਕ-ਰਾਜਨੀਤਕ ਘਟਨਾਵਾਂ, ਆਰਥਿਕ ਹਾਲਾਤ, ਮੌਸਮੀ ਚਿੰਤਾਵਾਂ ਅਤੇ ਸਭਿਆਚਾਰਕ ਬਦਲਾਅ ਵੀ ਫੈਸ਼ਨ ਦੀ ਮੰਗ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਉਦਾਹਰਨ ਵਜੋਂ, ਸਸਤੇ ਅਤੇ ਸਮਾਵੇਸ਼ੀ (inclusive) ਫੈਸ਼ਨ ਦੀ ਗਲੋਬਲ ਮੰਗ ਬ੍ਰਾਂਡਾਂ ਦੀ ਨੀਤੀ ਬਦਲ ਰਹੀ ਹੈ।

ਫੈਸ਼ਨ ਫੇਰਕਾਸਟਰ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਖੇਤਰਾਂ ਦੀ ਖਰੀਦਾਰੀ ਲਾਗ, ਉਪਭੋਗਤਾ ਵਿਵਹਾਰ ਅਤੇ ਵਿਕਰੀ ਡੇਟਾ ਦਾ ਅਧਿਐਨ ਕਰਕੇ ਇਹ ਅਨੁਮਾਨ ਲਗਾਉਂਦੇ ਹਨ ਕਿ ਕਿਹੜਾ ਰੁਝਾਨ ਕਿਸ ਲੋਕ ਸਮੂਹ ਵਿੱਚ ਚਲੇਗਾ। ਅੰਤਰਰਾਸ਼ਟਰੀ ਮਾਰਕੀਟ ਨਵੇਂ ਫਿਊਜ਼ਨ ਅਤੇ ਸਭਿਆਚਾਰਕ ਮਿਲਣ-ਛੁਲਣ ਨੂੰ ਵੀ ਲੈ ਕੇ ਆਉਂਦੀ ਹੈ, ਜੋ ਡਿਜ਼ਾਈਨ ਨੂੰ ਹੋਰ ਰਚਨਾਤਮਕ ਬਣਾਉਂਦੀ ਹੈ।

ਇਸ ਲਈ ਡਿਜ਼ਾਈਨਰ, ਬ੍ਰਾਂਡ ਅਤੇ ਰੀਟੈਲਰ ਹਮੇਸ਼ਾਂ ਵਿਸ਼ਵ ਪੱਧਰ ਦੇ ਰੁਝਾਨਾਂ ਉੱਤੇ ਨਜ਼ਰ ਰੱਖਦੇ ਹਨ ਤਾਂ ਜੋ ਫੈਸ਼ਨ ਦੁਨੀਆਂ ਵਿੱਚ ਮੋਹਤਾਜ਼ ਨਾ ਹੋਣ।

Q. Discuss about the detailing and its uses in the following: (Nov 24)

a) Pleats (Nov 24)

b) Yokes

Ans. a) **Pleats** are folds or creases created by doubling fabric onto itself and securing it in place, often used in skirts, trousers, and dresses. They serve both **aesthetic and functional purposes**—adding volume, allowing ease of movement, and enhancing garment structure. Types include box pleats, knife pleats, and accordion pleats. For example, a box-pleated skirt looks formal and tailored, ideal for uniforms or business wear.

b) **Yokes** are shaped pattern pieces that form part of a garment, often at the **shoulders or hips**, used to provide structure and distribute garment weight evenly. They can be decorative or functional, and are commonly seen in shirts, blouses, and skirts. For instance, a back yoke on a shirt gives a smooth fit around the shoulder blades and helps in maintaining the shirt's shape. Yokes also allow for **creative design opportunities**, like using contrasting fabrics or adding embroidery to elevate a simple design. Both pleats and yokes enhance the silhouette and comfort of garments, making them essential detailing elements in fashion design.

a) **ਪਲੀਟਸ (Pleats):** ਪਲੀਟਸ ਉਹ ਮੋੜ ਜਾਂ ਲਕੀਰਾਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਜੋ ਕੱਪੜੇ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਆਪ ਵਿੱਚ ਮੁੜ ਕੇ ਬਣਾਈਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ ਅਤੇ ਇੱਕ ਥਾਂ ਤੇ ਸੀਈਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ। ਇਹ ਸਕਰਟਾਂ, ਡਰੈਸਾਂ ਜਾਂ ਟ੍ਰਾਊਜ਼ਰ ਵਿੱਚ ਵਰਤੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ। ਇਹ ਸੁੰਦਰਤਾ ਅਤੇ ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਦੇਹਾਂ ਲਈ ਲਾਭਕਾਰੀ ਹਨ — ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਚਾਲ ਵਿੱਚ ਆਸਾਨੀ, ਭਰਾਪਾ ਅਤੇ ਲਿਬਾਸ ਦਾ ਸੋਪ ਸੁਧਾਰਨਾ। ਉਦਾਹਰਨ: **ਬਾਕਸ ਪਲੀਟ, ਨਾਈਫ਼ ਪਲੀਟ ਅਤੇ ਅਕਾਰਡੀਅਨ ਪਲੀਟ।** ਇੱਕ ਬਾਕਸ ਪਲੀਟ ਵਾਲੀ ਸਕਰਟ ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ ਫਾਰਮਲ ਅਤੇ ਟੇਲਰਡ ਲੁੱਕ ਦਿੰਦੀ ਹੈ ਜੋ ਅਕਸਰ ਯੂਨੀਫ਼ਰਮ ਜਾਂ ਦਫ਼ਤਰੀ ਪਹਿਰਾਵੇ ਵਿੱਚ ਵਰਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

b) **ਯੋਕਸ (Yokes):** ਯੋਕਸ ਕੱਪੜੇ ਦੇ ਖਾਸ ਹਿੱਸੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜੋ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਮੋਦਿਆਂ ਜਾਂ ਕਮਰ ਉੱਤੇ ਬਣਾਏ ਜਾਂਦੇ ਹਨ, ਜੋ ਲਿਬਾਸ ਨੂੰ ਬਣਤਰ ਦਿੰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਭਾਰ ਨੂੰ ਇਕਸਾਰ ਵੰਡਦੇ ਹਨ। ਇਹ ਸੁੰਦਰਤਾ ਅਤੇ ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਦੇਹਾਂ ਲਈ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਉਦਾਹਰਨ: **ਕਮੀਜ਼ ਦੇ ਪਿੱਛੇ ਬੈਕ ਯੋਕ ਜੋ ਮੋਦਿਆਂ 'ਤੇ ਚੰਗੀ ਫਿਟ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਕਮੀਜ਼ ਦੀ ਆਕਾਰ ਸੰਭਾਲਦਾ ਹੈ।** ਯੋਕਸ ਵਿੱਚ ਡਿਜ਼ਾਈਨਰੀ ਰਚਨਾਤਮਕਤਾ ਵੀ ਲਿਆਈ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ — ਜਿਵੇਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਫੈਬਰਿਕ ਜਾਂ ਕੜ੍ਹਾਈ ਵਰਤਣੀ।

ਇਹ ਦੋਵੇਂ ਤੱਤ ਲਿਬਾਸ ਦੇ ਆਕਾਰ, ਆਰਾਮ ਅਤੇ ਵਿਜੂਅਲ ਖੂਬਸੂਰਤੀ ਨੂੰ ਵਧਾਉਂਦੇ ਹਨ।

Q. Design and illustrate a garment which contains any four detailing and mark their suitable position. (Nov 23)

Ans. Let's design a **women's casual tunic top** that includes the following four detailing elements:

1. **Pin-tuck Pleats** (Front Bodice): Vertical pin-tuck pleats run from the neckline down to the bust to add texture and subtle sophistication.
2. **Contrast Yoke** (Back Shoulder): A horizontal yoke in contrasting fabric is stitched at the back to add visual interest and improve fit around the shoulders.
3. **Patch Pockets** (Front Waist Level): Two rectangular patch pockets placed symmetrically at the waist offer both utility and style.
4. **Button Placket** (Center Front): A half-button placket from the neckline to the mid-rib makes the tunic easy to wear and adds a decorative touch.

This combination balances **functionality with aesthetics**, making the tunic suitable for both daily wear and casual outings. The chosen detailing enhances the garment's comfort, structure, and visual appeal. You can illustrate this design using front and back flat sketches and label each detail accordingly.

ਚਲੋ ਇੱਕ ਐਰਤਾਂ ਦੀ ਕੈਜ਼ੂਅਲ ਟਿਊਨਿਕ ਟੋਪ ਦੀ ਰਚਨਾ ਕਰੀਏ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਚਾਰ ਡੀਟਾਲਿੰਗ ਤੱਤ ਸ਼ਾਮਲ ਹੋਣ:

1. **ਪਿਨ-ਟੱਕ ਪਲੀਟਸ (ਫਰੰਟ ਬਾਡੀਸ):** ਗਲੇ ਤੋਂ ਛਾਤੀ ਤੱਕ ਲੰਬਵੱਧ ਪਿਨ-ਟੱਕ ਪਲੀਟਸ ਜੋ ਲਿਬਾਸ ਨੂੰ ਨਰਮ ਰਚਨਾਤਮਕ ਲੁੱਕ ਦਿੰਦੀਆਂ ਹਨ।
2. **ਕਾਂਟ੍ਰਾਸਟ ਯੋਕ (ਬੈਕ ਸੋਲਡਰ):** ਪਿੱਠ ਤੇ ਇੱਕ ਵੱਖਰੇ ਕੱਪੜੇ ਨਾਲ ਬਣਾਇਆ ਯੋਕ ਜੋ ਵਿਜੂਅਲ ਰੁਚੀ ਵਧਾਉਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਮੇਡਿਆਂ ਉੱਤੇ ਫਿਟ ਸੁਧਾਰਦਾ ਹੈ।
3. **ਪੈਚ ਪੋਕੇਟਸ (ਕਮਰ ਦੀ ਪਾਸੀ):** ਦੋ ਆਕਾਰ ਵਿੱਚ ਇਕੋ-ਜਿਹੇ ਪੋਕੇਟ ਜੋ ਕੰਮ ਅਤੇ ਸਟਾਈਲ ਦੇਹਾਂ ਲਈ ਵਰਗੇ ਹਨ।
4. **ਬਟਨ ਪਲੈਕਟ (ਸੈਂਟਰ ਫਰੰਟ):** ਗਲੇ ਤੋਂ ਮੱਧ-ਪੇਟ ਤੱਕ ਬਟਨਾਂ ਵਾਲਾ ਪਲੈਕਟ ਜੋ ਲਿਬਾਸ ਨੂੰ ਪਹਿਨਣ ਯੋਗ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਸੁੰਦਰਤਾ ਵਧਾਉਂਦਾ ਹੈ।

ਇਹ ਡਿਜ਼ਾਈਨ ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਦੇ ਪਹਿਰਾਵੇ ਲਈ ਆਰਾਮ, ਸੁੰਦਰਤਾ ਅਤੇ ਯੂਟੀਲਿਟੀ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ ਰੱਖਦਾ ਹੈ।

ਇਸ ਦੀ ਫਰੰਟ ਅਤੇ ਬੈਕ ਫਲੈਟ ਸਕੈਚ ਬਣਾਕੇ, ਹਰ ਡੀਟੈਲ ਉੱਤੇ ਲੇਬਲ ਲਾ ਕੇ ਵਿਖਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

Q. Discuss about the Fashion Forecasting in detail. (Nov 24)

Ans. **Fashion forecasting** is the process of predicting future fashion trends in terms of colors, fabrics, silhouettes, patterns, accessories, and lifestyle choices. It is a critical tool for designers, brands, and retailers to stay ahead in the fashion industry and align their collections with upcoming consumer preferences. Fashion forecasting combines the study of past and current trends, market research, and cultural analysis to anticipate future demands.

There are two types of fashion forecasting: **short-term** and **long-term**. Short-term forecasting typically focuses on seasonal changes and is influenced by color forecasts, fashion shows, and street style. Long-term forecasting, on the other hand, looks 2–5 years ahead and considers broader factors like technology, sustainability, socio-political changes, and global economic shifts.

Fashion forecasters gather data from fashion shows, international markets, influencers, media, art, music, streetwear, and consumer behavior. They analyze this information to detect patterns, predict what styles will emerge, and publish trend reports or mood boards. These insights guide designers and businesses in planning production, marketing, and inventory.

Ultimately, fashion forecasting helps brands create collections that are not only aesthetically appealing but also commercially successful, minimizing risk and maximizing relevance in a fast-changing industry.

ਫੈਸ਼ਨ ਫੋਰਕਾਸਟਿੰਗ ਭਵਿੱਖ ਦੀ ਫੈਸ਼ਨ ਸੰਬੰਧੀ ਰੁਝਾਨਾਂ — ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਰੰਗ, ਕੱਪੜੇ, ਸੋਪ (ਸਿਲੂਏਟ), ਪੈਟਰਨ, ਐਕਸੈਸਰੀਜ਼ ਅਤੇ ਜੀਵਨ ਸ਼ੈਲੀ — ਦੀ ਪੇਸ਼ਗੀ ਕਰਨ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਹੈ। ਇਹ ਡਿਜ਼ਾਈਨਰਾਂ, ਬ੍ਰਾਂਡਾਂ ਅਤੇ ਰੀਟੈਲਰਾਂ ਲਈ ਬਹੁਤ ਜ਼ਰੂਰੀ ਸਾਧਨ ਹੈ ਤਾਂ ਜੋ ਉਹ ਬਦਲਦੇ ਹੋਏ ਰੁਝਾਨਾਂ ਨਾਲ ਕਦਮ ਮਿਲਾ ਸਕਣ।

ਫੈਸ਼ਨ ਫੋਰਕਾਸਟਿੰਗ ਵਿੱਚ ਪਿਛਲੇ ਅਤੇ ਮੌਜੂਦਾ ਰੁਝਾਨਾਂ ਦਾ ਅਧਿਐਨ, ਮਾਰਕੀਟ ਰਿਸਰਚ, ਅਤੇ ਸਭਿਆਚਾਰਕ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਰਕੇ ਆਉਣ ਵਾਲੀਆਂ ਮੰਗਾਂ ਦੀ ਅਗਾਹੀ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

ਫੈਸ਼ਨ ਫੋਰਕਾਸਟਿੰਗ ਦੇ ਦੋ ਮੁੱਖ ਪ੍ਰਕਾਰ ਹੁੰਦੇ ਹਨ:

- **ਸ਼ੋਰਟ-ਟਰਮ ਫੋਰਕਾਸਟਿੰਗ:** ਇਹ ਰੁਝਾਨਾਂ ਨੂੰ ਮੌਸਮੀ ਤਬਦੀਲੀਆਂ ਦੇ ਅਧਾਰ 'ਤੇ ਵੇਖਦੀ ਹੈ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਰੰਗਾਂ ਦੀ ਚੋਣ, ਫੈਸ਼ਨ ਸੋਅਜ਼, ਅਤੇ ਸਟਰੀਟ ਸਟਾਈਲ।
- **ਲੋਂਗ-ਟਰਮ ਫੋਰਕਾਸਟਿੰਗ:** ਇਹ 2 ਤੋਂ 5 ਸਾਲਾਂ ਅੱਗੇ ਤੱਕ ਦੇ ਰੁਝਾਨਾਂ ਨੂੰ ਵੇਖਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਤਕਨੀਕ, ਟਿਕਾਉਪਨ, ਸਮਾਜਿਕ-ਰਾਜਨੀਤਕ ਤਬਦੀਲੀਆਂ ਅਤੇ ਵਿਸ਼ਵ ਆਰਥਿਕ ਹਾਲਾਤਾਂ ਨੂੰ ਧਿਆਨ ਵਿੱਚ ਰੱਖਦੀ ਹੈ।

ਫੈਸ਼ਨ ਫੋਰਕਾਸਟਰ ਫੈਸ਼ਨ ਸੋਅਜ਼, ਇੰਟਰਨੈਸ਼ਨਲ ਮਾਰਕੀਟਾਂ, ਇੰਡ੍ਰਲੂਐਂਸਰਾਂ, ਮੀਡੀਆ, ਕਲਾ, ਸੰਗੀਤ, ਸਟਰੀਟਵੇਅਰ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਦੇ ਵਿਹਾਰ ਤੋਂ ਡਾਟਾ ਇਕੱਠਾ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਇਹ ਡਾਟਾ ਰਾਹੀਂ ਪੈਟਰਨ ਪਛਾਣ ਕੇ ਰਿਪੋਰਟਾਂ ਜਾਂ ਮੂਡ ਬੋਰਡ ਤਿਆਰ ਕੀਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ।

ਇਹ ਜਾਣਕਾਰੀ ਡਿਜ਼ਾਈਨ, ਉਤਪਾਦਨ, ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਅਤੇ ਸਟਾਕ ਯੋਜਨਾ ਬਣਾਉਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦਗਾਰ ਸਾਬਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਫੈਸ਼ਨ ਫੋਰਕਾਸਟਿੰਗ ਬ੍ਰਾਂਡਾਂ ਨੂੰ ਨਵੇਂ, ਆਕਰਸ਼ਕ ਅਤੇ ਵਪਾਰਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਸਫਲ ਕਲੋਕਸ਼ਨ ਬਣਾਉਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦੀ ਹੈ।

Q. What are the concepts of Fashion Forecasting? What are the various ways to forecast a trend? (Nov 23)

Ans. Fashion forecasting revolves around understanding how **social, cultural, economic, and technological factors** shape consumer preferences and fashion choices over time. The key concept is to **anticipate future demand** by analyzing current signals and interpreting them into future fashion trends. It bridges the gap between creativity and commerce, helping brands and designers align their products with evolving consumer expectations.

Some core **concepts** in fashion forecasting include:

- **Trend analysis** (identifying changes in colors, fabrics, shapes)
- **Consumer behavior** (lifestyle, needs, spending habits)
- **Innovation and sustainability**
- **Cultural influences** (art, music, social media, politics)

Ways to forecast a trend include:

1. **Observational Research** – studying street fashion, influencers, and consumer styles.
2. **Fashion Shows & Trade Fairs** – observing designers' collections for upcoming seasons.
3. **Social Media Analysis** – tracking platforms like Instagram, TikTok, Pinterest.
4. **Historical Analysis** – examining past trends and their cyclical nature.
5. **Market and Sales Data** – studying what consumers are buying now.
6. **Collaboration with Trend Forecasting Agencies** – such as WGSN, Fashion Snoops, etc.

These methods help forecasters deliver actionable insights for design, marketing, and retail planning.

ਫੈਸ਼ਨ ਫੋਰਕਾਸਟਿੰਗ ਇਸ ਗੱਲ ਨੂੰ ਸਮਝਣ ਉੱਤੇ ਆਧਾਰਤ ਹੈ ਕਿ ਸਮਾਜਕ, ਸਭਿਆਚਾਰਕ, ਆਰਥਿਕ ਅਤੇ ਤਕਨੀਕੀ ਕਾਰਕ ਕਿਵੇਂ ਉਪਭੋਗਤਾਵਾਂ ਦੀ ਪਸੰਦ ਅਤੇ ਫੈਸ਼ਨ ਚੋਣਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਇਸਦਾ ਮੁੱਖ ਉਦੇਸ਼ ਭਵਿੱਖ ਦੀ ਮੰਗ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨਾ ਹੈ ਜੋ ਮੌਜੂਦਾ ਸੰਕੇਤਾਂ ਦੀ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਰਕੇ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਮੁੱਖ ਅਵਧਾਰਣਾਂ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ:

- **ਟੈਂਡ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ:** ਰੰਗਾਂ, ਕੱਪੜਿਆਂ, ਆਕਾਰਾਂ ਵਿੱਚ ਆ ਰਹੇ ਬਦਲਾਅ।
- **ਉਪਭੋਗਤਾ ਵਿਹਾਰ:** ਜੀਵਨ ਸੈਲੀ, ਲੋੜਾਂ ਅਤੇ ਖਰਚਣ ਦੀ ਆਦਤ।
- **ਨਵੀਨਤਾ ਅਤੇ ਟਿਕਾਉਪਨ:** ਨਵੀਂ ਸੋਚ ਅਤੇ ਵਾਤਾਵਰਣਕ ਚਿੰਤਾ।
- **ਸਭਿਆਚਾਰਕ ਪ੍ਰਭਾਵ:** ਕਲਾ, ਸੰਗੀਤ, ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਅਤੇ ਰਾਜਨੀਤੀ।

ਟੈਂਡ ਦੀ ਭਵਿੱਖਵਾਣੀ ਕਰਨ ਦੇ ਤਰੀਕੇ:

1. **ਓਬਜ਼ਰਵੇਸ਼ਨ ਰਿਸਰਚ:** ਸਟਰੀਟ ਫੈਸ਼ਨ, ਇੰਡਲੂਐਂਸਰ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਸਟਾਈਲ ਦਾ ਅਧਿਐਨ।
2. **ਫੈਸ਼ਨ ਸ਼ੋਅ ਅਤੇ ਟਰੇਡ ਫੇਅਰ:** ਆਉਣ ਵਾਲੇ ਸੀਜ਼ਨਾਂ ਦੇ ਡਿਜ਼ਾਈਨਰ ਕਲੇਕਸ਼ਨ ਦਾ ਅਧਿਐਨ।
3. **ਸੋਸਲ ਮੀਡੀਆ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ:** Instagram, TikTok, Pinterest ਵਰਗੇ ਪਲੇਟਫਾਰਮਾਂ ਦੀ ਨਿਗਰਾਨੀ।
4. **ਇਤਿਹਾਸਕ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ:** ਪੁਰਾਣੇ ਰੁਝਾਨ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਦੁਹਰਾਵਟ।
5. **ਮਾਰਕੀਟ ਅਤੇ ਵਿਕਰੀ ਡੇਟਾ:** ਇਹ ਜਾਣ ਲਈ ਕਿ ਉਪਭੋਗਤਾ ਕੀ ਖਰੀਦ ਰਹੇ ਹਨ।
6. **ਟਰੈਂਡ ਫੇਰਕਾਸਟਿੰਗ ਏਜੰਸੀਜ਼ ਨਾਲ ਸਹਿਯੋਗ:** ਜਿਵੇਂ WGSN, Fashion Snoops ਆਦਿ।

ਇਹ ਤਰੀਕੇ ਡਿਜ਼ਾਈਨ, ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਅਤੇ ਰੀਟੈਲ ਦੀ ਯੋਜਨਾ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਲਾਭਦਾਇਕ ਸਾਬਤ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

UNIT 3: FASHION INDUSTRY SYSTEMS

Short Answer Questions:

Q. Explain haute couture (Nov 22)

Ans. Haute couture refers to high-end, custom-fitted fashion made by luxury designers, often showcasing unique craftsmanship and design artistry.

ਹੋਟ ਕੁਝੂਰ ਦਾ ਅਰਥ ਹੈ ਉੱਚ ਦਰਜੇ ਦੀ, ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਤੌਰ 'ਤੇ ਡਿਜ਼ਾਈਨਰ ਕੀਤੀ ਗਈ ਫੈਸ਼ਨ, ਜੋ ਮਹਿੰਗੇ ਡਿਜ਼ਾਈਨਰਾਂ ਵੱਲੋਂ ਬਣਾਈ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਵਿਲੱਖਣ ਹੁੰਦਾ ਅਤੇ ਡਿਜ਼ਾਈਨ ਕਲਾ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ।

Q. Fashion Cycle (Nov 24)

Ans. The fashion cycle is the progression of a style from its introduction, rise, peak, decline, and eventual obsolescence in the market.

ਫੈਸ਼ਨ ਚੱਕਰ ਕਿਸੇ ਸਟਾਈਲ ਦੀ ਸੁਰੂਆਤ ਤੋਂ ਲੈ ਕੇ ਉਸਦੇ ਚੜ੍ਹਾਅ, ਚਰਮ, ਥੱਲੇ ਆਉਣ ਅਤੇ ਅੰਤ ਵਿੱਚ ਬਾਜ਼ਾਰ ਤੋਂ ਗਾਇਬ ਹੋਣ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ।

Q. Give importance of Street Fashion (Nov 23)

Ans. Street fashion reflects current youth culture and social trends, often influencing mainstream and designer collections.

ਸਟਰੀਟ ਫੈਸ਼ਨ ਨੈਜਵਾਨ ਸਭਿਆਚਾਰ ਅਤੇ ਸਮਾਜਿਕ ਰੁਝਾਨਾਂ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਜੋ ਅਕਸਰ ਮੁੱਖਧਾਰਾ ਅਤੇ ਡਿਜ਼ਾਈਨਰ ਕਲੇਕਸ਼ਨਜ਼ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦਾ ਹੈ।

Q. Explain the concept of seasons in Fashion Industry (Nov 23)

Ans. Fashion seasons like Spring/Summer and Autumn/Winter help brands launch relevant collections suited to weather and consumer preferences.

ਫੈਸ਼ਨ ਇੰਡਸਟਰੀ ਵਿੱਚ ਮੌਸਮਾਂ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਸਪ੍ਰੀਂਗ/ਸਮਰ ਅਤੇ ਆਟਮ/ਵਿੰਟਰ, ਬ੍ਰਾਂਡਜ਼ ਨੂੰ ਮੌਸਮ ਅਨੁਕੂਲ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਪਸੰਦ ਮੁਤਾਬਕ ਕਲੇਕਸ਼ਨ ਲਾਂਚ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦੇ ਹਨ।

Q. What should be included in Brand analysis? (Nov 23)

Ans. Brand analysis should cover brand identity, target audience, market position, competitors, and customer perception.

ਬ੍ਰਾਂਡ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਵਿੱਚ ਬ੍ਰਾਂਡ ਦੀ ਪਛਾਣ, ਲਕੜੀ ਗਾਹਕ, ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਸਥਿਤੀ, ਮੁਕਾਬਲੇਦਾਰ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਸ਼ਾਮਲ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ।

Q. Name two international designers selling in India (Nov 22)

Ans. Two international designers selling in India are **Giorgio Armani** and **Calvin Klein**.

ਭਾਰਤ ਵਿੱਚ ਵੇਚਣ ਵਾਲੇ ਦੋ ਅੰਤਰਰਾਸ਼ਟਰੀ ਡਿਜ਼ਾਈਨਰ ਹਨ: ਜੋਰਜਿਓ ਅਰਮਾਨੀ ਅਤੇ ਕੈਲਵਿਨ ਕਲਾਈਨ।

Q. Name any six famous international designers of the world. (Nov 23)

Ans. Six famous international designers include Coco Chanel, Giorgio Armani, Donatella Versace, Karl Lagerfeld, Ralph Lauren, and Marc Jacobs.

ਦੁਨੀਆ ਦੇ ਛੇ ਪ੍ਰਸਿੱਧ ਅੰਤਰਰਾਸ਼ਟਰੀ ਡਿਜ਼ਾਈਨਰ ਹਨ: ਕੋਕੇ ਸਨੇਲ, ਜੋਰਜਿਓ ਅਰਮਾਨੀ, ਡੋਨੇਟੇਲਾ ਵਰਸਾਚੇ, ਕਾਰਲ ਲਾਗਰਫੈਲਡ, ਰਾਫਲੋਰੇਨ ਅਤੇ ਮਾਰਕ ਜੈਕਬਸ।

Q. Name two Indian designers making western wear (Nov 22)

Ans. Two Indian designers known for western wear are **Masaba Gupta** and **Naeem Khan**.

ਵੈਸਟਰਨ ਵੇਅਰ ਬਣਾਉਣ ਵਾਲੇ ਦੋ ਭਾਰਤੀ ਡਿਜ਼ਾਈਨਰ ਹਨ: ਮਸਾਬਾ ਗੁਪਤਾ ਅਤੇ ਨਾਈਮ ਖਾਨ।

Q. Explain briefly fashion accessories (Nov 22)

Ans. Fashion accessories are add-ons like bags, belts, hats, and jewelry that enhance and complete an outfit.

ਫੈਸ਼ਨ ਐਕਸੈਸਰੀਜ਼ ਉਹ ਵਾਧੂ ਆਈਟਮ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਬੈਗ, ਬੈਲਟ, ਹੈਟ ਅਤੇ ਗਹਿਰਾਵੇ ਦੀ ਸ਼ਾਨ ਵਧਾਉਂਦੇ ਹਨ।

Q. What is the use of accessories in Fashion? (Nov 23)

Ans. Accessories add style, personality, and functionality to outfits, often defining the overall fashion look.

ਐਕਸੈਸਰੀਜ਼ ਪਹਿਰਾਵੇ ਵਿੱਚ ਅੰਦਾਜ਼, ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਪਛਾਣ ਅਤੇ ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਜੋੜਦੀਆਂ ਹਨ, ਜੋ ਸਮੁੱਚੇ ਫੈਸ਼ਨ ਲੁੱਕ ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ।

Q. Accessories (Nov 24)

Ans. Accessories are complementary fashion items used to elevate the visual appeal and uniqueness of garments.

ਐਕਸੈਸਰੀਜ਼ ਉਹ ਪੂਰੀ ਕਰਨ ਵਾਲੀਆਂ ਫੈਸ਼ਨ ਆਈਟਮਾਂ ਹਨ ਜੋ ਲਿਬਾਸ ਦੀ ਦਿੱਖ ਅਤੇ ਵਿਲੱਖਣਤਾ ਨੂੰ ਨਿਖਾਰਦੀਆਂ ਹਨ।

Q. Illustrate the process of Fashion Cycle (Nov 23)

Ans. The fashion cycle includes: Introduction → Rise → Peak → Decline → Obsolescence, guiding trend lifespan and market strategy.

ਫੈਸ਼ਨ ਚੱਕਰ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ: ਸ਼ੁਰੂਆਤ → ਚੜ੍ਹਾਅ → ਚਰਮ → ਬੱਲੇ ਆਉਣਾ → ਪੁਰਾਣਾਪਨ। ਇਹ ਰੁਝਾਨ ਦੀ ਉਮਰ ਅਤੇ ਮਾਰਕੀਟ ਰਣਨੀਤੀ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ।

Long Answer Questions:

Q. Who are fashion critics? What role they play in fashion world? (Nov 22)

Ans. **Fashion critics** are professionals who analyze, interpret, and evaluate fashion designs, trends, and events. They write reviews for newspapers, magazines, blogs, or speak on TV and social media platforms. Their critiques cover everything from fashion shows and designer collections to red carpet events and street style.

Fashion critics play a **crucial role** in shaping public opinion and influencing both consumer behavior and designer reputations. They offer **expert analysis** of the aesthetic, conceptual, and cultural relevance of fashion collections. Through their reviews, they help audiences understand the inspiration, craftsmanship, and trends behind garments.

Some renowned fashion critics include **Suzy Menkes**, **Robin Givhan**, and **Vanessa Friedman**, who are known for their deep industry knowledge and honest reviews. Critics also **bridge the gap** between the fashion industry and the general public by explaining fashion in a relatable and accessible manner.

Additionally, critics provide feedback that can push designers to improve or innovate. Their opinions are often influential in establishing a brand's image or in elevating new talents in the fashion world. Overall, they play an integral part in maintaining quality, diversity, and creativity in fashion.

ਫੈਸ਼ਨ ਕ੍ਰਿਟਿਕ ਉਹ ਪੇਸ਼ਾਵਰ ਵਿਅਕਤੀ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜੋ ਫੈਸ਼ਨ ਡਿਜ਼ਾਈਨ, ਤੁਝਾਨਾਂ ਅਤੇ ਇਵੈਟਸ ਦੀ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ, ਵਿਆਖਿਆ ਅਤੇ ਮੂਲਾਂਕਣ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਉਹ ਅਖਬਾਰਾਂ, ਮੈਗਜ਼ੀਨਾਂ, ਬਲੋਗਾਂ, ਟੀਵੀ ਜਾਂ ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਪਲੇਟਫਾਰਮਾਂ 'ਤੇ ਆਪਣੇ ਰਿਉਵ ਦਿੱਦੇ ਹਨ। ਉਹ ਫੈਸ਼ਨ ਸੋਅਜ਼, ਡਿਜ਼ਾਈਨਰ ਕਲੇਕਸ਼ਨ, ਰੈਡ ਕਾਰਪੇਟ ਲੁੱਕਸ ਅਤੇ ਸਟਰੀਟ ਸਟਾਈਲ ਵਰਗੀਆਂ ਘਟਨਾਵਾਂ ਨੂੰ ਸਮੀਖਿਆ ਕਰਦੇ ਹਨ।

ਫੈਸ਼ਨ ਕ੍ਰਿਟਿਕ ਦੀ ਭੂਮਿਕਾ:

- ਜਨਤਕ ਰਾਇ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਦੇ ਹਨ
- ਉਪਭੋਗਤਾ ਵਿਵਹਾਰ ਅਤੇ ਡਿਜ਼ਾਈਨਰ ਦੀ ਛਵੀ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦੇ ਹਨ
- ਲਿਬਾਸ ਦੀ ਸੁੰਦਰਤਾ, ਮਾਨਸਿਕਤਾ ਅਤੇ ਸਭਿਆਚਾਰਕ ਮਹੱਤਤਾ ਦੀ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਰਦੇ ਹਨ
- ਆਮ ਲੋਕਾਂ ਲਈ ਫੈਸ਼ਨ ਨੂੰ ਸਮਝਣ ਯੋਗ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਨ

ਮਸ਼ਹੂਰ ਫੈਸ਼ਨ ਕ੍ਰਿਟਿਕ: *Suzy Menkes, Robin Givhan, ਅਤੇ Vanessa Friedman* — ਇਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਇਮਾਨਦਾਰ ਅਤੇ ਤਕਨੀਕੀ ਰਿਉਵਾਂ ਰਾਹੀਂ ਖੁਦ ਨੂੰ ਫੈਸ਼ਨ ਜਗਤ ਵਿੱਚ ਸਥਾਪਿਤ ਕੀਤਾ। ਕਈ ਵਾਰ ਇਹ ਕ੍ਰਿਟਿਕ ਡਿਜ਼ਾਈਨਰਾਂ ਨੂੰ ਨਵਾਂ ਸੋਚਣ ਲਈ ਉਤਸ਼ਾਹਤ ਕਰਦੇ ਹਨ ਜਾਂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀਆਂ ਖਾਮੀਆਂ ਵਜੋਂ ਸੁਧਾਰ ਦੀ ਸਿਫਾਰਸ਼ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਉਹ ਨਵੇਂ ਟੈਲੰਟ ਨੂੰ ਉਭਾਰਨ ਵਿੱਚ ਵੀ ਅਹੰ ਭੂਮਿਕਾ ਨਿਭਾਉਂਦੇ ਹਨ।

Q. Describe briefly about Brand Analysis. Encompass its strategies and benefits. (Nov 24), (Nov 23)

Ans. **Brand analysis** in fashion refers to the systematic assessment of a brand's identity, market positioning, customer perception, product range, and performance. It helps businesses understand their brand strengths, weaknesses, opportunities, and threats (SWOT analysis). This process is essential for building a strong, competitive, and recognizable brand in the fashion industry.

Key **strategies** used in brand analysis include:

- **Market segmentation:** identifying target customers
- **Competitor analysis:** evaluating how the brand compares with rivals
- **Consumer feedback:** using surveys and reviews
- **Visual identity review:** assessing logos, packaging, and social presence
- **Brand equity measurement:** understanding customer loyalty and brand value

Benefits of brand analysis include:

- Creating consistent brand messaging
- Enhancing customer loyalty
- Identifying market gaps and growth areas
- Supporting effective marketing strategies
- Strengthening brand recognition and reputation

In fashion, successful brands like **Nike, Zara, and Gucci** use brand analysis to evolve with trends and consumer expectations. It ensures that the brand remains **relevant, competitive**, and aligned with its core values in an ever-changing market.

ਫੈਸ਼ਨ ਵਿੱਚ ਬ੍ਰਾਂਡ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਿਸੇ ਵੀ ਬ੍ਰਾਂਡ ਦੀ ਪਛਾਣ, ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਸਥਿਤੀ, ਗਾਹਕ ਦੀ ਸੋਚ, ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਅਤੇ ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਦੀ ਵਿਗਿਆਨਕ ਜਾਂਚ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਬ੍ਰਾਂਡ ਦੀ ਤਾਕਤ, ਕਮਜ਼ੋਰੀ, ਮੌਕੇ ਅਤੇ ਖਤਰੇ (SWOT ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ) ਨੂੰ ਸਮਝਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦੀ ਹੈ।

ਮੁੱਖ ਰਣਨੀਤੀਆਂ:

- **ਮਾਰਕੀਟ ਵਿਭਾਜਨ (Segmentation):** ਟਾਰਗਾਟ ਗਾਹਕ ਪਛਾਣਣਾ
- **ਮੁਕਾਬਲੇ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ:** ਹੋਰ ਬ੍ਰਾਂਡਾਂ ਨਾਲ ਤੁਲਨਾ
- **ਉਪਭੋਗਤਾ ਫੀਡਬੈਕ:** ਸਰਵੇ ਅਤੇ ਰਿਵਿਊਜ਼ ਰਾਹੀਂ

- **ਵਿਜੁਅਲਾਈਡੀਟੀ (Visual Identity):** ਲੋਗੋ, ਪੈਕੇਜਿੰਗ, ਮੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਦੀ ਸਮੀਖਿਆ
- **ਬ੍ਰੂਂਡ ਮੁੱਲ ਮਾਪਣਾ:** ਗਾਹਕ ਦੀ ਨਿਭਾਈ ਅਤੇ ਵਿਸ਼ਵਾਸ

ਬ੍ਰੂਂਡ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੇ ਲਾਭ:

- ਇੱਕੋ ਜਿਹਾ ਬ੍ਰੂਂਡ ਸੰਦੇਸ਼ ਬਣਾਉਣਾ
- ਗਾਹਕ ਦੀ ਨਿਭਾਈ ਵਧਾਉਣਾ
- ਮਾਰਕੀਟ ਦੀਆਂ ਖਾਲੀਆਂ ਥਾਵਾਂ ਦੀ ਪਛਾਣ
- ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਰਣਨੀਤੀ ਦੀ ਮਦਦ
- ਬ੍ਰੂਂਡ ਦੀ ਪਛਾਣ ਅਤੇ ਪ੍ਰਤਿਸ਼ਠਾ ਨੂੰ ਮਜ਼ਬੂਤ ਕਰਨਾ

ਸਫਲ ਬ੍ਰੂਂਡ: *Nike, Zara, Gucci* ਆਦਿ ਨਿਰੰਤਰ ਤੌਰ 'ਤੇ ਬ੍ਰੂਂਡ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਰਾਹੀਂ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਵਿਕਸਤ ਕਰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਦੀ ਮੰਗ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਤਬਦੀਲ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

Q. Give a brief biography of any one international designer and present its famous designs. (Nov 23)

Ans. **Coco Chanel (1883–1971)**, born Gabrielle Bonheur Chanel in France, was a revolutionary fashion designer who changed the landscape of women's fashion in the 20th century. She rose from humble beginnings in an orphanage to become one of the most influential figures in fashion history. She founded the **Chanel** brand, which is now globally recognized for elegance, simplicity, and luxury. Chanel's design philosophy was rooted in **comfort, minimalism, and freedom of movement**, contrasting the restrictive corsets of her time. She popularized **casual chic** and introduced garments like **jersey suits, trouser sets for women**, and the **iconic little black dress (LBD)**.

Her most famous designs include:

- **Chanel No. 5 perfume** – a timeless fragrance
- **The Chanel suit** – a tweed skirt and jacket set
- **The quilted leather handbag (2.55)** – introduced in 1955, still in demand today
- **Costume jewelry** – mixing faux pearls with real gems

Chanel's legacy lives on through the fashion house she founded, now led by successors like Karl Lagerfeld and Virginie Viard. Her contributions reshaped women's fashion and empowered generations through timeless style and innovation.

Coco Chanel (1883–1971) — ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦਾ ਅਸਲੀ ਨਾਂ **Gabrielle Bonheur Chanel** ਸੀ, ਫਰਾਂਸ ਵਿੱਚ ਪੈਦਾ ਹੋਈ ਇੱਕ ਕ੍ਰਾਂਤੀਕਾਰੀ ਡਿਜ਼ਾਈਨਰ ਸੀ। ਉਹ ਇੱਕ ਅਨਾਥ ਅਸਰਮ ਤੋਂ ਉੱਠ ਕੇ 20ਵੀਂ ਸਦੀ ਦੀ ਸਭ ਤੋਂ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਫੈਸ਼ਨ ਵਿਅਕਤੀ ਬਣ ਗਈ। ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੇ **Chanel** ਬ੍ਰੂਂਡ ਦੀ ਸਥਾਪਨਾ ਕੀਤੀ ਜੋ ਅੱਜ ਵੀ ਸਹਿਰਤਾ, ਆਲਿਸ਼ਾਨੀ ਅਤੇ ਆਦੁਨਿਕਤਾ ਲਈ ਜਾਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਚੈਨਲ ਦੇ ਮੁੱਖ ਡਿਜ਼ਾਈਨ ਨਿਯਮ:

- ਆਰਾਮ ਅਤੇ ਆਜਾਦੀ 'ਤੇ ਆਧਾਰਿਤ
- ਕੋਰਸੇਟ ਦੇ ਵਿਰੋਧ 'ਚ ਸਧਾਰਨ ਅਤੇ ਨਰਮ ਕੱਪੜੇ
- ਐਰਤਾਂ ਲਈ ਟ੍ਰਾਊਜ਼ਰ ਸੈਟ ਅਤੇ **ਲਿਟਲ ਬਲੈਕ ਡਰੈਸ (LBD)** ਦੀ ਸੁਰੂਆਤ

ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਮਸ਼ਹੂਰ ਡਿਜ਼ਾਈਨ:

- **Chanel No. 5** ਇਤਰ — ਸਦੀਵੀ ਖੁਸ਼ਬੂ
- **Chanel Suit** — ਟਵੀਡ ਜੈਕੇਟ ਅਤੇ ਸਕਰਟ ਸੈਟ
- **Quilted Leather Handbag (2.55)** — 1955 ਵਿੱਚ ਲਾਂਚ ਹੋਈ
- **Costume Jewelry** — ਨਕਲੀ ਮੇਡੀਆਂ ਨੂੰ ਅਸਲੀ ਜਹਿਰਾਂ ਨਾਲ ਮਿਲਾਉਣਾ

ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਵਿਰਾਸਤ ਅੱਜ ਵੀ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਫੈਸ਼ਨ ਹਾਊਸ ਰਾਹੀਂ ਜਾਰੀ ਹੈ ਜਿਸ ਦੀ ਅਗਵਾਈ **Karl Lagerfeld** ਅਤੇ ਹੁਣ **Virginie Viard** ਕਰ ਰਹੇ ਹਨ।

Coco Chanel ਨੇ ਐਰਤਾਂ ਦੇ ਫੈਸ਼ਨ ਨੂੰ ਬਦਲਿਆ ਅਤੇ ਸੁਤੰਤਰਤਾ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਸਟਾਈਲ ਨੂੰ ਨਵੀਂ ਪਹਿਚਾਣ ਦਿੱਤੀ।

Q. Discuss about the one International Designer in detail laying emphasis on the concept of the latest collection and consumer. (Nov 24)

Ans. **Virgil Abloh** (1980–2021), an iconic American designer, made history as the first African-American artistic director of **Louis Vuitton's menswear division**. He was also the founder of the influential streetwear label **Off-White**, which merged luxury fashion with street culture and youth-driven aesthetics. Abloh's designs consistently explored themes of **identity, race, and the remixing of high fashion with street sensibilities**.

His latest collection before his passing, "Louis Vuitton Men's Spring/Summer 2022," was highly symbolic. Titled "Amen Break," it showcased elements of Afrofuturism, spirituality, and cultural blending. The collection emphasized **fluid tailoring, bold colors, graphic prints, and gender-neutral silhouettes**, resonating with Gen Z and millennial consumers. It was aimed at the **culturally aware, fashion-forward audience** who value both luxury and cultural relevance.

Abloh's consumer base includes artists, musicians, streetwear enthusiasts, and young fashion lovers seeking authenticity and innovation. His transparent design process and use of quotation marks, like "SHOELACES" or "SCULPTURE" on bags, challenged traditional norms and created dialogue.

His legacy redefined the boundaries between **art, fashion, and street culture**, making luxury fashion more inclusive and reflective of modern society. Abloh's work continues to influence future designers and global fashion trends.

ਵਿਰਜਿਲ ਐਬਲੇ ਇੱਕ ਪ੍ਰਸਿੱਧ ਅਮਰੀਕੀ ਫੈਸ਼ਨ ਡਿਜ਼ਾਈਨਰ ਸੀ, ਜਿਸ ਨੇ Louis Vuitton ਦੇ ਮੇਨਜ਼ ਵੇਅਰ ਵਿਭਾਗ ਦੇ ਪਹਿਲੇ ਅਫਰੀਕੀ-ਅਮਰੀਕੀ ਕਲਾ ਨਿਰਦੇਸ਼ਕ ਵਜੋਂ ਇਤਿਹਾਸ ਰਚਿਆ। ਉਹ Off-White ਨਾਂ ਦੇ ਲੋਕਪ੍ਰਿਯ ਸਟਰੀਟਵੇਅਰ ਬ੍ਰਾਂਡ ਦੇ ਸੰਸਥਾਪਕ ਵੀ ਸਨ, ਜਿਸ ਨੇ ਲਕਜ਼ਰੀ ਫੈਸ਼ਨ ਨੂੰ ਸਟਰੀਟ ਕਲਚਰ ਅਤੇ ਨੈਜਵਾਨੀ ਅੰਦਰ ਨਾਲ ਮਿਲਾ ਕੇ ਨਵਾਂ ਰੁਝਾਨ ਸਥਾਪਿਤ ਕੀਤਾ।

ਐਬਲੇ ਦੇ ਡਿਜ਼ਾਈਨ ਅਕਸਰ ਪਛਾਣ, ਨਸਲ ਅਤੇ ਉੱਚ ਫੈਸ਼ਨ ਨੂੰ ਸਟਰੀਟ ਸਟਾਈਲ ਨਾਲ ਮਿਲਾ ਕੇ ਨਵੀਂ ਭਾਸ਼ਾ ਬਣਾਉਣ ਵਾਲੇ ਬੀਮਾਂ ਨੂੰ ਉਭਾਰਦੇ ਸਨ।

ਉਹ ਦੀ ਆਖਰੀ ਲੀਨ— "Louis Vuitton Men's Spring/Summer 2022" — "Amen Break" ਨਾਮਕ, ਬਹੁਤ ਹੀ ਪ੍ਰਤੀਕਾਤਮਕ ਸੀ। ਇਹ ਕਲੇਕਸ਼ਨ Afrofuturism, ਆਤਮਿਕਤਾ ਅਤੇ ਸਭਿਆਚਾਰਕ ਮਿਲਾਪ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਸੀ। ਇਸ ਵਿੱਚ ਨਰਮ ਕਟਾਈ, ਚਟਖੇਲੇ ਰੰਗ, ਗ੍ਰਾਫਿਕ ਪ੍ਰਿੰਟ ਅਤੇ ਜੈਂਡਰ-ਨਿਊਟਰਲ ਲੁੱਕ ਦਿਖਾਈ ਦਿੱਤੇ, ਜੋ Gen Z ਅਤੇ ਮਿਲੈਨੀਅਲ ਗਾਹਕਾਂ ਲਈ ਆਕਰਸ਼ਕ ਸਨ।

ਉਸਦੇ ਮੁੱਖ ਗਾਹਕ ਗਾਇਕ, ਕਲਾਕਾਰ, ਸਟਰੀਟਵੇਅਰ ਪ੍ਰੇਮੀ, ਅਤੇ ਉਹ ਨੈਜਵਾਨ ਹਨ ਜੋ ਅਸਲੀਅਤ ਅਤੇ ਨਵੀਨਤਾ ਦੀ ਲੋੜ ਰੱਖਦੇ ਹਨ। ਉਹ ਦੇ ਡਿਜ਼ਾਈਨ 'ਤੇ ਲਿਖੇ "SHOELACES" ਜਾਂ "SCULPTURE" ਵਰਗੇ ਕੋਟੇਸ਼ਨ ਮਾਰਕਸ ਰਾਹੀਂ ਪ੍ਰਮਪਰਾਵਾਂ ਨੂੰ ਚੁਣੌਤੀ ਦਿੰਦੇ ਸਨ ਅਤੇ ਸੰਵਾਦ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਦੇ ਸਨ।

ਵਿਰਜਿਲ ਐਬਲੇ ਦੀ **ਵਿਰਾਸਤ** ਨੇ ਆਰਟ, ਫੈਸ਼ਨ ਅਤੇ ਸਟਰੀਟ ਕਲਚਰ ਦੀਆਂ ਹੱਦਾਂ ਨੂੰ ਨਵੀਂ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਦਿੱਤੀ। ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਲਕਜ਼ਰੀ ਫੈਸ਼ਨ ਨੂੰ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸਮਾਅਵੇਸੀ ਅਤੇ ਆਧੁਨਿਕ ਸਮਾਜ ਦੀ ਅਕਸੀਡੇਂਸ ਬਣਾਇਆ। ਉਹ ਦਾ ਕੰਮ ਅੱਜ ਵੀ ਨਵੇਂ ਡਿਜ਼ਾਈਨਾਂ ਅਤੇ ਵਿਸ਼ਵ ਭਰ ਦੇ ਫੈਸ਼ਨ ਰੁਝਾਨਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰ ਰਿਹਾ ਹੈ।

Q. What do you understand by Fashion Criticism? Explain it with examples. (Nov 23), (Nov 24)

Ans. **Fashion criticism** refers to the evaluation, interpretation, and analysis of fashion collections, trends, or events by experts, journalists, and commentators. It involves assessing the **aesthetic value, creativity, functionality, cultural impact, and relevance** of designs and presenting those views to the public through articles, blogs, videos, or social media.

Fashion criticism helps shape public perception, **guides industry standards**, and provides feedback to designers. It plays a crucial role in educating consumers and influencing purchasing behavior. Criticism can be **positive**, offering praise for innovation and quality, or **constructive**, highlighting areas for improvement.

For example, **Suzy Menkes**, a renowned fashion critic, is known for her honest and insightful reviews of runway shows in Paris and Milan. Another example is **Robin Givhan**, who won a Pulitzer Prize for her sharp fashion writing that connects clothes to politics, race, and identity.

A famous fashion criticism moment was when **Cathy Horyn**, writing for *The New York Times*, critiqued Dior's collection under John Galliano, calling it "costumey," which sparked major discussion within the industry.

In essence, fashion criticism serves as a **bridge between designers and the public**, holding the fashion industry accountable while celebrating its artistry and cultural significance.

ਫੈਸ਼ਨ ਸਮੀਖਿਆ ਦਾ ਅਰਥ ਹੈ ਕਿ ਮਾਹਿਰਾਂ, ਪੱਤਰਕਾਰਾਂ ਜਾਂ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਕਾਂ ਵੱਲੋਂ ਫੈਸ਼ਨ ਕਲੇਕਸ਼ਨਾਂ, ਰੁਝਾਨਾਂ ਜਾਂ ਘਟਨਾਵਾਂ ਦੀ ਸਮੀਖਿਆ, ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਅਤੇ ਮੂਲਾਂਕਣ ਕੀਤਾ ਜਾਵੇ। ਇਹ ਅਨੁਕੂਲਤਾ, ਰਚਨਾਤਮਕਤਾ, ਕਾਰਜਕੁਸ਼ਲਤਾ, ਸਭਿਆਚਾਰਕ ਪ੍ਰਭਾਵ ਅਤੇ ਡਿਜ਼ਾਈਨ ਦੀ ਪ੍ਰਸੰਗਿਕਤਾ ਨੂੰ ਵੇਖ ਕੇ ਆਮ ਲੋਕਾਂ ਤੱਕ ਲਿਖਤੀ ਰੂਪ (ਆਰਟਿਕਲ, ਬਲੋਗ), ਵੀਡੀਓ ਜਾਂ ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਰਾਹੀਂ ਪਹੁੰਚਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਫੈਸ਼ਨ ਸਮੀਖਿਆ ਦੇ ਲਾਭ:

- ਜਨਤਕ ਰਾਇ ਬਣਾਉਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ
- ਉਦਯੋਗ ਦੇ ਮਾਪਦੰਡ ਤੈਅ ਕਰਨਾ
- ਡਿਜ਼ਾਈਨਰਾਂ ਨੂੰ ਸੁਧਾਰ ਦੀ ਪ੍ਰੇਰਣਾ
- ਉਪਭੋਗਤਾ ਨੂੰ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦੇ ਕੇ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਫੈਸ਼ਨ ਚੋਣਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਨਾ

ਉਦਾਹਰਨਾਂ:

- **Suzy Menkes:** ਇੱਕ ਮਸ਼ਹੂਰ ਫੈਸ਼ਨ ਕ੍ਰਿਟਿਕ, ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਪੈਰਿਸ ਅਤੇ ਮਿਲਾਨ ਰਨਵੇਜ਼ 'ਤੇ ਇਮਾਨਦਾਰ ਅਤੇ ਵਧੀਆ ਸਮੀਖਿਆਵਾਂ ਦਿੱਤੀਆਂ।
- **Robin Givhan:** ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਫੈਸ਼ਨ ਨੂੰ ਰਾਜਨੀਤੀ, ਨਸ਼ਲ ਅਤੇ ਪਛਾਣ ਨਾਲ ਜੋੜ ਕੇ ਲਿਖਣ ਲਈ Pulitzer Prize ਵੀ ਜਿੱਤਿਆ।
- **Cathy Horyn (The New York Times):** ਜਦੋਂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੇ John Galliano ਦੀ Dior ਕਲੇਕਸ਼ਨ ਨੂੰ "costumey" ਆਖਿਆ, ਤਾਂ ਫੈਸ਼ਨ ਉਦਯੋਗ ਵਿੱਚ ਵੱਡੀ ਚਰਚਾ ਹੋਈ।

ਸਾਰ: ਫੈਸ਼ਨ ਸਮੀਖਿਆ ਡਿਜ਼ਾਈਨਰ ਅਤੇ ਜਨਤਾ ਵਿਚਕਾਰ ਪੁਲ ਵਜੋਂ ਕੰਮ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਫੈਸ਼ਨ ਉਦਯੋਗ ਨੂੰ ਜਵਾਬਦੇਹ ਬਣਾਉਂਦੀ ਹੈ, ਸਾਥ ਹੀ ਕਲਾ ਅਤੇ ਸਭਿਆਚਾਰਕ ਮਹੱਤਤਾ ਨੂੰ ਮਨਾਉਂਦੀ ਹੈ।