ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ

ОЛИЙ ТАЪЛИМ ТИЗИМИ ПЕДАГОГ ВА РАҲБАР КАДРЛАРИНИ ҚАЙТА ТАЙЁРЛАШ ВА УЛАРНИНГ МАЛАКАСИНИ ОШИРИШНИ ТАШКИЛ ЭТИШ БОШ ИЛМИЙ - МЕТОДИК МАРКАЗИ

ЎЗБЕКИСТОН ДАВЛАТ САНЪАТ ВА МАДАНИЯТ ИНСТИТУТИ ҲУЗУРИДАГИ ПЕДАГОГ КАДРЛАРИНИ ҚАЙТА ТАЙЁРЛАШ ВА УЛАРНИНГ МАЛАКАСИНИ ОШИРИШ ТАРМОҚ МАРКАЗИ

“ДИЗАЙН (ТУРЛАРИ БЎЙИЧА)” ЙЎНАЛИШИ

“ДИЗАЙН САНЪАТИ АСАРЛАРИНИ БАДИИЙ ҲИС ҚИЛИШ ПСИХОЛОГИЯСИ” МОДУЛИ БЎЙИЧА

Ў Қ У В – У С Л У Б И Й М А Ж М У А

Тошкент 2019

Модулнинг ўқув-услубий мажмуаси Олий ва ўрта махсус, касб-ҳунар таълими ўқув-методик бирлашмалари фаолиятини Мувофиқлаштирувчи кенгашининг 2019 йил 18 октябрдаги 5 – сонли баённомаси билан маъқулланган ўқув дастури ва ўқув режасига мувофиқ ишлаб чиқилган.

Тузувчи:	Атаханова Феруза Зоҳировна – Камолиддин Беҳзод номидаги МРДИ "Либос дизайни" кафедраси мудири, доцент
Тақризчилар:	Қодирова Дилафруз Мухсиновна – "Санъат" журнали бош муҳаррири, с.ф.д., профессор
	Чурсина Вера Александровна – Камолиддин Беҳзод номидаги МРДИ "Либос дизайни" кафедраси доценти

Ўқув-услубий мажмуа Ўзбекистон Давлат санъат ва маданият институти Кенгашининг 201__ йил __________ даги ___- сонли қарори билан нашрга тавсия қилинган.

МУНДАРИЖА

I. ИШЧИ ДАСТУР .... Ошибка! Закладка не определена.
II. МОДУЛНИ ЎҚИТИШДА ФОЙДАЛАНИЛАДИГАН ИНТЕРФАОЛ ТАЪЛИМ МЕТОДЛАРИ **10**
III. НАЗАРИЙ МАТЕРИАЛЛАР **14**
IV. АМАЛИЙ МАШҒУЛОТ МАТЕРИАЛЛАРИ **21**
V. ТЕСТЛАР **79**
VI. МУСТАҚИЛ ТАЪЛИМ МАВЗУЛАРИ **85**
VII. ГЛОССАРИЙ **106**
VIII. АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ **110**

КИРИШ

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2015 йил 12 июндаги “Олий таълим муассасаларининг раҳбар ва педагог кадрларини қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-4732-сонли, 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги ПФ-4947-сонли, 2019 йил 27 августдаги “Олий таълим муассасалари раҳбар ва педагог кадрларининг узлуксиз малакасини ошириш тизимини жорий этиш тўғрисида”ги ПФ-5789-сонли Фармонлари, шунингдек 2017 йил 20 апрелдаги “Олий таълим тизимини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ–2909-сонли Қарорида белгиланган устувор вазифалар мазмунидан келиб чиққан ҳолда тузилган бўлиб, у олий таълим муассасалари педагог кадрларининг касб маҳорати ҳамда инновацион компетентлигини ривожлантириш, соҳага оид илғор хорижий тажрибалар, янги билим ва малакаларни ўзлаштириш, шунингдек амалиётга жорий этиш кўникмаларини такомиллаштиришни мақсад қилади.

Дастур мазмуни олий таълимнинг норматив-ҳуқуқий асослари ва қонунчилик нормалари, илғор таълим технологиялари ва педагогик маҳорат, таълим жараёнларида ахборот-коммуникация технологияларини қўллаш, амалий хорижий тил, тизимли таҳлил ва қарор қабул қилиш асослари, махсус фанлар негизида илмий ва амалий тадқиқотлар, технологик тараққиёт ва ўқув жараёнини ташкил этишнинг замонавий услублари бўйича сўнгги ютуқлар, педагогнинг касбий компетентлиги ва креативлиги, глобал Интернет тармоғи, мультимедиа тизимлари ва масофадан ўқитиш усулларини ўзлаштириш бўйича янги билим, кўникма ва малакаларини шакллантиришни назарда тутади.

Дастур доирасида берилаётган мавзулар таълим соҳаси бўйича педагог кадрларни қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш мазмуни, сифати ва уларнинг тайёргарлигига қўйиладиган умумий малака талаблари ва ўқув режалари асосида шакллантирилган бўлиб, бу орқали олий таълим муассасалари педагог кадрларининг соҳага оид замонавий таълим ва инновация технологиялари, илғор хорижий тажрибалардан самарали фойдаланиш, ахборот-коммуникация технологияларини ўқув жараёнига кенг татбиқ этиш, чет тилларини интенсив ўзлаштириш даражасини ошириш ҳисобига уларнинг касб маҳоратини, илмий фаолиятини мунтазам юксалтириш, олий таълим муассасаларида ўқув-тарбия жараёнларини ташкил этиш ва бошқаришни тизимли таҳлил қилиш, шунингдек,

педагогик вазиятларда оптимал қарорлар қабул қилиш билан боғлиқ компетенцияларга эга бўлишлари таъминланади.

Қайта тайёрлаш ва малака ошириш йўналишининг ўзига хос хусусиятлари ҳамда долзарб масалаларидан келиб чиққан ҳолда дастурда тингловчиларнинг махсус фанлар доирасидаги билим, кўникма, малака ҳамда компетенцияларига қўйиладиган талаблар такомиллаштирилиши мумкин.

Қайта тайёрлаш ва малака ошириш курсининг ўқув дастури қуйидаги модуллар мазмунини ўз ичига қамраб олади.

Модулнинг мақсади ва вазифалари

Олий таълим муасасалари педагог кадрларни қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш курсининг **мақсади** педагог кадрларнинг ўқув-тарбиявий жараёнларни юксак илмий-методик даражада таъминлашлари учун зарур бўладиган касбий билим, кўникма ва малакаларини мунтазам янгилаш, малака талаблари, ўқув режа ва дастурлари асосида уларнинг касбий компетентлиги ва педагогик маҳоратини доимий ривожланишини таъминлашдан иборат.

Курснинг **вазифаларига** қуйидагилар киради:

“Дизайн (турлари бўйича)”йўналишида педагог кадрларнинг касбий билим, кўникма, малакаларини узлуксиз янгилаш ва ривожлантириш механизмларини яратиш;

– замонавий талабларга мос ҳолда олий таълимнинг сифатини таъминлаш учун зарур бўлган педагогларнинг касбий компетентлик даражасини ошириш;

– педагог кадрлар томонидан замонавий ахборот-коммуникация технологиялари ва хорижий тилларни самарали ўзлаштирилишини таъминлаш;

– махсус фанлар соҳасидаги ўқитишнинг инновацион технологиялари ва илғор хорижий тажрибаларни ўзлаштириш;

– “Дизайн (турлари бўйича)”йўналишида ўқув жараёнини фан ва ишлаб чиқариш билан самарали интеграциясини таъминлашга қаратилган фаолиятни ташкил этиш.

Модул бўйича тингловчиларнинг билими, кўникмаси, малакаси ва компетенцияларига қўйиладиган талаблар:

“Дизайн санъати асарларини бадиий ҳис қилиш психологияси” курсини ўзлаштириш жараёнида амалга ошириладиган масалалар доирасида**:**

Тингловчи:

- дизайн соҳасидаги концепцияларнинг пайдо бўлиши, ривожланиш тамойилларини;
- дизайндаги замонавий концепцияларни;
- тасвирий ва амалий санъатда эмоционал таъсирчанликни;
- тасвирий ва амалий санъатнинг эстетик жиҳатларини ва бадиийликни;
- тасвирий ва амалий санъатда шакллар уйғунлиги ва яхлитлигини;
- рангтасвирда реалистик мактабнинг ўрнини;
- тасвирий санъатнинг ривожланиш босқичларини;
- тасвирий санъатда анъанавий ва замонавий услубларни;
- тасвирий ва амалий санъатнинг ривожланиш тенденцияларини;
- композиция фанини ўқитишда инновацияларни;
- тасвирий ва амалий санъатнинг кўринишларини;
- тасвирий санъатнинг яхлитлиги ва умумий колорити тизимини;
- тасвирий санъат соҳасидаги долзарб масалаларни **билиши** керак.

Тингловчи:

- тасвирий ва амалий санъатда содир бўлаётган ўзгаришлар ва уларнинг ижобий натижаларини педагогик фаолиятга тадбиқ этиш;
- тасвирийда инсон қиёфасининг мураккаб тасвирини ифодалаш;
- тасвирий ва амалий санъатда асрлар мобайнида шаклланган анъаналарга риоя этиш ва улардан фойдаланиш;
- тасвирий ва амалий санъатда композицион ечим масалаларини ёритиш;
- тасвирий санъатдаги модернизация ва ўзгаришларни, мазмун-моҳиятини етказа билиш **кўникмаларига** эга бўлиши лозим.

Тингловчи:

- йўналиш ва оқимлардаги услублардан амалда фойдаланиш;
- тасвирий ва амалийсанъатбўйича хорижий тилдаги манбалардан фойдаланиш;
- тасвирий ва амалийсанъатдаумумий яхлитлигига эришиш;

- мумтоз ва замонавий усулларда рангтасвир, графика композицияси ишлаш;
- тасвирий ва амалий санъатида ижодий жараёнлар, технологиялар ва инновацияларни қўллаш;
- тасвирий ва амалий санъатига оид асарларни замонавий усулларда ишлаш бўйича **малака**ларига эга бўлиши зарур.

Тингловчи:

- тасвирий санъатда янги композицион ғоялар устида ишлаш;
- тасвирий санъатда ижодий тафаккур юритиш ва бадиий талқин этиш;
- Тасвирий, дизаин ва амалий санъатнинг эстетик жиҳатлари ва бадиий дидни ривожлантириш;
- тасвирий ва амалий санъатда йўналиш ва оқимларни ижодий ривожлантириш **компетенцияларига** эга бўлиши лозим.

Модулни ташкил этиш ва ўтказиш бўйича тавсиялар

“Дизайн санъати асарларини бадиий ҳис қилиш психологияси” курси маъруза ва амалий машғулот, кўчма машғулот ҳамда мустақил таълим шаклида олиб борилади.

Курсни ўқитиш жараёнида таълимнинг замонавий методлари, педагогик технологиялар ва ахборот - коммуникация технологиялари қўлланилиши назарда тутилган:

– маъруза дарсларида замонавий компьютер технологиялари ёрдамида презентацион ва электрон-дидактик технологиялардан;
– ўтказиладиган амалий машғулотларда техник воситалардан, тест сўровлари, ақлий ҳужум, гуруҳли фикрлаш, кичик гуруҳлар билан ишлаш, бирор бир асарни тасвирлаш каби усулларини қўллаш назарда тутилади.
– кўчма машғулотда Ўзбекистон Давлат санъат музейи, Амалий санъат музейи, Бадиий академия Марказий кўргазмалар зали, Ў.Тансиқбоев уй музейи, Карвон сарой кўргазма зали, Замонавий санъат галереяга ташриф буюрилади ва бирор бир асар танланади. Танланган асарлар машғулотлар сўнгида таҳлил қилинади.

Модулнинг ўқув режадаги бошқа модуллар билан боғлиқлиги ва узвийлиги

“Дизайн санъати асарларини бадиий ҳис қилиш психологияси”модули мазмуни ўқув режадаги“Арт маркетинг”, “Шакл тасвири психологияси ва идрок қилиш назарияси” ўқув модуллари билан узвий боғланган ҳолда педагогларнинг касбий педагогик тайёргарлик даражасини орттиришга хизмат қилади.

Модулнинг олий таълимдаги ўрни

Модулни ўзлаштириш орқали тингловчилар тасвирий, дизаин ва амалий санъатида янги композицион ғоялар устида ишлаш, ижодий тафаккур юритиш ва бадиий талқин этиш, тасвирий ва амалий санъатнинг эстетик жиҳатлари ва бадиий дидни ривожлантириш, йўналиш ва оқимлардаги (классик-модерн) услубларини ижодий ривожлантиришга доир касбий **компетенцияларига** эга бўладилар.

Модул бўйича соатлар тақсимоти

№	Модуль мавзулари	Аудитория ўқув юкламаси				Мустақил таълим
		Жами	жумладан			
			Назарий	Амалий машғулот	Кўчма машғулот	
1.	Дизайнда бадиий образ яратишнинг замонавий концепциялари: усуллар, анъаналар, муаммолар.	**4**	4			
2.	Дизайн асарини бадиий идрок этишда ранг, ассоциациялар, инстинктларнинг таъсири.	**2**	2			
3.	Дизайнга ёндашувнинг замонавий концепцияларини таҳлил қилиш.	**2**		2		
4.	Эмоционал тарзда турлича таъсир этувчи дизайн объектлари лойиҳаларининг концепциясини ишлаб чиқиш.	**4**		4		
5.	Реал дизайн объектларининг эмоционал таъсирини ўрганиш, таҳлил қилиш. Мазкур эмоционал таъсирни турли вазиятлар, мамлакатлар, истеъмолчи	**4**			4	

	психотиплари учун интерпретация қилишни асослаш					
	Жами:	**16**	**6**	**6**	**4**	

НАЗАРИЙ МАШҒУЛОТЛАР МАЗМУНИ

1-мавзу: Дизайнда бадиий образ яратишнинг замонавий концепциялари: усуллар, анъаналар, муаммолар.

2-мавзу:Дизайн асарини бадиий идрок этишда ранг, ассоциациялар, инстинктларнинг таъсири

АМАЛИЙ МАШҒУЛОТ МАЗМУНИ

1-амалий машғулот: Эмоционал тарзда турлича таъсир этувчи дизайн объектлари лойиҳаларининг концепциясини ишлаб чиқиш.

2-амалий машғулот: Реал дизайн объектларининг эмоционал таъсирини ўрганиш, таҳлил қилиш. Мазкур эмоционал таъсирни турли вазиятлар, мамлакатлар, истеъмолчи психотиплари учун интерпретация қилишни асослаш.

КЎЧМА МАШҒУЛОТ

Реал дизайн объектларининг эмоционал таъсирини ўрганиш, таҳлил қилиш. Мазкур эмоционал таъсирни турли вазиятлар, мамлакатлар, истеъмолчи психотиплари учун интерпретация қилишни асослаш

Ўзбекистон Давлат санъат музейи, Амалий санъат музейи, Бадиий академия кўргазмалар зали, Замонавий санъат галерeяга ташриф буюриш ва бирор бир асар таҳлил учун танланади. Танланган асарлар машғулотлар сўнгида таҳлил қилинади.

ЎҚИТИШ ШАКЛЛАРИ

Мазкур модул бўйича қуйидаги ўқитиш шаклларидан фойдаланилади:

– маърузалар, амалий машғулотлар (маълумотлар ва технологияларни англаб олиш, ақлий қизиқишни ривожлантириш, назарий билимларни мустаҳкамлаш);
– давра суҳбатлари (кўрилаётган лойиҳа ечимлари бўйича таклиф

бериш қобилиятини ошириш, эшитиш, идрок қилиш ва мантиқий хулосалар чиқариш);

– баҳс ва мунозаралар (лойиҳалар ечими бўйича далиллар ва асосли аргументларни тақдим қилиш, эшитиш ва муаммолар ечимини топиш қобилиятини ривожлантириш).

II. МОДУЛНИ ЎҚИТИШДА ФОЙДАЛАНИЛАДИГАН ИНТЕРФАОЛ ТАЪЛИМ МЕТОДЛАРИ

“SWOT-таҳлил” методи

Методнинг мақсади: мавжуд назарий билимлар ва амалий тажрибаларни таҳлил қилиш, таққослаш орқали муаммони ҳал этиш йўлларни топишга, билимларни мустаҳкамлаш, такрорлаш, баҳолашга, мустақил, танқидий фикрлашни, ностандарт тафаккурни шакллантиришга хизмат қилади.

SWOT таҳлил:

S – strength (кучли)

W – weakness (заиф)

O – opportunities (имкониятлар)

T – threatens (хатарлар)

Таҳлил қилиш учун 2x2 ўлчамдаги матрица тузилади:

S	W
O	T

Намуна *Музейнинг рақобатли SWOT таҳлили*

	Манфаатли омиллар	**Манфаатсиз омиллар**
Ички муҳит омиллари	**S – кучли томони.** 1.Юқори малакали ходимлардан иборат жамоа. 2.Бошқа санъат муассасалари билан ўрнатилган манфаатли алоқалар. 3.Кўргазмалар ташкил этишда инновацион шаклларни қўллаш.	**W – заиф томонлари** 1.Бошқарув жараёнининг салбий томонлари (сусткашлик). 2. Айрим мутахассисликлар бўйича юқори малакали кадрларнинг етишмаслиги (м-н: маркетолог)

Ташқи муҳит омиллари	О – имкониятлар.	Т – хатарлар.
	1.Ўз экспонатининг ноёблиги бўйича музейнинг таниқлилик даражаси. 2.Деярли кучли рақобатнинг мавжуд эмаслиги. 3. Халқаро маданий алоқаларда қатнашиш имкониятлари.	1.Объектив санъат талабининг пасайиб кетиши. 2.Ички рақобат: мутахассис кадрларнинг бошқа иш жойига ўтиб кетиши. 3. Ташқи рақобат: Кўплаб музей ва галереяларнинг мавжудлиги.

Хулосалаш (Резюме, Веер) методи.

Методнинг мақсади: Бу метод мураккаб, кўптармоқли, мумкин қадар, муаммоли характеридаги мавзуларни ўрганишга қаратилган. Методнинг моҳияти шундан иборатки, бунда мавзунинг турли тармоқлари бўйича бир хил ахборот берилади ва айни пайтда, уларнинг ҳар бири алоҳида аспектларда муҳокама этилади. Масалан, муаммо ижобий ва салбий томонлари, афзаллик, фазилат ва камчиликлари, фойда ва зарарлари бўйича ўрганилади. Бу интерфаол метод танқидий, таҳлилий, аниқ мантиқий фикрлашни муваффақиятли ривожлантиришга ҳамда ўқувчиларнинг мустақил ғоялари, фикрларини ёзма ва оғзаки шаклда тизимли баён этиш, ҳимоя қилишга имконият яратади. “Хулосалаш” методидан маъруза машғулотларида индивидуал ва жуфтликлардаги иш шаклида, амалий ва семинар машғулотларида кичик гуруҳлардаги иш шаклида мавзу юзасидан билимларни мустаҳкамлаш, таҳлили қилиш ва таққослаш мақсадида фойдаланиш мумкин.

Методни амалга ошириш тартиби

–тренер-ўқитувчи иштирокчиларни 5-6 кишидан иборат кичик гуруҳларга ажратади;

–тренинг мақсади, шартлари ва тартиби билан иштирокчиларни таниш тиргач, ҳар бир гуруҳга умумий муаммони таҳлил қилиниши зарур бўлган қисимлари туширилган тарқатма материалларни тарқатади;

–ҳар бир гуруҳ ўзига берилган муаммони атрофлича таҳлил қилиб, ўз мулоҳазаларини тавсия этилаётган схема бўйича тарқатмага ёзма баён қилади;

–Навбатдаги босқичда барча гуруҳлар ўз тақдимотларини ўтказадилар. Шундан сўнг, тренер томонидан таҳлиллар умумлаштирилади, зарурий ахборотлар билан тўлдирилади ва мавзу.

Намуна:

Галерея аудиториясини сегментлаш

Даромадлари бўйича		Ёши бўйича		Жинси бўйича	
афзаллиги	камчилиги	афзаллиги	камчилиги	афзаллиги	камчилиги
Хулоса:					

“Кейс-стади” методи

«Кейс-стади» - инглизча сўз бўлиб, («case» – аниқ вазият, ҳодиса, «стади» – ўрганмоқ, таҳлил қилмоқ) аниқ вазиятларни ўрганиш, таҳлил қилиш асосида ўқитишни амалга оширишга қаратилган метод ҳисобланади. Мазкур метод дастлаб 1921 йил Гарвард университетида амалий вазиятлардан иқтисодий бошқарув фанларини ўрганишда фойдаланиш тартибида қўлланилган. Кейсда очиқ ахборотлардан ёки аниқ воқеа-ҳодисадан вазият сифатида таҳлил учун фойдаланиш мумкин. Кейс ҳаракатлари ўз ичига қуйидагиларни қамраб олади: Ким (Who), Қачон (When), Қаерда (Where), Нима учун (Why), Қандай/ Қанақа (Ҳow), Нима-натижа (What).

“Кейс методи”ни амалга ошириш босқичлари

Иш Босқичлари	Фаолият шакли ва мазмуни
1-босқич: Кейс ва унинг ахборот таъминоти билан таништириш	✓ якка тартибдаги аудио-визуал иш; ✓ кейс билан танишиш(матнли, аудио ёки медиа шаклда); ✓ ахборотни умумлаштириш; ✓ ахборот таҳлили; ✓ муаммоларни аниқлаш
2-босқич: Кейсни аниқлаштириш ва ўқув топшириғни белгилаш	✓ индивидуал ва гуруҳда ишлаш; ✓ муаммоларни долзарблик иерархиясини аниқлаш; ✓ асосий муаммоли вазиятни белгилаш
3-босқич: Кейсдаги асосий муаммони таҳлил этиш орқали ўқув топшириғининг ечимини излаш, ҳал этиш йўлларини ишлаб чиқиш	✓ индивидуал ва гуруҳда ишлаш; ✓ муқобил эчим йўлларини ишлаб чиқиш; ✓ ҳар бир ечимнинг имкониятлари ва тўсиқларни таҳлил қилиш; ✓ муқобил ечимларни танлаш
4-босқич: Кейс ечимини шакллантириш ва асослаш, тақдимот.	✓ якка ва гуруҳда ишлаш; ✓ муқобил вариантларни амалда қўллаш имкониятларини асослаш;

	✓ ижодий-лойиҳа тақдимотини тайёрлаш; ✓ якуний хулоса ва вазият ечимининг амалий аспектларини ёритиш

«ФСМУ» методи

Технологиянинг мақсади: Мазкур технология иштирокчилардаги умумий фикрлардан хусусий хулосалар чиқариш, таққослаш, қиёслаш орқали ахборотни ўзлаштириш, хулосалаш, шунингдек, мустақил ижодий фикрлаш кўникмаларини шакллантиришга хизмат қилади. Мазкур технологиядан маъруза машғулотларида, мустаҳкамлашда, ўтилган мавзуни сўрашда, уйга вазифа беришда ҳамда амалий машғулот натижаларини таҳлил этишда фойдаланиш тавсия этилади.

Технологияни амалга ошириш тартиби:

– қатнашчиларга мавзуга оид бўлган якуний хулоса ёки ғоя таклиф этилади;

– ҳар бир иштирокчига ФСМУ технологиясининг босқичлари ёзилган қоғозларни тарқатилади: Ф –фикрингизни баён этинг, С – унга сабаб кўрсатинг, М – мисол келтиринг, У- умумлаштиринг.

– иштирокчиларнинг муносабатлари индивидуал ёки гуруҳий тартибда тақдимот қилинади.

ФСМУ таҳлили қатнашчиларда касбий-назарий билимларни амалий машқлар ва мавжуд тажрибалар асосида тезроқ ва муваффақиятли ўзлаштирилишига асос бўлади.

Намуна

Фикр:“Музей брендини шакллантиришда доимий ташриф буюрувчилар ҳатти харакати таъсир этади**”.**

Топшириқ: Мазкур фикрга нисбатан муносабатингизни ФСМУ орқали таҳлил қилинг.

“Инсерт” методи

Методнинг мақсади: Мазкур метод ўқувчиларда янги ахборотлар тизимини қабул қилиш ва билмларни ўзлаштирилишини энгиллаштириш мақсадида қўлланилади, шунингдек, бу метод ўқувчилар учун хотира машқи вазифасини ҳам ўтайди.

Методни амалга ошириш тартиби:

➢ ўқитувчи машғулотга қадар мавзунинг асосий тушунчалари мазмуни ёритилган инпут-матнни тарқатма ёки тақдимот кўринишида тайёрлайди;

➢ янги мавзу моҳиятини ёритувчи матн таълим олувчиларга тарқатилади ёки тақдимот кўринишида намойиш этилади;

➢ таълим олувчилар индивидуал тарзда матн билан танишиб чиқиб, ўз шахсий қарашларини махсус белгилар орқали ифодалайдилар. Матн билан

ишлашда талабалар ёки қатнашчиларга қуйидаги махсус белгилардан фойдаланиш тавсия этилади:

Белгилар	1-матн	2-матн	3-матн
“B” – таниш маълумот.			
“?” – мазкур маълумотни тушунмадим, изоҳ керак.			
“+” бу маълумот мен учун янгилик.			
“– ” бу фикр ёки мазкур маълумотга қаршиман?			

Белгиланган вақт якунлангач, таълим олувчилар учун нотаниш ва тушунарсиз бўлган маълумотлар ўқитувчи томонидан таҳлил қилиниб, изоҳланади, уларнинг моҳияти тўлиқ ёритилади. Саволларга жавоб берилади ва машғулот якунланади.

“Ақлий ҳужум” методи

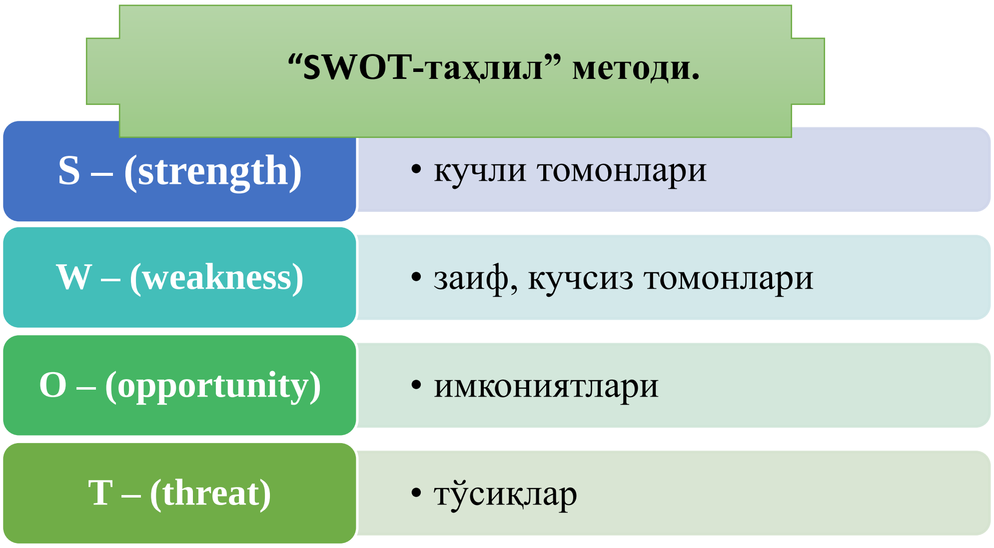
Ақлий ҳужум усули

Ақлий ҳужум (брейнстроминг - ақллар тўзони) – амалий ёки илмий муаммолар ечиш ғоясини жавоавий юзага келтириш.

Ақлий ҳужум ва масалани ечиш босқичлари

1. Мустақил фикрланг хаёлингизга келган барча ғоя, фикрларни қоғозга ёзинг.
2. Барча ғоя ва фикрларни ёзинг, агар улар такрорланаётган бўлса, махсус белги қўйинг.
3. Ғояларни баҳоланг.
4. Энг мақбул ғоя гуруҳ ғояси сифатида шакллантиради.
5. Барча ёзилган ғоялар гуруҳ муаммосини ечиш.
6. Гуруҳнинг умумий жавоби шакллантирилади.

Методнинг мақсади: мавжуд назарий билимлар ва амалий тажрибаларни таҳлил қилиш, таққослаш орқали муаммони ҳал этиш йўлларни топишга, билимларни мустаҳкамлаш, такрорлаш, баҳолашга, мустақил, танқидий фикрлашни, ностандарт тафаккурни шакллантиришга хизмат қилади.

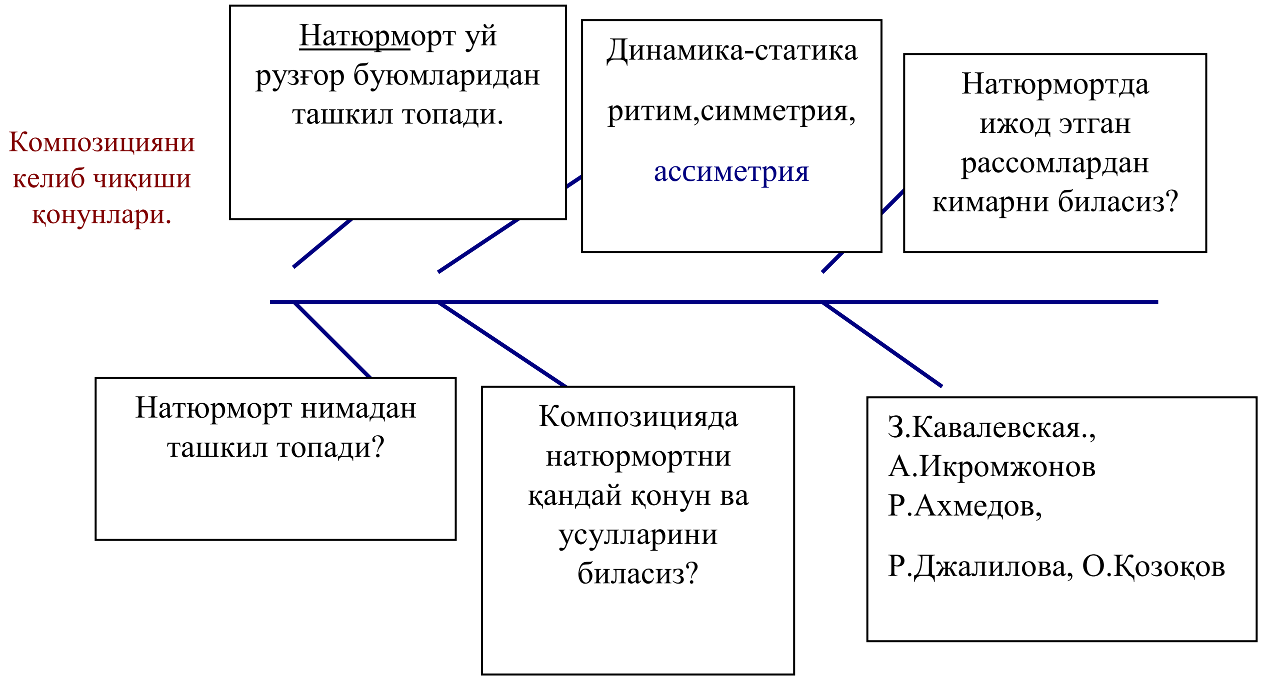


Намуна: Рассом ижодкорлар учун SWOT таҳлилини ушбу жадвалга туширинг.

S	Рассом ким ? Бадий асар яратувчи.	Рассом бу тинмай изланувчи ижодкор инсон
W	Умумбашарий аҳамиятга эга бўлган рассомлар.	А.Нуридинов асарларида севги, оила, садоқатлик, тарбия ва жамиятдаги фалсафий тамойиллар асосида ижод этаётган ижокорлардандир
O	Рассомлар чизиқлар, шакллар, ранглар, тасвирий санъат воситалари ёрдамида бадий образли асар ярата оладиган инсонлар. (ички)	Улар тасвирий санъат воситалардан, чизиқлар, шакллар, тасвирий санъат воситалари билан тасвир орқали ўз ғоясини, фикрини баён эта оладилар.
T	Тўсиқлар (ташқи)	Рассомларга эркинлик бўлмаса чизиқлар, шакллар, тасвирий санъат воситалари билан ўз асарларида тасвир орқали баён эта олмайдилар.

“Балиқ скелети”

Натюрморт композициясини “Балиқ скелети” чизмаси Бир қатор муаммоларни тасвирлаш ва уни ечиш имконини беради. Тизимли фикрлаш, тузилмага келтириш, таҳлил қилиш кўникмаларини ривожлантиради. 4



Мисол: “Рассом ижодкорлар” мавзусидаги матн

Биламиз. Билишни истаймиз? Билиб олдик. (БББ)

Биламиз	Билишни истаймиз	Билиб олдик
1.Рассом янги ғояда асар яратадиган инсон.	1.Хар бир изланувчи инсонни рассом деб аташ мумкинми?	Илмий амалий изланишларни олиб борувчи, янги усул ва воситаларни қўллай оладиган инсонни рассом деймиз.
2.Рассомлар тасвирий воситалардан, чизиқлар шакллар, воситаларни ўз асарларида тасвир орқали баён эта оладиган инсонлар. Маънавий эстетик тарбияловчи	2.Дунёдаги ғоявий композицияларни тасвирла оладиган рассомлар қаторига кимларни киритса бўлади.	Р.Аҳмедов тасвирлаган асарлар ҳозирги рассомлар учун амалий методик ўқув жараёнидаги ривожланишида фойдаланилмоқда.
3.Рассомлар асарида инсоннларни маънавий-маърифий эстетик тарбияловчи инсонлардир.	3.Рассом бўлиш учун нима қилиш керак?	Ўрал Тансиқбоев манзараларини бутун ўзбекистондагина эмас балки европа давлатлрида хам мароқ билан томоша қиладилар.
4.Рассом бу тинмай изланувчи инсон	4.Ижодий асарларни тасвирлашни паёни борми?	Абдулҳақ Абдуллаев портрет жанрида ижод этган таниқли рассомлардандур.
5.Умумбашарий аҳамиятга эга бўлган рассомлар.	5.Компютерда ижодий асар яратса бўладими ?	Замонавий йуналишда ижод этаётган таниқли рассом А.Нуридинов асарларида севги, оила, садоқатлик, тарбия ва жамиятдаги фалсафий тамойиллар асосида ижод этаётган ижокорлардандир.
6.Ўзбекистонлик рассомлар	Ўзбекистонда таниқли методик қўлланмалар, услубий қўлланмалар устида ишлаб келаётган таниқли рассом ва педагоглардан кимларни биласиз?	Ўзбекистонда таниқли методик қўлланмалар, услубий қўлланмалар устида ишлаб келаётган таниқли рассом ва педагоглардан: Б.Бойметов,М.Набиев, О.Эгамов, Р.Худайберганов, Р.Джалилова

Интерьерда натюрмортни акс этириш

Интеръер -

хонани ички кўринишини переспективада акс этирилади. Тасвирий санъат жанрларидан: натюрморт, портрет, тарихий, маиши анимал кўринишларда фон вазифасини ўтайди.

Интеръерда уйни эшик деразаларнинг шакли, ҳажми, девор ва шифт, полни безаги ва уй жиҳозларининг безаги тасвири орқали қайси даврга мансублигини билиб олишимиз мумкин. Интеръер - ички меъморий мухит холати орқали хонадон соҳибасининг диди ҳақида ёки завод цехнинг жиҳозланишига қараб илмий, тараққиёт ҳолати ҳақида хулоса чиқариш мумкин. Интеръерда натюрмортни переспективада акс этириш, тасвирлаш жараёнлари кўрсатилган.

Интеръер, композицияси мавзусидатасвирий санъат ўқитишнинг замонавий технологиясини қўллаш.

Кейс-стади" методи

«Кейс-стади» – инглизча сўз бўлиб, («case» – аниқ вазият, ҳодиса, «stadi» – ўрганмоқ, таҳлил қилмоқ) аниқ вазиятларни ўрганиш, таҳлил қилиш асосида ўқитишни амалга оширишга қаратилган метод хисобланади. Мазкур метод дастлаб 1921 йил Гарвард университетида амалий вазиятлардан иқтисодий бошқарув фанларини ўрганишда фойдаланиш тартибида қўлланилган. Кейсда очиқ ахборотлардан ёки аниқ воқеа-ходисадан вазият сифатида таҳлил учун фойдаланиш мумкин. Кейс ҳаракатлари ўз ичига қуйидагиларни қамраб олади: Ким? (Who), Қачон? (When), Қаерда? (Where), Нима учун? (Why), Қандай? Қанақа? (How), Нима-натижа? (What).

"Кейс методи" ни амалга ошириш босқичлари

Иш Босқичлари	**Фаолият шакли ва мазмуни**
1-босқич: Кейс ва унинг ахборот таъминоти билан таништириш	✓ якка тартибдаги аудио-визуал иш; ✓ кейс билан танишиш(матнли, аудио ёки медиа шаклда); ✓ ахборотни умумлаштириш; ✓ ахборот таҳлили; ✓ муаммоларни аниқлаш

2-босқич: Кейсни аниқлаштириш ва ўқув топшириғни белгилаш	✓ индивидуал ва гурухда ишлаш; ✓ муаммоларни долзарблик иерархиясини аниқлаш; ✓ асосий муаммоли вазиятни белгилаш
3-босқич: Кейсдаги асосий муаммони таҳлил этиш орқали ўқув топшириғининг ечимини излаш, ҳал этиш йўлларини ишлаб чиқиш	✓ индивидуал ва гурухда ишлаш; ✓ муқобил ечим йўлларини ишлаб чиқиш; ✓ ҳар бир ечимнинг имкониятлари ва тўсиқларни таҳлил қилиш; ✓ муқобил ечимларни танлаш
4-босқич: Кейс ечимини ечимини шакллантириш ва асослаш, тақдимот.	✓ якка ва гурухда ишлаш; ✓ муқобил вариантларни амалда қўллаш имкониятларини асослаш; ✓ ижодий-лойиҳа тақдимотини тайёрлаш; ✓ якуний хулоса ва вазият ечимининг амалий аспектларини ёритиш

“Брифинг” методи.

“Брифинг” - (инг. Briefing - қисқа) Рангтасвир бўйича бирор – бир масала ёки саволнинг муҳокамасига бағишланган қисқа пресс - конференция.

Ўтказиш босқичлари:

1.Тақдимот қисми.

2. Муҳокама жараёни (савол-жавоблар асосида).

Брифинглардан тренинг якунларини таҳлил қилишда фойдаланиш мумкин. Шунингдек, бирор бир асарни чизишдан олдин бир шакл сифатида олдин чизилган биор асар масалан: “Монализа” портретини олайлик тингловчилар билан бирга шу асар қачон ва ким томонидан яратилганлиги муҳокама қилинади ва бошқа рассомларни чизган портретитаҳлил қилинади.

Талабалар ёки тингловчилар томонидан яратилган янги асар тақдимоти ўтказилади.

“Портфолио” методи.

“Портфолио” – (итал. Portfolio - портфель, ингл. ҳужжатлар учун папка) таълимий ва касбий фаолият натижаларини аутентик баҳолашга хизмат қилувчи замонавий таълим технологияларидан ҳисобланади. Портфолио мутахассиснинг сараланган ўқув - методик ишлари, касбий ютуқлари йиғиндиси сифатида акс этади. Жумладан, ҳар бир тингловчиларнинг модул юзасидан ўзлаштириш натижасини электрон портфолиолар орқали текшириш мумкин бўлади. Олий таълим муассасаларида портфолионинг қуйидаги турлари мавжуд:

Фаолият тури	**Иш шакли**	
	Индивидуал	**Гуруҳий**
Таълимий фаолият	Талабалар портфолиоси, битирувчи, докторант, тингловчи портфолиоси ва бошқ.	Талабалар гуруҳи, тингловчилар гуруҳи портфолиоси ва бошқ.
Педагогик фаолият	Ўқитувчи портфолиоси, раҳбар ходим портфолиоси	Кафедра, факультет, марказ, ОТМ портфолиоси ва бошқ.

Ҳар бир тингловчи курс мобайнида ўзининг шахсий портфолиосини киритиб борадилар.

III.НАЗАРИЙ МАТЕРИАЛЛАР

1-мавзу: Дизайнда бадиий образ яратишнинг замонавий концепциялари: усуллар, анъаналар, муаммолар.

Режа:

1.1. Дизайн шаклланишининг тарихий манбалари.
1.2. Дизайн объектининг асосий категориялари.
1.3. Дизайн концепцияларининг шаклланиш босқичлари.
1.4. Замонавий дизайндаги концепциялар.

Таянч иборалар: дизайн-лойиҳалаш, дизайн-концепция, техник эстетика, дизайн объети ва унинг категориялари, дизайн турлари, функция.

1.1. Дизайн шаклланишининг тарихий манбалари.

Тарихан маълумки, маданият ривожланишининг давомида инсон ўз ҳаётини безатишга, атрофидаги керакли буюмлар – либоси, уй-жойи, идиш-товоғи, меҳнат қуроллари ва бошқаларни чиройлироқ қилишга интилган.

Қадимги дунёда истеъмол буюмларни яратиш фақат қўл меҳнати орқали содир этилган даврларда ҳунармандчилик ва санъат умумий тушунчани ташкил этган. Ҳунарманд ўзида ҳам рассом, ҳам ихтирочи, ҳам маҳоратли ижрочи техникни мужассамлаштирган. Ишлаб чиқаришининг асосий кўриниши бўлиб ҳунармандчилик ўрта асрларгача деярли ўзгаришларсиз ривожланиб келди.

Асрлар давомида ҳар қандай ҳунарнинг асосий ҳусусияти гўзаллик ва амалий жихатларнинг уйғунлиги бўлиб келган.

Лекин ҳунармандчилик ўрнига машиналар меҳнатига асосланган саноат ишлаб чиқарилиши келганда, чиройлилик (эстетика) ва фойдалилик (амалийлик, утилитарлик) орасидаги уйғунлик бузила бошланди. Янги пайдо бўлган машиналашган техниканинг ўзига хослиги ва мураккаблиги туфайли ишлаб чиқарилаётган буюмлар ўзининг эстетик жихатларини, яъни кўркамлигини йўқота бошлади. Эндиликда буюмларнинг чиройлилик жихатидан қараладиган кўрсаткичлари нафақат мажбуриймас, балки кераксиздек ҳсиобланa бошланди. Яъни буюм фақат унга юклатилган вазифани бажарса етрали, у жуда чиройли бўлиши шарт эмас деган тушунча шаклланишини бошлади. Ҳатто, гўзаллик ва амалийлик уйғунлиги машинали ишлаб чиқариш моҳиятига умуман зид (ёки бунинг иложиси йўқ) деб ҳисобланар эди. Шу билан бирга баъзи маҳсулотларга, айниқса, маиший буюмларга анъанваий тарзда қандайдир “бадиийлик” бағишлашга уринишлар йўқ эмасди. Аммо бу нарсалар ҳунармандлар томонидан яратилган амалий

санъат асарларидаги чиройли ва функционал (амалий) ҳусусиятларнинг ўзига хос уйғунлигидан анча йироқ эди.

Дизайн тарихи Европанинг кўп мамлакатларида саноат инқилобининг тараққий қилиши натижасида оммавий ишлаб чиқарилувчи маҳсулотларни шакллантирувчи янги соҳанинг пайдо бўлиши ва ривожланиши учун барча зарурий шароитлар пайдо бўлган даврда, яъни 19- ва 20-асрлар оралиғидан бошланди. Тезда жорий қилина бошлаган дизайн соҳасида гўзаллик ва фойдалилик орасида зиддиятлар келиб чиқди. Бу зиддиятлар саноат инқилоби ва оммавий ишлаб чиқариш ҳамда санъат ва техниканинг орасидаги чегараларнинг йўқолиб бориши натижасида юзага келди [1].

Дизайн – лойиҳавий-бадиий фаолиятларнинг энг ёш турларидан биридир.

Дизайн лойиҳавий тезкор фаолият бўлиб, у маданиятнинг янгича тури – бадиий безак бериш маданияти билан боғлиқдир. Ушбу лойиҳалаш маданияти илмий техника ва гуманитар маданиятларни янгича даражада бирлаштирган эди. Демак, бу босқичда замонавий фикр юритишнинг асосий хусусиятларидан бири – инсоннинг илмий-ижодий фаолияти билан боғлиқ ҳамда унинг атроф-мухит билан ўзаро муносабатларига мос бўлган лойиҳалаш эди.

Дизайн (design) инглизча сўз бўлиб, чизма, лойиҳа, эскиз, расм, ўй-фикр деган маъноларни билдиради.

Бироқ, design атамасида қўшимча равишда ўзгачалик, зеҳни ўткирлик тури яширинган. Шундан келиб чиқиб, дизайн – бу нафақат лойиҳа, балки ўткир зеҳнлилик лойиҳаси, нооддий таклиф, гўзал ечим!

Яъни,дизайн-лойиҳалаш – бу ижодий жараён ва техник-эстетика талабларига мувофиқ саноат буюмларини лойиҳалашнинг алоҳида услубидир.Шунингдек, дизайн-лойиҳалашнинг асосий тамойили фойдалилик ва гўзалликнинг, утилитарлик ва эстетикликнинг бирлиги, у нафақат предмет муҳитини, балки инсоннинг унга муносабатини ҳам шакллантиради, ривожлантиради. Дизайннинг илк яратувчилари индустриал (саноат) ишлаб чиқаришга кириб келган архитектор ва рассомлар эди. Улар ўзлари учун номаълум, янги, хали шаклланмаган, лекин ўзининг янгилиги ва ғайриоддийлиги билан жалб қилган фаолият билан шуғулланишдан қўрқмадилар (чўчимадилар). Дизайн атамаси ва тушунчаси қачон пайдо бўлган? Нима учун бадиий-лойиҳалаш фаолиятининг айнан шу кўриниши (тури) инсон ҳаётида мухим ўрин эгаллади? Ахир маданиятнинг минг йиллик тарихи ҳеч қандай дизайнернинг номини тилга олмаган-ку. Дизайннинг пайдо бўлишига қўл меҳнатидан машина меҳнатига ўтилишига замин яратди. Буюм, объектларнинг ташқи кўриниши секинлик билан ўзгарар эди. (ўзгара

бошлади). Саноат инқилоби натижасида жуда кўп аввал мавжуд бўлмаган машиналар,буюмлар,механизмлар, принципиал янгича хом ашё, материаллар яратилди.Бундай янгиликлар олдин номаълум бўлган буюмларга айланиши керак эди. Демак, уларни шакллантириш ва безатиш (муаммолари) масалари пайдо бўлди.Дизайн тарихи кўп қиррали бўлиб, ўз ичига архитектура, техника,тасвирий санъат,белгилар тизими назарияси, социология (жамиятшунослик), культурология – маданиятшунослик, коммуникация (фикр, ахборот алмашинуви) муаммолари, реклама ва маркетинг, функционал анализ ва эргономика сохаларидаги жараён ва ҳодисаларни ўз ичига олади.

Ундан ташқари XX асрда айнан шу соҳага бағишланган фундаментал тарихий тадқиқотлар кўп олиб борила бошланди. Шуни таъкидлаш жоизки, XX асрдаги энг жиддий, диққатга сазовор ўзгаришлар биринчи навбатда архитектура ва амалий санъат каби функционал санъат турларида содир бўлди. Бугунги кунда дизайннинг бир қатор турлари мавжуд.

Буларга Архитектуравий дизайн (Архитектурный дизайн), Саноат дизайни (Промышленный дизайн), Интерьер дизайни (Дизайн интерьеров), Либос ва газламалар дизайни (Дизайн одежды и текстиля), Графика дизайни (Графический дизайн),Транспорт дизайни (Транспортный дизайн), Ахборотлар дизайни (Информационный дизайн),Дастурий таъминотлар дизайни (Проектирование программного обеспечения),Веб-дизайн, Китоб дизайни (Книжный дизайн),Полиграфия маҳсулотлари дизайни (Полиграфический дизайн),Ландшафт дизайни (Ландшафтный дизайн), Экодизайн, Футуродизайн, Муҳандислик дизайни, Муҳит дизайни, Стафф дизайн, Стайлинг,Нон-дизайн, Арт-дизайн каби ва бошқаларни ҳам келтириш мумкин.

Умуман олганда, дизайн ривожланишини қуйидаги даврларга (босқичларга) ажратиш мумкин:

1.“Санъатлар ва ҳунарлар”даври 1880-1920
2.“Арт нуво”даври 1890-1914
3.Илк модернизмдаври 1900-1930
4. Apt деко даври -1910-1939
5. Модернизм даври 1920-1945
6. Замонавий санъат даври 1945-1960
7. Космик эра даври 1960 -1969
8. Постмодернизм даври 1967-2000

1.2. Дизайн объектининг асосий категориялари

Ижодий жараён сифатида дизайнни икки турга бўлиш мумкин:

1. Бадиий дизайн - кўпроқ эстетик идрок этиш нуқтаи назаридан буюмларни (мулкий дунёни) яратиш. Шаклнинг эса ташқи жиҳатдан намоён бўлиши.

2. Техник эстетика – маҳсулот ёки буюмнинг барча жабҳалари – омилларини ҳисобга олувчи дизайн ҳақидаги илмлар ва тажрибалар бўлиб: 1) конструктивлик – шаклланишнинг илк босқичи; 2) функционаллик – шаклланишнинг ўрта босқичи; 3) буюмни ишлаб чиқариш, ишлатиш (истеъмол қилиш, эксплутация) ва қайта ишлатиш, утилизация қилишнинг комфортлилиги, қулайлиги (замонавий изоҳлаш, тушуниш) кабилар назарда тутилади.

Дизайн лойиҳавий тезкор фаолият бўлиб, ушбу лойиҳалаш маданияти илмий техника ва гуманитар маданиятларни янгича даражада бирлаштиради. Демак, бу босқичда замонавий фикр юритишнинг асосий хусусиятларидан бири – инсоннинг илмий-ижодий фаолияти билан боғлиқ ҳамда унинг атроф-мухит билан ўзаро муносабатларига мос бўлган лойиҳалашдир.

Дизайнернинг иш фаолияти кўп қирралидир. Лойиҳалаштириш жараёнида у истеъмолчи характеристикаси (жинси, ёши, миллати, ижтимоий ҳолати ва бошқалар), жуғрофий жойлашуви; материаллар технологияси, шакл ҳосил қилиш усул ва воситалари ҳамда ишлаб чиқариш жараёнини билиш зарурияти каби омилларни инобатга олиши зарур.

Дизайннинг назарий концепциялари, унинг мақсадлари, методлари ва воситалари ҳақидаги фикрлар ижтимоий-иқтисодий ва маданий-эстетик омиллар ҳамда ижтимоий тизимлар комплексига боғлиқ. Дизайн ўз тарихи (яъни пайдо бўлиши, шаклланиши ва кенг ёйилиши) мобайнида ижтимоий ва ғоявий жиҳатдан турли-туман бўлган ва турлича бўлиб қолади ҳам.

Дизайн соҳасидаги арбоблар (ҳам амалиётчи, ҳам назариячилар) ўз ижодлари мақсадлари ва вазифаларини доим турлича тушунишган ва тушунадилар. Буларнинг барчаси дизайннинг бадиий-эстетик имкониятлари ҳақидаги фикрларнинг турфа хил бўлишига, ундаги шакл ва вазифалар мутаносиблигини турлича тушунишга олиб келади.

Дизайн бадиий, лойиҳавий, ижодий фаолият турларидан бири бўлиб, моддий маданият ва маданий маданиятнинг кесишувидир. Дизайнерлик ижодининг табиати ўзининг бифункционаллиги билан рангтасвир, ҳайкалтарошлик, графика, бадиий фотография, бадиий адабиёт, кино санъати, театр ва мусиқа санъатларининг монофункционаллигидан ажралиб туради. Дизайнер касбий фаолиятининг ўзига хослиги иккита омил – эстетик ва утилитар омилларнинг уйғунлашуви натижасидир.

Дизайн объектининг асосий категориялари:

образ (сиймо) – дизайнер тасаввури, фарази орқали яратилган мукаммал объект ҳақидаги тушунча ҳамда бадиий-образли модель;

функция – буюм бажариши лозим бўлган иш ёки вазифа, шунингдек нарса (буюм)нинг маъноси, белгиси ҳамда нархига оид роли, тутган ўрни, аҳамияти;

морфология – маҳсулот шаклининг функцияси, тайёрланиш материали ва усулига мос равишда ташкил этилган ҳамда дизайнернинг ғояси (асосий фикри, тушунчаси)ни мужассамлаштирган тузилиши;

технологик шакл – технологияни бадиий англаш натижасидаги дизайн-лойиҳалаш объекти, буюмнинг саноат ишлаб чиқариш усулини амалга оширган (рўёбга чиқарган) морфологияси;

эстетик қиймати (нархи, баҳоси, аҳамияти, муҳимлиги) – объектни нафосат ила ўзлаштириш (идрок қилиш, қабул қилиш), эмоционал тарзда ҳиссий бошдан кечириш, объектни субъектнинг эстетик идеалига мос келиш даражасини аниқлаш вазиятидаги инсон томонидан аниқланадиган ўзига хос, бошқаларга ўхшамаган маъноси ва моҳияти ҳамда аҳамияти ва қиймати [2].

1.3. Дизайн концепцияларининг шаклланиш босқичлари

Дизайн, аниқроғи инглиз тилида гапирувчи мамлакатларда 1920 йилларда “Industrial design” номини олган ҳодисанинг пайдо бўлиши (юзага келиши), шаклланиши ва тараққиётидаги асосий даврларни кўриб чиқамиз.

XIX асрнинг ўрталари

1851 йилда Лондонда ўтказилган биринчи жаҳон кўргазмасидан кейин Европанинг етакчи ва илғор архитекторлари ҳамда рассомлари унда намойиш этилган санъат асарлари ва машиналар ёрдамида яратилган буюмларнинг “эклектикаси ва услубсизлигидан” лол қолишди.

Рассом ва жамоат арбоби Уильям Моррис (1834 1896) Д.Рескиннинг ғоялари таъсири остида санъат ва ҳунарларни янгилаш орқали ҳунармандчилик ишлаб чиқаришга, ҳунармандчилик маҳсулотларига қайтиш каби утопик ғояларни илгари сурди. Унинг фикрича, қўл меҳнатига ўхшаш дидсиз безатилган оммавий ишлаб чиқарилган саноат маҳсулотларидан воз кечиб, яна ҳунармандларнинг ифодали ясалган бадиий асарларига қайтиш эди.

Бу техник ривожланиш (тараққиёт)ни тўхтатиб туриш, нисбатан арзон маҳсулот ишлаб чиқарувчи саноатни яксон қилиш борасидаги соддадиллик билан қилинган бенатижа уринишлар эди.

Аммо улар муаммонинг бошқа томонларини кўришга ва идрок этишга ёрдам берди. Яъни, буюмли мухит яратишнинг ҳунармандчиликдаги ташқари бошқач ёндашуви зарурлиги ҳамда шу билан боғлиқ муаммолар ечилиши кераклигини кўрсатди.

Худди шу даврда немис архитектори, санъат назариячиси ва тарихчиси Готфрид Земпер (1803-1879) машинада ишлаб чиқарилган маҳсулотларда эстетик ва бадиий тартиб масалаларини услуб назарияси нуқтаи назаридан келиб чиққан ҳолда “Техник ва тектоник санъат турларида услуб, ёки Амалий эстетика” асарини ёзади. Бу асарда Земпер шаклнинг (яъни буюм шаклининг) қатор ҳолис омиллар ҳосиласи эканлигини кўриб чиқади. Унинг фикрича, шаклга

- буюмнинг амалий моҳияти (яъни вазифаси);
- хомашё ва унга ишлов бериш усули;
- истеъмолчиларнинг диди;
- анъаналар;
- диний ва сиёсий низом ва қарорлар;
- ижодкор рассомнинг шахси таъсир қилади. сиёсий ва диний меърларнинг анъанаси, рассом ижодкорнинг шахсиятини биринчи ўриндаги омиллар деб ҳисоблади. Готфрид Земпернинг таълимоти (назарияси) функционализм ғоялари учун асос бўлган.

XX аср бошларида Германиядаги куч йиғиб бораётган ёш монополиялар жаҳон бозорига интилишни бошладилар. Бироқ, улар ишлаб чиқараётган маҳсулотларининг сифати шунчалик паст эдики, Буюкбритания ҳокимияти протекционизм *(протекционизм - бирор давлатнинг ўз миллий экономикасини чет эл рақобатидан ҳимоя қилишга қаратилган иқдисодий сиёсати)* мақсадида бу буюмларга (товарларга) “Германияда ишлаб чиқилган” деган маҳсулот белгисини тамғалаб қўйишни талаб қила бошлади. Яъни, асосли равишда инглиз истеъмолчилари, харидорларининг немис маҳсулотларидан ихлоси қайтарилди.

Шунда Германиядаги йирик саноатчилар, корхона эгалари қатор чора-тадбирларни белгилаб, 1907 йилда санъат бўйича кўзга кўринган ижодкорлар ва намоёндалар (Г. Мутезиус, Петер Беренс, Х.Ван де Вельде ва бошқалар) билан бирга Германия бадиий-саноат Иттифоқи – “Германия Веркбунди”ни ташкил этишади. Уларнинг айтишича, асосий эътибор махсулотнинг жозибакор, эътиборни жалб этувчи ташқи кўриниши (яъни, шакли, ашёси, пардози) ва қулайлигига (яъни, истеъмол пайтидаги қулайлик ва ҳавфсизлиги) қаратилди.

АЭГ йирик электротехник концерни таниқли рассом ва архитектор Петер Беренсни (1868-1940) фирманинг бадиий директори лавозимига

таклиф қилади. У томондан биринчи марта маҳсулот, реклама ва қисман ишлаб чиқариш мухити ўзида мужассам этган ўзига хос фирма услуби ишлаб чиқилади ва илк бор амалга тадбиқ қилинади.

Хусусан, Беренс томонидан яратилган сув қайнатувчи чойнакларнинг комплекси учун геометрик аниқлик ва шаклнинг кўркамлиги характерлидир. Бу ўзида ҳам ишлаб чиқариш жараёнининг техник аниқлигини, ҳам 19-аср иккинчи ярмидаги маиший буюмларнинг эклектикасидан воз кечилаётганлигин билдирувчи янгича эстетикани мужассам қилар эди. (ўзида акс эттирарди).

Ҳажми, геометрик шакли, корпусининг материали, металл сиртининг ишловини ўзгартириш ва турлаш ҳисобига чойнакларнинг серияси яратилди.

* ҳажми - аниқроғи, чойнакларнинг 3хил сиғими;

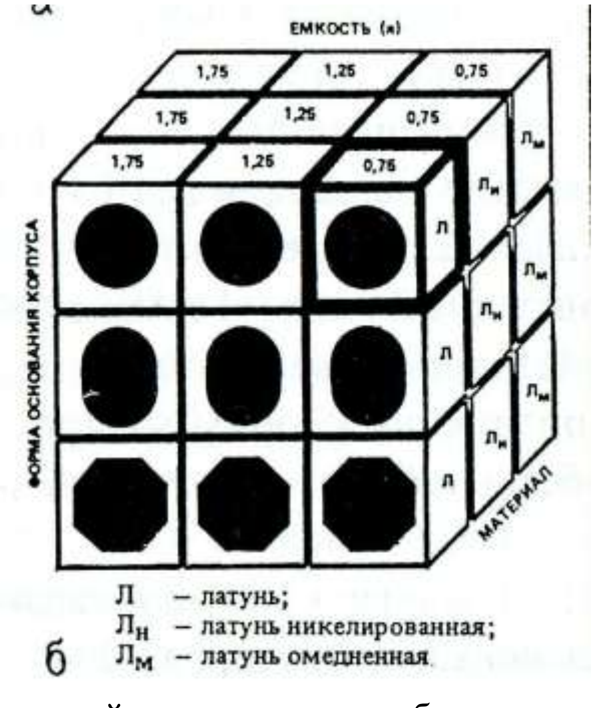
* геометрик шакли - таги думалоқ ва овал шаклдаги иккита томчисимон ҳамда таги саккизбурчак шаклдаги “хитой фонари” кўриншларидаги;

* корпусининг материали - тоза жез (латунь), никелланган жез, мисланган жез;

* металл сиртининг ишлови - ялтирамайдиган, товланадиган, бўртма қилинган.

Сериядаги чойнакларнинг 81 тага тенг эди. Яъни:

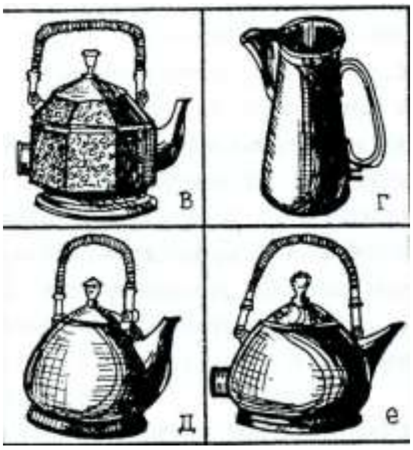
81= 3 (ҳажм) х3 (шакл) х3 (материал) х3(фактура).



Расмда сув қайнаткич чойнаклар учун ишлаб чиқилган дастур

Чойнакнинг ҳар бир кўриниши ҳам электр иситкичли, ҳам электр иситкичсиз эди. Бинобарин. улар турлариининг сони икки баробар оширилди.

Барча чойнаклардаги қопқоқларнинг шакли ва ўлчами бир хил бўлиб, унификацияланган эди. Чойнакларнинг дастаси ҳам бир хил усулда маҳкамланиб, қамиш билан тўқиб ўралган эди (асоси думалоқ чойнаклар учун ёйсимон, “фонарик” учун эса “П” симон шаклда бўлган).



в, д, е – чойнаклар, г- кофе учун идиш.

Худди шундай ёндашув ишлаб чиқариш ва маиший ҳаётга мўлжалланган электр ёритиш ускуналарининг мажмуасини ишлаб чиқаришда ҳамда бошқа маҳсулотлар учун қўлланилган.

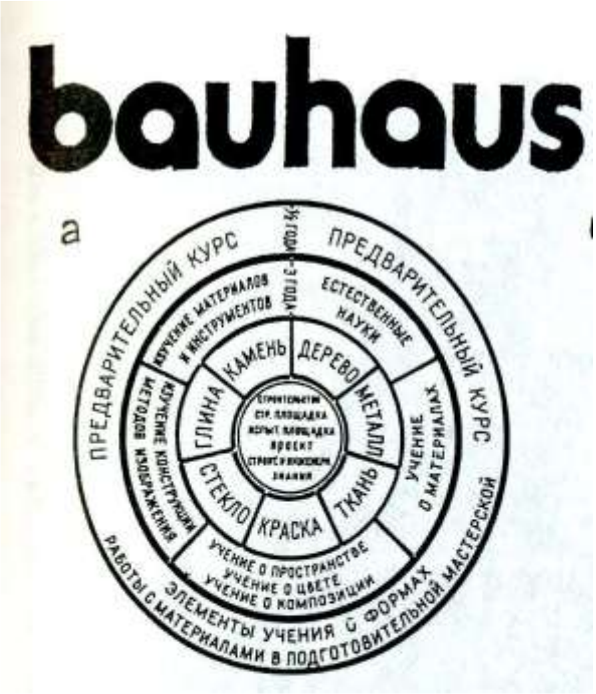
Беренснинг кредоси (нуқтаи назари, дунёқарашидаги ақидаси, маслаги) “санъат ва техникани бирлаштириш натижасида маданиятнинг яратиш” эди. “Юқори эстетик талабларга жавоб бера оладиган кенг кўламда ишлаб чиқарилган буюмлар фақатгина нозик дид эгалари фаровонлиги учунгина эмас, балки кенг омма қатлами учун ҳам яхши дид ва тартиблиликка йўл очиб берар эди” деган эди петер Беренс. Беренснинг иккита жаҳон урушлари оралиғида унутилган лойиҳалаш методи кейинчалик лойиҳалашнга тизимли ёндашувда ва дизайн - дастурларида яна бир бор янгича тус олди.

1920 йиллар.

Аввал 1-жаҳон уруши, кейин революцион тўнтаришлар ва рассомлар, архитекторлар, санъатшунос-танқидчилар фаолигининг кучайиши жараёнлари кузатилади.

Германияда 1919 йилда архитектор ва педагог Вальтер Гропиус (1883-1969) Баухауз (Ваймер)ни - янгича турдаги бадиий-саноат мактабини ташкил қилади. Ушбу мактабнинг шиори - “Санъат ва техника - янгича бирлик” эди. Педагогларнинг “байналминал“ гуруҳи (командаси) таркибига И. Иттен, О.Шлеммер, В.Кандинский, Л. Мохой-Надь ва бошқалар кирарди.

1928-30 йилларда Баухаузни швейцариялик Ганнес Майер (1889-1954) бошқаради. У таълим жараёнига ижтимоий-жамоатчилик йўналишини белгиламоқчи бўлгани учун кўп ўтмай бу лавозимдан бўлаштилади.



Шуни айтиш лозимки, Ганнес Майернинг хизматлари лойиҳалаштиришни илмий- техник таъминоти ва биноларнинг комплекс таҳлили асосида тизимли ёндашуви томон буришга муваффақ бўлганлигидадир.

Майернинг ўрнига олинган архитектор Людвиг Мисс ван дер Роэ (1886-1969) бутунлай ижтимоий муаммолардан воз кечди, мактабнинг асосий мақсади профессионал бадиий таълим бериш йўналиши этиб белгиланди.

Уруш вайронагарчиликлари туфайли Европада ва айниқса Россияда амалиёт учун (лойиҳаларни амалий рўёбга чиқариш учун) қулай ва яхши давр эмас эди.

Аммо, бир вақтнинг ўзида бу давр муросасиз тортишув ва мунозаралар, баъзи назарияларнинг туғилиши ҳамда профессионал бадиий таълимнинг шаклланиш даври эди. Бу даврда функционализмнинг асосий принципи (тамойили) яратилди: буюмнинг гўзаллик даражаси, унинг шаклини функциясига мувофиқлиги даражаси билан аниқлана бошланди.

1915 йилда Англияда ташкил этилган Дизайн ва саноат (индустрия) Ассоциациясининг фаолияти ҳам "Вазифасига мувофиқлик" шиори остида юритилган.

Баухауз талабаларига функционал шаклга эстетик моҳият бағишлаш ўргатилар эди. Рус конструктивистлари ҳам функционализмга қатъий риоя қилар эдилар.

1.4 Замонавий дизайндаги концепциялар

Дизайн тўғридан-тўғри нафақат моддий ишлаб чиқариш билан боғлиқ, балки бозор билан бирга уйғун ҳолатда ривожланади. Дизайннинг назарий концепциялари, дизайн ва унинг мақсадлари, методлари ва воситалари ҳақидаги фикрлар ижтимоий-иқтисодий ва маданий-эстетик омиллар, ижтимоий тизимлар комплексига боғлиқ. Дизайн ўз тарихи (яъни пайдо бўлиши, шаклланиши ва кенг ёйилиши) мобайнида ижтимоий ва ғоявий жиҳатдан турли-туман бўлган ва турлича бўлиб қолади ҳам. Дизайн бўйича фаолият юритувчилар (амалиётчилар ҳам, назариячилар ҳам) ўз ижодлари мақсадлари ва вазифаларини доим турлича тушунишган ва турлича тушунадилар.

Буларнинг барчаси дизайннинг бадиий-эстетик имкониятлари ҳақидаги фикрларнинг турфа хил бўлишига, ундаги шакл ва вазифалар мутаносиблигини турлича тушунишга олиб келади. Дизайннинг бадиий эстетик имкониятларини турли тарзда баҳоланиши шакл ва функция орасида ўзаро боғлиқлик тушунчасини турлича ифодалайди ва бу ерда бир қанча етакчи тенденцияларни ажратиб кўрсатиш мумкин.

Дизайн концепциялари келиб чиқишидаги (вужудга келиши ва шаклланишидаги)даги асосий таянч нуқтаи назарлар, босқичлар, шарт-шароитлар.

Александр Готлиб Баумартен (1714-1762), олмон файласуфи 1735 йилда нафосат ҳақидаги таълимот (гўзаллик ҳақидаги фан) учун “Эстетика” атамасини (терминини) киритди.

Иммануил Кант (1724-1804), олмон олими ва файласуфи XVIII аср охирларида “фойда” ва “гўзаллик” тушунчаларини бир-биридан ажратиб, санъатнинг олий мақсади – мақсадсиз, фойдасиз деган тушунчаларни киритди.

Джон Рескин (1819-1900), инглиз танқидчиси, XIX аср ўрталарида маърузаларидан бирида шундай деган эди: “Санъатнинг тўғри, соғлом ривожланиши биринчи навбатда унинг ишлаб чиқаришга тадбиқ этилиши билан боғлиқ”. Санъатнинг асосий вазифаси: кундалик ҳаётда амалий натижа берадиган фойда келтириш. Машинали ишлаб чиқариш санъатни нобуд қилади (йўққа чиқариб) ва ишчинин ногирон этади.

Уильям Моррис (1834-1896) - инглиз рассоми ва жамоатчилик арбоби маданиятдаги инқирозни техник-иқтисодий сабаблар туфайли рўй бераётганини изоҳлаган (Дж. Рескин таъсири остида) ҳамда ҳунармандчиликда қўл меҳнатига қайтишни илгари сурган. Ўз дунёқарашига кўра утопист–консерватор бўлишига қарамай, у буюмлар муҳитида айнан

эстетиканинг ролини оширишга катта эътибор қаратган ва шу йўналишга прогрессив таъсир кўрсатган.

Готфрид Земпер (1803-1879) немис архитектори ва амалиётчиси бўлган. У Дрезден галиреяси, театри ва биринчи хҳалқаро кўргазма павилионининг муаллифи бўлган. У кўп томли “техник ва тиктаник санъатдаги кўринишлар” ёки амалий эстетика, биринчи томи (1860) иккинчи томи (1963), учинчи томи (ёқиб юборилган). Унинг фикрича буюмларнинг кўринишлари унинг функционал мақсадига , материалига, ишлаб чиқариш технологиясига, диний тартибига, ижтимоий- сиёсий мафкурасига, рассомнинг шахсиятига боғлиқ бўлган ҳолда аниқланади.

Франц Рело (1829-1905) назарий механизм ва машиналарида назарияси бўйича фалият олиб борган немис олими. Биринчи марта кинематика механизмлари ва қурилмалари бўйича асосий муаммоларни аниқ кўра олган ва ечимини топа олган олим ҳисобланиб, у техник машина объектларини эстетикаси масалаларини қурилмаларнинг назарияси муаммолари билан боғлаган ҳолда ечишга ҳаракат қилган. У санъат ва техниканинг уйғунликда ривожланиш имкониятини илгари сурди.

Немис Веркбунди асосчиларининг назарий қарашлари. Веркбунднинг фаоллари ва ташкилотчилари Германия саноатининг маҳсулотларида исътемолчилар даражасини мукамаллаштириш чора тадбирларини олиб бориш зарурлигини исботлади. Аммо, назарий жиҳатдан олиб қараганда уларнинг қарашлари ҳар хил эди.

Герман Мутезиус (1861-1921) немис архитектори назариётчиси ва публицисти. У етти йил давомида Англиянинг саноати ва маиший ҳаётини ўрганди. Унинг асосий мақсади Британия экспертларининг немис экспертларидан афзаллик томонлари ва ўз мамлакатида инглиз тажрибасини кенг қўллаши эди. 1907 йил октябрь ойида ташки топган Веркбунданинг мафкуравий ташаббускори эди. Шаклларни ташкиллаштирувчи принциплар билан боғлиқ бўлган қўмита дастурининг муаллифи бўлган Герман Мутезиус умум ижтимоий маданий қурилма ва унинг мақсадларини яратди. Биринчи навбатда у эталон намунасида асосий ижодий ишланмаларда Германияда ишлаб чиқарилган маҳсулотларнинг жамиятга зарур томонларини белгилаб чиқди, яъни у буюмларни ўзига хос томонларини четга суриб қуйиб, фақатгина миллатнинг таъбига кўра иш юритган.

Пётр Беренс (1869-1940) йирик немис архитектори ва дизайнерлардан бири бўлиб, замонавий дизайннинг ривожига муносиб ҳисса қўшади. У 1907 йилда АЭГ концернида ишлаб биринчи марта “фирмага оид алоҳида кзўринишни” ишлаб чиққан. У буюмларни фақтгина вазифалари ва моддий баҳосига эътибор қаратиш лозим деб ҳисобламайди. Бу мақсадлар

хеч қандай маданий қадр-қимматни намойиш эта олмайди деган фикрни доимо илгари суриб келган.

Хенри Ван де Вельде (1863-1952) йирик Белгия архитектори ва дизайнери шунингдек, педагоги бўлиб, “ар нуво” назариясининг асосчиларидан биридир. Унинг асосий позицияси рассомларнинг ижодий ўзига хослигининг четга суриб қўйилиши билан баҳоланиб, у доимо ўрнатилган қонун қоида ва хусусиятларга ажратиш тартиби бўйича билдирилган таклифларга қарши турар эди.

Функционализм анъаналарига йўналтирилган концепция.Луис Салливен (1856-1924) америкалик архитектор кўплаб, пўлат каркасли ва уйғун шаклдаги балан биноларнинг муаллифи булиб, доимо битта шиорни “шакл вазифани аниқлаб беради ” деган принципни илгари сурган. У доимо инсоният фаолиятига табиий ҳаёт қонунини киргизишга ҳаракат қилди. Унинг формуласи буюмлар функциясининг моддий маънавий мураккаблигини қамраб олар эди.

Адольф Лоос (1870-1933) афстиялик архитектор, қурувчи доимо Л. Салливеннинг фикрларини доимо сохталаштириб, архитектура бу лойиҳалаштиришнинг функционал жараёни деб таъкидлаган. Унинг асосий ғояси “шакл фақатгина функцияга боғлиқ” деган эди. У доимо орнаментализм, ташқи безакни инкор қилган.

Франк Ллойд Райт (1869-1956) етакчи америкали архитектор Л Салливеннинг издоши бир қанча лойиҳаларнинг муаллифи бўлиб, унинг асосий ғояси “шакл ва функция ягона жараёндир” деган иборани илгари сурган.

Ульем ва Томас Мальдонадодаги дизайн мактаби (1922). Мактаб фаолияти рационализм абсолютизация ва маълум миқдорда мантиқий услублар лойиҳалаштиришдаги устувор омиллар ва илмий изланишларни муболағали даражада бўртириб кўрсатишга қаратилган эди. У ерда айнан Т Мальдонадо етакчилик қилади. Италиялик назариётчи дизайн, педагог, рассом Бойнас-Айресда дунёга келган. Ўз фаолиятини ўқитувчиликдан бошлаган ва кейинчалик Уильм мактабида раҳбар вазифасини ўтаган. Ушбу фирма “Браун” фирмаси билан чамбарчас боғлиқ. Т.Мельдонадо дизайнда тизимли ёндашув принципларини ривожлантиришга ҳисса қўшди ва атроф муҳитни ташкиллаштиришга инсонларнинг фикрига таъсир этувчи ижтимоий фаол куч сифатида дизайннинг ўзига хослигини кўрсатиб беришга ҳаракат қилиб асосий эътиборни дизайнда илмий техник жараёнлар ва эстетикани бирлаштиришга қаратди. Турли даражада ажратилган оддий элементларнинг кўп қиррали таркибидаги буюмларни лойиҳалаштиришдаги мураккаб жараёнларини тақсимлаш ҳақидаги концепцияси ўзининг

давомийлигин ва мақсаддарини кўрсата олади. Аммо у неча йиллардан буён фаолият юритиб келаётган Ульм мактаби ўқув тизимига қарама қарши чиқиб қолди. Ўқув жараёнидаги янгиликлар ФРГ хукуматининг сиёсатидаги танқидларнинг чиқишларига Ветнамга Американинг урушига қарши намойишлар Мальдонаданинг мактабдан кетиб, уни ёпишга мажбур қилиб қўйди.

Қуйдагилар вазифалар учун шакл аниқ тасвирланган режимида эстетиканинг асосий принципларининг йўналишлари бўлиб хизмат қилади ва айнан шу эстетика функционализм номини олган. Дизайнда функционализмнинг ўрни – мухандислик фаолиятининг “аниқ натидаси” ҳисобланади. Ушбу шакл конструктив ва технологик қонунчилик асосида қурилиб, эргонамика доирасида ҳисобга олинган “инсоният омиллари” асосида ташкил топади. Рамзий эстетик, бадиий ўхшаш омиллар дизайнерни хеч қачон ташвишга солмаслиги керак. Ишлаб чиқарииш йўналиши бўйича махсулотларни ўз ичига олиш учун арзирли аҳамиятга эга бўлган охирги функционализм, яъни ҳаётий муҳитининг барча тармоқларига ёйилган ва шу билан бирга моддий бадиий маданият соҳасида жадал соҳа бўлиб ўзини оқлаши мумкин. Бу йўналиш биринчи навбатда тасвирий санъат принциплари билан боғлиқ бўлиб “компазиция”, “стиль”, “образ” тушунчалари билан ишлатилмайди.

Дизайн - ўзига хос бадиий касб сифатида, рассомнинг ўз дунёқараши ва ғояларини ифода этиш соҳаси, санъат шакли (тури).

Инглиз дизайн бўйича назарий мутахассиси Герберд Рид (1893-1968), “Санъат ва саноат дизайни” муаммолари бўйича ягона китобнинг муаллифи бўлиб, унинг бу китоби 1934 йилда нашр қилинган. Китоб бир йиллар мобайнида мунтаззам қайта нашр қилиниб, қайта нашр жараёнида хатто унинг матни ўзгартирилмаган. Китоб мустақил назарий изланишларга қаратилмаган, у дизайнда рассомнинг йўналишларидан бири бўлган холос. У хунармандчилик эстетик меъёрларининг машиналашган маҳсулотларга мослаштирилган холда эмас махсулотларнинг янги услублари учун янги эстетик стандартлар ташкил этишни ўз ичига олган. Муаллифнинг асосий хулосалари шулардан иборат эди:Дизайн бу “мавҳум санат” дир ва фабриканинг функционал мақсади доирасида рассомга мувофиқлаштирилиши лозим бўлиб, асло рассом фабрикага мослашмаслиги керак.

Джовани Понти (1891-1979) етук итальян архитектори, рассом ва дизайнери “ДОМУС” журналининг бош мухаррири ва ташкилотчиси. Унинг ғояси шундан иборат эдики, дизайн концепциясининг индивидуализацияси вақт ўтиши билан чуқурлаштириб борилиши лозим эди. Понти доимо бир

нарсани такидлар эди “Бизнинг давримизда услуб йўқ ва хаттоки, тарихий мустаҳкамланган тил шакли ҳам мавжуд эмас. Биз доимо услубдан ўзимизни тортамиз, чунки бизда кенг кўламли мустақил экспрессия мавжуд. Жадал ривожланиш технологияси бир хилликни доимо инкор қилиб, ҳамма икониятлардан фойдаланишга замин яратарди.

Макс Билд (1908-1999) “Шакл. 20 асрнинг ўрталарида шаклларнинг ривожланиш балансини юритиш” китоби муаллифи, етук швецария рассоми ва дизайнери, архитектор, санъат назариётчиси, педагогдир.

Жанубий дизайннинг бу йўналишиди яъни, функционализмнинг қарама қарши соҳаси, шакллар тушунчаси фигуративсиз мавҳум формалардаги ижобий сайқал берилган замонавий ифода санъатидан кўчириб келинган. Г.Рид ва унинг издошлари дизайн эркин ўйин шакли дея эълон қилинган.

Т.Мальдонадонинг “буюмларга сиғиниш”га қарши (“антивещизм”) дизайни ва Г.Риднинг “арт дизайн”и оралиғидаги нуқтаи назарлар (ёки позициялар).Джорж Нелсон (1907-1986) етук америкалик дизайнери ва архитектори, танқидчи ва дизайн назоратчиси “дизайн муаммолари” китоби муаллифи бўлиб, бутун дунёга танилган. Унинг таъкидлашича дизайнер моҳияти бўйича рассом бўлиб, фақат унинг меҳнат қуролли, унинг ўтмишдошлари меҳнат қуролидан анча фарқ қилади. Нельсон муҳим дизайнерлик хусусият “унинг ички моҳиятини тўғри ифодалашда” яъни маҳсулот вазифасининг маданий қимматида дея таъкидлайди. Ҳозиргача Нельсон талқинидаги дизайн ўз аҳамиятини йўқотгани йўқ. Дизайнер кўпинча атроф муҳитнинг ўзгаришларидаги санъатга билиб туриб мослашишга, яъни катта бизнеснинг муваффақиятини ўйлаган ҳолда ўз талантини хизматга сотишга мажбур бўлиб қолади.

Тижорат дизайни ёки дизайнда тижоратга йўналтирилган концепция. Дизайн моҳияти бўйича тижорат ҳарактерига эга бўлган ва эга бўлаверади. У томонидан комуфлажсиз Америкада илк дизайнга хисса қўшган Уолтер Текер ва Раймонд Лоуиларнинг биринчи қадамларини белгилади ва алоҳида таъкидлади.

Улар америка дизайннининг муҳим кўриниши стайлингни шаклланишига муҳим ҳисса қўшганлар. Стайлинг расмий эстетик модернизациянинг муҳим тури бўлиб, муайян маҳсулотнинг ташқи кўринишини ўзгартириб, унинг вазифаларига ва техник ёки фойдаланиш сифатларини ривожлантиришга таъсир кўрсатмайди. Стайлинг маҳсулотларга янги тижоратдан фойдали кўриниш касб эттиради. У турмуш тарзининг аниқ ҳарактеридаги кўринишлари модда ва ўзгаришлар билан чамбарчас боғлиқдир.

Дизайнга тизимли ёндашув ғоялари. 20 асрнинг 60 йилларида Ғарб дизайни кўп даражали тизим, лойиҳалаштирилган объектларнинг мураккаб таъкомиллаштириш билан боғлиқ бўлган тизимли ёндашув ғояси жадаллик билан ишлаб чиқилди. Аммо, ишлаб чиқариш экологик ва ижтимоий маданий муҳит билан боғлиқ кўп аспектли тизимда икки томонлама мураккаб бўлмаган объектлар ҳисобланар эди. Юундай объектлар учун кераксиз анъанавий дизайн услублари айнан ягона маҳсулотни лойиҳалаштиришга қаратилган дизайнлар хос эди. Бундай ёндашув кўп холларда бадиий интуитив услубларнинг принциплари билан боғлиқ бўлиб, улар истъемол техника, кибернетика билан изма из ривожланади. Тизимли дизайн соҳасида Крестофер Александр Брюс Арчер ва бошқалар ўзларининг яхши намоён эта олдилар. Айниқса, "мухандислик ва бадиий қурилиш" китобининг муаллифи Кристофер Джонсени алоҳида таъкидлаб ўтиш лозим. 70 йилларнинг охирларида ушбу методдаги ижоднинг табиати соддалаштирилган тушунчасининг чегараланганлиги дизайн лойиҳалаштиришнинг инқироз ҳолатига олиб келди ва шунчдай тушунча пайдо бўлдики, лойиҳа ечими фақатгина диққат билан тўпланган илмий далиларда исботланиши мумкин эмас.Хеч қачон ижтимоий сиёсий, иқтисодий контекстларда, шунингдек, лойиҳалаштиришнинг мақсад ва вазифаларидан топилган ечимни мавҳумлаштириш мумкин эмас.

Мафтункор, рохатбахш, қулай, ишончли махсулотларни яратиш концепцияси. 80-90 йилларда постиндустриал мамлакатларидаги биринчи зарурий предметлар бозори орқага қараб кетди. Маиший нарсаларни сотиб олишга бўлган иштиёқ янги бозор, яъни "қониқиш бозори" ва бозордаги "ҳиссий садо" бозорлари соясида қолиб кетди. Дизайнерлар, конструкторлар буюмнинг вазифасини қулайлигини, ундан фойдаланишдаги ҳавфсизлигини унутмаган ҳолда уларнинг ўзига хос расмий рамзларига урғу берган ҳолда бажарганлар. "Талаб таклифдан туғилади" деган алгоритмнинг ўрнига бошқаси пайдо бўлди. Бу "таклиф талабдан туғилади" деган шиордан пайдо бўлди. Бунда фақатгина талабнинг пайдо бўлишига суяниш эмас, балки жамият гуруҳи учун янги талабларнинг шаклланиши олиб борилади. "Эриксон" фирмаси билан рақобатбардошлигига дош бера олмаган "Нокия" менеджер ва дизайнерларнинг ҳар хил таклифлари туфайли ўз ўрнини яна тиклаб олди. Улар катта бесунақай телефонлар ўрнига ишбилармон инсонларни қизиқтирувчи қиммат ўз ўрнига эга бўлган ёшларни қизиқтирувчи ҳар хил ўйинли ва русумли телефонларни чиқара бошлади.

Назорат саволлари;

1. “Дизайн” атамасининг замонавий таърифи қандай?
2. Бадиий фаолият тури сифатида дизайнга эҳтиёж қайси даврда бошланган?
3. Дизайн ривожланишининг асосий босқичлари қандай?
4. Ҳар бир босқичнинг ўзига хослиги қандай намоён бўлади?
5. Дизайн объектнинг категориялари деганда нималар тушунилади?
6. Дизайн-концепция нима?
7. Дизайндаги концепциялар нималарга боғлиқ?
8. Замонавий дизайннинг қандай концепциялари мавжуд?

Фойдаланилган адабиётлар

1.Аллаберганова А.Б., Атаханова Ф.З.“Основы методологии дизайна”. – Ташкент, ИПТД имени Чулпана, 2016 г.

2.Рунге В.Ф.,Сеньковский В.В.“Основы теории и методологии дизайна”. - Москва-Пресс, “Социально политическая мысль”, 2005 г.

3.Михайлов С.М.,Михайлова А. С. История дизайна.Краткий курс. Учеб. для вузов.— Москва: Союз Дизайнеров России, 2004 г.

4.Ноэль Райли. “Элементы дизайна.Развитие дизайна и элементов стиля от Ренессанса до Постмодернизма”. – Москва, ООО “Магма”, 2004 г.

2-мавзу: Дизайн асарини бадиий идрок этишда ранг, ассоциациялар, инстинктларнинг таъсири.

Режа:

1.1. Эмоционал дизайн тушунчасининг пайдо бўлиши ва шаклланиши.

1.2. Дизайн-концепцияни яратишда билиш лозим бўлган психологик тамойиллар.

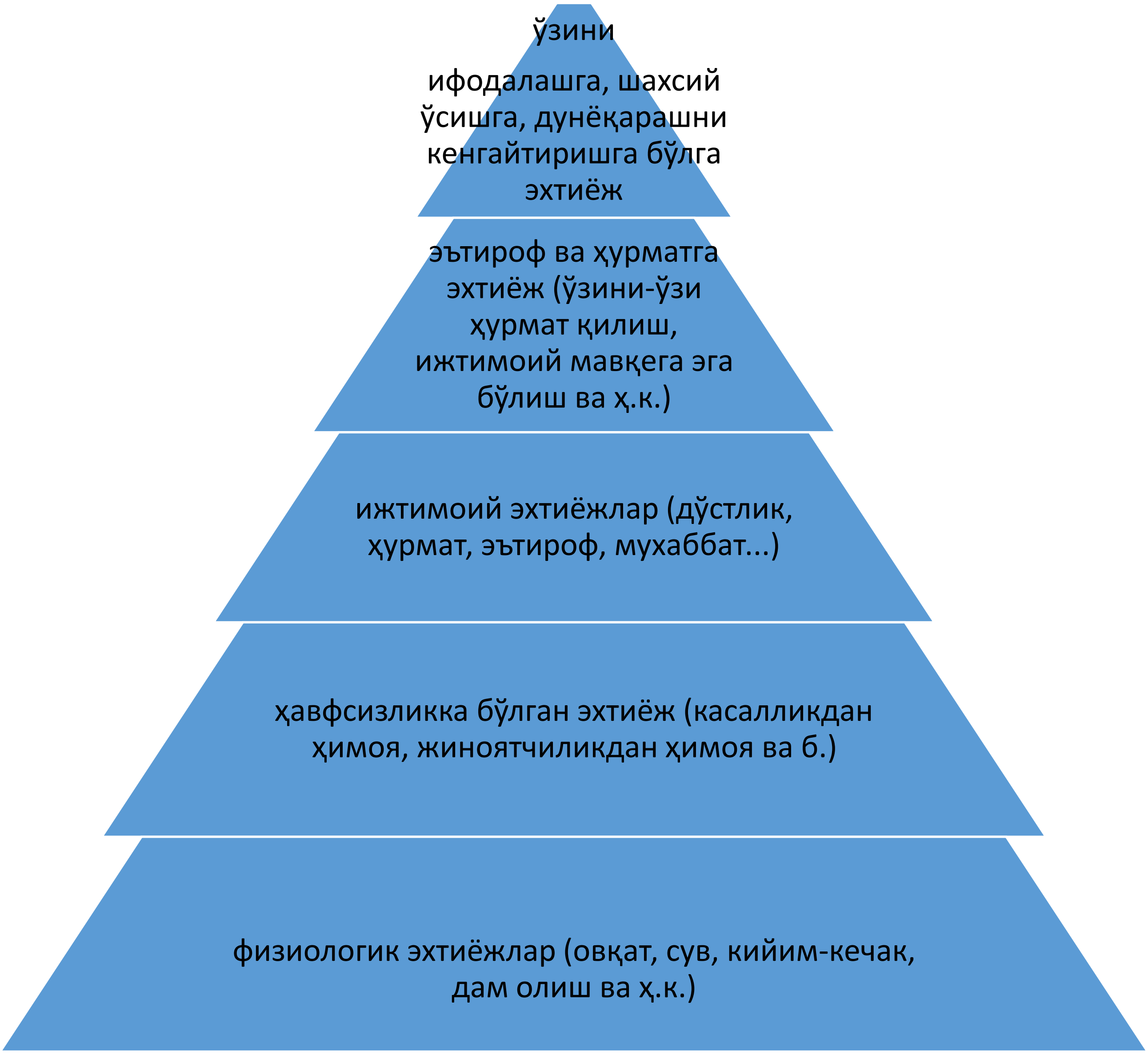
1.3. Дизайн асарини бадиий идрок этишда ранг

1.4. Дизайн асарини бадиий идрок этишда ассоциациялар

Таянч иборалар: Маслоу пирамидаси, дизайн функциялари, ранг доираси, ранг уйғунлиги, асоциатив композициялар.

1.1. Эмоционал дизайн тушунчасининг пайдо бўлиши ва шаклланиши.

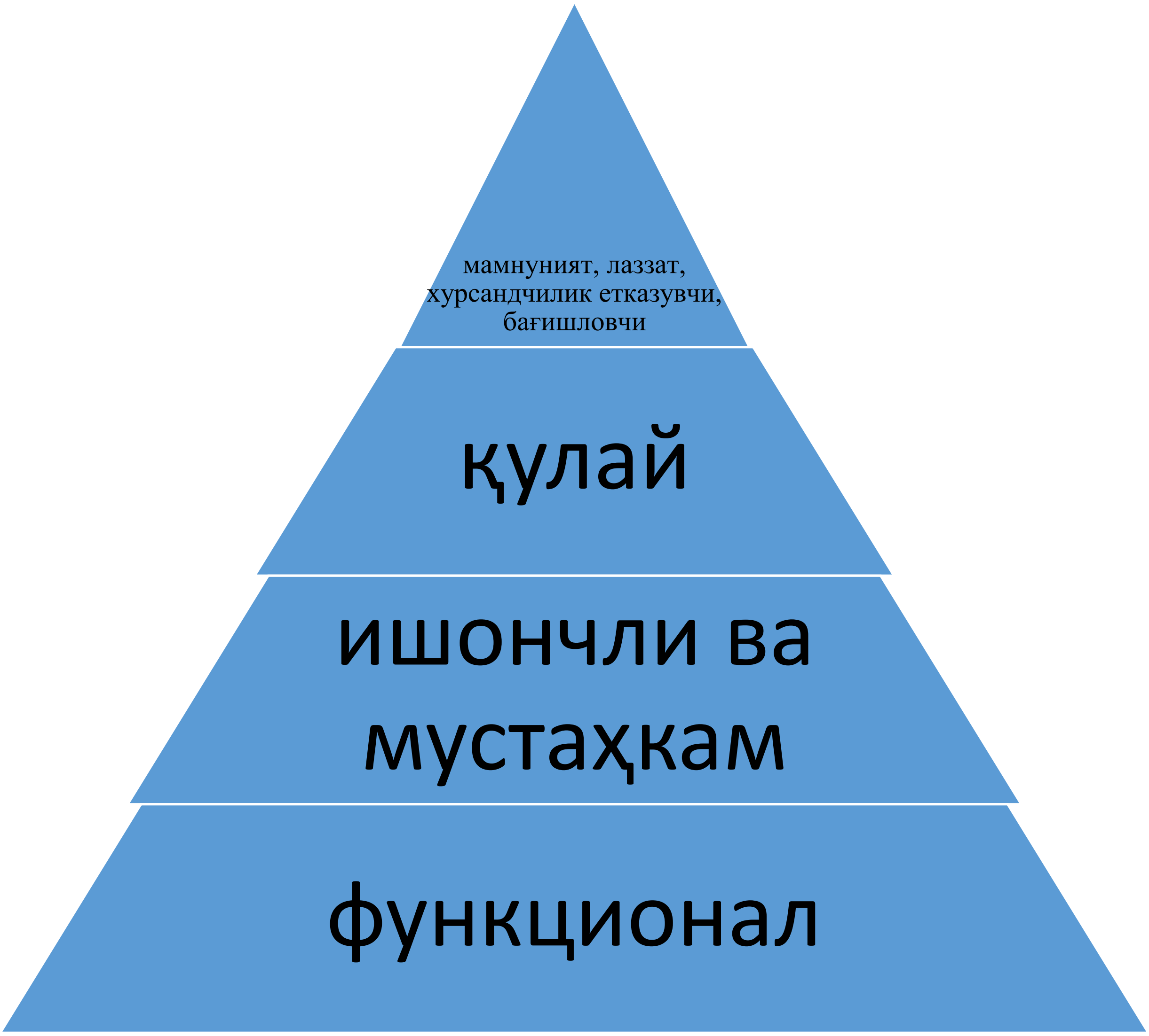
1950-1960-йилларда америкалик психолог Абрахам Маслоу барча билган, лекин жўнгина шаклда таърифлай олмаган нарсаларни тушунарли тарзда шакллантиришга муваффақ бўлди: ёши, жинси, миллати ва ижтимоий табақасидан қатъий назар, барчада қондирилиш лозим бўлган маълум эҳтиёжлар мавжуд. Буни Маслоу қуйидаги пирамида кўринишида тасвирлаган.



1-расм. Маслоу бўйича эхтиёжлар пирамидаси.

Маслоунинг одам эхтиёжларини акс эттирувчи иерархияси дизайн объектини лойиҳлашдаги мақсадлар ва вазифаларни аниқ тушунишга хизмат қилади. Пирамиданинг қуйисидаги учта поғонадаги эхтиёжлар билан ҳам, яъни физиологик комфорт, ҳавфсизлик, эътироф кабилар билан кифояланса бўлади, аммо энг юқоридаги эхтиёж инсон ҳаётини мазмунли қилиб, уни тўлдиради. Объектнинг дизайни – бу истеъмолчи, яъни инсон учун бўлган дизайн. Истеъмолчининг эхтиёжларини Маслоу пирамидасига ўхшаш тарзда шакллантирилса, қуйидагиларни кўрса бўлади.

Айнан шу таойил эмоционал дизайн тушунчасининг асосий тамойили ҳисобланади.



2-расм. Маслоу пирамидаси поғоналарининг номларини истеъмолчилар эхтиёжларига мослаб ўзгартириш[1].

[1]Ааарон Уолтер. “Эмоциональный дизайн”. 6-бет

1.2. Дизайн-концепцияни яратишда билиш лозим бўлган психологик тамойиллар

1. Ментал моделлар

Ментал моделлар яратучи ва дизайнерлар томонидан доимо муҳокама қилинокда. Янгилик яратиш жараёни фойдаланувчиларнинг қандай ҳаракатланаётганлигини ва улар нимани интуитив тарзда тушунаётганлигини билишни талаб этади.

Ментал моделлаштириш – бу инсон қандайдир виртуал маҳсулот яратишда тажриба ва ушбу моделларни кўчириш орқали дунёни қай тарзда ўрганаётганлигини аниқлаш жараёнидир. Унинг моҳияти фойдаланувчи ҳаракатларининг интуитив қиёфасини батафсил тасвирлаб беришдан иборат.

Масалан, компьютердаги файл ва папкаларни олайлик. Бу жисмоний ташувчиларда ахборотни сақлаш бўйича энг қадимги тизим аналогидир, шу боис ҳар бир инсон у билан ишлай олади.

Дизайнерлар ментал моделлаштиришни фойдаланувчилар тажрибаси асосида дизайнни яратиш деб тушунади.

Дизайн-жараён пайтида визуал элементлар ва уларнинг макетдаги жойлашуви ноқулайликларни келтирмайдими, умумий намойиши яққол кўрсатилганми ёки у тасодифан яширилганми? деган саволларга доимо жавоб топиш лозим.

2) Ресторфф самараси

Ёки яккаланиш самараси - инсон ҳотирасининг элементи бўлиб, унда бир қатор бир хил объектлар орасидан битта объект яхшироқ эсда қолади.

Дизайнни лойиҳалаштиришда баъзида фойдаланувчининг битта нуқтага эътиборини жалб қилиш лозим, ҳаттоки атрофида бошқа элементлар жойлашган бўлса ҳам. Бунинг учун бошқа шрифт, ранг, ўлчам ва бошқа дизайнер дастаклари қўлланилади.

Кўпинча мазкур самара ҳаракатланишга чорлаш элементларида намоён бўлади.

3) Гештальт-тамойиллари

Гештальт-психология объектларини бир-бирига нисбатан кўриш орқали идрок қилишни тадқиқ этади.

Гештальт-тамойиллар ёки гештальт-қонунлар, бирга гуруҳлаштирилган дизайн элементларини инсон кўзи билан қандай идрок қилаётганлигини изоҳлаб беради.

- **Яқинлилик тамойили:** бир-бирига яқин бўлган объектлар ягона мантиқий гуруҳ сифатида идрок этилади. *Unilever* логотипида U харфи

турли шакллардан таркиб топганлигига қарамасдан, инсон кўзи, аввалом бор, U ҳарфини яхлит шакл сифатида кўриб тушунади.

- **Ўхшашлик тамойили:** ўхшаш объектлар бир яхлит ёки гуруҳнинг бир қисми сифатида идрок қилинади. NBC логотипида ўхшаш конуслар ягона гурух сифатида идрок қилинади, чунки улар бир хил кўринишга эга .
- **Маҳдудлик тамойили:** бир бутунни идроқ қилиш шакли, ҳаттоки барча чизиқлар туташмаган бўлмаса ҳам. Логотипда шакллари паст ва бўш майдон аёлнинг қиёфасини ҳосил қилади, бунда тасвирнинг фақатгина айрим элементлари тўлиқ туташган шаклга эга.
- **Узлуксизлик тамойили**: кўриш орқали идрок қилиш табиий тарзда бир объектдан иккинчи объектга ҳаракатланади. Олимпия ўйинлари логотипи – визуаллика мисол бўлиб, унда элементлар бир-бирининг давоми ҳисобланади.
- **Шакл ва фон:** инсон кўзи объектни объект сифатида кўраётганда, у ушбу объектни бошқа атрофдаги бўшлиқ (фон)дан ажратади. Стив Джобсга бағишланган логотипда кўз нимага қаратилганлигига қараб у олма ёки Стив Джобснинг қиёфаси сифатида идроқ қилади.

4) Висцерал таъсирлари

Ҳар бир инсонда севимли сайт, фоторасм ёки бошқа визуал объект мавжуд бўлиб, у бунга мубтало бўлади. Аммо кўпчилик нима учун деган саволга жавоб бераолмайди. Бу висцерал таъсирлари – ост онгининг тубида рўй бераётган психологик механизмлардир.

Висцерал таъсирларни билиш асосида яратилган дизаён ижобий эстетик таассуротларни уйғотишга қаратилган. Бунинг учун эса фақатгина нима визуал қаноатланиш ва қаноатланмасликни келтириб чиқараётган сабабларни билиш талаб этилади.

Airbnb турли давлатларнинг чиройи ва экзотикасини кўрсатиб бериш учун висцерал дизайнидан фойдаланган. Зеро кўплаб уй-жой вариантлари соҳил (пляж) га қаратилмаган ва муҳташам хоналарга эга эмас. Airbnb бутун дунё бўйлаб сайёҳат қилишга ундаш ва чорлаш учун мазкур дизайндан фойдаланган.

Висцерал таъсирлари асосида яратилган дизайн оммани ҳис-туйғулар орқали ўзига жалб қилиш учун чиройли фоторасмлар ва рангли қиёфалардан фойдаланади холос.

5) Ранг психологияси

Инсонлар, одатда, рангларни ҳис-туйғу ва кайфият билан қиёслайди ва дизайнерлар мазкур мавзу бўйича бир қатор тадқиқотларни олиб борган.

Уларнинг қисқа изоҳини келтириб ўтамиз:

Мовий ранг: хавфсиз, майин, пок, ишончли, кучли, меҳрибон.

Корпорациялар уларнинг брендига ишончлилик ҳиссини уйғотиш учун кўпинча мазкур рангдан фойдаланади.

Facebook рангли схемаси фойдаланувчини ушбу ишончли ва нуфузли ижтимоий тармоқ эканлигига ишонтиради, бу эса фойдаланувчиларга ҳаттоки шахсий маълумотни жойлаштиришда ҳам хавфсизлик ҳис-туйғусини уйғотади.

Қизил: қувват, муҳаббат, ҳаракат, фаоллик, эҳтирос.

Кока-Кола — бренд руҳини кўрсатиш учун қизил рангдан фойдаланган компаниянинг классик мисоли. Улар бунга эришдилар: Кока-Кола қувват ва ҳис-туйғуларнинг ошиши билан қиёсланади.

Тўқ сариқ: бахтиёр, киришувчан, дўстсевар, ҳаммабоп. Hubspot маркетинг ресурсининг севимли ранги.

Сариқ: мантиқий, оптимистик, олдинга қараб интиладиган, ўзига ишонган, шўх.

Банд бўлганингизда ҳабарларни автоматик тарзда юборадиган Bzzy иловаси ўз технологик усул ва шўхлигини намойиш этиш учун сариқ рангдан фойдаланади.

Яшил: ўсиш, органика, табиийлик, қайғуриш, софлик, ер.

Табиат ва табиийлик билан алоқасини кўрсатадиган *Whole Foods*каби компаниялар ўз ранглар гаммасида яшил рангдан фойдаланишдан бошқа чораси йўқ эди. Яшил ранг табиийлик билан қиёсланади, шу боис *Whole Foods* буни ўз брендида акс эттиришга интилади.

Қора: нозиклик, зеб-зийнат, қизиқтирувчи, расмий, нуфузли.

Люкс тоифадаги автомобилларни ижрага бериш ва ҳайдовчилик хизматига ихтисослашган *212 Supercars* бу бой-бадавлат ва эксклюзив бренд эканлигини кўрсатиш учун қора-оқ рангдан фойдаланади.

Кўп ранглар: кўпқиррали, ижобий, шўх, жасур, чексиз.

Google — логотипида бир нечта ранглардан фойдаланилган энг машҳур мисоллардан бири ва у юқорида келтирилган кўп ранглар қиёслигини тўлиқ ўзида намоён этади.

6) Шакллар психологияси

Ранглар сингари инсонлар турли шаклларни муайян ҳис-туйғулар ва хусусиятлар билан қиёслайди. Бу борада ҳам кўплаб тадқиқотлар ўтказилган.

Доира, тухумсимон шакл, эллипслар – ҳамжамият, дўстлик, алоқалар, муносабатлар, бирдамлик, нафислик билан боғлиқ ижобий ҳис-туйғуларни уйғотади.

Тўртбурчак ва учбурчак: барқарорлик, мувозанат, куч, касбий маҳорат, самарадорлик, мардлик.

Microsoft и *Delta* ўз логотипларида тўртбурчак ва учбурчаклардан фойдаланади. Бу эса барқарорлик, самарадорлик – бренд билан қиёслаганда ижобий ҳис-туйғуларни уйғотади.

Тик чизиқлар: мардлик, куч, тажовузкорлик.

*SoundCloud*логотипида булутнинг кўриниши орзу ва креативлиги билан боғлиқ ҳис-туйғуларни уйғотади, бунда тик чизиқлар янада тажовузкор туйғуларни уйғотади. Мазкур тўғри чизиқлар ва булутлар шаклларининг уйғунлиги SoundCloud брендининг дастаги сифатида иккаланган руҳни, яъни ижод ва кучни намоён этади.

Ён чизиқлар: ҳамжамият, тинчлик, ишончлилик.

Фуқаролар ҳуқуқини ҳимоя қилишга ихтисослашган *Human Rights Campaign*, ўз логотипида ўз фаолиятининг асосий мазмунини – тенглик ва ҳуқуқларни ҳимоя қилишни кўрсатиб бериш учун чизиқ ва тўртбурчаклардан фойдаланади.

7) Иккили кодлаш назарияси

Сизга маълумки, миямиз визуал маълумотни матнли маълумотдан кўра 60 000 марта тезроқ қайта ишлайди. Иккили кодлаш назарияси шундан иборатки, визуал ва вербал ишоралар маълумотни узатади, аммо уларнинг уйғунлашуви мияга уни эслаб қолишга ёрдам беради.

Бошқача қилиб айтганда, ахборотни ўзлаштириш ва эслаш учун визуал ва вербал маълумот керак бўлади.

Дизайнга келадиган бўлсак, бу матнни тасвирий суръатлар билан кўпроқ бойитиш лозимлигини англатади. Қуйидаги келтирилган мисол сингари графика бирламчи, иккиламчи, учламчи ранг нима эканлигини яққол кўрсатади. Аммо қандайдир концептни тўлиқ тушуниш учун ҳар қандай визуални матнли маълумот билан бойитиш лозим.

8) Ҳаражатлар самарадорлигининг таҳлили

Биз англаймизми, йўқми, аммо ҳар бир қароримиз мазкур ҳаракатга кетадиган ҳаражатларнинг мақсадга мувофиқлигини баҳолаш орқали юзага келади. Яъни биз ҳаракатни амалга оширишдан олдин унга кетадиган харажат ва фойдани ҳисоблаймиз.

Агар харажатлар фойдадан ошиб кетадиган бўлса, биз режалаштирган ҳаракатни амалга оширмаймиз.

Яратувчиларнинг вазифаси - лойиҳанинг фойдаси унга кетадиган харажатдан ошиб кетаётганлигига ишонч ҳосил қилиш. Бу шуни англатадики, бутун контент фойдаланувчилар учун максимал тарзда оммабоп бўлиши лозим, бунда контент ўз функцияларини бажаради.

Масалан, қўниш саҳифасидаги шаклни олайлик. Фараз қилайлик, сиз ўз мижозларингизга ноёб фойдали контент – сайт шаблони ёки нуфузли электрон китобни таклиф қилаяпсиз.

Фойдаланувчилар учун мазкур контентга буюртма шаклларини тўлдиришга олиб келувчи стратегиясини ишлаб чиқаётган пайтингизда, фойдаланувчининг харажат ва фойдаларини ҳисобга олган ҳолда уни истеъмолчига айлантириш бўйича бутун жараённи кўз олдига келтиришини унутманг.

Дизайнда идрок қилиш психологияси. Қиёфани яратиш ва рангни ҳис-туйғулар орқали таъсир кўрсатиши.

Реклама – санъат ва бизнес уйғунлашган ҳолда фаолият кўрсатувчи тармоқлардан бири. Компания “юзи” (сайти, логотипи, турли фирма элементлари) устидан ишлаганда, дизайнер шунчаки эстетик-жозибали қиёфани эмас, балки буюртмачига даромад олиш учун имкон берадиган сифатли, чуқур уйланган маркетинг дастакларни яратишга интилади.

Ёрқин слоган ва кўзга ташланадиган қиёфалар кўринишдаги реклама маълумотлари телевизордан бошлаб, то кафедаги қоғоз қўл сочиқларини реклама қилишгача истеъмолчини ҳар томонлама қуршаб олади. Мазкур реклама маълумотларининг кўплиги компаниянинг рақобатчилари орасидан ажралиш вазифасини сезиларли даражада қийинлаштиради. Мазкур мақсадга эришиш учун қанчалик қийин бўлса, дизайнер ишлари шунчалик чуқур уйланган ва кашфиётли бўлиши лозим. Бу ерда истеъмолчиларнинг идроқ қилиш психологияси муҳим роллардан бирини ўйнайди. Компания-буюртмачининг товари мўлжалланган мақсадли аудиториянинг ҳусусиятини ҳисобга олган ҳолда ўзи пул ишлайдиган қиёфани яратиши мумкин, бу эса ҳар қандай бизнеснинг бош мақсади ҳисобланади. Масалан, статистикага кўра, сифатли сайт доимий мижозларни жалб қилган ҳолда бир неча ой мобайнида уни ишлаб чиқиш учун кетган ҳаражатларни қоплай олади.

Буюртмачининг эҳтиёжлари, маркетинг талаблари, мақсадли аудитория ва кўплаб бошқа жиҳатларга таяниб, тажрибали дизайнер ғалаба қозониш учун "бир қадам олдинроқ ўйлайдиган" шахматчига ўхшаб оптимал дизайн вариантини топиши мумкин. Шуни унутмаслик керакки, қадоқлаш (сайт, товар ва х.к.) дизайни - бу истеъмолчи баҳолайдиган биринчи ҳаракатлардан бири. Психологларнинг маълумотига кўра, маҳсулот/компания/сайт ҳақида биринчи таъассуротлар олиш учун инсон, одатда, атиги 0,02 сония вақт сарфлайди. Табиийки, “сотувчи” ушбу таъассурот ижобий бўлишига манфаатдор.

Дизайнер арсеналида истеъмолчи/фойдаланувчининг кутилаётган реакциясига эришиш учун барча дастаклар мавжуд.

Дизайнни идрок қилиш психологияси нуқтаи назардан ўрганилганда, анъанавий тарзда қуйидагилар бўйича идрок қилиш алоҳида бўлинади:

- ранг бўйича,
- тўйинганлиги бўйича,
- шакли бўйича,
- ҳажми бўйича,
- чуқурлиги бўйича,
- услуб бўйича,
- композиция бўйича,
- услубий қиёслаш бўйича.

Ранг бўйича идрок қилиш

Рангнинг инсонга ҳис-туйғуллар орқали таъсир кўрсатиши соҳасида энг машҳур тадқиқотчилардан бири швейцариялик психолог Макс Люшер ҳисобланади.У муайян ранг инсонда ўта аниқ ҳис-туйғуларни келтириши мумкинлигини аниқлади:масалан,сариқ-қизил ранглар ҳаяжонланиш, асабийлашиш туйғуларини келтиради, кўк ва кулранг –бунинг аксини, яъни тинчлантиради.Шуни алоҳида таъкидлаш керакки, у ўз тадқиқотларини битта реклама фирмасининг топшириғига кўра олиб борган.

Люшернинг маълумотига кўра инсонда рангни идрок қилиш унинг узоқ ривожланиш даври мобайнида турмуш тарзи ва атроф муҳит билан ўзаро алоқа бўлиш натижасида шаклланган.Даставвал инсоннинг ҳаёти, авваломбор, у таъсир ўтазиши мумкин бўлмаган иккита омиллар билан шартланган: кун ва тун, ёруғлик ва қоронғулик. Тун дам олишни англатган, бу пайтда фаолллик билан шуғулланилмаган, кун эса, аксинча, фаол ҳаракатларни (бунёдкорлик, егулик топиш ва х.к.) талаб қилган. Шу боис тўқ кўк ранг тунги осойишталик билан, сариқ ранг эса – ёруқ қуёшли кун ва юмушлар билан қиёсланган. Қизил ранг, масалан, куч ва фаол ҳаракатларни сафарбар қилишни ифодалайдиган олов, қон ва улар билан боғлиқ вазиятларни эслатган.

Тадқиқотлар натижасида Макс Люшер шундай хулосага келганки, рангга бўлган муносабат доимо ҳис-туйғулар билан боғлиқ бўлган ва боғлиқ бўлишни давом этмоқда. Бундан ташқари, у реклама саноати учун яна бир муҳим хулосани илгари сурди:ранг нафақат инсоннинг ҳис-туйғулар ҳолатига қараб тегишли таъсир кўрсатишни юзага келтиради, балки унинг туйғуларини ҳам шакллантириши мумкин.

Юқорида изоҳланган рангни идрок қилишнинг ўзига хос хусусиятларини ҳисобга олиб, дизайнда ранглар гаммаси “кайфият”га қараб танлаб олиниши мумкин бўлиб, муаллиф томошабин истайдиган туйғуларни уйғотиш учун уларни ўз ишида акс эттиришга интилади. Агар матонатли ва

ишбилармон услубни яратиш лозим бўлса, унда совуқ ранглар (кўк, бинафша ранг, феруза ранг, яшил ҳаво ранг ва х.к.)дан ёки кул ранг орқали қора рангдан оқ рангга ўтишлардан фойдаланиш қабул қилинган. Янада ҳис-туйғули, “жонли” дизайнни яратиш учун, тегишлича, иссиқ ранглар (масалан, тўқ сариқ, оч жигар, сариқ, қизил ранглар) қўлланилади.

Сўнг рангнинг айрим табиий, физиологик ва психологик тавсифларини келтирамиз, улар дизайнга аниқ мақсадларга эришиш учун ранглар палитрасидан тўғри фойдаланишга ёрдам бериши мумкин.

Қизил – иссиқлик, қўзғатувчан, фаол ҳаракат қилишга ундайди, мия фаолиятини рағбатлантиради, ишончлиликни бағишлайди. Қизил мазкур рангга бўялган юзанинг кўринишини кичиклаштиради.

Тўқ сариқ - жўшқинлик, хушчақчақлик, фаровонлик туйғусини уйғотади, ноқулай ҳиссиётларни “тозалайди”.

Сариқ - очиқлик ва киришимлилик ранги, янги ғояларни осонроқ идрок қилишга ва турли қарашларни қабул қилишга ёрдам беради, энг яхши ўз-ўзини ташкил этишга кўмаклашади. Бу энг кўзга кўринадиган ва ёрқин ранг бўлиб, инсон кўзи ушбу рангни биринчи бўлиб қайта ишлайди.

Кўк – майда нарсаларга чалғимай, энг зарур нарсага эътиборни қаратишга ёрдам беради. Логотипдаги кўк ранг ўзига дарҳол жалб қилади, ташвиш ва қўрқувдан озод этади.

Яшил – кечинмаларнинг кескирлигини пасайтиради, юмшатадиган ва сустлаштирадиган ҳолда таъсир кўрсатади, мувозанатлаштиради, софлик ва табиийликни ўзида намоён этади. Ўзининг оптик тавсилотлари туфайли яшил ранг кўзларни камроқ чарчатади.

Бинафша ранг – ички диққат-эътиборлик, руҳланиш ранги. Бу ранг доимо қирол ва руҳонийлар кийимида бўлган. Шу боис бинафша ранг сирлилик ва ғайритабиий тавсифлар билан боғлиқ. Бироқ бу ранг идрок қилиш учун энг оғир ранглардан бири саналади.

Қора – ўзига шўнғиш ва латофатлилик тимсоли ранги.

Жигар ранг – барқарорлик ва реалистик туйғуларни уйғотади.

Тўйинганлиги бўйича идрок қилиш

Рангни идрок қилиш кучи унинг тўйинганлик даражасига боғлиқ: ранг қанчалик тўйинган бўлса, идрок қилиш даражаси шунчалик кучли бўлади. Агар дизайнни янада ҳис-туйғули, “жонли”, эсда қоладиган қилиш лозим бўлса, рангнинг тўйинганлик даражасини ошириш лозим, акс ҳолатда эса кам тўйинган ранлардан фойдаланиш афзалдир.

Шакли бўйича идрок қилиш.

Мазкур йўналишда шакл деб предмет ёки фигуранинг ташқи кўриниши ва контурлари тушунилади. Шакл дизайнернинг ишлар мавзуси билан

бевосита боғлиқ. Масалан, ҳимояланганлилик, ишончлилик, далилилик туйғуларини визуал тарзда яратиш учун учлари силлиқланган думолоқсимон шакл ва элемнтлардан фойдаланиш мақсадга мувофиқ, айнан шулар хавфсизлик туйғуларини уйғотади. Ўткир учлардан, кескин қияликлардан фойдаланиш тажоввузкорликнинг анъанавий белгиси ҳисобланади ва у ҳушёрлик туйғусини уйғотади.

Ҳажми бўйича идрок қилиш.

Агар барқарорлик туйғусини бериш ёки “тасвирни” бир оз стандартлаштириш лозим бўлса, бутун тасвирнни ишчи соҳанинг ўртасига жойлаштириш мақсадга мувофиқ. Агар дизайнер олдида ҳайрон қолдириш, қизиқтириш, ностандарт қарорларни жорий этиш вазифа турган бўлса, унда, масалан сайт дизайнида, тасвирларнинг аксарият қисмини марказда, қолган, уни тўлдирувчи элементларни саҳифанинг бошқа соҳаларда тенг равишда жойлаштириш афзалроқдир.

Визуал тарзда яратилган чуқурлик ва макон туйғулари “тасвир”нинг ҳақиқийлигини (у сайт ёки логотип бўлишидан қатъий назар), унинг “миқёслилиги”ни белгилайди, истиқболга кўпроқ эътибор беради. Ушбу услубдан кам фойдаланилади, аммо шунга қарамай у жуда самарали.

Услуб бўйича идрок қилиш,Композиция бўйича идрок қилиш
услубий қиёслаш бўйича.

Дизайнда услубий йўналиш ранг, чизиқ тавсифи ва “тасвир”нинг умумий кўриниши билан белгиланади. Бирдамлик тамойили бу ерда ҳам долзарбдир: якунланган, уйғунлашган қиёфани яратиш учун тасвирнинг барча элементлари услуби, чизиқлар тавсифи (масалан, агар тўғри чизиқлардан фойдаланилаётган бўлса, бунда бутун дизайн бўйича фойдаланиш афзалдир) ва ранглар гаммаси бўйича уйғунлаштириш лозим.

Композияция бўйича идрок қилиш

Композиция элементларни ишчи соҳага жойлаштиришни ўзида намоён этади. У стандарт ёки оригинал бўлиши мумкин. Барчаси дизайнер ўз ишида қандай ғоя ва туйғуларни беришга интилаётганлигига боғлиқ. Тасвир элементларининг стандарт жойлашиши олдиндан биладиган таъсирига таянади, одатда у барқарорлик туйғусини уйғотади, классикага қиёсланади. Нооддий ранглар замонавий қиёфани яратади, ишга бўлган ностандарт ёндошувни акс эттиради, ғоянинг оригиналлигини кўрсатади.

Компания-буюртмачи ёки унинг маҳсулотига мос бўлган қиёфани яратиш учун дизайнда мазкур соҳа билан қиёсланадиган объектдан фойдаланиш зарур. Тўғридан-тўғри қиёслардан фойдаланиш мумкин: масалан, такси хизмати учун логотипни ишлаб чиқишда автомобил, шахмат доскаси, таксисчи, рул, йўл қиёсларидан фойдаланиш лозим, бу бевосита

компания фаолияти соҳасини кўрсатади.Аммо билвосита қиёслардан фойдаланиш қизиқарлироқ ва фойдалироқдир: масалан, югуриб турувчи от тезлик тимсоли ҳисобланади ва “от кучи”, яъни қувват, демак компания ишончлилиги билан қиёсланади. Билвосита қиёсларнинг энг асосий ижобий томонларидан бири шуки, улар нафақат буюртмачининг фаолияти соҳасини белгилаб беради, балки унинг асосий рақобат устунликларини визуал тарзда кўрсатиб беришга имкон беради.

Демак, биз ҳар қандай “чиройли тасвир” онгли равишда яратилиши лозимлигига ишонч ҳосил қилдик. Дизайнда идрок қилиш психологиясининг ўзига хос хусусиятининг моҳияти ва уларни яҳлит бир бутун сифатида синтез қила олиш дизайнернинг иш сифатини сезиларли даражада оширишга имкон беради:

- биринчидан, эстетика нуқтаи назардан (керакли “ҳис-туйғули самарани” яратиш)
- иккинчидан, буюртмачи логотип ёки сайтга қўяётган маркетинг вазифаларни ечиш нуқтаи назардан.

1.3. Дизайн асарини бадиий идрок этишда ранг

“Ранг” тушунчаси инсон кўзининг рангларни фарқлай олиш ҳусусияти билан боғлиқ. Психология нуқтаи назаридан рангни тадқиқ қилишда уни қай даражада идрок этилишиҳамда шу идрок этилишга қандай омиллар таъсир этишини билиш ва ўрганишмухимдир.

Масалан кўп асрлик кузатувлар ва саноқсиз тажрибалар ёрдамида оч рангларнинг - хурсанд қилиш, ҳаяжонлантириш, стимуллаш, тўқ рангларнинг эса – қайғуга солиш, секинлаштириш, эзиш каби хоссалари аниқланган.

Рангнинг психологик таъсир қилиши турличадир. У бирламчи ва иккиламчи бўлиши мумкин.

Рангнинг бирламчи таъсири одамга тўғридан тўғри таъсир этиб, унда иссиқликни ёки совуқни, қайғу ёки хурсандчиликни ҳис этишда намоён бўлади. Иккиламчи таъсир ранг натижасида пайдо бўладиган объектив ёки субъектив ассоциациялар (яъни, тасаввур, ҳис-туйғу, фикр ва шу кабиларнинг бир-бирини эслатадиган ўзаро боғланишлари)орқали намоён бўлади.

Рангнинг иккиламчи таъсири ноаниқ ва мунозарали бўлиб, одамнинг индивидуал ўзига хослигидан келиб чиқиб ўзгариши мумкин. Шунга қарамай, эффектив ва субъектив ассоциациялар натижасида барпо бўлувчи нисбатан умумий таассуротлар гуруҳи ҳам мавжуддир.

Мухит иссиқ ранглар гаммасида бўлса, ишлаш қобилияти ошади, аммо эшитиш сезгирлиги камаяди ҳамда иссиққа чидаш мушкуллашади.

Рангнинг очлик даражаси композиция тузишда муҳим аҳамиятга эга. Белгили бир рангнинг очлик даражалари одамда турли ҳил эмоционал таасуротлар қолдириши мумкин. Масалан, ранг тўқариб боргани сари одамда оғирлик, қўрқинч холатларининг кечиши, ранг очарган сари эса, енгиллик, осойишталик каби ёқимли ва нозик таасуротлар қолиши кузатилади.

1-расм. Хурсандлик ва хотиржамлик ҳиссини бахш қилувчи рангли композициялар. Шакл ва чизиқлар пластикаси бир хил, фақат рангларнинг ўзгариши ҳисобига турли ассоциацияларнинг туғилиши.

Ранг қанчалик катта сиртни қopласа, шунчалик унинг таъсири кучлироқ бўлади.Ранг атрофдаги фазони кенгайтириши ёки торайтириши, буюмларнинг шакли ва пропорцияларини катталаштириши ёки кичиклаштириши, фазо ва перспективани чуқурлаштириш мумкин.

Рангни эмоционал ҳис этиш ёритилганлик даражаси, ранг адаптацияси (мослашуви), ранг контрастлари ва монандликларига боғлиқдир. Кўзнинг ранг ҳис қилувчи элементларининг ўзига хослиги туфайли қоронғуда, яъни кам ёритилганликда рангни ҳис қилиш туйғуси пасаяди.

Кўриш орқали одам ўзининг атрофидаги предметларнинг холати, шакли, ўлчамлари, ҳаракати, тузилиши ва рангини ҳис қилиш мумкин. Кўраётган объектимизнинг ёрқинлиги мутлоқ бўлмай, унинг атрофидаги бошқа объектлар ва фонга нисбатан аниқланади. Масалан, иккита квадратдан қора фонда жойлашгани худди шундай ўлчамли ва бир хил кул рангдаги оқ фонда жойлашганидан ёруғроқ (очроқ)дек кўринади. Шу каби ҳодисани рангли объектларда ҳам кузатиш мумкин. Бу бир вақтда юз берадиган контраст ҳодисаси деб аталади.

Психологик ва эстетик жихатдан одамга алоҳида ранглар эмас, балки уларнинг бирикуви таъсир қилади. Мазкур таъсирнинг даражаси рангларнинг

нюанс ёки контрастли нисбатларига, уларнинг активлиги ёки пассивлигига боғлиқдир.Мутахассислар учун турли миқдор ва ттўйинганликдаги рангларнинг бир-бирига таъсирива ўзаро муносабатларини ўрганиш ҳам мухим, ҳам қизиқарлидир.

Ранг уйғунлиги қоидалари нисбийдир. Ҳар бир тарихий даврда у ёки бу ҳалқларда рангларнинг турлича монандликлари ўта гўзал ҳисобланган. Масалан, қадимги Юнонистон кулолчилигида қизғиш жигарранг (терракота ранги) билан қора ранг билан безатиш, Ўрта Осиё кулолчилигида эса – тўқ кўк билан тилларанг охрани қўллаш анъанавий тарзда чиройли ҳисобланган.

Ранг буюмни фақатгина чиройли қилмай, шу буюмни ишлатаётга одамга турли кайфиятларни бахш қилиши, унинг хол-аҳволига таъсир қилиши мумкин.

Ранг ассоциациялари ва рамзлари. Ранг танлаш - ижод жараёнининг мажбурий қисмидир. Уларни қабул қилиш хотирага чуқур таъсир кўрсатади ва бизнинг: “Мен дунёни пушти рангда кўряпман”, “У хасаддан кўкариб кетди” каби хисларимизни уйғотиб, ғайриоддий ассоциацияларни келтириб чиқаради.

Ҳар миллатнинг маданиятига кўра ранг турлича аҳамият касб этади. Масалан, Ғарб маданиятида қора ранг ўлим ва тушкунликка тушиш билан ассоциацияланади. Ҳиндистон ва Африкада эса мотам рангги – оқ ранг.

Қизғиш ва сарғиш ранглар иссиқ ранглар сифатида қабул қилинади ва улар қувонч хиссини уйғотади, кайфиятга яхши таъсир кўрсатиб, агрессияни уйғотади. Кўк ва яшилга яқин ранглар эса совуқ ранглар сифатида қабул қилинади ва улар тинчлантиради.[2]

Рангни идрок этиш жабҳаси ижтимоий-маданий ва эстетик жабҳалар билан чамбарчас боғлиқдир. Ранг ва уларнинг бирикуви ранг доғининг макондаги жойлашуви, унинг шакли ва фактураси, одамнинг кайфияти ва маданий даражасига қараб қабул қилинади.

Барча ранглар у ёки бу тарзда одамнинг организми ва руҳиятига таъсир қилади. Турли маданиятлар кесимида буюмлар, ҳодиса ва тушунчалар билан боғлиқ ранг ассоциацияраи ривожланиб борган. Булар авлоддан авлодга қараб ранг рамзларини шакллантирган. Одамзод ҳам ўзининг ҳаётий тажрибасидан: табиат, моддий мухит, кундалик турмуш билан алоқалардан, ҳам аждодлар тажрибасидан келиб чиққан рамзларга таяниб рангни англаган.

---

[2]Macarena San Martin. Field guide: how to be a Fashion Designer. First published in 2009 in the United States of America by Rockport Publishers, a member of Ouayside Publishing Group 100 Cummings Center Suite 406-L. 60-p.

Психологик нуқтаи назардан рангнинг таъсири масаласи доирасида қўйилган мақсадидан келиб чиқиб рангли айнан битта объект турлича идрок этилиши мумкин. Ранг билан боғлиқ туйғуларни турли хотиралар, эмоциялар, образларни уйғотиши мумкинлир.

Рангга муносабат маданий нормалар ва уларнинг ўзгариши билан ҳам боғлиқ. Албатта, турли мамлакатларда рангларнинг рамзлари ҳам турличадир: европаликларда қора ранг - мотам ранги бўлса, японияликларда мотам ранги – оқдир. Ёки масалан қизил ранг севги-мухаббат, хурсандчилик ёки яқинлашаётган ҳавф-хатарни билдирган бўлса, кўк – узоқлик, олисликни ҳамда билим ва донишмандликни билдирган.

“Оқ гвардия”,“ҳаворанг беретлар”, “қора кўйлаклар”, “қизғиш инқилоб”, “яшиллар” ҳаракати” иборалари ҳам шу фикрни тасдиқлайди.

Ранг маълум код сифатида ҳам қўлланилади: ўт ўчирувчиларнинг машинаси қизил билан, ҳаво юрадиган трубалар – мовий, газники – сариқ билан белгиланади.

Рангларнинг рамзийлиги турлича пайдо бўлган ва шаклланган. Биринчидан, тўғридан-тўғри муносабат билдирилган. Масалан, ибтидоий одам оловни қизил ранг қилиб белгилаган ва бу барча томонидан тан олинган. Иккинчи муносабат – маълум воқеа ёки ҳодиса билан боғланган: вабо тарқалиши ёки қирғинбарот урушдан кейин қора рангнинг ўлим ва тушкунлик рамзини билдириши. Рамзийликни белгилашнинг учинчи хили тасодифий анъаналар туфайли шаклланган. Масалан Хитойда мотамни оқ ранг билан белгиланиши.

Қадимдан одамлар ер билан осмон ёритгичлари, кеча билан кундуз, орасидаги боғлиқликни кузатиб борган ва уларни ёруғлик ва ранг билан боғлаган. Осмон жисмларининг рамзий ранглари астрологияга ҳам хос. Ҳар бир буржнинг ҳам ўз ранги бор.

Ранг рамзларини миллий байроқ, геральдика, миллий либосда ҳам кўриш мумкин.

Ранг рамзларининг мавжудлигига ва пайдо бўлишига баъзан қадимги анъаналар, баъзан замонавий урфлар сабаб бўлиши мумкин.

РАНГ СИСТЕМАЛАРИ

Турли тадқиқотлар натижасида ранглар тартиби ишлаб чиқилган бўлиб, улар асосида ранг тизимлари яратилган. Ҳар бир ранг тизимининг ўзига хос ранг шкаласи, ранглар тўплами яратилган. Дизайн йўналишида энг кўп қўўланиладиган ранг тизимлари қуйидагилардир: **Пантон (Pantone)** ранг системаси, **NCS** (ингл.Natural Color System), **RAL**(нем.Reichsausschuß für Lieferbedingungen und Gütesicherung), **CMYK** ранг тизмилари.

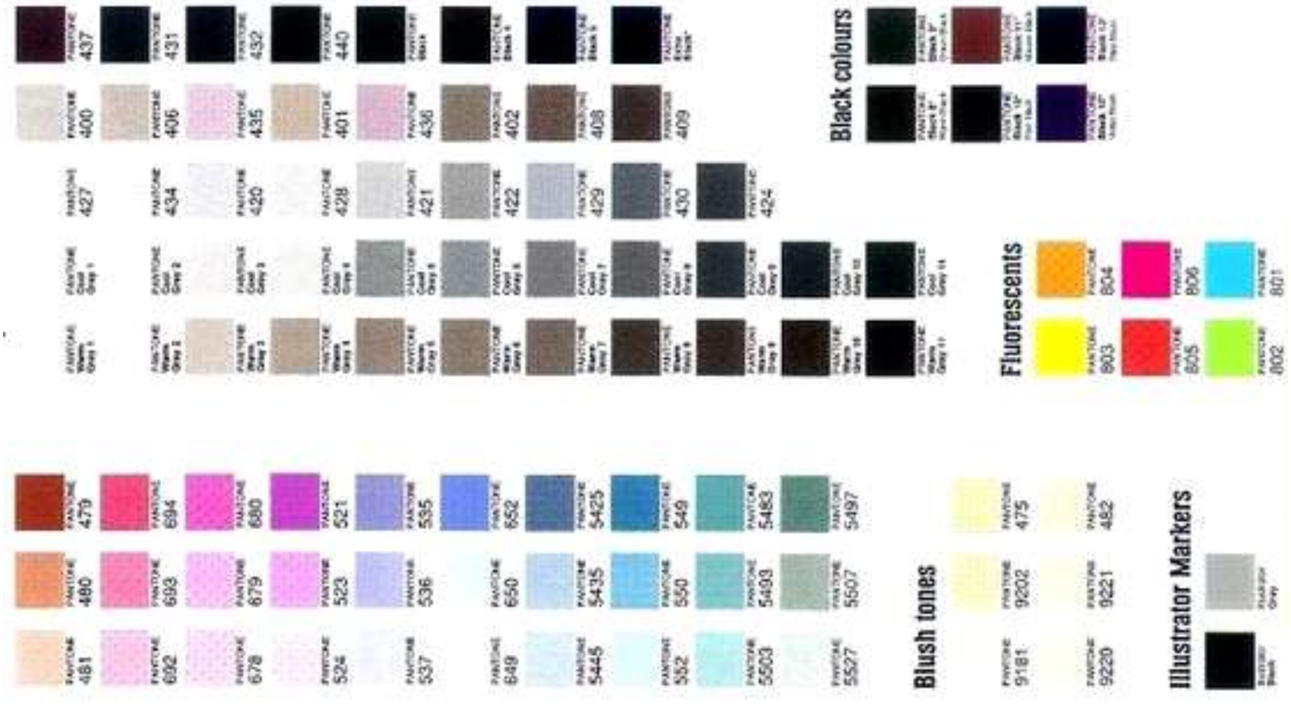
Pantone ранглар тизими Вильгельм Оствальднинг (1853-1932) ранг доираси асосида илмий жихатдан ишлаб чиқилган.

Марказда учта асосий ранг: сариқ (240P), зангори (090) ва қирмизи (120P) ранглар жойлаштирилган. Фақат шу учта рангни аралаштириб деярли барча ранг тусларини ҳосил қилиш мумкин.

Ундан кейинги иккита айланада (ҳалқада) тоза призматик рангларнинг градацияси берилган ва уларнинг рақами 0 (ноль) билан тугаган. Навбатдаги айланада тоза хроматик рангларнинг қора ранг билан қўшилгани

(қорайтирилган туси) берилган ва улар 9 рақами билан тугаган сон орқали белгиланган. Кейингларида кулранг билан аралашган (уларнинг белгиси 2,3,4,5,6,7 ёки 8 рақами билан тугайди) ҳамда оқ билан оқартирилган (белгиси '1 билан тугаган сондан иборат)) ранглар келтирилади.

“TRIA SYSTEM. PANTONE 'BY LETRASET TRIA” МАРКЕРЛАРИВАРАНГЛИТУШЬ



АКВАРЕЛЬ

Шартлибелгилар:

** - Ёруғлик нурига чидамлилиги жуда баланд (максимал даражада)

*   - Ёруғлик нурига чидамлилиги ўртача

■ – Тиниқмас ранг

□ – Нимтиниқ ранг

□ - Тиниқ ранг

МЕЛ
РАНГЛИ БЎР

397 Rosa permanebte	++ 397,3	++ 397,5	++ 397,7	+ 397,9	+ 397,10	
545 Violetto rossastro	+ 545,3 C	+ 545,5 C	+ 545,7 A	+ 545,8 A		
536 Violetto	+++ 536,3	+++ 536,5	+++ 536,7	+++ 536,9		
548 Violetto bluastro	+++ 548,3	+++ 548,5	+++ 548,7	+++ 548,8		
506 Blu oltremare scuro	+++ 506,3	+++ 506,5	+++ 506,7	+++ 506,9		
505 Blu oltremare chiaro	+++ 505,3	+++ 505,5	+++ 505,7	+++ 505,8	+++ 505,9	+++ 505,10
508 Blu di Prussia	+++ 508,3	+++ 508,5	++ 508,7	++ 508,8		
570 Blu ftalo	+++ 570,3	+++ 570,5	+++ 570,7	++ 570,9		
522 Blu turchese	+++ 522,3	+++ 522,5	++ 522,8	++ 522,10		
640 Verde bluastro	+++ 640,3	+++ 640,5	++ 640,7	++ 640,9		
627 Verde cinabrio scuro	+++ 627,3	+++ 627,5	+++ 627,7	+++ 627,8	+++ 627,9	+++ 627,10
619 Verde permanente scuro	+++ 619,3	+++ 619,5	+++ 619,7	+++ 619,9		
675 Verde ftalo	+++ 675,3	+++ 675,5	++ 675,8			
618 Verde permanente chiaro	+++ 618,3	+++ 618,5	++ 618,8	++ 618,9		
626 Verde cinabrio chiaro	+++ 626,3	+++ 626 ,5	+++ 626,7	++ 626,9	++ 626,10	
633 Verde cinabrio chiaro	++ 633,3	++ 633,5	++ 633,7	++ 633,9		

620 Verde oliva	+++ 620,3	+++ 620,5	+++ 620,7	+++ 620,8	+++ 620,10	
227 Ocra gialla	+++ 227,3	+++ 227,5	+++ 227,7	+++ 227,9	+++ 227,10	
234 Terra di Siena naturale	+++ 234,3	+++ 234,5	+++ 234,7	+++ 234,8	+++ 234,9	+++ 234,10
231 Ocra d'oro	+++ 231,3	+++ 231,5	+++ 231,7	+++ 231,8	+++ 231,9	+++ 231,10
339 Rosso inglese	+++ 339,3	+++ 339,5	+++ 339,7	+++ 339,8	+++ 339,9	+++ 339,10
408 Terra d'ombra naturale	+++ 408,3	+++ 408,5	+++ 408,7	+++ 408,9	+++ 408,10	
411 Terra di Siena bruciata	+++ 411,3	+++ 411,5	+++ 411,7	+++ 411,8	+++ 411,9	+++ 411,10
343 Caput mortuum rossastro	+++ 343,3	+++ 343,5	+++ 343,7	+++ 343,8	+++ 343,9	
347 Rosso indiano	+++ 347,3	+++ 347,5	+++ 347,7	+++ 347,9		
538 Violetto di Marte	+++ 538,3	+++ 538,5	+++ 538,7	+++ 538,8	+++ 538,9	+++ 538,10
409 Terra d'ombra bruciata	+++ 409,3	+++ 409,5	+++ 409,7	+++ 409,8	+++ 409,9	+++ 409,10
704 Grigio	+++ 704,3	+++ 704,5	+++ 704,7	+++ 704,8	+++ 704,9	+++ 704,10
727 Grigio bluastro	+++ 727,3	+++ 727,5	+++ 727,7	+++ 727,8	+++ 727,9	+++ 727,10
707 Grigio topo	+++ 707,3	+++ 707,5	+++ 707,7	+++ 707,8	+++ 707,9	+++ 707,10
709 Grigio verdastro	+++ 709,3	+++ 709,5	+++ 709,7	+++ 709,8	+++ 709,9	+++ 709 ,10
	+++ 700,5 A					

ГУАШЬ

Шартли белгилар:

+++ - Ёруғликка чидамлилиги юқори

++ - Ёруғликка чидамлилиги яхши

+ - Ёруғликка чидамлилиги ўртача

Навбатдаги жадвалда рангни ҳосил қилиш CMYK нинг (4 та ранг асосидаги босма қилиш жараёнига) ёруғликни фильтрация қилиш асосида тузилган ранг тузиш моделига асосланган.

CMYK модели китоб, журналларни нашр қилишда ва хатто матоларга гул босишда қўлланиладиган 4 та рангга асосланган босма қилиш усулидир. Босма қилаётганда (аниқроғи рангли принтерда) 3 хил ранг ва қора ранг алоҳида босма қилинади:

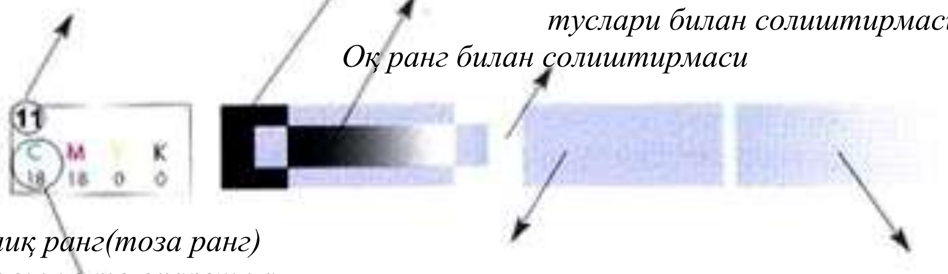
C–CYAN (инглизча сўзнинг биринчи ҳарфи; “cyan” - зангори, кўкимтир-яшил ранг);

M–MAGENTA (инглизча сўзнинг биринчи ҳарфи; “magenta” - қирмизи ранг);

Y–YELLOW (инглизча сўзнинг биринчи ҳарфи; “yellow” – сариқ ранг);

K–BLACK (инглизча сўзнинг охирги ҳарфи; “black” - қора ранг, инглизчадаги “blue” (кўк ранг) билан адаштирмаслик учун биринчи эмас, охирги ҳарфи олинган).

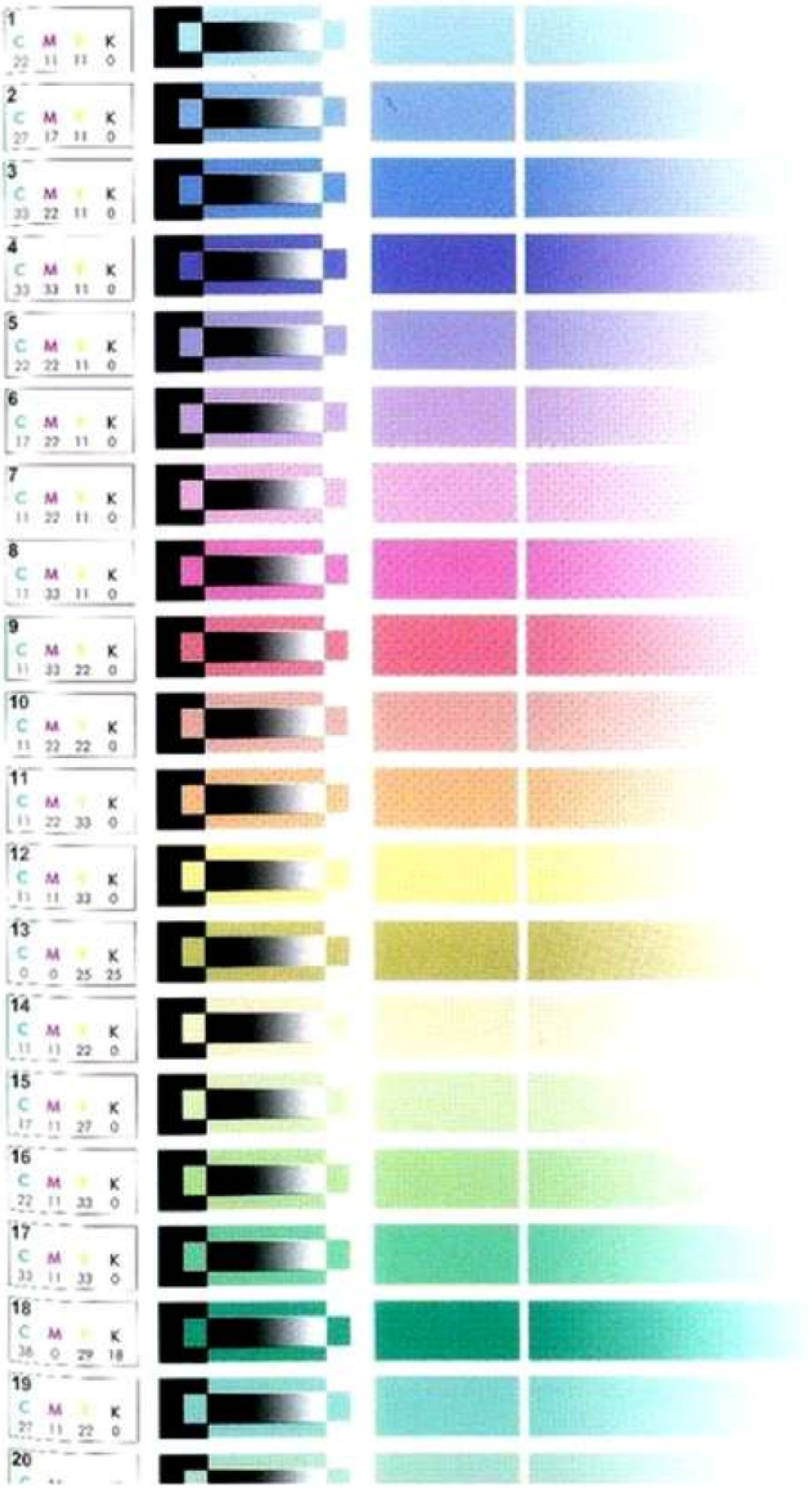
Ушбу учта асосий рангни ўзаро турли миқдорларда аралаштириб ихтиёрий рангни ҳосил қилиш мумкин. Назария бўйича, ҳамма рангдани 100% миқдорда қўшиб аралаштирилса қора ранг ҳосил бўлиши керак, лекин рангли сиёҳларни (бу ерда принтердаги сиёҳлар назарда тутилган) бир-бирига қўшса жуда тўқ бўлса ҳам кир жигарранг пайдо бўлади. Шунинг учун тўртинчи бўлиб қора ранг қўшилган.

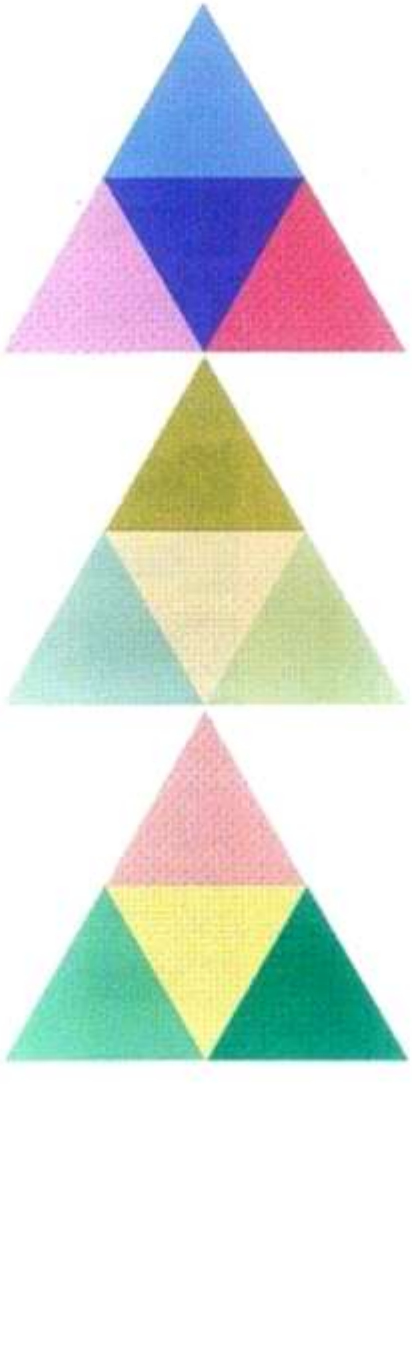


Тўртликдаги рангларнинг фоизлик (%) миқдори

ОҚАРТИРИЛГАН (ХИРА) РАНГЛАР[3]

Баъзи комбинациялар

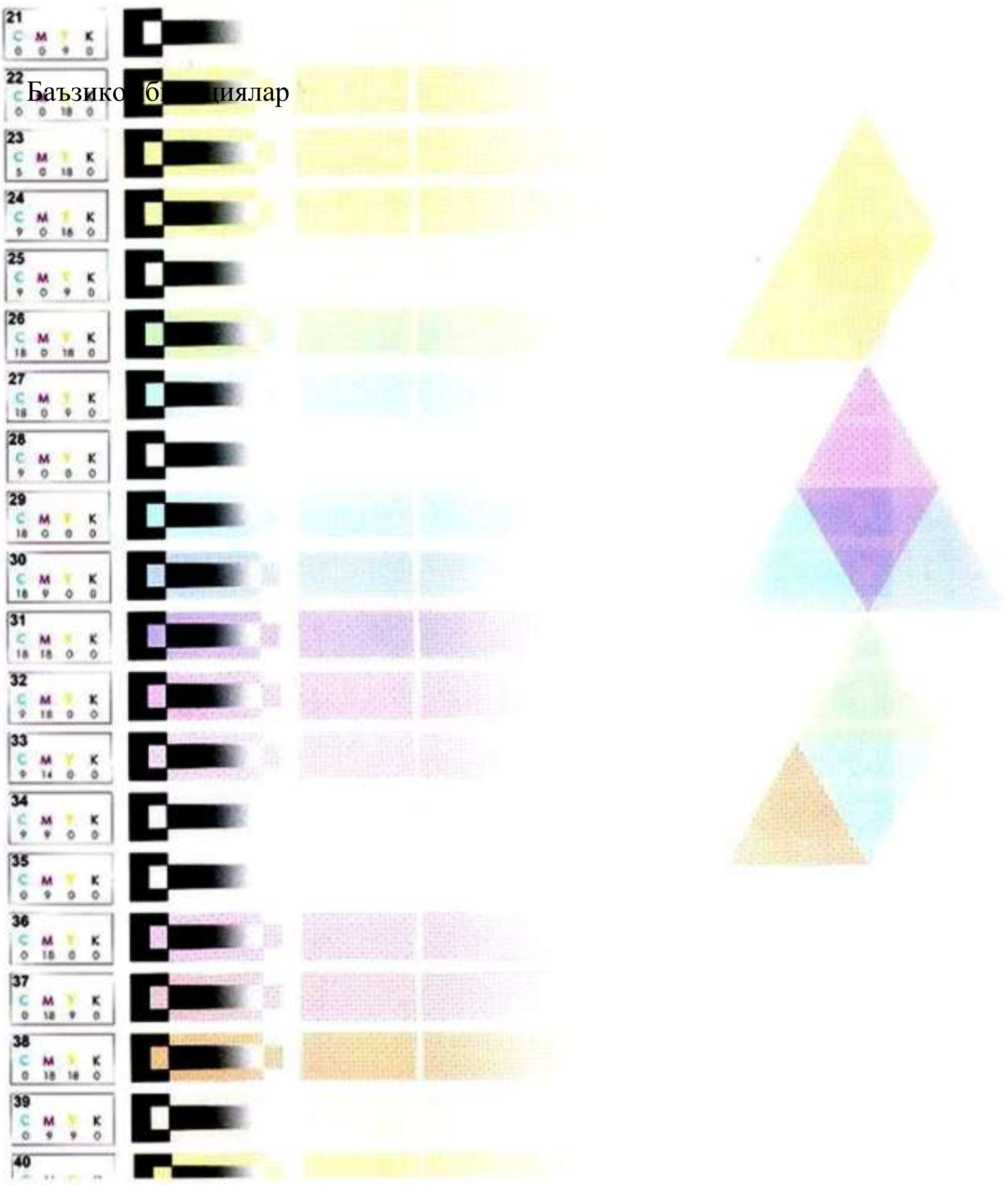




3"Il Figurino Di Moda", Fernando Burgo. ISTITUTO di MODA BURGO, 2008. 319 –p.

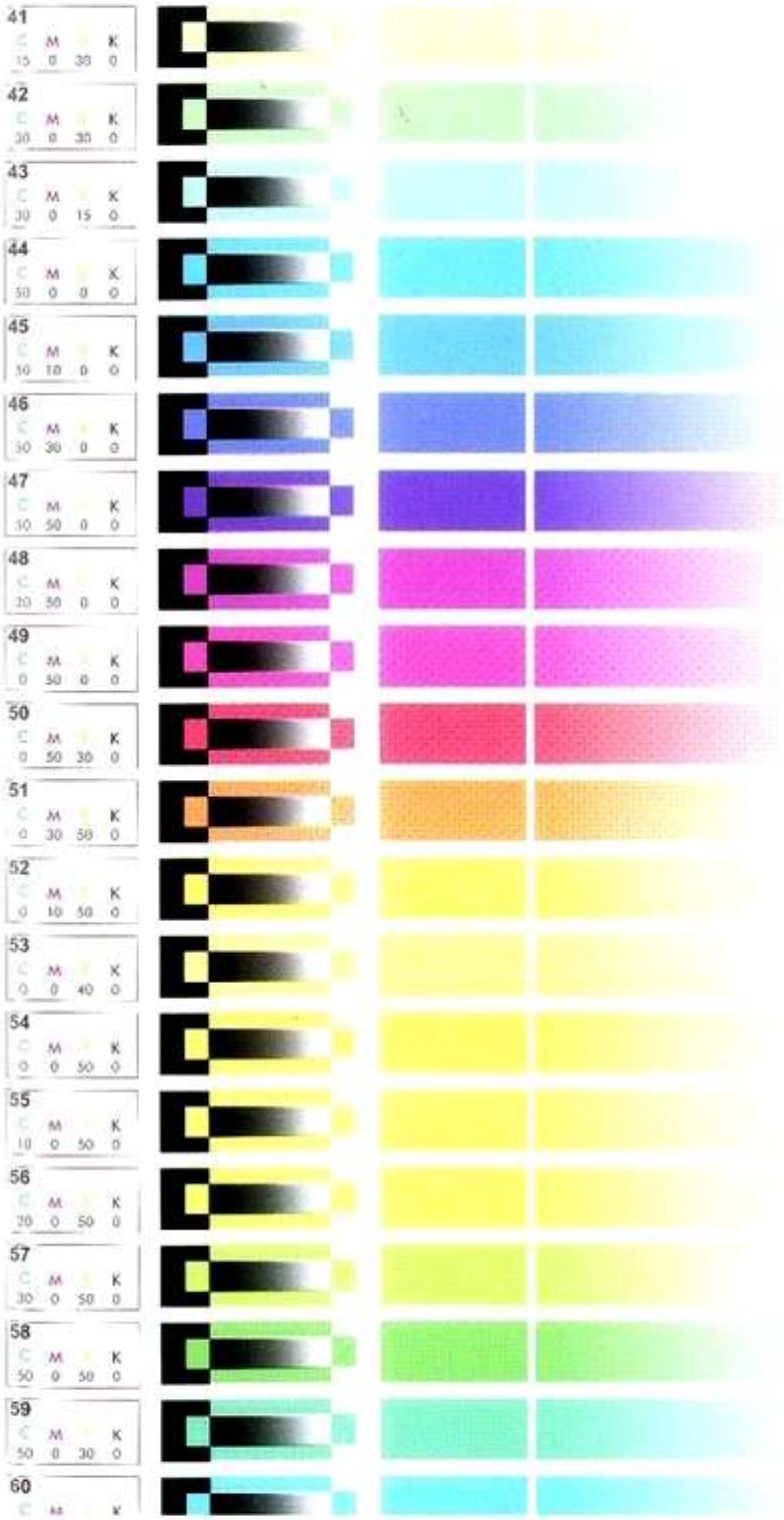
ПАСТЕЛЬ РАНГЛАРИ[4]

Баъзи комбинациялар

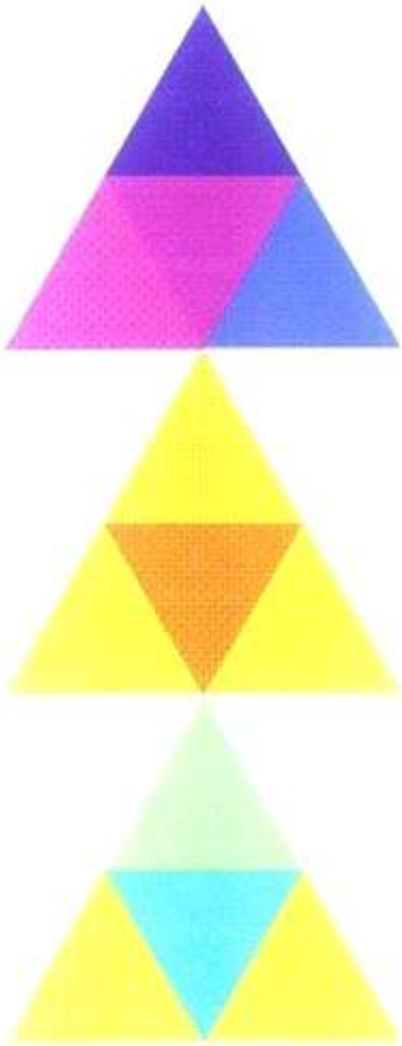


4“Il Figurino Di Moda”, Fernando Burgo. ISTITUTO di MODA BURGO, 2008. 320–p.

АКТИВ, ЖЎШҚИН РАНГЛАР[5]

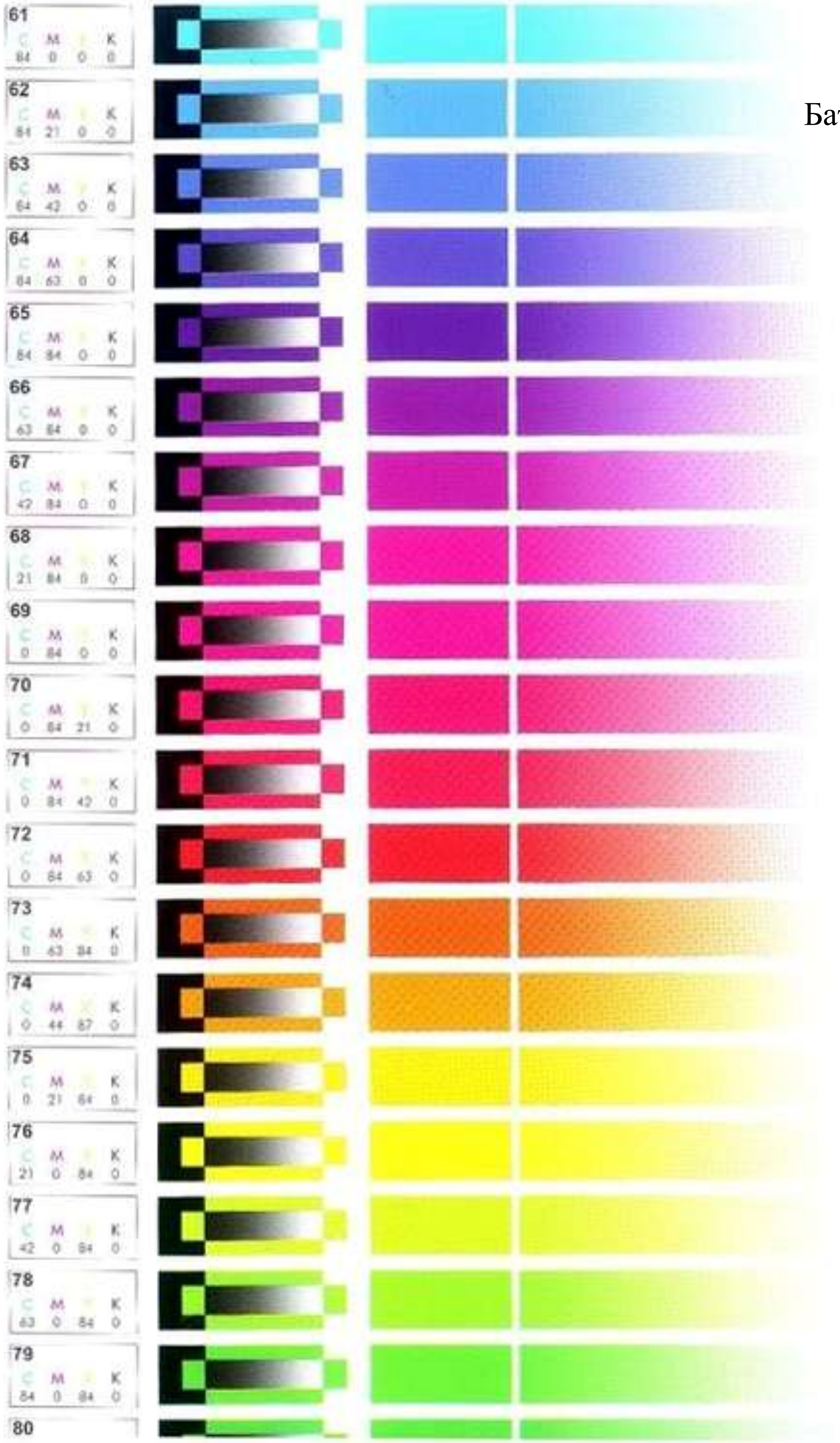


Баъзи комбинациялар

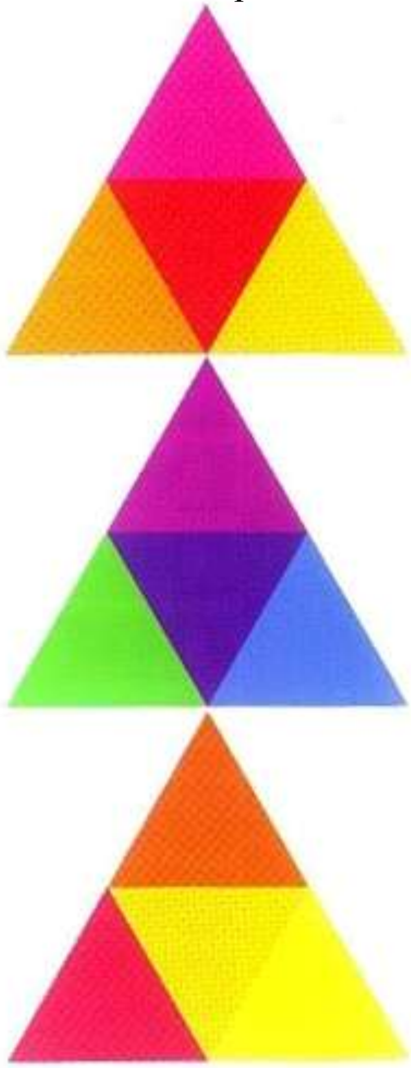


[5]“Il Figurino Di Moda”, Fernando Burgo. ISTITUTO di MODA BURGO, 2008. 321–p.

ЁРҚИН (ПОРЛОҚ) РАНГЛАР[6]

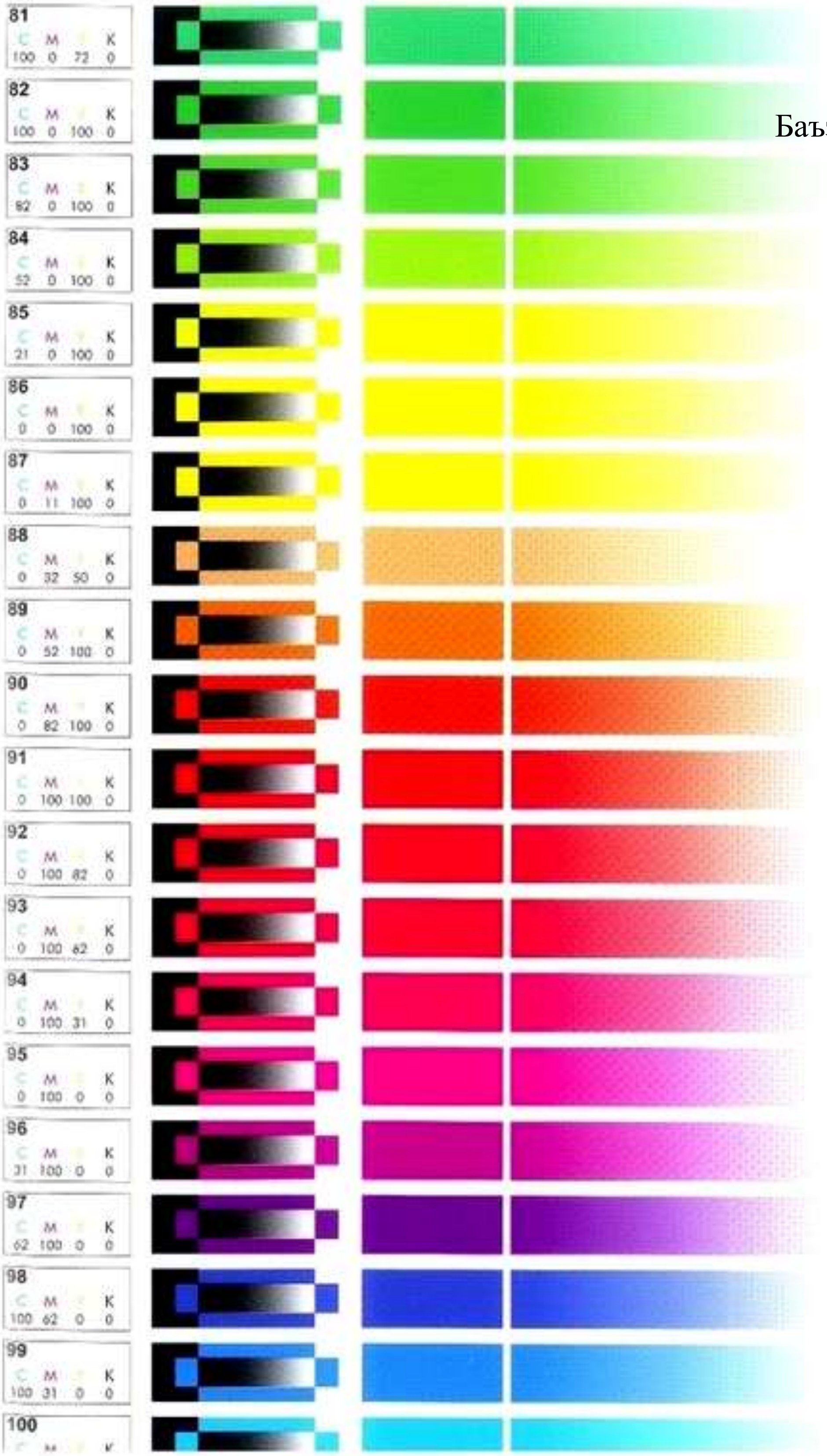


Баъзи комбинациялар



[6]"Il Figurino Di Moda", Fernando Burgo. ISTITUTO di MODA BURGO, 2008. 322–p.

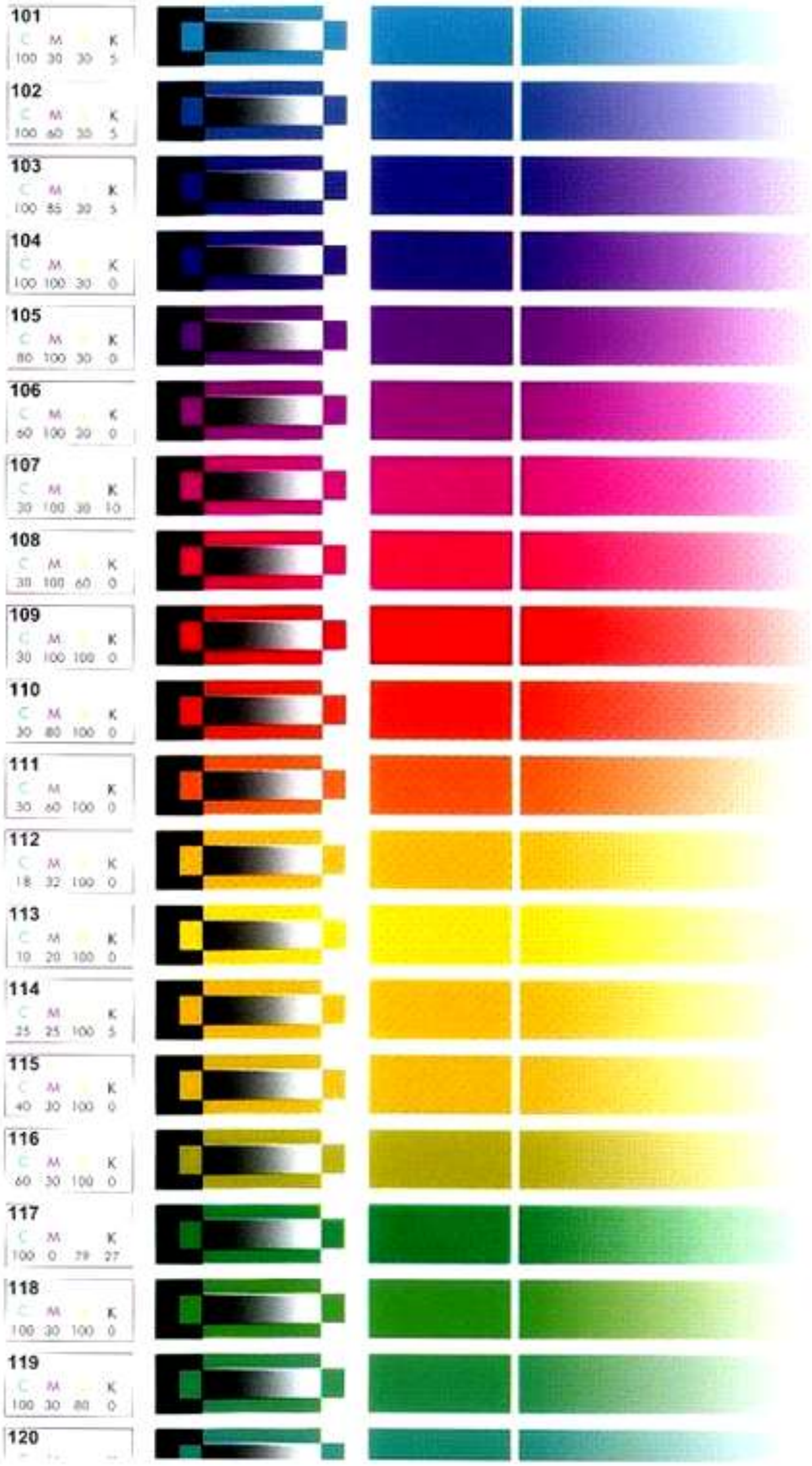
НУРЛИ, НУРАФШОН, ЧАҚНОҚ РАНГЛАР[7]



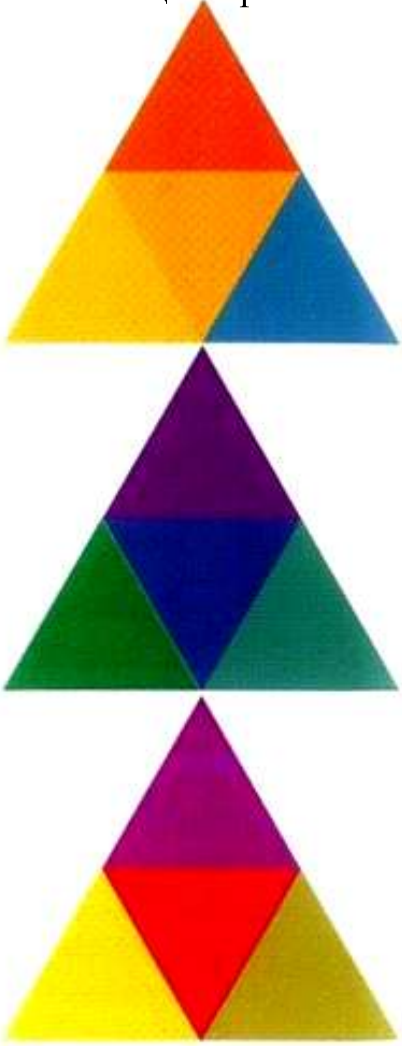
Баъзи комбинациялар

[7]"Il Figurino Di Moda", Fernando Burgo. ISTITUTO di MODA BURGO, 2008. 323–p.

ИНТЕНСИВ (КУЧЛИ) РАНГЛАР[8]

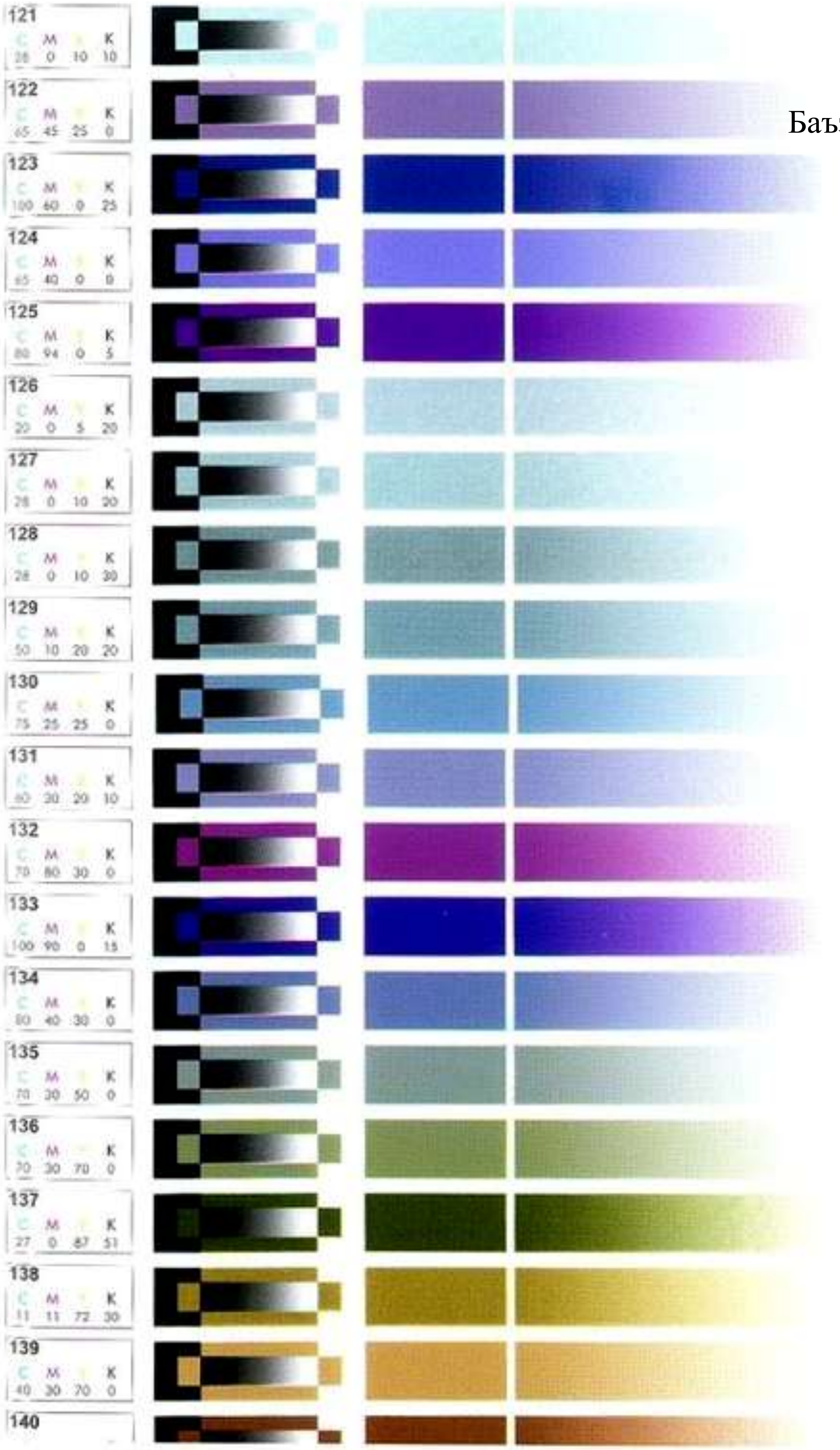


Баъзи комбинациялар

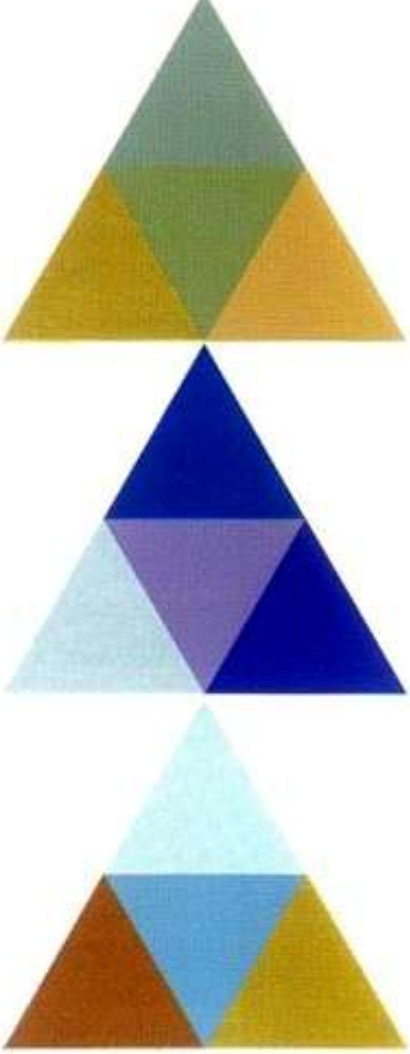


[8]"Il Figurino Di Moda", Fernando Burgo. ISTITUTO di MODA BURGO, 2008. 324–p.

СОВУҚ РАНГЛАР[9]



Баъзи комбинациялар

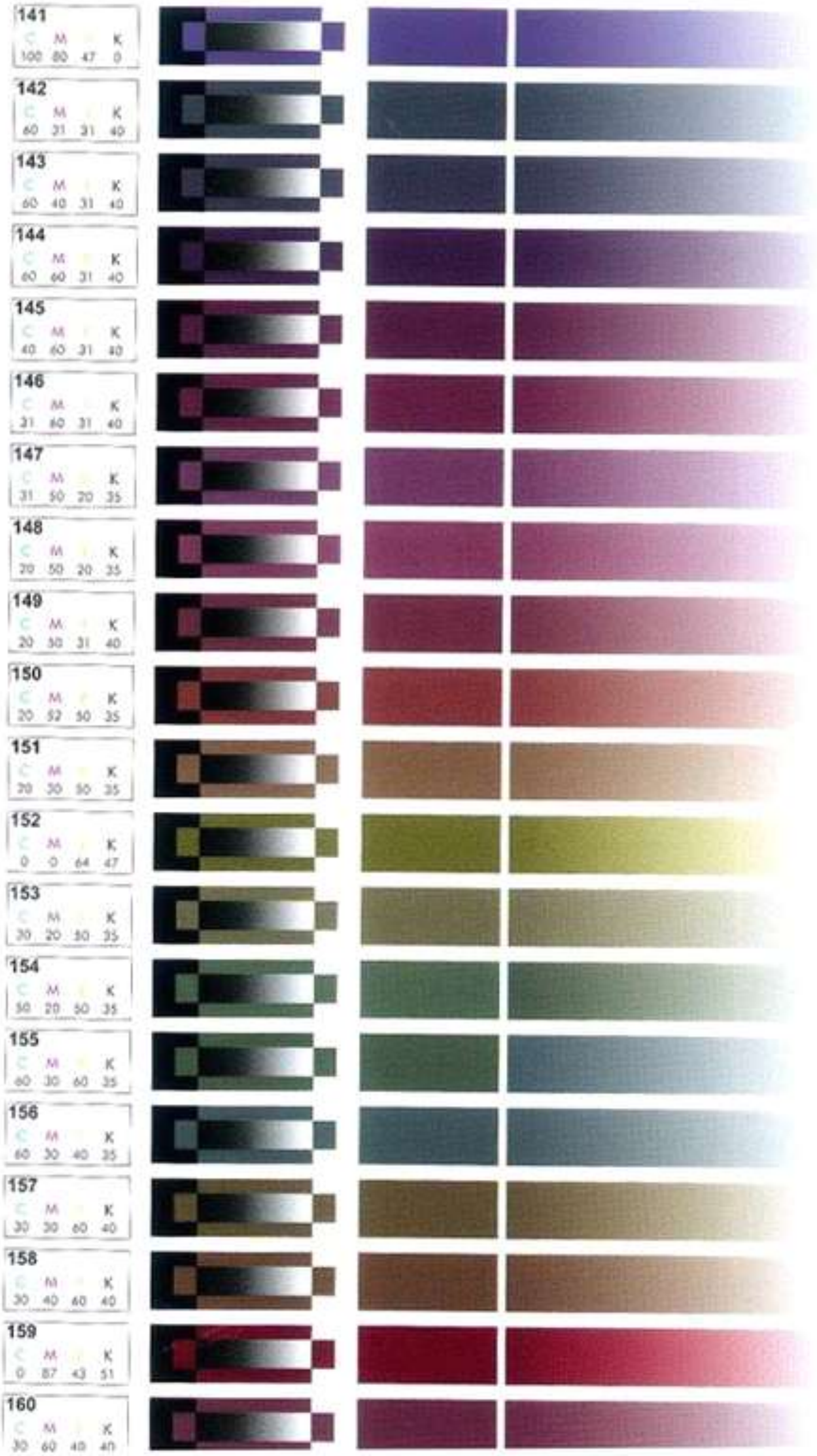


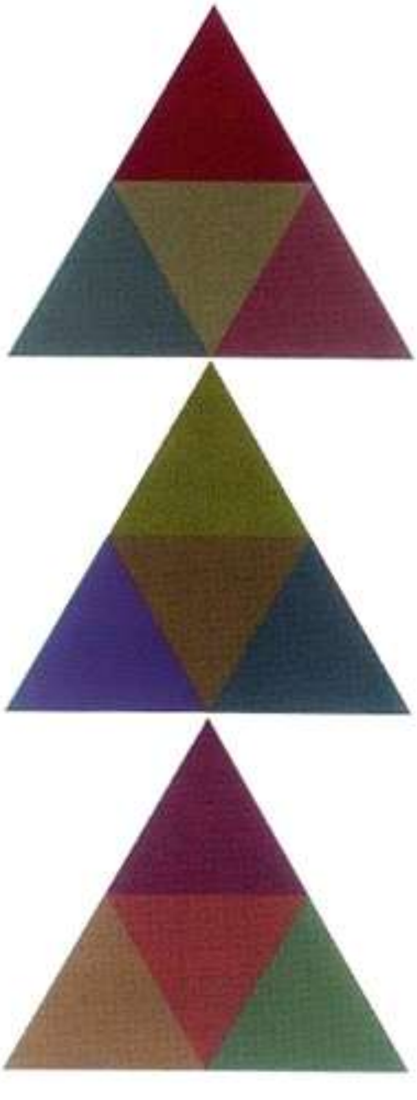
---

[9]"Il Figurino Di Moda", Fernando Burgo. ISTITUTO di MODA BURGO, 2008. 325–p.

БЎҒИҚ РАНГЛАР[10]

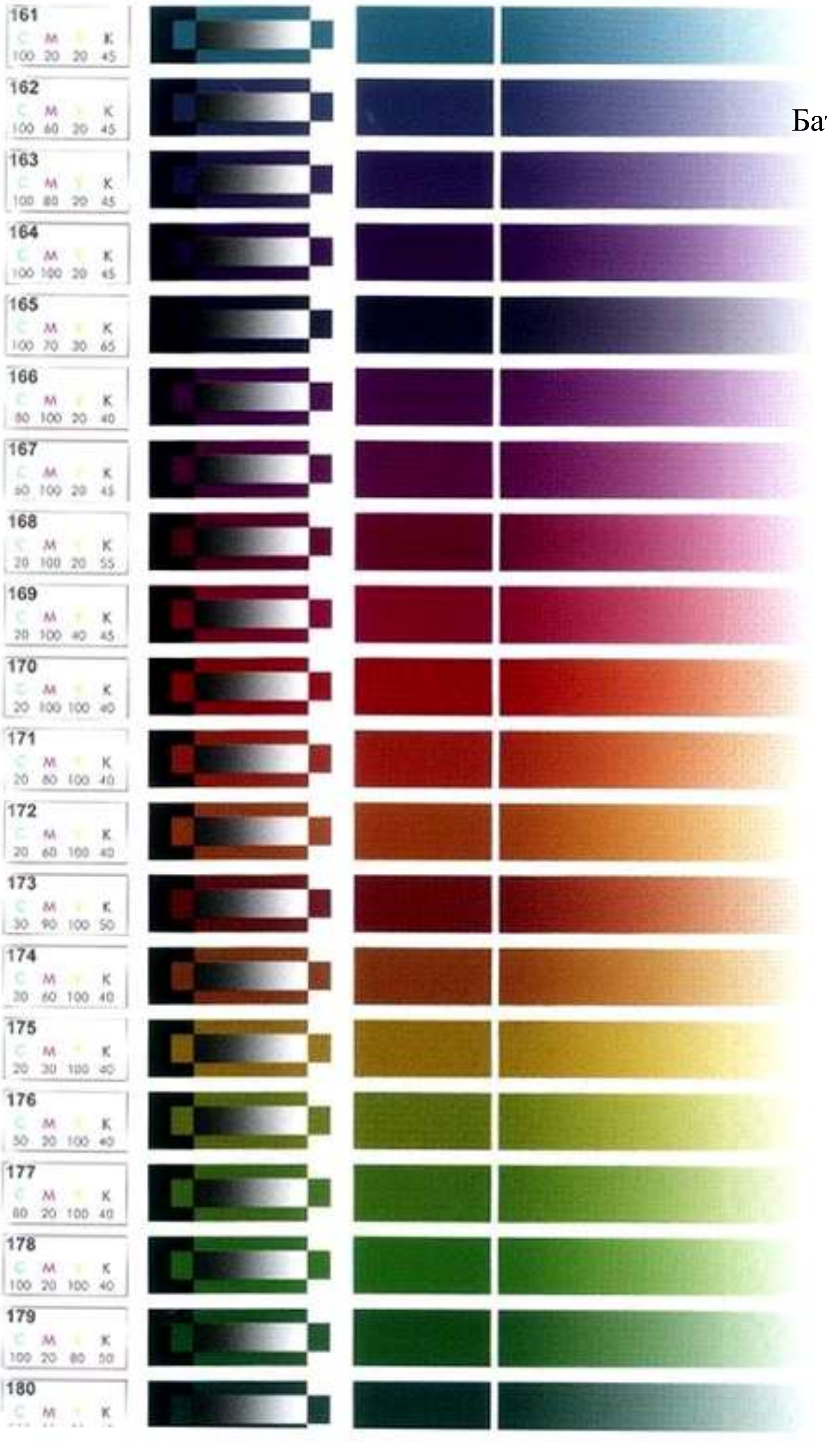
Баъзи комбинациялар



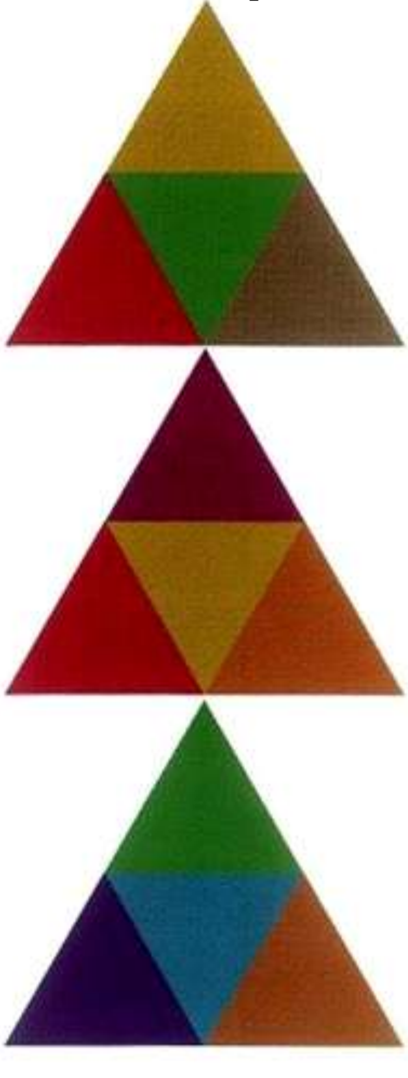


[10]"Il Figurino Di Moda", Fernando Burgo. ISTITUTO di MODA BURGO, 2008. 326–p.

ДОМИНАНТ РАНГЛАР (КУЧЛИ, УСТУН ТУРАДИГАН)[11]



Баъзи комбинациялар



[11]"Il Figurino Di Moda", Fernando Burgo. ISTITUTO di MODA BURGO, 2008. 327–p.

НЕЙТРАЛ РАНГЛАР (БЎЗАРГАН)[12]

Эмоциональный дизайн

Баъзи комбинациялар

[12]"Il Figurino Di Moda", Fernando Burgo. ISTITUTO di MODA BURGO, 2008.328 –p.

1.4. Дизайн асарини бадиий идрок этишда ассоциациялар

Композиция тузишнинг қоидаларини қўллаш жараёнида, ҳақиқий ижодни ҳиссий идрок этиш ажратиб туришини унутмаслик керак. Амалда композиция ёрдамида қандайдир эмоцияларни акс эттириш керак ёки композициядаги эмоционал таъсирчанликни кучайтириш керак бўлади.

Бунинг учун эмоционал ҳисларни бошдан кечиришнинг композицион сезгирлигини машқ қилиб шакллантириш лозим. Эмоцияларимиз доимо борлиқни ассоциатив идрок этиш билан боғлиқдир, ўз навбатида бу бизнинг ост онгимиз, тассаввурларимиз билан боғлиқ.

Одамнинг эмоционал реакцияларини турлича контурлар, шарпа ва қиёфалар уйғотади. Агар бундай контурларнинг шаклини ўзгартириб борилса (яъни образни борган сари трансформациялаб), эмоционал ва маъновий (семантик) моҳиятга мос келувчи ассоциатив шаклни ҳосил қилиш мумкин.

Ижодий жараён – кўрган-кечирганларни ва тўпланган визуал материалларни тасвирий ўхшашликлар ва пластик метафоралар (истиора, киноя, мажоз) орқали қайта ўзгартиришдир. Буларнинг маъноси рассом-ижодкорнинг эмоционал-руҳий аҳволи, маънаий дунёқараши, кечинмаларини акс эттиришдан иборат. Айнан шу тарзда руҳий холат билан боғлиқ бадиий образ вужудга келади.

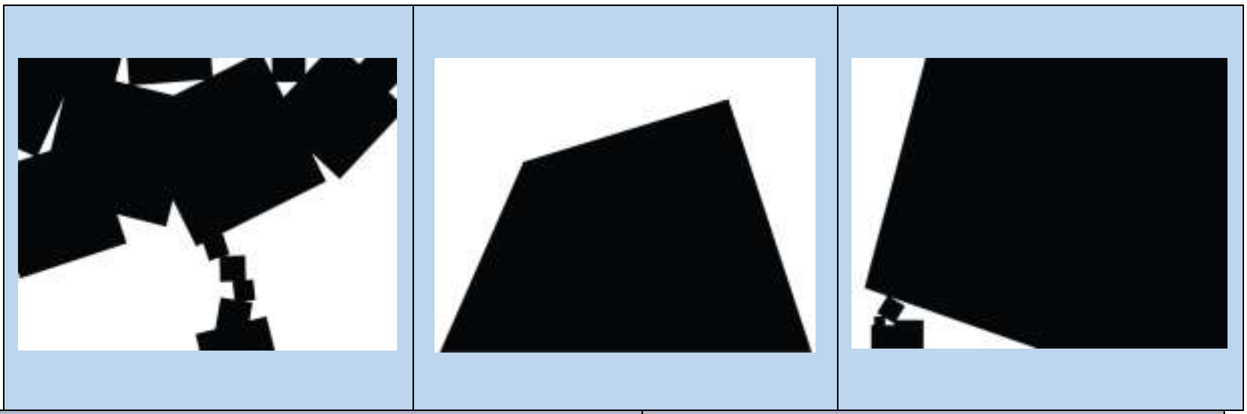
Ассоциатив идрок этиш – санъат ва психология соҳаларининг туташувидаги бўлган қизиқарли ва кенг мавзу. Ҳар хил шакллар турлича идрок этилади. Масалан, қиррали ва парчаланганлари – нисбатан тажовузкорона, юмалоқлашган ва тўлқинсимонлари – мамнунлик ва хотиржамликни акс этгандек қабул қилинади.

Ассоциатив композиция бу биринчи навбатда маълум эмоция ёки ассоциацияни тақдим этувчи абстракт визуал қатордир.

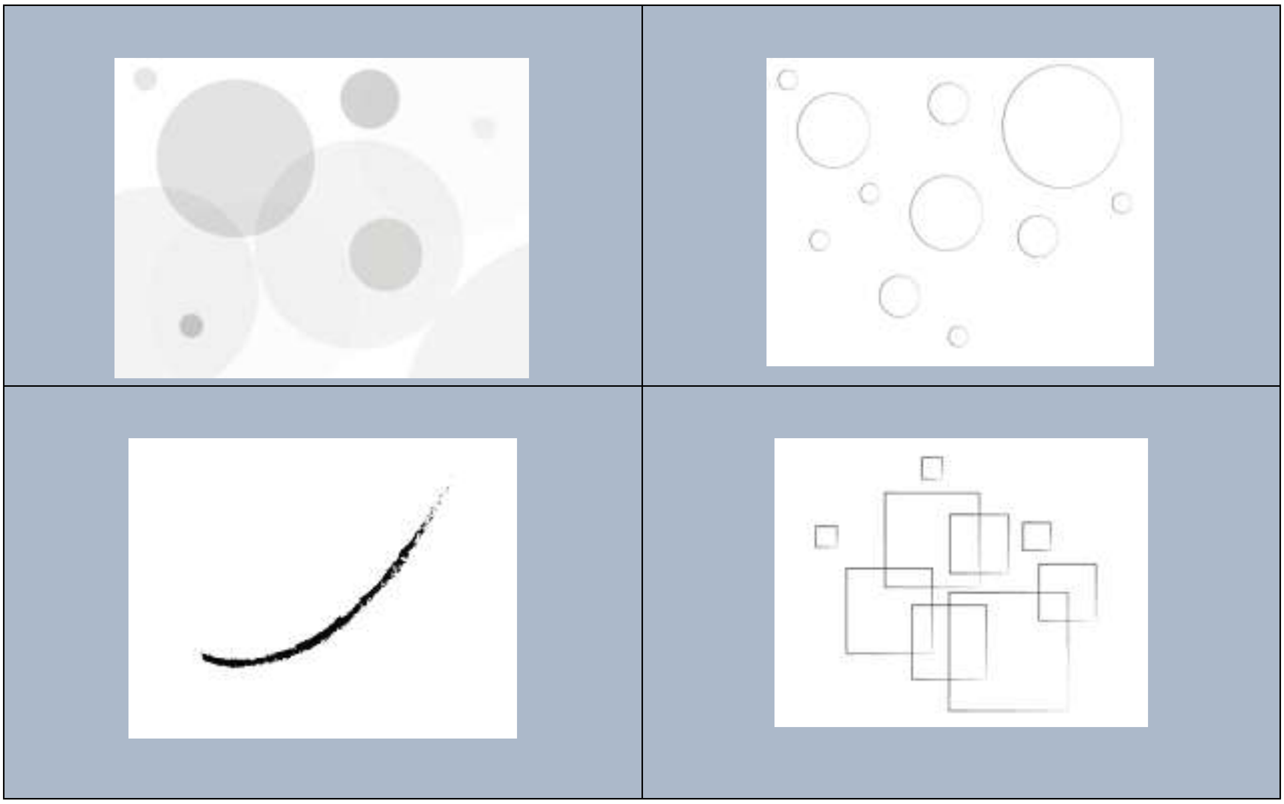
Қуйида маълум характер, эмоция ва ассоциацияга эга бўлган композициядаги доғлар, чизиқлар, тузилишларга қисқача тавсифлар келтирилган.

Оғир - зил, салмоқли, салмоқдор; вазмин; қўпол, бесўнақай катта; баҳайбат; йирик; залворли, салмоќдор;юкнинг оғирлиги;оғирлик кучи билан тазйиқ кўрсатмоқ; қийинчиликнинг оғирлиги, машаққат. Шу заҳотиёқ вазмин нимадир ҳаётлга келади. Мантиқан фикрланса, оғир – демак ўз вазни билан босим берувчи (пастга йўналтирилган), гравитация – Ерни тортиш қонунига итоат қилувчи. Агар композиция варақнинг пастки қисмида жойлашган бўлса, унинг кўп қисмини эгалласа ёки доғ яхлитилигча тўқ ранг билан тўлдирилган бўлса, у визуал оғир кўринади (статикага мисол). Аксинча,

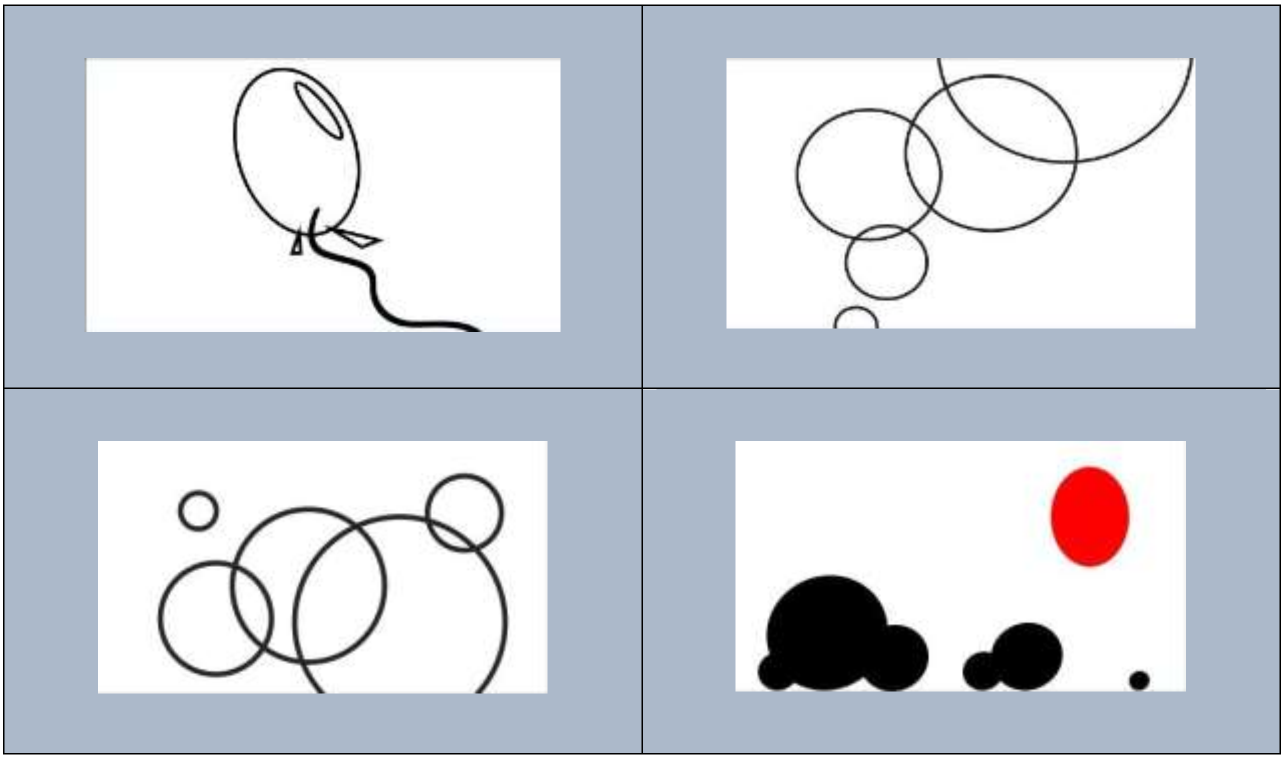
композицияни “кўтариб” туриш қийинлигини тасвирланса вазминликни динамик равишда акс эттириш мумкин[13].



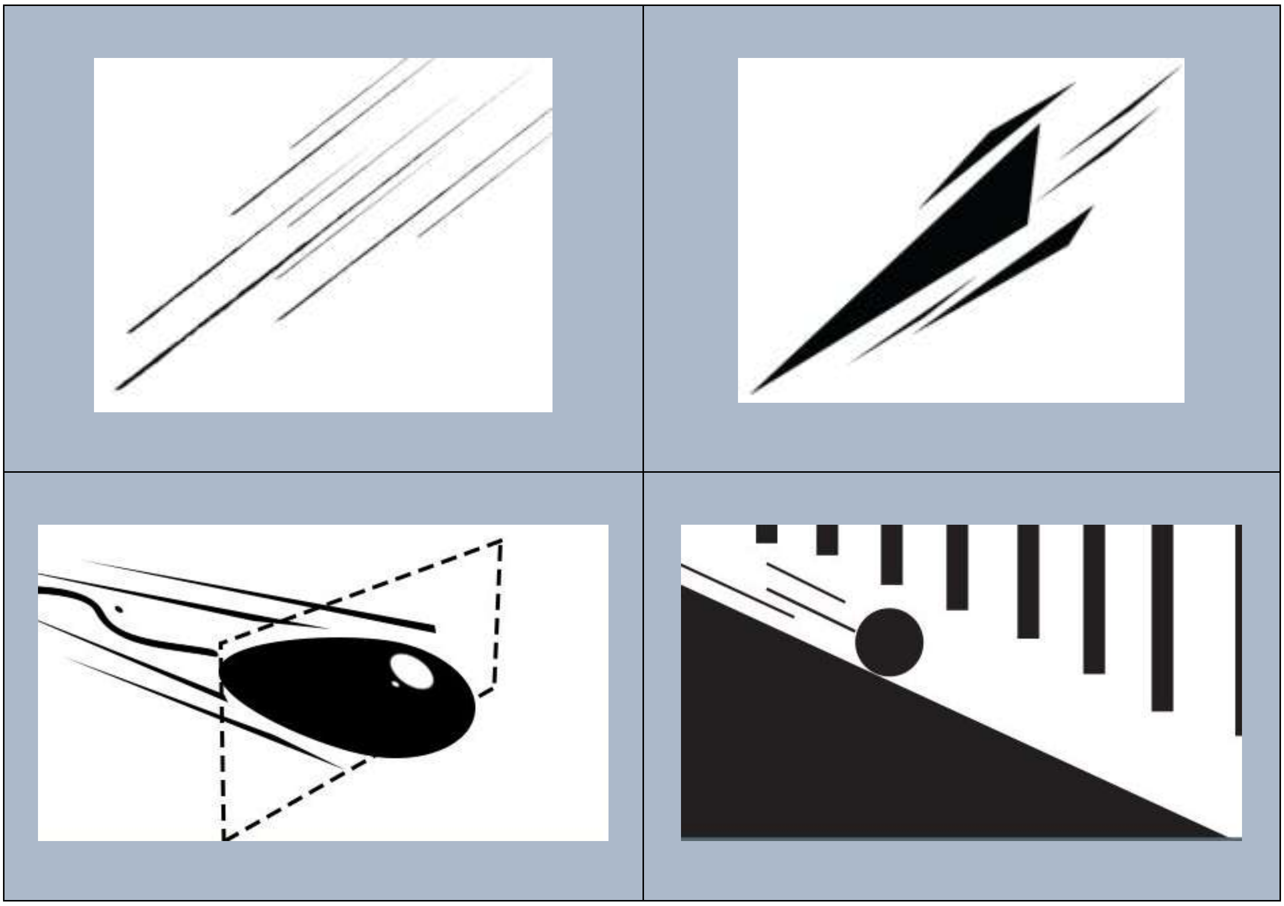
Енгил - вазнсиз, ҳаводек; қушдай енгил; нозик, пуф деса осмонга учадиган.

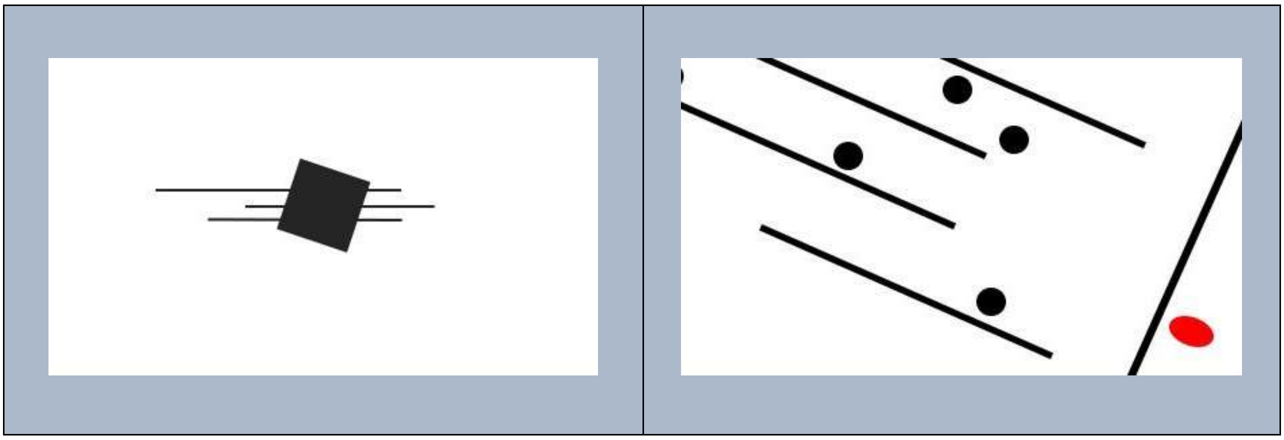


[13]http://nova-deep.blogspot.com/2015/04/motion-campus.сайтидан

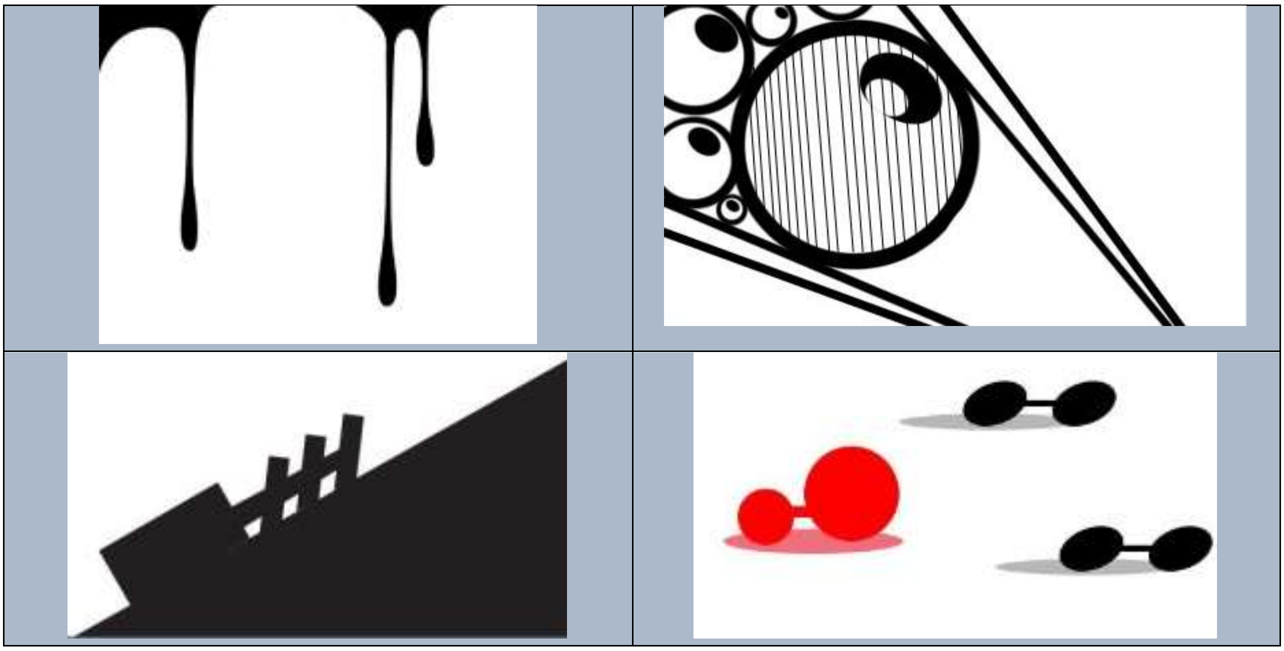


Тез – ҳаракат, тезлик, динамика, илдам, жадал чаққон; шиддатли. Йўналтирилган чизиқлар, учбурчакалар – динамик шакллар, қулаётгандек иллюзиялар – буларнинг барчаси ҳаракатни акс эттиришга ёрдам беради.

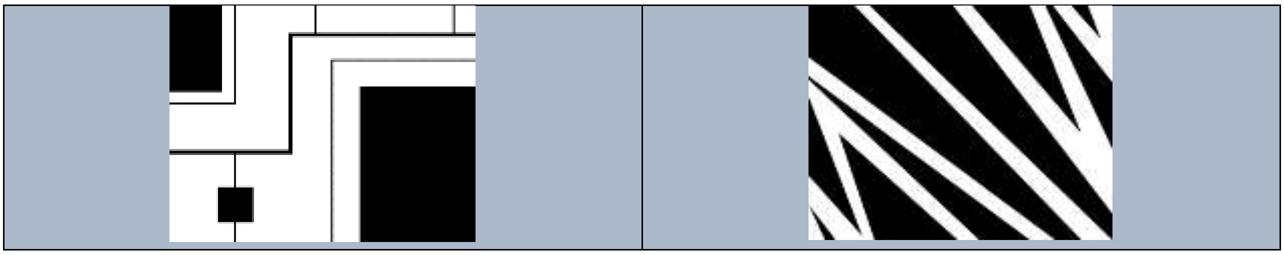


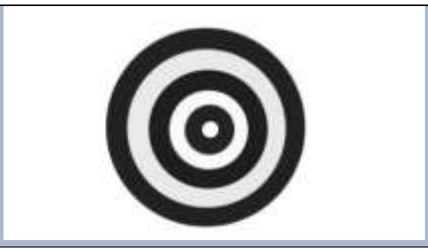
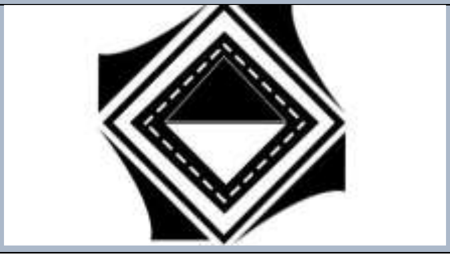
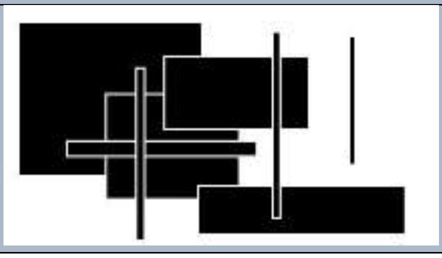


Секин - секинлик билан содир бўладиган, суръати паст, секин, суст; сокин; бир маромдаги, бир текис; секинлаб тўхтамоқчи бўлгандек; майин, оҳиста, шошмасдан, бир текис ижро этиладиган. Думалоқлашган, силлиқ, “оқувчан” чизиқлар.



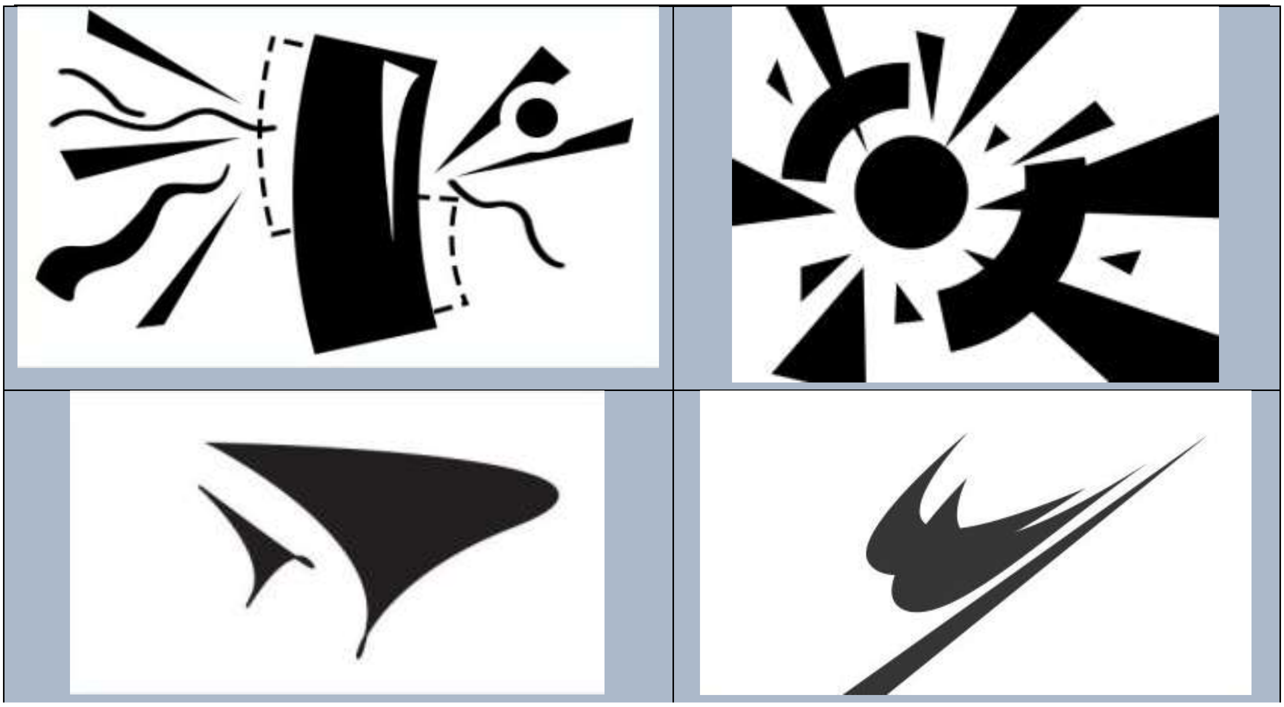
Аниқ - равшан; бурро, дона-дона, шахдам; кескин, қиррали, ҳар бир қисми аниқ билиниб турадиган; яхши кўриниб турадиган; ташкил қилинган, тушунарли; контрастли.



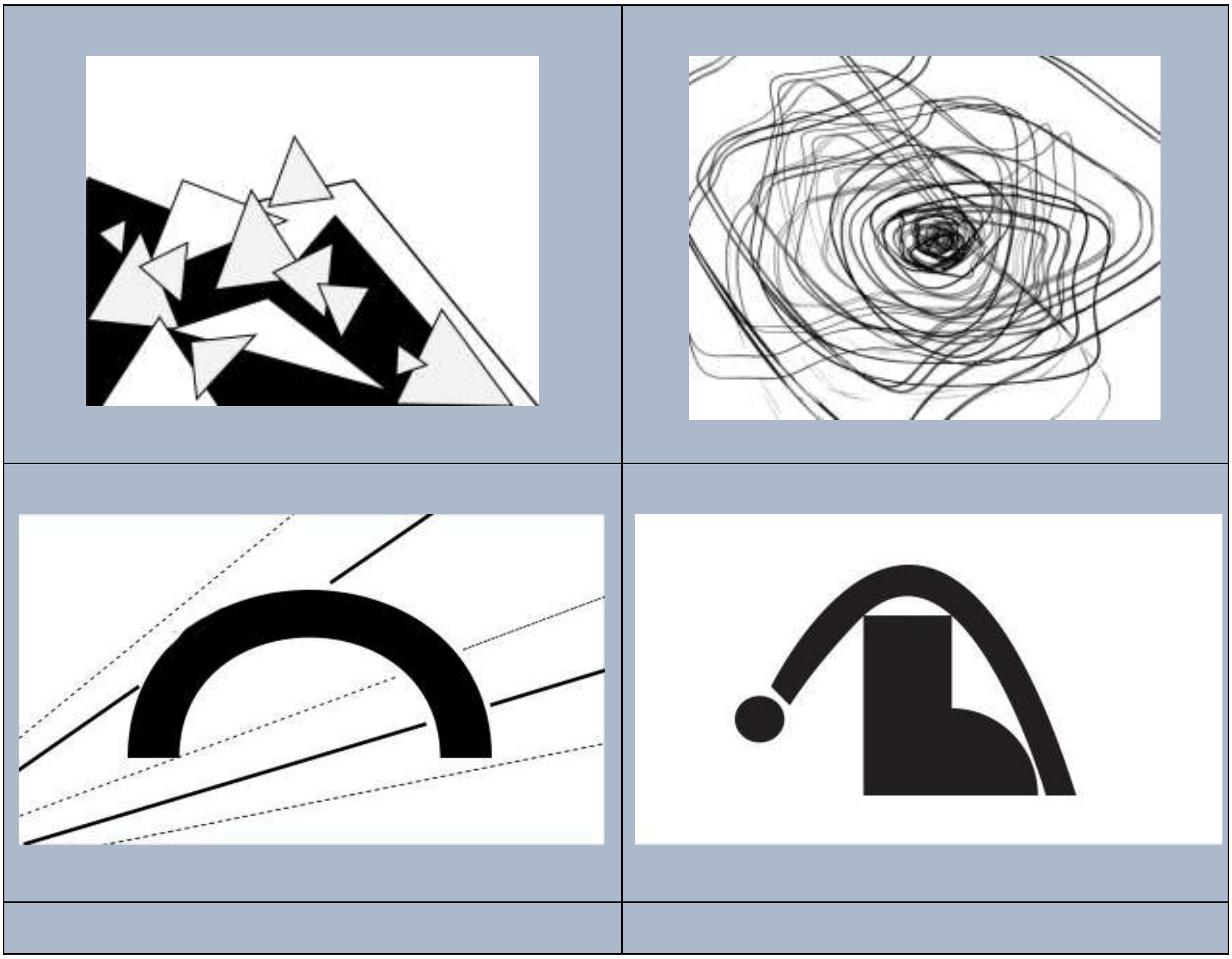
	
	

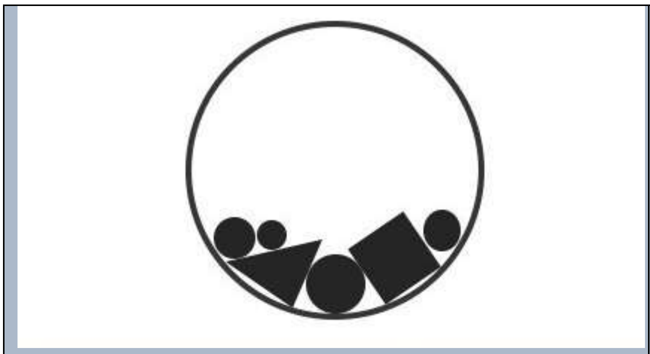
Аморф – шаклсиз, уюшмаган. Сиёҳни томизиб доғ туширилса, изтиёрий ажи-бужи чизиқлар бешакл экспрессив натижаларни бериши мумкин.

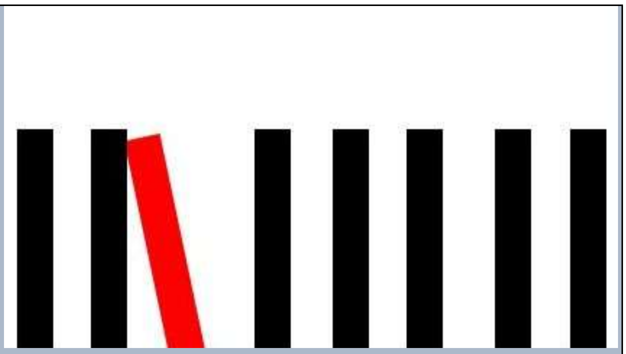
Тетик - бардам, бағайрат, тийрак; дадил; руҳи енгиллик. Аниқ, равшан ва тушунарли композициялар. Кескин чегарали динамик ёки статик шакллар.



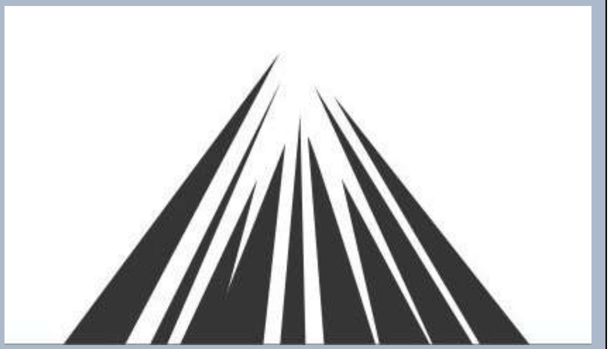
Чарчаган - ҳорган, толиққан, ҳорғин; чарчаганликни, сулайган ифодаловчи майин чизиқлар. Ўзаро кесишганлик, бетартиблик.

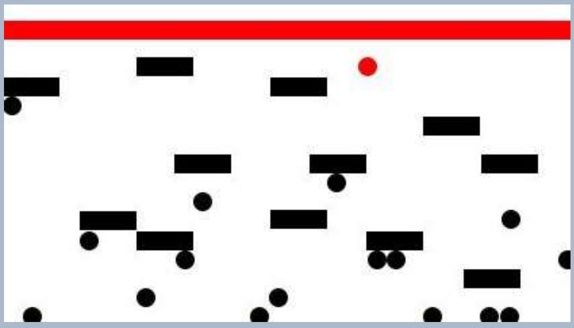


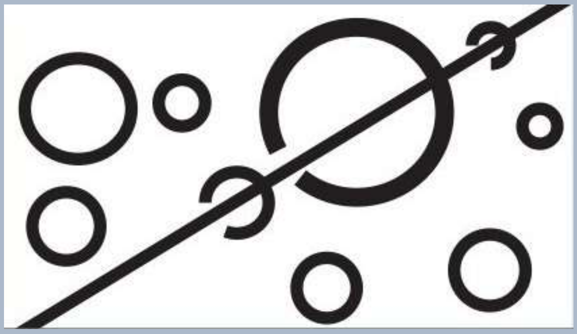




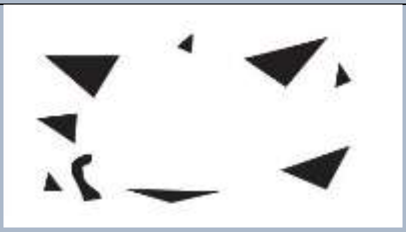
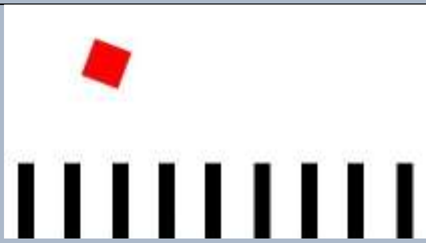
Аниқ бир мақсадга қаратилган, йўналтирилган– композициядаги йўналишининг қатъий равишда битта томонга йўналтирилганлиги, ягона яққол кўзга ташланувчи композицион марказнинг мавжудлиги.



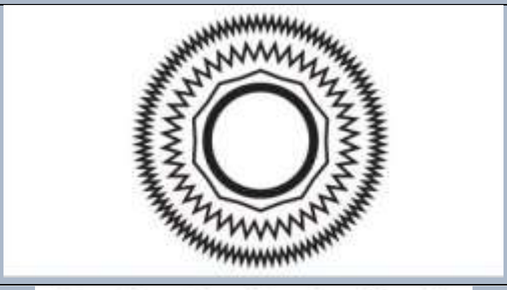
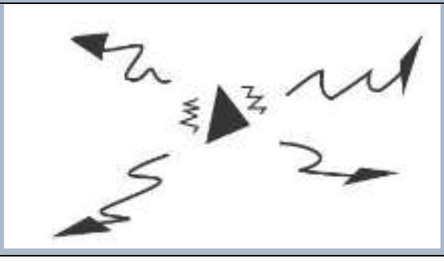
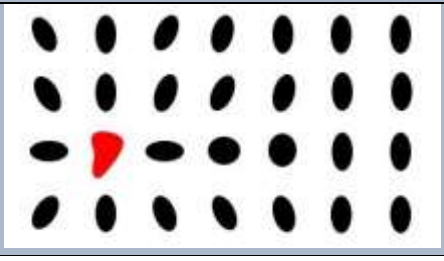




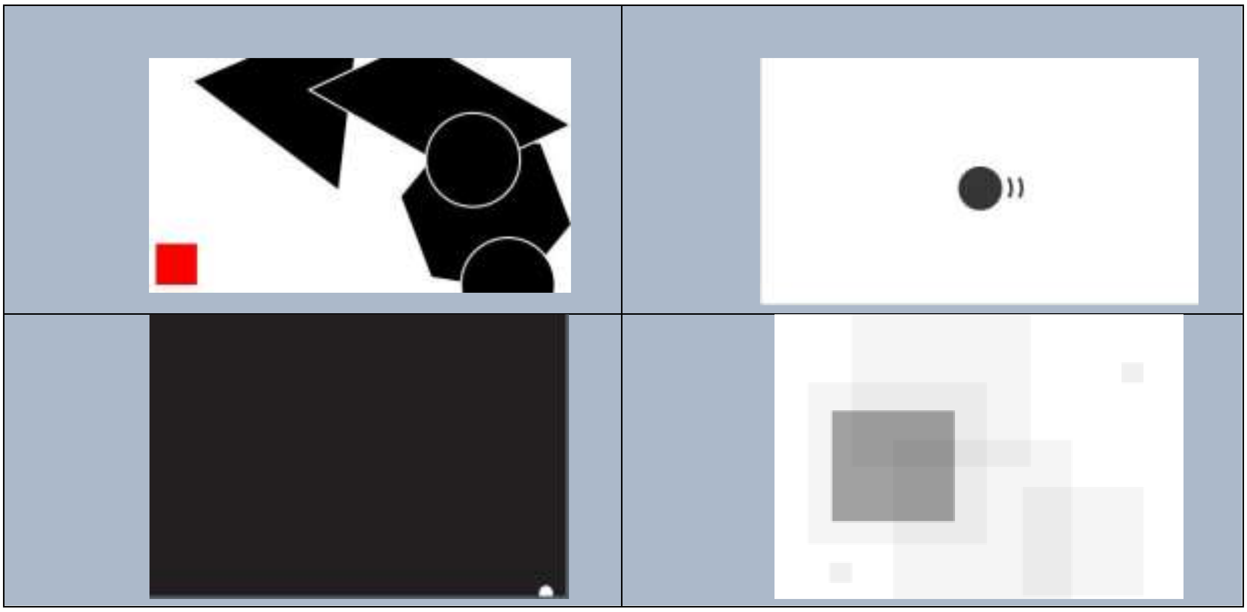
Ёйилган – бўлиб-бўлиб ажратилган, тарқоқ, ёйиб юборилган - композицион марказ умуман йўқ.

Қаттиқ, баланд (товуш ҳақида) - дабдабали, тамтароқли, баландпарвоз – оғир ва динамик, қиррали ва контраст шакллар.

Тинч, сокин - секин, аста, зўрға эшитиладиган,жимжит, осойишта, мулойим, ювош, оғир, босиқ; оҳиста, секин-аста; шошмасдан ҳаракат қиладиган – зўрға кўзга ташланадиган, кичикнагина шакллар, нюанс муносабатлар.



Назорат саволлари;

1. Эмоционал дизайн деганда нма тушунилади?
2. Ассоциатив композиция деганда нима тушунилади?
3. Композициянинг умумлаштирувчи категорияси нима?
4. Элементларнинг ўзаро тобелиги деганда нима тушунилади?
5. Шакл тектоникаси деганда нима тушунилади?
6. Турли материаллар тектоникасининг турлича бўлишини тушунтиринг.
7. Пластик ҳусусиятлари турлича бўлган материаллардан шаклни ишлашнинг қандай ўзига хосликлар мавжуд?

Фойдаланилган адабиётлар

1. “Field guide: How to be a fashion Designer”.Marcarena San Martin. Copyright ©, 2009, by Mao-Mao publications.First published in 2009 in the United States of America by Rockport Publishers, a member of Quayside Publishing Group.

2. “Il Figurino Di Moda”, Fernando Burgo. ISTITUTO di MODA BURGO, 2005.

3. Graphic design: the new basics / Ellen Lupton and Jennifer Cole Phillips.— Second Edition, Revised and Expanded, 2015.

4. The Power of Limits: Proportional Harmonies in Nature, Art, and Architecture Paperback – October 11, 2005.

5. Кимберли Элам. Геометрия дизайна. Пропорции и композиция. – СПб., “Питер”, 2011.

6. Майк В. Лиин.“Современный дизайн. Пошаговое рук-во: техника рисования во всех видах дизайна”. учеб. пособие. –М. Легпромбытиздат, 2012 й.-255 с.
7. Новиков А.М.Н 85; 87.8 Методология художественной деятельности. – М.:Издательство «Эгвес», 2008. – 72 с.
8. Худойберганов Р.А.. "Рангшунослик", услубий қўлланма. Тошкент: 2002 й.-180 б.

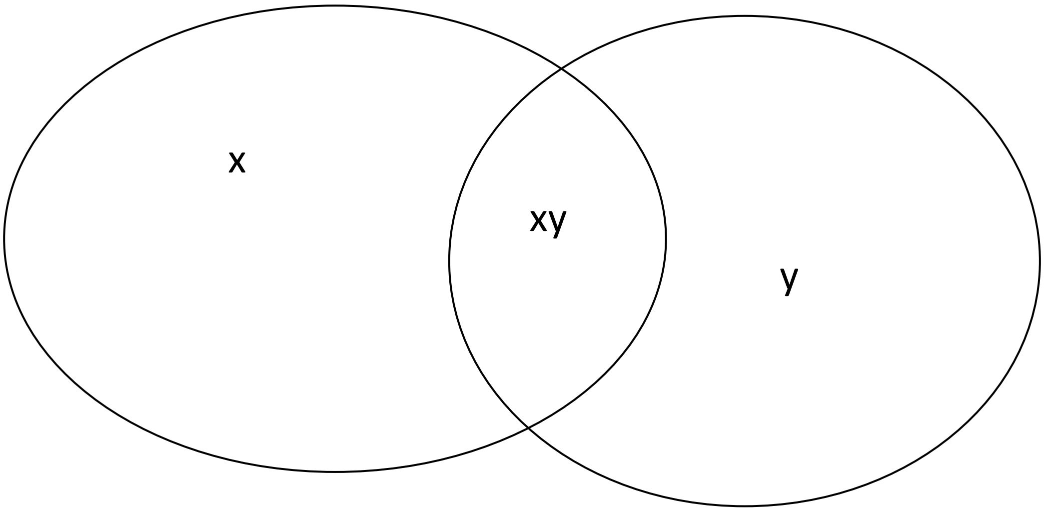
IV АМАЛИЙ МАШҒУЛОТ МАТЕРИАЛЛАРИ

1-амалий машғулот: Дизайнга ёндашувнинг замонавий концепцияларини таҳлил қилиш

Ишдан мақсад: **Дизайндаги замонавий концепцияларнинг моҳиятини тушуниш ва таҳлил эта олиш.**

Вазифа 1. Функционализм ва тижорат концепцияларининг умумий ва бир биридан фарқловчи томонларини “Венн диаграммаси” орқали тасвирлаб беринг.

Венн диаграммаси



Вазифа 2. “Тушунчалар таҳлили” методи орқали таянч тушунчаларни изохланг.

Тушунчалар	Сизнингча бу тушунча қандай маънони англатади?	Қўшимча маълумот
Функционализм		
Ранг ва ранг доираси		
Ранг рамзлари		

Ранг психологияси		
Ассоциатив композициялар		
Эмоционал дизайн		
Тизимли ёндашув		
Стайлинг		
Эмоционал дизайн		

2-амалий машғулот:
Эмоционал тарзда турлича таъсир этувчи дизайн объектлари лойиҳаларининг концепциясини ишлаб чиқиш

Ишдан мақсад: Дизайн объектлариниг **турлича ёндашувларига таъсир этувчи омилларни ўрганиш.**

Вазифа 1. ***ЭССЕ***

«Турлича ёндашув (концепция) натижасида яратилган бир турдаги дизайн объектларининг шаклига таъсир этувчи омилларнинг ўзгаришига сабаб .....» мавзуида далилланган эссе ёзинг.

Эссе ҳажми таклиф қилинган мавзудаги 200 сўзгача тузиш.

Далилланган эссенинг тузилиши:

Масала юзасидан муаллифнинг нисбий нуқтаи назарини билдириш

(1 хатбоши).

Айтилган позициянинг далилланиши – муаллифнинг шу позицияни қўллаш учун ишонарли далиллари айни позицияни қабул қилишга ишонтиради.

Хулоса – резюме (1 хатбоши).

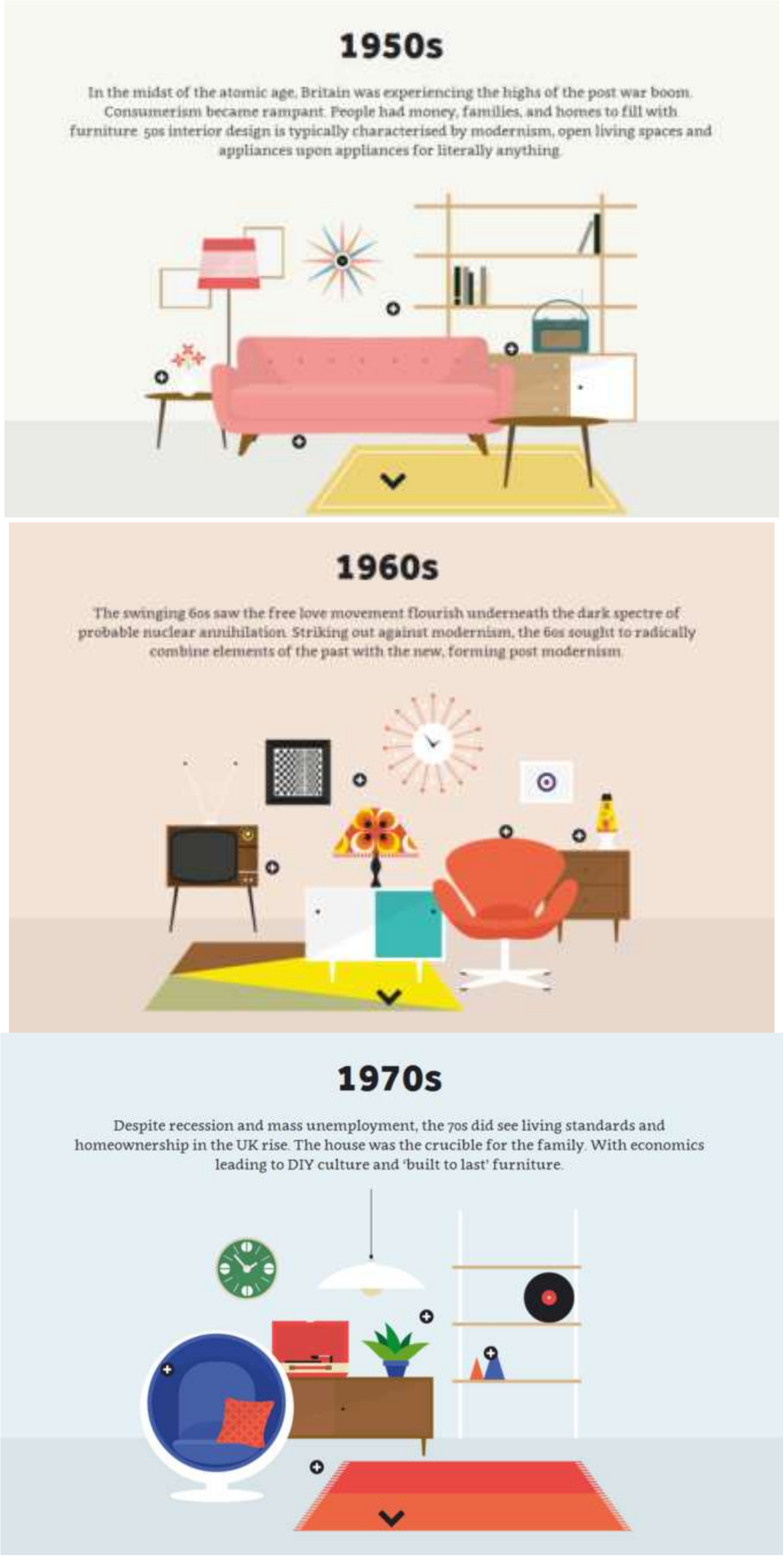
Далилланган эссени баҳолаш кўрсаткичлари ва мезонлари:мазмуннинг мавзуга мувофиқлиги;

муаммони кўриш, унга муносабат, ўзининг нуқтаи назари, далилларнинг ишончлилиги;

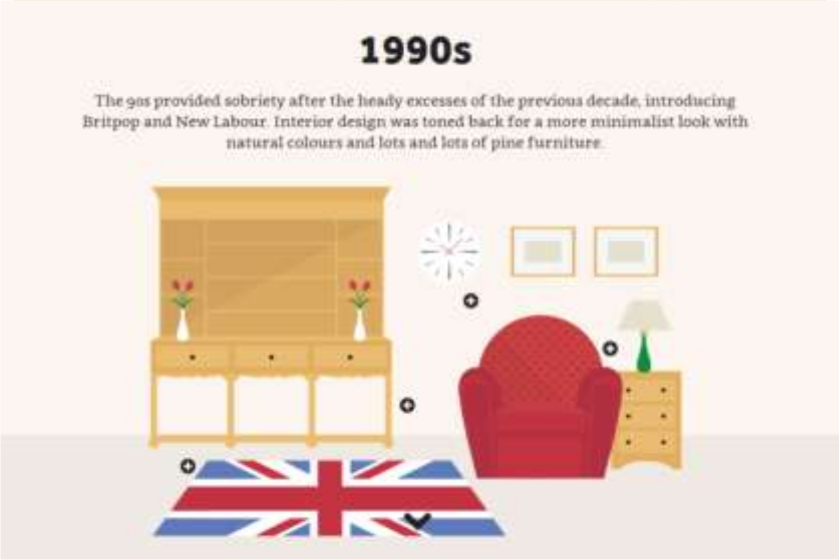
услуб: баённинг аниқлиги,очиқ-равшанлиги;

ёзиш қоидаларига риоя қилиш.

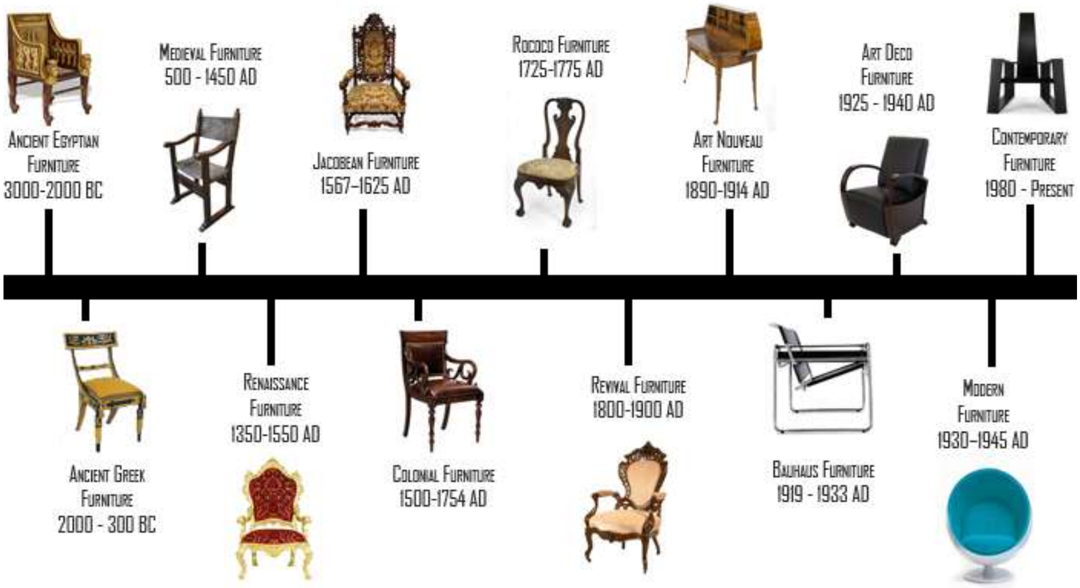
Вазифа 2. Турли йўналишларда яратилган дизайн-объектларининг ривожланишини акс эттирувчи инфографика тузинг



1980s
The decade of excess introduced a number of bold and startling approaches to design. In its extremes it is remembered for stark coloured geometrical nightmares but for most normal homes it meant beige and teal colourings along with the prevalence of carpets and wall to wall wallpaper.


1990s
The 90s provided sobriety after the heady excesses of the previous decade, introducing Britpop and New Labour. Interior design was toned back for a more minimalist look with natural colours and lots and lots of pine furniture.

2000s
With the arrival of the millennium, interior design re-embraced the theme of colour into the home, with spaces becoming more personalised. The popularity of flat pack Ikea furniture reached dizzying new heights, whilst the technological revolution saw devices getting smaller and taking a higher priority in room arrangement.
2010s
In an era coloured by always online individuals and social media, self expression has come to define the approach to interior design. Home owners like to wear their influences and inspirations on their sleeve for all too see. In terms of the uncertain future of the economy, homeowners are making use of smaller living spaces and furniture with built in storage.


Ancient Egyptian Furniture 3000-2000 BC
Medieval Furniture 500 - 1450 AD
Jacobean Furniture 1567–1625 AD
Rococo Furniture 1725-1775 AD
Art Nouveau Furniture 1890-1914 AD
Art Deco Furniture 1925 - 1940 AD
Contemporary Furniture 1980 - Present
Ancient Greek Furniture 2000 - 300 BC
Renaissance Furniture 1350-1550 AD
Colonial Furniture 1500-1754 AD
Revival Furniture 1800-1900 AD
Bauhaus Furniture 1919 - 1933 AD
Modern Furniture 1930–1945 AD

Peter Müller-Munk
Frederick Hurten Rhead
Raymond Loewy
Donald Deskey
Walter Dorwin Teague
Henry Dreyfuss
Norman Bel Geddes
Dave Chapman
Greta von Nessen
Eliot Noyes
Russel Wright
Gilbert Rohde

V. ТЕСТЛАР

	Тест топшириғи	Тўғри жавоб	Муқобил жавоб	Муқобил жавоб	Муқобил жавоб
1.	**Британия модасининг таниқли дизайнерлари:**	*Вивьен Вествуд, Александр Маккуин, Джон Гальяно, Стелла Маккартни	Кристиан Диор, Иссей Мияки, Коко Шанель.	Джон Гальяно, Жан-Поль Готье, Кензо, Вячеслав Зайцев.	Валентин Юдашкин, Жан-Поль Готье, Коко Шанель.
2.	**“Haute Couture” (“от – кутюр”) нимани англатади?**	* Юкори синф даражасидаги кийимларни яратиш - “юқори мода”	Кийишга тайёр бўлган кийимлар- барча тикувчилик буюмлари ассортименти	Кийилмайдиган либос маъносида ишлатилади, безак турлари ва бошқалар ягона, такрорланмас бўлади.	Дефиле учун мулжалланган романтик услубидаги либосларни ишлаб чиқариш
3.	**“Кийим” тушунчасига таъриф беринг.**	*Инсон танасини ҳимоя қилувчи сунъий ташқи қатлам.	Бу пальто, плащлар, кўйлаклар.	Бош кийимлар ва пойабзал.	Инсон кўйлагининг стилистик вазифаси
4.	**“Костюм” тушунчасига таъриф.**	*Инсон кийимининг стилистик функцияси	Инсон танасини ҳимоя қилувчи сунъий ташқи қатлам	Махсус кийим.	Бир неча буюмлардан ташкил топган гарнитур.
5.	**“Набойка” нима?**	* Матога рангдор расмларни босиш техникаси	Мато тури	Декоратив тақинчоқнинг бир кўриниши	Эркакларнинг “Вестерн” услубидаги кийими
6.	**“Нью-лук” муаллифи ким?**	* Кристиан Диор	Эльза Скьяпарелли	Карл Лагерфельд.	Кристиан Лакруа

7.	**“Поп-арт” ва “оп-арт” услублари қайси даврда ва қаерда илк бор пайдо бўлган?**	* XX аср 50-йилларининг иккинчи ярмида АҚШ ва Буюк Британияда	XXI асрда АҚШ, Австралия ва Буюк Британияда	XX аср 20-йилларининг иккинчи ярмида Жанубий Америка мамлакатларида	XX аср 60-йилларида Япония ва Жанубий Кореяда
8.	**“Прет-а-порте” нима?**	* Тайёр кўйлак индустрияси,тайёр кўйлак ишлаб чиқариш саноати маъносида	Кундалик турмушда кийиб бўлмайдиган либос	Кундалик либос	Енгил саноат корхоналарида ишлаб чиқилган оммабоп антиқа либос
9.	**“Фьюжн” услуби қайси макроуслубга киради**	*авангард услубига	романтика услубига	фольклор услубига	классик услубга
10.	**2000 йиллар машҳур дизайнерлари**	* Вивьен Вествуд, Александр Маккуин, Стела Маккартни, Джон Гальяно, Филипп Трейси, Дольче и Габбана	Кристиан Баленсиага, Хусейн Чалаян, Ханае Мори, Андре Курреж.	Кристиан Диор, Коко Шанель, Эмилио Пуччи, Поль Пуарэ, Пако Рабанн.	Карл Лагерфельд, Азеддин Алайя , Франко Москино, Дж.Ферре, Джане Версаче.
11.	**3 ёшдан 7 ёшгача бўлган болалар кийимидаги асосий силуэтлар**	Тўғри ва трапециясимон	Ёпишиб турувчи ва тўғри	Ёпишиб турувчи ва ним ёпишиб турувчи	Этаги торайтирилган, кенг
12.	**Аксессуар нима?**	* Либосдаги декоратив элементлар йиғиндиси	Либосдаги утилитар элементлар мажмуи	Либосда мажбурий бўлмаган элементлар мажмуи	Либосда мажбури бўлган элементлар йиғиндиси

13.	**Аксессуарларни кўрсатинг.**	* Оёк кийим, бош кийим, сумкалар, тақинчоқлар, сунъий гуллар, кўзойнак	Сумка, тақинчоқ, гуллар, чўнтаклар, енг ва ёқа	Бош кийим, безакли деталлар, камарлар, мураккаб бичимли ҳажмдор деталлар, мато гули.	Оёк кийим, содда бичимли либос, тикилиш мураккаб бўлмаган деталлар, фактурали матолар, камарлар, рўмоллар.
14.	**Амалий санъатдаги "Оп - арт" йўналишида асосан қандай иллюзиялардан фойдаланилади?**	* 1. Вертикаллар иллюзияси. 2. Тўлдирилган текисликлар иллюзияси. 3.Тенглаштириб текислашлар иллюзияси. 4.Ранг иллюзияси	1. Вертикал ва горизонталлар иллюзияси. 2. Тўлдирилган юзалар иллюзияси. 3. Мато гули ва нақши иллюзияси. 4.Ранг иллюзияси	1. Горизонталлар иллюзияси. 2. Тўлдирилган бурчаклар иллюзияси. 3. Таққослаш иллюзияси. 4.Ранг ва фактура иллюзияси	1. Вертикаллар иллюзияси. 2. Тўлдирилмаган ҳажмлар иллюзияси. 3.Тенглаштириб текислашлар иллюзияси. 4.Фактура ва текстуралар иллюзияси
15.	**Анъанавий матолар ичида аралаш толалардан тўқилган матони кўрсатинг.**	* Адрас	Шойи	Атлас	Бўз
16.	**Аппликация нима?**	* Мато сиртига бошқача мато парчаларини қўйиб тикиш эвазига матони безаш усули	Кийимни конструтив-декоратив безаш усули	Аёллар кийимидаги тақилманинг декоратив безагиннинг тури	Мактабгача ёшдаги болалар кўйлагининг бичими
17.	**Ахроматик катор нима?**	* Оқ - кул ранг – қора ранглар қатори	Барча “иссиқ” ранглар гаммаси	Барча “совуқ” ранглардан тузилган қатор	Оқ аралашган сариқ ва яшил ранглардан иборат қатор
18.	**Батик нима?**	*Матони қўлда бўяш техникаси ва шундай бўялган мато номи	Матога механик усулда расм босиш техникаси	Матога кашта қилиш техникаси	Бархат турларидан бирининг номланиши

19.	**Бел чизиғида маҳкамланиб, бўксалар сиртига таянувчи кийимлар қандай кийимлар деб аталади?**	*Белда турувчи кийимлар.	Белни махсус ҳимояловчи кийимлар	Елкада ним турувчи кийимлар	Спорт турлари билан шуғулланиш учун мўлажалланган кийимлар
20.	**Белда турувчи кийимларни кўрсатинг.**	* Юбка, шим ва юбка-шимлар.	Конуссимон юбкалар, қирқмабел кўйлаклар	Шорти, бўлаклардан иборат юбка, этаги кенгайтирилган кўйлаклар	Шим, комбинезон, этаги “годе” кўйлак, бел чизиғи табиий холатдан юқорида бўлган пальто
21.	**Биринчи Мода уйининг асосчиси ким?**	*Чарльз Фредерик Ворт	Кристиан Диор	Пьер Карден	Габриель Шанель
22.	**Гавдага ёпишиб туриш даражасига кўра кийим силуэтлари қандай бўлади?**	* Бемалол турадиган (ёки кенг турадиган), тўғри, сал ёпишиб турувчи (ёки ним ёпишиб турувчи), ўта ёпишиб турувчи.	Кенг турадиган ва ўта ёпишиб турувчи.	Бемалол турадиган, тўғри, ўта ёпишиб турувчи.	Бемалол турадиган (ёки кенг турадиган), сал ёпишиб турувчи (ёки ним ёпишиб турувчи), ўта ёпишиб турувчи, трапециясимон, урчуқсимон, лоласимон.
23.	**Гарнитур нима?**	* Айнан бир мақсадга йўналти рилган буюмларнинг тўлиқ тўплами	Кийим ва унинг деталларининг йиғиндиси	Маҳсулотнинг маълум услубий ечимдаги тўлиқ набори.	Ягона (якка) маҳсулот.
24.	**График ифодалашнинг усулларини кўрсатинг**	*Чизиқ, доғ, штрих, нуқта.	Чизиқли тасвир.	Акварель, гуашь, тушь	Рантасвир ва қаламтасвир

25.	**Денгизчилар услубининг асосий белгилари**	* Кўк-оқ ранглар гаммаси, йўл-йўл мато, функционаллик, денгизчилар либоси атрибутикаси	Қора-ок ранглар гаммаси, денгиз ва сув билан боғлиқ атрибутика	Трикотаж материаллар , чизиқли ва катак-катак мато, совуқ ранглар гаммаси	Қулайлик, денгиздаги сайр учун мўлжалланган ҳимояловчи ва сув ўтказмайдиган устки кийимлар
26.	**Деним нима ?**	* мато тури	бош кийим тури	галстук тури	пойабзал тури
27.	**Джинсининг муаллифи ким?**	* Леви-Страусс.	Келвин Кляйн.	Карл Лагерфельд.	Ив Сен Лоран.
28.	**Джинсининиг оммалашуви қайси мамлакатдан бошланган?**	*Америка	Австралия	Россия	Африка
29.	**Дизайнер бу …**	*Рассом - конструктор	Ҳунарманд	Рассом	Инженер-технолог - конструктор
30.	**Диско услубининг асосий белгилари.**	* контраст рангларнинг уйгунлиги, усти ялтирок материаллар, яркирок декоратив элементлар билан бойитилган, кўзга ташланувчи пардоз	кўк-оқиш ранглар гаммаси, йўл-йўл мато, функционаллик, денгиз атрибутикаси, босиқ макияж	воланлар, драпировкалар, енгил матолар, пастель ранглар, гул бостирилган расмлар, паст пошнали пойабзал	тўғри ва содда бичим, оғир материаллар, ахроматик ранглар, либосдаги кўп қаватлилик, макияжнинг умуман аҳамияти йўқ

31.	**Ёзги либослар учун кандай матолар ишлатилади?**	* Пахта ва зиғир толали матолар, шойи, вискоза, трикотаж	Жун, твид, мўйна, чарм	Замш, пахта толали матолар, панбархат, нейлон	Крепдешин, зиғир, жун, синтетик толали матолар
32.	**Елкада турувчи кийимлар -**	* ...елкаларда ушланиб ва елка камарига таяниб турувчи кийимлар.	... бўйинда ушланиб бўксалар сиртига таянувчи кийимлар	... кўкрак камарида ушланиб, бутун тана сиртига таянувчи кийимлар	елкаларда ушланиб, бутун тана сиртига таянувчи кийимлар
33.	**Елкада турувчи кийимларни кўрсатинг.**	* Пальто, ним ёпишган силуэтли жакет, қирқмабел этаги кенгайган кўйлак, нимча, адип қайтармали ёқали плашч, сарафан	Адип қайтармали ёқали жакет, этаги кенгайган юбка, пальто, қирқмабел ёзги кўйлак, эркаклар нимчаси	Эркаклар нимчаси, тўғри силуэтли костюм-шим, трапецияси мон силуэтли ёзги сарафан, пальто, романтик услубдаги юбка	Пальто, ним ёпишган силуэтли жакет, қирқмабел этаги кенгайган кўйлак, нимча, эркаклар кўйлаги, авангард шаклли юбка-шим, годе юбка, комбинезон
34.	**Замонавий кийим модасида янги услуб ва оқимлар пайдо бўлишига нималар сабаб бўлиши мумкин?**	* Ҳар хил вақт мобайнида услубларнинг бир-бирига қўшилиши; табиат ва жамиятдаги турли ҳодисаларнинг рўй бериши; янги технологиялар ва материалларнинг ихтиро этилиши	Диффуз, фьюжн, “микс” услублариниг қўшилиши натижасида	Бирор машҳур дизайнер ижоди ва унинг фаолиятига сарф қилинган маблағ туфайли	Табиат ва жамиятдаги турли воқеа ва ҳодисаларнинг рўй бериши; янги технологиялар ни пайдо бўлиши, бирор мамлакат президентинин г фармони туфайли

35.	**Замонавий кийим модасидаги асосий йирик ёки макро-услубларни айтиб ўтинг.**	*Классик, романтик, спорт ва этно-услублари	“Haute Couture” (от – кутюр) ва “Pret-a-porter” (прет-а-порте)	Классик ва спорт услуби	Романтик ва авангард йўналишлари
36.	**Замонавий кийимдаги спорт услубининг асосий белгилари**	* Максимал қулайлик, гигиениклик, содда конструкциялар, нисбатан арзон материаллар универсаллик, ёрқин ранглар, турли ёзувларнинг безак сифатида қўлланиши	Эстетиклик, декоратив элементлар билан тўлдирил ганлик	Профессионал ва ҳаваскор спортчиларнинг маълум спорт тури билан шуғулланишлари учун мўлжалланган махсус кийим	Уй-ичи кийими ёки дам олиш кийими Қариндош ранглар уйғунлиги, эстетиклик.
37.	**Замонавий модада спорт услуби қандай пайдо бўлган?**	*Профессионал ва ҳаваскор спортчиларнинг гигиеник ва қулайлик жиҳатидан мукаммал кийимининг модага таъсири ва оммалашуви оқибатида туғилган.	Олимпиада ўйинлари ўтказишнинг қайта жорий этилгани сабабли	Спорт рекордларига атаб 19-аср машҳур модельерлари ўйлаб топишган	“Adidas” ва “Nike” фирмалари пайдо бўлганлиги сабабли
38.	**Замонавий модадаги “милитари” услубига таъриф беринг.**	*Ҳарбийлар формасидаги элементларни замонавий кийимга кўчириш натижасида пайдо бўлган либослар	Ҳарбийлар формасини услублаштириш ҳисобига янгилаш	Барча тоифадаги ҳарбийларнинг турли форма кийимлари	“Милитари”- миллий ва анъанавий либос элементлари ва ҳарбий форма элементларининг уйғунлашувидан пайдо бўлган услуб
39.	**Замонавий модадаги диффуз услубга таъриф беринг.**	* Диффуз услуби - аввалдан билиб туриб, ўйлаб, либосдаги қисмларни турли услублардан танлаб териш.	Диффуз услуби - романтик услубдаги кўйлак устидан фольклор услубидаги блузкани кийиш	Диффуз услуби - бемаъни, бачкана либослар аралашмасидан тузилган замонавий кийим модасидаги кийимлар	Диффуз услуби – фақат “сафари”, ретро услублари ва авангард йўналиш элементларидан танлаб терилган либос услуби.

40.	**Замонавий модадаги ретро - услубга таъриф беринг.**	* Ретро услуб – замонавий моданинг ўтган замонлар модасидан олинган элемент ёки образларни қўллаши.	XX асрнинг 80- йилларида мода 50- йиллардаги либосларнинг айрим ғояларини ўзлаштириши ҳодисаси.	Тарихий, анъанавий, модадан “қолган” либослар.	Тарихий, анъанавий, миллий, ҳарбий либосларни саҳна учун услублаштириш (стилизациялаш)
41.	**Замонавий модадаги унисекс терминига таъриф беринг.**	*Бу термин бир жинсли ёки жинсдан ташқари маъносини билдиради, яъни ҳам аёллар, ҳам эркаклар кийса бўладиган кийимлар	Оддий қилиб айтилса, бу шундай услубдаги кийимларки, уни катта ёшдагилар ҳам, кичик ёшдагилар ҳам кияверади.	Барча услубий ечимга эга бўлган оммабоп кийимлар.	Фақат саҳна – подиум, эстрада, цирк, театр учун мўлжалланган кийимларни англатувчи термин.
42.	**Замонавий модадаги услуб тушунчасига таъриф беринг.**	* Қандайдир вақт оралиғида умумий восита ва усуллар билан бадиий ифодаланиш.	Услуб–бу маълум йўналишдаги кийиниш услуби.	Вазифасига, мўлжалига биноан маълум даражада терилган кийимлардир.	Маълум бир даврнинг умумий ижодий куриниши.
43.	**Кийим қандай синфларга бўлинади?**	* Замонавий кийимни қуйидагича синфлаш мумкин: 1) ёш ва жинс аломатларига кўра; 2) костюм системада ишлатилишига биноан; 3)вазифасига қараб; 4) мавсум бўйича; 5) материалига қараб.	Замонавий кийимни қуйидагича синфлаш мумкин: 1) ёш ва жинс аломатларига кўра; 2) услублар бўйича 3) инсон фаолиятининг турли соҳаларида ишлатилишига, яъни вазифасига қараб; 4) мавсум бўйича; 5) материалига қараб.	Замонавий кийимни қуйидагича синфлаш мумкин: 1) ёш ва жинс аломатларига кўра; 2) костюм системада ишлатилишига биноан; 3) инсон фаолия тининг турли соҳаларида ишлатилишига қараб; 4) материалига қараб.	Замонавий кийимни қуйидагича синфлаш мумкин: 1) ёш ва жинс аломатларига кўра; 2) нархига қараб; 3) инсон фаолия тининг турли соҳаларида ишлатилишига, яъни вазифасига қараб; 4) мавсум бўйича; 5) материалига қараб. 6) услубига

					кўра; 7) тикилиши ва конструкцияни нг мураккаблик даражасига кўра.
44.	**Кийимнинг вазифалари**	* Ҳимоя қилиш, эстетик ва ахборот бериш	Информатив, ҳимоя қилиш, ижтимоий-социал, танитиш	Эстетик, гигиеник, иқтисодий, экологик	Ҳимоя қилиш, ижобий кўрсаткичларн и яхшилаш, ахборот бериш, ижтимоий ҳаётга рағбатлантири ш
45.	**Классик услубнинг асосий белгилари.**	* Элегант силуэт, босиқ ранглар уйғунлиги, меъйёрдаги безак деталлари .	Эркин кенг силуэт, рангларда-ги контрастлик, безак элементларининг кўплиги	Ёпишган силуэт, монохром ранглар уйғунлиги	Эркин силуэт, ахроматик ранглар, ёркин деталлар, контраст фактураларнин г уйғунлиги
46.	**Коллаж нима?**	* Фактураси турлича бўлган материалларни ёпиштириб композиция тузиш техникаси.	Коғоз пластикасини қўллашнинг бир тури.	Махсус ишлаб чиқилган технология бўйича бажарилган аппликация.	Махсус технология бўйича қоғоздан ясалган бош кийим номи
47.	**Компаньон-матолар...**	* ўзаро фактураси, ранги, гули ва нақши билан ўхшаш ва мос бўлади	фактураси, ранги, гули ва нақши билан ўзаро ўхшамайди ва мос тушмайди	битта умумий ишлаб чиқариш компанияси да ишлаб чиқилади.	ранги ва фактураси бўйича контраст бўлади
48.	**Комплект нима?**	* Костюм элементлари ва деталларининг ўзаро алмаштирилиши мумкин бўлган буюмлар системаси	Ишбилармон кийим	Услубий жиҳатдан ўзаро бир-бир билан уйғунлаштириш мумкин бўлган буюмлар	Спорт учун мўлжалланган кийим

49.	**Композицион марказ нима дегани?**	* Композиция ёки образ барча элементларининг бош элементга бўйсуниши.	Композициянинг марказида жойлашган элемент	Либос композиция сида маълум ғояни намоён этувчи элемент	Либос эскизида энг ёркин деталь.
50.	**Конструктив чизиқлар бу...**	* - кийим сиртини алоҳида қисмларга бўлувчи чизиқлар.	- кийим конструктив чизмасининг асосий чизиқлари	- либос шакли ёки контурининг чизиқлари	- кийимдаги турли безак деталлари шаклини акс эттирувчи чизиқлар.
51.	**Контраст ранглар ва уларнинг ранг доирасида жойлашуви**	* Ранг доирасининг диаметр бўйича қарама-қарши чоракларидаги ранглардир	Ранг доирасининг ёнма-ён чоракларидаги ранглардир	Ранг доирасидаги барча ранглар	Ранг доирасининг ватар бўйича қарама-қарши чоракларидаги ранглардир
52.	**Костюм (либос) композицияси бу–**	* - шу костюмни ташкил этувчи элементларнинг маълум ғояни, бадиий образни акс эттирувчи яхлитликка бириктириш.	- турли элементлардан костюм ёки либосни вазифасига мослаб тўплаш	- костюмни ташкил этувчи деталларнинг маълум образ ва маълум услубни акс эттиришга бўйсунганлиги	- костюмни ташкил этган ҳамма қисмларини бир-бирига боғлаш
53.	**Костюмда композицион марказни бўрттиришнинг қандай қонунлари мавжуд?**	*1.Миқдор қонуни. 2.Марказда жойлашиш қонуни. 3.Сифат қонуни. 4.Маъно омили қонуни.	1.Миқдор қонуни. 2.Марказда жойлашиш қонуни.	1.Миқдор қонуни. 2.Сифат қонуни. 3. Юқорида жойлашиш қонуни. 4. Маъно омили қонуни. 5. Ритмик такрорланишлар қонуни	1.Миқдор қонуни. 2.Катта майдон эгаллаш қонуни. 3.Сифат қонуни. 4. Маъно омили қонуни. 5. Контраст ва нюанс қонуни
54.	**Костюмда ансамбль тушунчаси...**	* тўлиқ, уйғун, турли қисмлардан ёки бўлаклардан йиғилган бир бутун маьносини билдиради	...устки кийимларнинг маълум даражада терилган мажмуасининг номи	... ранг гаммаси ва рангларнинг либос ва унинг қисмларидаги тўлиқ	...бир хил рангдаги либос кийган мусиқачилар коллективи

				уйғунлигини билдиради	
55.	**Қайси дизайнер “кичкина қора куйлак”нинг муаллифи?**	*Коко Шанель	Эльза Скиапарелли	Анре Курреж	Кристиан Диор
56.	**Қайси дизайнер панк услубининг муаллифи?**	* Вивьен Вествуд	Джон Гальяно	Жан-Поль Готье	Стинг
57.	**Қандай композиция воситалари либосда қўлланилади?**	* Тенглик, ўхшашлик ва контраст; симметрия ва асимметрия; пропорциялар, ритм, композицион марказ; ранг, фактура, тектоника каби композиция воситалари.	Ўхшашлик ва контраст; симметрия ва асимметрия; метрик ва ритмик такрорланишлар, композицион марказ; ахроматик ранглар, гулли “принт”лар, конструктив деталлар каби композиция воситалари.	Асимметрия; пропорциялар, “совуқ” ранглар гаммаси; тенглик, ўхшашлик ва контраст, матонинг фактураси, эни ва гули; турли аксессуарлар каби композиция воситалари.	Симметриянинг турли кўринишлари ва асимметрия; пропорциялар, ритм, “иссиқ” ранг гаммаси, миллий матолар; замонавий услублар; тенглик ва ўхшашлик каби композиция воситалари
58.	**Қандай ранглар монохром ранглар дейилади?**	* Бу ранг туси жиҳатидан бир хил, лекин оқлилиги ҳар хил ранглар.	Ранг доирасидаги хроматик рангларнинг барчаси	Тўйинганлик (интесивлик) даражаси бир хил бўлган ранглар	Битта рангга қизил ранг қўшилишидан ҳосил бўлган ранглар
59.	**Қишки либослар учун қандай материаллар ишлатилади?**	* Жун толали, твид, мўйна,чарм.	Пахта толали, зиғир толали, шойи, вискоза.	Замш, пахта толали, панбархат, велюр, гипюр	Крепдешин, зиғир толали, жун толали

60.	**Либосга сюрреализмни ким киритган?**	* Эльза Скьяпарелли	Жан-Поль Готье	Карл Лагерфельд	Кристиан Лакруа
61.	**Либослар коллекцияси деганда нима тушунилади?**	* Конструкцияси, шакли, материалларнинг ўхшашлиги асосида терилган ёки маълум бир бадиий образни ифода этишга хизмат қиладиган кийим моделлари термаси	Декоратив вазифани бажарувчи бирор тарихий даврдаги услубий ечимларни акс эттирувчи буюмлар термаси	Утилитар функциясининг бир хиллиги кўрсаткичи билан бирлаштирилган либослар мажмуи	Контраст ранглардан танлаб терилган маҳсулотлар гуруҳи
62.	**Либосни бадиий лойиҳалаш нима?**	*Бир неча босқичлардан ташкил топган ижодий жараён.	Кийим кўринишин ўзгартириш.	Либос тайёрлашнин индустриал услуби.	Либос эскизини рангда бажариш.
63.	**Макинтош плашч кимнинг номи билан аталган?**	*Машҳур химик номига	Француз топ-модели номига	Адабий қаҳрамон номига	Машҳур дизайнер номига
64.	**Макроуслуб тушунчаси.**	*Даврнинг маълум катта бадиий йўналиши	Оммабоп услублар йўналиши	Тарихий костюм услуби	Ижодий услуб

65.	**Мато ва материалларни бадиий безаш турлари**	* Гул (нақш)босиш, батик, аппликация, қавиш, қўлда бўяб безаш, кашта	Аппликация, безак чок, қўлда бўяб безаш, сунъий гуллар	Босма қилиш, батик, аппликация, мунчоқлар, металл элементлар, фурнитура, чарм камарлар	Батик, аппликация, қавиш, кашта, чарм аксессуарлар, рўмол ва шарфлар, боа
66.	**Матонинг ранги шаклга қандай таъсир кўрсатади.**	* Шаклни кичрайтиради, катталаштиради ёки ўзгартирмайди	Шаклни фақат кичрайтиради	Шаклни фақат катталаштиради	Шаклнинг бузилишига олиб келади.
67.	**Махсус безак материаллари га нималар киради?**	*Тўрдўзи (кружево), жияк, шнур, сутаж, шокилдалар, лента-тасмалар.	Аппликация	Жияк, канва-сеткаси, кашталар	Игна-иплар, тугмачалар, шнур, сутаж, нафис тўр

68.	**Миниюбка муаллифи ким?**	* Мэри Куант.	Кристиан Диор	Габриэль Шанель	Эльза Скьяпарелли
69.	**Мини-юбканинг муаллифи ким?**	* Мэри Куант.	Кристиан Диор	Карл Лагерфельд.	Эльза Скьяпарелли
70.	**Мода тушунчасига таъриф беринг.**	*Мода–бу инсон фаолиятининг ихтиёрий соҳасида: санъат, кийиниш, хулқ-атвор ва бошқа соҳаларида маълум шаклларнинг тинмай ўзгаришидир.	Мода–маълум соҳаларда меъёр, усулларнинг ўзгариши.	Замонавий кийимлар модани ташкил этади.	Мода – бу бозор иқтисодиётида савдо расталари, енгил саноат ишлаб чиқарувчилари томонидан тинимсиз либос моделларининг ўзгартирилиб таклиф этиб турилиши.
71.	**Модадаги авангард йўналишига таъриф беринг.**	*Янгича кўринишдаги, аввалгиларни инкор этувчи, оммабоп буюмларга қарама-қаршисини танловчи оқим.	Ҳозирги вақтда “юқори мода” маъносида ишлатилиб, энг юқори синф даражасидаги кийимларни яратиш тушунилади.	Ранглар контрасти, кесишувчи эгри чизиқлар ёрдамида ҳосил бўлувчи иллюзиялар иштирокида рангтасвир, графика асарларини ёки либослар яратиш йўналиши.	Замонавий кийимда миллий ва анъанавий либос элементларининг ишлатилиши. Бошқача қилиб айтганда миллий либос асосида замонавий кийимни услублаштириш.

72.	**Модадаги япон йўналиши намоёндалари кимлар?**	*Иссей Мияке, Ханае Мори, Йоджи Ямамото, Кензо, Реи Кавакубо.	Ханае Мори, Йоджи Ямамото, Акира Куросава	Йоджи Ямамото, Кензо, Реи Кавакубо, Тасиро Мифуне.	Ханае Мори, Йоджи Ямамото, Юбер Живанши, Кензо, Реи Кавакубо
73.	**Монобутик нима?**	* Фақат бир дизайнерга тегишли ва фақат унинг номидаги тайёр кийимлар магазини.	Тайёр кийимлар магазини	Гипермаркет	Бир неча дизайнерларга тегишли тайёр кийимлар магазини.
74.	**Мультибутик нима?**	* Бир неча дизайнерларга тегишли тайёр кийимлар магазини	Турли вазифаларга мўлжалланган кийимлар билан савдо қилувчи кичик дўкон.	Фақат бир дизайнерга тегишли ва фақат унинг номидаги тайёр кийимлар магазини.	Тайёр кийимлар магазини.
75.	**Оп - арт йўналишида қандай рассомлар ижод қилган?**	*Виктор Вазарели, Френк Стелла ва Бриджет Райли.	Малевич, Мане, Габриэль Шанель	Сальвадор Дали, Эльза Скиапарелли, Энди Уорхол	Бриджет Райли, Малевич, Эльза Скиапарелли
76.	**Оп-арт йўналиши инсоннинг қандай ҳиссиётига асосланган?**	Оп - арт инсон кўриш ҳиссиётининг тузилишига асосланган	Оп - арт инсон гўзалликни ҳис этиш ҳиссиётига асосланган	Оп - арт инсон сезиш ҳиссиётининг тузилишига асосланган	Оп - арт инсон скелети тузилиши ва унинг ўзига хослигига асосланган
77.	**Оп-арт услуби қандай услуб?**	* Оп-арт ранглар контрасти, кесишувчи эгри чизиқлар ёрдамида ҳосил бўлувчи иллюзиялар иштирокида рангтасвир, графика асарларини ёки либослар яратиш йўналиши.	XX аср 50-йиллари иккинчи ярмида АҚШ ва Буюк Британияда пайдо бўлган бадиий оқим; композициялар реал буюмларни, фоторасмларни, репродукциялар,	Замонавий кийимда миллий ва анъанавий либос элементларининг ишлатилиши. Бошқача қилиб	Янгича кўринишдаги, аввалгиларни инкор этувчи, оммабоп буюмларга қарама-қаршисини танловчи оқим

			иллюстрацияларни ўз ичига олиши мумкин.	айтганда миллий либос асосида замонавий кийимни услублаштириш.	
78.	**Ранг доираси қандай тузилишга эга?**	* Асосий ранглар; асосий рангларнинг аралашмасидан ҳосил бўлган тўлдирувчи ранглар; 4 та асосий ва 4 та асосий тўлдирувчи-ҳосила ранглар орасидаги қолган 24 хил ҳосила ранглар	Асосий ранглар; асосий рангларнинг аралашмасидан ҳосил бўлган ранглар; 4 та асосий “совуқ” ва 4 та асосий “иссиқ” ранглар орасидаги қолган 24 хил контраст ранглар	Асосий рангларнинг аралашмасидан ҳосил бўлган тўлдирувчи ранглар; 4 та асосий ва 4 та асосий тўлдирувчи ранглар орасидаги қолган 24 хил ҳосила ранглар, улар орасида оқ ва қора ранглар	Барча хроматик ва ахроматик ранглардан ва уларнинг интенсивлиги, оқишлиги бўйича турлича бўлган ҳосила рангларидан тузилган
79.	**Ранг доирасида ўхшаш (еки кариндош) рангларнинг жойлашуви**	* Ранг доирасининг битта чорагида жойлашган ва бир хил асосий ранглардан ҳосил бўлган ранглар	Ранг доирасининг иккита ёнма-ён чорагида жойлашган ранглардан ҳосил бўлган ранглар	Ранг доирасининг қарама-қарши чорагида жойлашган ва улар араламасидан ҳосил бўлган ранглар	Бу ранг туси жиҳатидан бир хил, лекин оқлилиги ҳар хил ранглар.
80.	**Ранг доирасидаги ўхшаш-контраст ранглар қандай ранглар?**	* Битта асосий ва ранг доирасининг ёнма-ён чоракларидаги хосила ранглардан ҳосил бўлган рангларди	Тўйинганлик (интесивлик) даражаси бир хил бўлган ранглар	Ранг доирасининг битта чорагида жойлашган ва бир хил асосий ранглардан ҳосил бўлган ранглар	Ранг доирасининг қарама-қарши чорагида жойлашган ва улар араламасидан ҳосил бўлган ранглар

81.	**Реглан нима?**	* Енг бичими	Ёка бичими	Бош кийим бичими	Шим бичими
82.	**Республикамизда ишлаб чиқариладиган пахта толали матоларни кўрсатинг.**	*Бўз, сатин, чит, “диагональ”	“Диагональ” крепдешин	Чит, сатин, креп-жоржет, креп-сатин	Твид, атлас, креп-сатин, чит, сатин
83.	**Республикамизда чиқариладиган ипак толали матоларни кўрсатинг.**	*Шойи, атлас, крепдешин	Беқасам, крепдешин, эксельсиор, бўз	Атлас, бекасам, крепдешин, эксельсиор, чит	Адрас, атлас
84.	**Ритм нима дегани?**	* Бу шакл элементларининг навбатма-навбат, қонуний алмашланиб туриши.	Турли шаклларнинг алмашиниб туриши	Бирор шаклда турли композициялар куриш ва уларни қонуний алмаштириш имкони	Шакл композициясига мусиқийлик бағишлаш воситаси
85.	**Романтик услубнинг асосий белгилари.**	* Тўрлар, нозик кашталар, гуллар, бурмалар, пирпираклар, кўшэтаклар, бантлар, нафис ёки мураккаб ранглар, матоларнинг ғайриоддий фактуралари	Тукли матолар, контраст ранглар уйгунлиги, геометрик расмлар, геометрик шаклларни эслатувчи силуэтлар, сунъий ва табиий чармнинг қўлланилиши	Эркин силуэт, ранглардаги контрастлик , фақат функционал деталлар, турли фурнитура билан тўлдирилганлик	Воланлар, драпировкалар, енгил ва оғир матолар, пастель ранглари, гул бостирилган расмлар, чўнтаклар, конструктив чокларнинг атайлаб бўрттириб кўрсатилиши, мавзули “принт”лар, турли эмблемалар
86.	**Россия**	* Вячеслав Зайцев,	Валерий Иванов,	Альбина	Вячеслав

	модасининг таниқли дизайнерлари.	Валентин Юдашкин, Алёна Ахмадулина, Дмитрий Симачёв, Надежда Ламанова	Михаил Кудрявцев, Вячеслав Зайцев	Кравцова, Валентин Юдашкин, Алена Ахмадулина , Артем Дробишев	Зайцев, Валентин Юдашкин, Альбина Кравцова, Ирина Крутикова
87.	**Саронг нима?**	* индонезиялик ларнинг кўлда бўяб безатилган миллий кийими (юбкаси)	Шимолий Америка ҳиндуларининг бош кийими	Эскимослар нинг оёқ кийими	Перудан келган плашч-ёпинғич ва матонинг номи
88.	**Сафари услубини замонавий модага ким киритган?**	*Ив-Сен Лоран	Озодлик учун курашаётган африкалик овчилар	Сальвадор Дали	Джунглига саёҳат учун ташриф буюрган америкаликлар
89.	**Силуэт нима?**	*Костюм шаклининг текисликдаги ифодаси.	Бир нечта конструктив камарлар.	Инсон кўйлагининг график тузилиши.	Костюм шаклининг ҳажмий ифодаси.
90.	**Силуэт чизиқлари нимани акс этади?**	* Кийим шаклининг чегарасини. Бу буюмнинг елка, кўкрак, бел, этак, ён чизиқларидир.	Кийимнинг конструктив ечимининг чизмасини	Либос силуэти ва декоратив элемент ларининг тексиликдаг и аксини	Конструктив-декоратив ечимли кийимнинг фор-эскизини
91.	**Тречкот нима?**	* Армияликлар нинг калта плашчи	Пойабзал тури	Калталашти рилганпальт о	Армияда кийиладиган комбинезон тури
92.	**Униформа нима?**	* Маълум бир ташкилот учун мўлжалланган форма	Маълум услуб ва вазифага мўлжалланган кийим формаси	Маълум бир ўкув юрти учун мўлжалланг	Максимал кулай ва функционал кундалик

				ан форма	кийим
93.	**Фор-эскиз бу нима?**	* Бу - модел бирламчи ғояси шаклининг барча қисмлари нисбати ва ритми акс этган эскизи	Бу - моделнинг техник эскизи.	Махсус “ханди” қоғозида бажарилган рангтасвир асари.	Моделлар термасининг планшетда бажарилган ижодий расми.
94.	**Франция модасининг таниқли дизайнерлари.**	* Кристиан Диор, Габриэл Шанель, Пьер Карден, Ив-Сен Лоран	Тьерри Мюглер, Джанни Версаче, Жан - Поль Готье	Коко Шанель, Баленсиага, Йоджи Ямамото	Пьер Бальмен, Ланвин
95.	**Фурнитурага нималар киради?**	*Тугмачалар, пряжка, декоратив кнопкалар, блочкалар, халнитенлар, “молния” тасмаси	Игна-ип, блочкалар, халнитенлар,.	Тугмачалар, пряжка, декоратив кнопкалар, шарф-рўмоллар, камарлар	Оёқ кийим, сумкалар, бош кийимлар
96.	**Шанель услуби деганда нима тушунилади?**	*Француз модельери Шанель таклиф этган либосларнинг оммалашуви натижасида ривожланган услуб	Романтик ва классик услублар уйғунлигидан ҳосил бўлган микро-услуб	Француз модельери Габриэль Шанель кийиб юрган либослар	Классик, спорт ва романтик усулблар уйғунлигидан келиб чиққан либослар

97.	**Шанель услуби қайси макроуслубга киради?**	*Классик услубга	Романтик услубга	Фольклор услубига	Спорт услубига
98.	**Этак чизиғининг холатига кўра кийим силуэтлари қандай бўлади?**	* 1)“мини” - тиззадан юқорида турадиган калта; 2)кийим узунлиги тиззагача; 3)“миди”-этак чизиғи болдирлар ярмигача; 4)“макси”- этак чизиғи тўпиққача етадиган бўлади	1)“мини” - тиззадан юқорида турадиган калта; 2)“макси”- этак чизиғи тўпиққача етадиган бўлади	1)“мини” - кийим узунлиги тиззагача; 2)“миди”- этак чизиғи болдирлар ярмигача; 3)“макси”- этак чизиғи тўпиққача етадиган бўлади	1)“мини” – бўкса чизиғигача; 2)“миди”- кийим узунлиги тиззагача; 3)“макси”- этак чизиғи тўпиққача етадиган; 4) “шлейф”ли бўлади
99.	**Этно услубининг асосий белгилари.**	* Бутун дунё миллий костюм элементларининг замонавий либосда акс этиши.	Харбий кийим элементлари қўлланган замонавий костюм.	Африка миллий костюм элементининг замонавий кийимда қўлланилиши	Кундалик миллий кийимлар.
100	**Этно-услуби қайси макроуслубга киради?**	* фольклор услубига	романтика услубига	авангард услубига	классик услубга

VI. МУСТАҚИЛ ТАЪЛИМ МАВЗУЛАРИ

Мустақил ишни ташкил этишнинг шакли ва мазмуни

Тингловчи мустақил ишни муайян модулни хусусиятларини ҳисобга олган холда қуйидаги шакллардан фойдаланиб тайёрлаши тавсия этилади:

- меъёрий хужжатлардан, ўқув ва илмий адабиётлардан фойдаланиш асосида модул мавзуларини ўрганиш;

- тарқатма материаллар бў йича маърузалар қисмини ўзлаштириш;

- автоматлаштирилган ў ргатувчи ва назорат қилувчи дастурлар билан ишлаш;

- махсус адабиётлар бў йича модуль бўлимлари ёки мавзулари устида ишлаш;

-тингловчининг касбий фаолияти билан боғлиқ бўлган модуль бў лимлари ва мавзуларни чуқур ўрганиш.

Мустақи таълим мавзулари

1. “Маркетинг микс” ни шакллантириш (соҳалар бўйича)
2. Маркетинг микснинг Product ва Price элементлари тахлили.

3.Promotion масаласи.Place : галерея ва аукционлар

4.Фандрейзинг командасини шакллантириш
5. Фандрейзинг самарадорлигини баҳолаш

VII. ГЛОССАРИЙ

Атаманинг ўзбек тилида номланиши	Атаманинг инглиз тилида номланиши	Атаманинг рус тилида номланиши	Атаманинг маъноси
“олтин кесим”пропорцияси	"Goldensection"	“золотое сечение”	Бир бутунни икки ҳар ҳил бўлакларга бўлганда бутун бўлакнинг катта бўлакка нисбати катта бўлакнинг кичик бўлакка нисбатига тенглиги
Арифметик пропорция	Thearithmeticproportion	Арифметическая пропорция	Модуль асосида бир ўлчамнинг такрорланиши
Асимметрия	Asymmetry	Асимметрия	Ўқнинг икки томонининг солиштирганда қандайдир фарқнинг бўлиши
Ахроматик ранглар	Achromaticcolor	Ахроматические цвета	Оқдан қорагача бўлган ранглар
Геометрик пропорция	Thegeometricproportion	Геометрическая пропорция	Бу либоснинг ташкилий бўлакларини турли ҳилдаги геометрик шаклларга ажратиб уйғунлаштириш
Графика	Graphicarts	Графика	чегарали тасвирлаш
Динамика	Dynamics	Динамика	Бу композицияда ўсиш, ўзгариш ва аниқ бир йўналтирилганликни, яъни, харакатни билдиради
Иссиқ ранглар	Warmcolors	Теплые цвета	Қизғиш ва сарғиш ранглар
Композиция	Composition	Композиция	Бир бутунга йиғиш
Метр	Meter	Метр	Такрорланиш тенг ўлчамдаги интервалда бўлса, метрик ритм дейилади.
Модуль	Module	Модуль	Лотин тилидан олинган бўлиб, “modulus” – “ўлчам” маъносини англатади.
Монохром ранглар	Monochrome colors	Монохромные цвета	Хроматик рангнинг очариши ва тўқариб бориши
Ранг психологияси	ThePsychologyofcolor	Психология цвета	Рангнинг одам психологиясига ижобий ёкий салбий таъсир кўрсатиши
Ритм	Rhythm	Ритм	Ўлчамларнинг ёки шакл элементларининг такрорланиш

			қонунияти.
Силуэт	Silhouette	Силуэт	Одам ёки бошқа нарсаларнинг кўринишини чегара чизиқларини белгилаб тасвирлаш натижаси
Симметрия	Symmetry	Симметрия	Бир бутун предметни симметрик ўқатрофида тенг икки бўлакка бўлиш демакдир
Совуқ ранглар	Coolcolors	Холодные цвета	Кўк ва яшилга яқин ранглар
Статика	Statics	Статика	Динамиканинг акси, тинчлик, композицияда харакасизлик кузатилади
Тушь	Ink	Тушь	Бўёқ
Хроматик ранглар	Chromaticcolors	Хроматические цвета	Ранг доирасидаги ранглар
Авангард йўналиши	Avanguard direction	Авангардное направление	(французча “олдинда юрувчи” маъносида) – янгича кўринишдаги, олдингиларини инкор этувчи, оммабоп буюмларга қарама-қаршисини танловчи оқим.
Ансамбль	Ensemble	Ансамбль	(фр.)– тўлиқ, текис, уйғун, турли қисмлардан ёки бўлакларданан йиғилган бир бутун маьносини билдиради.
Бичим	Cut	Крой	Кийимнинг енг уланиш чизиғи, олд ва орт бўлакларининг вертикал (бўйлама) ёки горизонтал (кўндаланг) бўлинишларининг чизиқлари каби - конструктив чизиқлар ҳосил қилган ташқи кўриниши.
Ёқа	Collar	Воротник	Елкада турувчи кийимларнинг одам гавдасининг бўйин асосида жойлашган детали
Ёқа кўтармаси	Standcollar	Стойка воротника	Ёқанинг бўйинга ёпишиб турадиган қисми
Ёқа ўмизи чизиғи	Neckline	Линия горловины	Олд ва орт бўлаклардаги ёқани улаш чизиғи
Енг	Sleeve	Рукав	Елкада турувчи кийимларнинг одам гавдасининг қўл ва баъзан елка қисмларини тўлиқ ёки

			қисман қоплаб турувчи детали.
Кийим	Clothing	Одежда	Одам танасини бутунлай ёки қисман ўраб турувчи буюмлар йиғиндиси
Коллекция	Collection	Коллекция	(лот. Йиғилиш, йиғма, терма) - услуби, конструкцияси, шакли, материалларнинг ўхшашлиги асосида терилган ёки маълум бир бадиий образни ифода этишга хизмат қиладиган кийим моделлари термаси
Композицион марказ	Thecompos itionalcente r	Композицион ный центр	Бир қисмнинг бошқа қисмлардан устунлигини таъкидлаб берадиган ҳусусиятларини бўрттириб кўрсатиш натижасида юзага чиқади.
Конструктив чизиқлар	Designline	Конструктивн ые линии	Кийим сиртини алоҳида қисмларга бўлувчи чизиқлар. Кийим сирти қуйидаги асосий деталларга бўлинади: олд ва орт бўлаклар; енг; ёқа; юбка олд бўлаги; юбка орт бўлаги; шим олд бўлаги ва шим орт бўлаги.
Контраст	Contrast	Контраст	Бу кескин қарама-қаршилик; бунда костюмдаги шакллар, шакл чизиқларинг пластикаси, ранглар, материал фактуралари, накш чизиқларининг йўналишлари, ҳажмлар ва хатто бир кийимдаги услубий ечими ўзаро қарама-қаршиликка қўйилади.
Костюм	Costume	Костюм	Вазифасига, мўлжалигабиноанмаълумдаражад атерилганкийимлардир
Костюм композицияси	Costumeco mposition	Композиция костюма	Шу костюмни ташкил этувчи элементларнинг маълум ғояни, бадиий образни акс эттирувчи яхлитликка бириктириш.
Мода	Fashion	Мода	(франц. Меъёр, усул маъносида) – бу инсон фаолиятининг ихтиёрий соҳасида: санъат, кийиниш, хулқ-атвор ва бошқа соҳаларида маълум шаклларнинг тинмай

			ўзгаришидир.
Муляж усули	Crappyway to	Муляжный способ	Бу қадалмалар бажариш усули. Манекенда ёки одам гавдасида кесилмаган яхлит мато бўлагидан (ёки макет матосидан) моделнинг бўлажак шакли ва ҳажми пайдо қилинади. Ана шундай қадалмаларнинг ёйилмалари муляж дейилади.
Пропорциялар	Proportions	Пропорции	Бу кийим алоҳида қисмларидаги мос ўлчамларнинг бир-бирига, ҳамда одам гавдасидаги мос ўлчамларга бўлган нисбатидир
Ритм	Rhythm	Ритм	Шакл элементларининг навбатма-навбат , қонуний алмашланиб туриши
Силуэт чизиқлари	Silhouetteline	Силуэтные линии	Кийим шаклини чегараловчи чизиқлар.бу буюмнинг елка, кўкрак, бел, этак, ён чизиқларидир. Силуэт чизиқлари кийимнинг силуэтини ҳосил қилади
Тенглик	Equality	Равенство	Бу костюмда бир элементнинг турли кўринишларда такрорланишидир.
Техник моделлаш усули	Technical modeling method	Способ технического моделирования	Модель конструкциясининг чизмаси конструкция ўзагининг (асосининг) чизмаси ёрдамида ҳосил қилиш. Бунда эскизга биноан, асос чизмага модель конструктив – декоратив чизиқлари, безак деталларининг чизиқлари туширилади
Услуб	Style	Стиль	Қандайдир вақт оралиғида умумий восита ва усуллар билан бадиий ифодаланишга айтилади.
Ўхшашлик (нюанс)	Identity (nuance)	Тождество (нюанс)	Шакл элементларининг бир-бирига яқинлашуви, ёки ўзига хос контраст муносабатларидан тенглик (айният) муносабатлари оралиғидаги муносабатдир

VIII. АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ

I. Ўзбекистон Республикаси Президентининг асарлари

1. Ш.М.Мирзиёев “Танқидий таҳлил, қатъий тартиб-интизом ва шахсий жавобгарлик ҳар бир раҳбар фаолиятининг кундалик қоидаси бўлиши керак” Тошкент: «Ўзбекистон», 2017.

II. Норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар

1. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2006 йил 16-февралдаги “Педагог кадрларни қайта тайёрлаш ва уларни малакасини ошириш тизимини янада такомиллаштириш тўғрисида”ги 25-сонли Қарори.
2. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2012 йил 26 сентябрдаги “Олий таълим муассасалари педагог кадрларини қайта тайёрлаш ва уларнинг малакасини ошириш тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 278-сонли Қарори.
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2015 йил 12 июндаги “Олий таълим муасасаларининг раҳбар ва педагог кадрларини қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида” ги 4732-сон Фармони.
4. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2015 йил 20 августдаги “Олий таълим муассасалари раҳбар ва педагог кадрларини қайта тайёрлаш ва малакасини оширишни ташкил этиш чора тадбирлари тўғрисида”ги 242-сонли Қарори.
5. “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича ҳаракатлар стратегияси тўғрисида” Ўзбекистон Республикаси Президентининг фармони *(Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2017 й., 6-сон, 70-модда, 20-сон, 354-модда)*

Ш. Махсус адабиётлар

1. “An introduction to Silk Painting”. Caroline Earl, “D&S Books Ltd”, 2002.
2. “Fashion Design. Drawing Course”. Caroline Tatham, Julian Seaman, “Barron’s Educational Series”, 2003
3. “Field guide: How to be a fashion Designer”.Marcarena San Martin. Copyright ©, 2009, by Mao-Mao publications.First published in 2009 in the United States of America by Rockport Publishers, a member of Quayside Publishing Group.
4. Bethan Morris. Fashion Illustrator. Laurence King Publishing, 2006 y.
5. Collage and Texture in Painting: Step-by-Step guide. 2014 й.
6. Elisabetta ‘Kuky’ Drudi, TizianPaci. Figure Drawing for Fashion Design. Amsterdam, The Pepun Press, 2011 y., - 18 p

7. Fashion Design (Portfolio (Laurence King)): Sue Jenkyn Jones: 272 pages; Publisher: Laurence King Publishing; 3 edition (24 Mar. 2011).
8. Fernando Burgo.“Il Figurino Di Moda”. ISTITUTO di MODA BURGO, 2005.
9. John Hopkins. Basics Fashion Design or Fashion Drawing. AVA Publishing, SA, 2010 y., - 18p.
10. Marcarena San Martin. Field guide: How to be a fashion Designer. - USA by Rockport Publishers, Quayside Publishing Group, 2009.
11. Sandra Burke. Fashion Artist-Drawing Techniques to Portfolio Presentation. Burke Publishing, 2nd Edition, 2006 y., -
12. The Fabric Decorating Project Book: 100 Inspirational Ideas for Printing, Stencilling, Painting and Dyeing Fabric Items of All Kinds Paperback – 1 May 2009
13. А.В. Шилкина. Объемно-пространственная композиция. Практический курс: Методические указания для студентов. – Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2012 г.
14. А.Н. Лаврентьев. “История дизайна”, Москва, “Гардарики”, 2007 г.
15. Бердник Т.О., Неклюдова Т.П. “Дизайн костюма”, учеб.пособие. Ростов-на-Дону. Феникс, 2000 г.-265 с.
16. В.Овчинников. «Сакура новдаси». М., «Молодая гвардия», 1971 й.
17. Г.М.Гусейнов, В.В.Ермилова, Д.Ю.Ермилова, Н.Б.Ляхова, Е.М. Финашина.“Композиция костюма”, учеб. пособие. – М. Издательский центр «Академия», 2003г. – 432 с.
18. Д.Рахматуллаева, У.Ходжаева, Ф.Атаханова. “Либос тарихи”, дарслик, Тошкент: “Сано-стандарт” нашриёти, 2015 й.-336 б.
19. Ермилова В.В., Ермилова Д.Ю. “Моделирование и художественное оформление одежды”, учеб.пособие. – М: Мастерство; Издательский центр «Академия»; Высшая школа, 2001г. – 184 с.
20. К.Кантор. Правда о дизайне. – М.: АНИР, 1996.
21. К.Тетхем, Дж. Симен. “Дизайн в моде. Моделирование одежды”. Москва, “Риппол классик”, 2005 г.
22. Л.П. Крисин. Чет тилидан кириб келган сўзларнинг изоҳли луғати. М., Эксмо, 2016 йил, - 580 б.
23. Н.С.Макавеева. «Основы художественного проектирования костюма. (практикум)». Москва, Издательский центр «Академия». – 2008г.
24. Пармон Ф.М. “Композиция костюма”, учеб. – М.: Легпробытиздат, 1997г. – 318 с.
25. Петушкова Г.И. “Проектирование костюма”, учеб. – М.: Издательский центр «Академия», 2004г. – 416 с.
26. Р. Мирзааҳмедов. “Читгарлик сирлари”, Тошкент, Ислом Каримов номидаги Республика ҳайрия жамоат фонди, “Санъат” журнали наштиёти, 2017 й., - 5 бет.
27. Розальба Пепи. “Объёмная вышивка. Техника трапунто”. Арт родник, 2005 г.

28. Рунге В.Ф., Сеньковский В.В. “Основы теории и методологии дизайна”, – М.: МЗ – Пресс, 2001 г.-240 с.
29. С.Булатов. Ўзбек халқ амалий безак санъати. Тошкент, “Меҳнат”, 1991 й., - 312-б.
30. Современная энциклопедия “Мода и Стиль”. Москва,“Аванта+”, 2002 г., 283-бет
31. Сью Джонс. Fashion-дизайн. - Санкт Петербург, “Питер”, 2012 й.
32. Т.В. Козлова, Р.Степучев и др. «Основы теории проектирования костюма» Лекцияларнингконспектлари. М., Москва тўқимачиликсаноати институти. 1982 й.
33. Т.В. Козлова. «Основы теории проектирования костюма».М., «Легпромбытиздат». 1988 г.
34. Т.О.Бердник “Основы художественного проектирования одежды и эскизной графики”, учеб. – М. Ростов «Феникс», 2001 г.-250 с.
35. Э.М.Андросова. Основы художественного проектирования костюма. – Челябинск: Медиа-принт, 2004 г.

Интернет сайтлари:

36. http://devianart.com/ gremo
37. http://issuu.com/westminsterfashion/docs/westminster_gina_atkinson
38. http://kafedramody.ru/kursy-master-klassy-seminary/dizajn-kostjuma
39. http://pikby.com/account/quangkitaro198/686165830634872965/
40. http://www.trashtocouture.com/
41. https://diyfashionsense.wordpress.com/
42. https://www.arts.ac.uk/colleges/central-saint-martins
43. https://www.pinterest.com/璐闫
44. www.fashionaryhand
45. www.academy of art university
46. www.fashion.org.cn/sspx/zxds/hbj/201203/t20120326_915378_2.html
47. www.paganoonoo
48. www.pinterest.com
49. www.studyblue.com/notes/note/n/picasso-exam-2/deck/13066450
50. www.usaaa.ru/faculties/fd/dizain-odezhdy/1-kurs
51. www.википедия-эркин энциклопедия