

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ
САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС
ИНСТИТУТИ

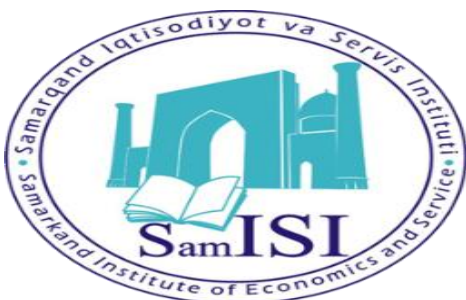
«Хизматлар кўрсатиш, сервис ва уни ташкил этиш» кафедраси

СамИСИ ўқув услубий

кенгашида муҳокама этилган

ЎУК раиси _____ Қ.Мирзаев

Баённома №__ __ __ 2017 йил



“ДИЗАЙН ВА РЕКЛАМА”

фанидан

МАВЗУЛАР БЎЙИЧА МАТЕРИАЛЛАР

САМАРҚАНД 2017

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ

ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ

САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ



“ДИЗАЙН ВА РЕКЛАМА”

фанидан

МАВЗУЛАР БЎЙИЧА МАТЕРИАЛЛАР

САМАРҚАНД 2017

Қаҳҳоров Ж.А. “Дизайни ва реклама” фанидан ўқув услубий мажмуа
СамИСИ, 2016 йил 189 бет.

Tuzuvchilar:

Қаҳҳоров Ж.А. "Хизматлар кўрсатиш, сервис ва уни ташкил этиш"
кафедрасининг ассистенти

Такризчилар:

Тугизов С. - Самарканд давлат архитектура-қурилиш институти

"Дизайн" кафедрасининг мудири, дотсент

Худойбердиев А. - Самарканд иқтисодиёт ва сервис институти

"Хизматлар кўрсатиш, сервис ва уни ташкил этиш"

кафедраси дотсенти

Мажмуа олий мактаб ва қўшимча таълим тизимидаги таълим муассасалари ўқитувчилари учун мўлжалланган. Ўқув-услубий мажмуа, Ўзбекистон Республикаси Бош Вазирининг 2016 йил 2 февралдаги 07\0-73-сон топшириғи, “Фан, таълим, соғлиқни сақлаш ва спортни ривожлантириш бўйича устувор вазифаларни амалга ошириши чоратadbирлари дастури” ҳамда вазирликнинг 2016 йил 11 февралдаги 66-сонли, 1 мартдаги 89-сонли ва 2016 йи 6 апрелдаги 137-сонили буйруқларига мувофиқ халқаро тажрибалар асосида ишлаб чиқилган.

Ўқув-услубий мажмуа Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти Илмий кенгашида муҳокама этилган ва ўқув жараёнига тадбиқ этиш ҳамда нашр учун тавсия этилган. Баённома №__ , 2016 йил “__”

**1.Мавзу: Дизайн ва реклама фанининг мутахассислар
тайёрлашдаги ўрни ва бошқа фанлар билан боғлиқлиги**

Асосий саволлар:

1. Ўқув фанининг мақсади ва вазифалари
2. Ўқув фанининг предмети
3. Ўқув фанининг бошқа фанлар билан алоқаси.

Дарснинг мақсади – талабаларни ушбу фаннинг ўқув режасидаги бошқа фанларга нисбатан ўрни, фаннинг асосий мақсади ва вазифалари ҳамда предмети билан таништириш

Таянч иборалар: дизайн, реклама, объект, лойиҳа.

Ушбу фаннинг мақсади талабаларда туристларни яшаш ва овқатланиш объектларини дизайнерлик безаш, ўз дизайнерлик ишланмаларини ярата олиш қobiliятини уйғотиш, туристик корхоналар рекламаси ҳақида тушунча ва амалий кўникмалар ҳосил қилишга йуналтирилган.

Курснинг ўқитиш вазифалари: меҳмонхона ва ресторанлар дизайни ва рекламасини лойиҳалаштириш ва ишланмаларини самарали қўллашни ўрганиш.

Ушбу курс бўйича талабалар туристик сервисда дизайн ва рекламанинг роли, лойиҳалаштириш ва дизайнга техник ёндашиш, ресторан атрибутлари, товуш ва ёритгичлар билан жиҳозлаш, дизайннинг қўшимча элементлари, туристик объектлар рекламаси, реклама турлари ҳақида тасаввурга эга бўлишлари зарур.

“Дизайн ва реклама” фанини ўқитишда, талабалар томонидан тўлиқ ўзлаштирилишни таъминлаш мақсадида мавзуларда кўрилаётган масалаларнинг моҳиятидан келиб чиққан ҳолда, илғор педагогик технологияларнинг “Т-схема”, такдимот, дискуссия усул ва

технологиялари шунингдек “Кичик гуруҳчалар”, “Бумеранг” усулларидан фойдаланилади. Ҳар бир мавзуда компютердан, слайдлардан фойдаланиш, эшитиш (аудио) воситалари, кўриш (видео) воситалари, кўриш-эшитиш (аудиовидео) воситалари, мултимедиа воситалари ҳамда интернет саҳифаларидан фойдаланилади. Шунингдек объектларга чиқиш дарслари уюштирилади.

Банд материалларини ўзлаштириш учун назорат саволлари:

1. Фаннинг мақсади нималардан иборат?
2. Фаннинг вазифалари нималардан иборат?

Ўқув фанининг предмети

Таянч иборалар: шакл ифодаланиши, композиция, интерьер, экстерьер.

“Дизайн ва реклама” ўқув фанини ўзлаштириш жараёнида амалга ошириладиган масалалар доирасида бакалавр:

- дизайн тушунчаси ва услублари, шакллар ифодаланиши ва композиция тушунчаси, интерьер ва экстерьер, дизайнер ва бадий конструкциялаш, ранг ва чироқлар (ёритгичлар) билан бинони безаш, хизмат кўрсатиш ва сервис соҳалари бўйича; дизайн ва рекламанинг сервис соҳаси корхоналари учун аҳамияти тўғрисида; реклама турлари, шакллари бўйича; реклама агентликлари тўғрисида маълумотларни *билиши керак*;

“Дизайн ва реклама” ўқув фанини ўзлаштириш жараёнида амалга ошириладиган масалалар доирасида бакалавр:

- дизайн тушунчаси ва услублари, шакллар ифодаланиши ва композиция тушунчаси, интерьер ва экстерьер, дизайнер ва бадий конструкциялаш, ранг ва чироқлар (ёритгичлар) билан бинони безаш, хизмат кўрсатиш ва сервис соҳалари бўйича; дизайн ва рекламанинг сервис соҳаси корхоналари учун аҳамияти тўғрисида; реклама

турлари, шакллари бўйича; реклама агентликлари тўғрисида маълумотларни *билиши керак*;

Ўқув фанининг бошқа фанлар билан алоқаси

Таянч иборалар: умумкасбий, ихтисослик фанлари, туризм индустрияси.

Дастурни амалга ошириш ўқув режасида режалаштирилган умумкасбий (маркетинг, менежмент, кичик бизнесни бошқариш, хорижий инвестициялар) ва ихтисослик фанлари (меҳмондорчилик индустрияси, экскурсияшунослик, халқаро туризм) фанларидан йетарли билим ва кўникмаларга эга бўлишни талаб қилиб, “Туризм индустрияси”, “Меҳмонхона ва ресторанлар хўжалиги маркетинги”, “Туризм ва Ўзбекистон миллий мероси” каби фанлар билан узвий боғланган.

Банд материалларини ўзлаштириш учун назорат саволлари:

1. Ўқув фанининг бошқа фанлар билан алоқадорлиги?
2. Фан бўйича талабалар билиши керак бўлган маълумотлар?
3. Фан бўйича ҳосил бўладиган кўникмалар?

3. Мавзу: Дизайн, дизайнер ва бадий конструкциялаш

Асосий саволлар:

1. Дизайн ҳақида тушунча
2. Дизайннинг мақсади
3. Дизайнер ва бадий конструкциялаш

Дарсининг мақсади – Дизайннинг моҳиятини очиб беришда қўлланиладиган асосий тушунчалар мазмуни тўғрисида талабаларга маълумотлар бериш.

Таянч иборалар: дизайн, дизайнер, рассом-конструктор, бадий конструкциялаш, эскиз, макет.

Дизайн (лойиҳа-фикр) – бу замонавий саноат ишлаб чиқаришида ижодий фаолиятнинг янги тури (қўриниши) ёки асосий мақсади уйғунлашган жисмлар муҳитини яратиш. Шунингдек, инсоннинг моддий ва маънавий, эстетик талабларини қондиришга қаратилган ижодий фаолият турларидан бири.

Дизайннинг техник шаклга бўлган асосий муаммоси – бу фойда, қулайлик ва жозоба. Шунинг учун дизайн ҳаётимизни қулай, қўринишини эса жозибador ва чиройли бўлишига сабабчи бўлади.

Дизайннинг мақсади – инсон ҳақида ғамхўрлик, унинг эҳтиёжларини, шу жумладан эстетик эҳтиёжларини қондиришдан иборат. Дизайн маҳсулотнинг истеъмолчилик хусусиятларини (сифатларини) ошириш устида ишлаши лозим.

Дизайнни яратишда миллий маданият, иқлим, қурилиш материалларининг уйғунлиги бўлиши лозим. Бундан ташқари, буюм маданияти фақатгина шаклдан иборат эмас, балки мақсадга мувофиқ бўлмоғи, яъни шакл ва мазмуннинг бирлигидан иборат бўлиши лозим. Масалан, жамоат овқатланиш корхонаси биноси ёки меҳмонхонанинг

чиройли шакли муҳим, бироқ уларда ишлаб чиқариш ёки дам олиш ва яшаш учун шарт-шароитларни яратиш бундан ҳам муҳимроқдир. Шу боис дизайн нафақат яхши, чиройли буюмларни яратади, балки предметлар оламини тартиблаштиради, бизларни кераксиз, ортиқча буюм ва деталлардан холос этади. Шундай қилиб, дизайннинг вазифаси нафақат яхши ва қулай буюмлар шаклини яратиш, балки ижтимоий талабларни кондирришдан иборатдир.

Дизайнер ёки рассом-конструктор – бу ишлаб чиқаришдаги мутахассис бўлиб, у бараварига функционал ва эстетик талабларга мос келадиган саноат буюмининг шаклини лойиҳалаштиради ва конструкция қилади.

Унинг муҳандис конструкторидан фарқли томони шундаки, у таклиф этилган техник конструкция (масалан, станок, фотоаппарат, музлатгич)ни билимлари (маълумотлари) асосида жозобага эга буюмнинг ташқи шаклини ишлаб чиқади.

Дизайнер ёрдамида муҳандислик-конструкторлик ғоя (фикр) рассомнинг эстетик ҳаёли ва ижодкорлик фантазияси билан бойитилади. Демакки, фойда ва жозоба бирлашиб, яқдилликни ҳосил қилади.

Техник ва рассомчилик элементларининг органик яқдиллиги дизайнернинг ижодий услубида ўз ифодасини топади ва бу *рассомчилик конструкциялаш* деб аталади.

Дизайнер эскиз, макет, чизгилардан фойдаланади, буюмнинг ранги, ритми ва композицияси (тузилиши) ҳақида ўйлайди, бир сўз билан айтганда, келгусидаги буюмнинг ижодий (рассомчилик) лойиҳасини яратади.

Дизайнердан қуйидагилар талаб қилинади:

- биринчидан, шакл конструкцияси, жозоба ва ифодаланишнинг ишончли бўлишини таъминловчи предметли ҳал этишни;
- иккинчидан, алоҳида предмет, детал ва элементларни боғлаш учун зарур бўлган комплексли ҳал этишни ;

- учинчидан, муҳитнинг барча компонентлари синтезини берувчи яхлит тарзлилиқни ҳал этишни.

Банд материалларини ўзлаштириш учун назорат саволлари:

1. Дизайн нима?
2. Дизайннинг мақсади?
3. Дизайнер ёки рассом-конструктор деганда нимани тушунасиз ?
4. Рассомчилик конструкциялаш деб нимага айтилади?
5. Дизайнердан нималар талаб қилинади?

3. Мавзу: Пропорсия, симметрия, ритм ва композиция

Асосий саволлар:

- 1.Пропорсия ва Модул пропорсия
- 2.Симметрия Композициянинг ассиметрик
3. Метр ва ритм.

Таянч иборалар: пропорсия, модул, модул пропорсия, симметрия, ассиметрик усул, метрик қатор, ритм, ритмик қатор, метроритмик бирлик, композиция, ансамбл.

Пропорсия. Пропорсия архитектурада ишлатиладиган асосий композицион воситалардан бири бўлиб, у бинонинг ҳамма қисмларини кўриш уйғунлиги нисбатига келтиради. Архитектура асослари қисмлар ўлчамларини маълум нисбатда бир-бирига ва бутунликка боғлиқлиги ҳамда ягона бирликка олиб келадиган восита.

Архитектурада амалий жиҳатдан маълум аҳамиятга эга бўлган пропорционал системаларнинг асосийларига қуйидагиларни мисол қилиб олиш мумкин: *пропорсиянинг модул системаси, олтин кесим* ва бошқалар.

Модул пропорсия системасида бино ёки иншоотнинг ҳамма ўлчамлари маълум бир қисқа ўлчам асосида қабул қилинади, бу қисқа асосий ўлчам *модул* деб аталади. Ҳозирги замон архитектура – лойиҳалаш амалиётида ягона модул системаси (М) қабул қилинган ва у 100 мм га тенг қилиб олинган.

Симметрия ва ассиметрия. Симметрия деб, юза ёки ҳажмнинг геометрик марказидан ўтадиган, бир хил элементларнинг ўққа ёки юзага нисбатан жойлашувига айтилади.

Композициянинг *ассиметрик усулида* унинг алоҳида элементлари шундай жойлаштириладики, симметрия ўқи умуман ёки қисман йуқолади.

Бунда ўлчами ва шакли бўйича ҳар хил бўлган қисмлар шундай жойлаштириладики, натижада композициянинг яхлитлиги сақланиб қолинади.

Метр ва ритм. Архитектурада метр ва ритм элементларнинг қонуний равишда такрорланиши сифатида намоён бўлади. элементларнинг такрорланиши икки кўринишда намоён бўлади: *метрик* ва *ритмик*. *Метрик қаторда*, бир хил ўлчамдаги элементлар бир хил масофада такрорланади. *Ритмик қаторда* эса, элементларнинг ўичамлари, шакллари ва орасидаги масофалар ўзгариб туради. Метр ва ритм архитектурада кўпинча биргаликда иштирок этиши мумкин, бунга *метроритмик бирлик* дейилади.

Композиция. *Композиция* латинча «композицио» сўздан олинган бўлиб, *тузиш*, *боғланиш*, *уланиш* маъноларини англатади. *Композиция* деб, мазмуни ва вазифаси томонидан қабул қилинишини аниқлаб берувчи бадий асарнинг қурилишига айтилади. Ёки бошқача қилиб айтганда композиция – бадий асарнинг структуравий тузилиши, қисмларининг муносиб уйғунлиги, маънавийлиги, образлилиги каби сифатларининг йечими. *Архитектуравий композиция* деб, ташқи ва ички элементлари аниқ қонун-қоидаларга асосан жойлашган ва бир-бирига боғлиқ бўлган, уйғун маъқулланган бинонинг бир бутунлигига айтилади. Ташқи муҳит билан боғланган ва бир неча биноларнинг маълум қонун-қоидаларга асосан жойлашиши *мураккаб композицияни* – ансамблни ташкил этади.

Шундай қилиб *композиция* деганда, кенг маънода архитектура асарининг бадий структураси, шаклининг бадий кўриниш системаси тушунилади. Композиция принципларини билмай туриб, архитектура асари ғояларини очиб бериб бўлмайди.

Архитектуранинг вазифаларини акс эттирувчи формула – *қулай, мустаҳкам, арзон* ва *чиройли* қуриш архитектуравий композициянинг асосларини аниқлаб берган. Бу асос шакл ва мазмуннинг бирлигидир. *Архитектуравий композициянинг мақсади* шу бирликка эришиш, вазифаси

эса қарама-қаршиликларни мурсага келтиришдир. Композиция мақсадларини ва вазифаларини рўёбга чиқариш учун меъмор композиция қонуниятларини билмаса, иқтидор ва интуиция ёрдам беролмайди.

Композиция назариясида ўрганиладиган қонуниятлар *композициянинг категориялари* ва *элементлари* деб аталади. Бу категорияларга *ҳажм-самовий структура, теконика, уйғунлик воситалари - симметрия ва ассиметрия, ритм, пропорсия, масштабийлик, контраст, нюанс* ва бошқалар киради.

Бўшлиқни чегаралаб турадиган материал қобик бинонинг ҳажмини ташкил этади, ички бўшлиқ билан бирга эса ҳажм-самовий структурани, яъни композицияни ташкил этади. Композиция фақатгина функцияга боғлиқ бўлиб қолмай бинонинг жойлашган ўрнига, яъни шаҳар қурилиш шароитига, атроф-муҳитга, ландшафтга, иқлимга, миллий анъаналар ва бошқа кўпгина факторларга ҳам боғлиқдир. Назарий жиҳатдан ҳажм-самовий композициянинг уч хил тури мавжуд: *фронтал композиция, ҳажмий композиция, чуқур-самовий композиция*.

Банд материалларини ўзлаштириш учун назорат саволлари:

1. Пропорсия нима?
2. Модул пропорсия деганда нимани тушунаси?
3. Симметрия нима?
4. Композициянинг ассиметрик усули нима?
5. Метрик ва ритмик қатор нима?
6. Метроритмик бирлик деганда нимани тушунаси?
7. Композиция нима?
8. Архитектуравий композиция деганда нимани тушунаси?

4.Мавзу: Шакл ифодаланиши, гармонИЯ

Асосий саволлар:

1. Шакл ифодаланиши ва Архитектурада чирой ва мақсадга мувофиқлик тушунчаси
2. Гўзаллик ва мақсадга мувофиқликнинг узвий боғлиқлиги
3. Гармония ва Гегелнинг фикри

Таянч иборалар: шакл ифодалиниши, гармония, функционал вазифа, амалий вазифа, архитектура.

Шакл ифодаланиши деганда, предметларни тасвирлашдан таассурот қолдирувчи шакл тушунилади. Бу айниқса меъморчилик, декоратив-амалий санаътида, шунингдек турмуш ва дам олиш учун мўлжалланган буюмларни ишлаб чиқаришда жуда муҳимдир.

Функционал ва *амалий вазифасига мослиги, қулайлиги* биноларга қўйиладиган *биринчи* ва *асосий талабдир*. Инсоннинг ҳаёти ва фаолияти учун қулай атроф-муҳитни – масканни яратиш, аввало архитектуравий режаси ва ҳажм-самовий структурасини қанчалик тўғри ва мақсадга мувофиқ танлаб олинганига боғлиқдир.

Бинонинг шакли унинг функционал қонун-қоидаларига асосан аниқланади, аммо бу шакл гўзаллик қоидаларига асосан қурилиши шарт. *Архитектурада чирой ва мақсадга мувофиқлик* ҳамма вақт бир-бирига боғлиқ ҳолда яратилади. Гўзаллик ва мақсадга мувофиқликнинг узвий боғлиқлиги ҳақида Гегел: “Классик архитектурасининг улуғ гўзаллиги шундаки, у тўсинни кўтариб туриш учун керак бўлган миқдорда колонналарни қўяди ва архитектурада фақатгина безак сифатида ўрнатилган колонналар ҳақиқий гўзалликка эга эмас”, – деган эди.

Гармония деганда, якдиллик (бутунлик), барча қисмларнинг мослиги, мутаносиблиги, предмет ички кўриниши ва мазмунининг мос келиши тушунилади. У ритм, симметрия ва пропорсия каби эстетик хусусиятлар билан боғлиқдир.

Банд материалларини ўзлаштириш учун назорат саволлари:

1. Шакл ифодаланиши деганда нима тушунилади?
2. Архитектурада чирой ва мақсадга мувофиқлик тушунчаси?
3. Ўзгаллик ва мақсадга мувофиқликнинг узвий боғлиқлиги ҳақида Гегелнинг фикри?
4. Гармония нима?

5.Мавзу: Фирма стили тўғрисида тушунча

Асосий саволлар:

- 1.Фирма стили тўғрисида тушунча
- 2.Фирма стили нималарни амалга оширишган имкониятлар
- 3.Сервис соҳаси корхоналарида дизайнерлар ва реклама мутахассисларининг вазифалари

Дарснинг мақсади – талабаларни фирма стили, уни ташкил этувчи элементлар ва тарихий меъморчилик стиллари билан таништириш

Таянч иборалар: фирма стили, фирма биноси, “Туризм, Меҳмондўстлик ва сервис: Луғат – Маълумотнома”, дизайнер, реклама, акцидентлик элементлари, визитка, декорация.

“Туризм, Меҳмондўстлик ва сервис: Луғат – Маълумотнома”да берилган тавсифга кўра *фирма* ёки биронта *корхона стили* ёки *услуги* деганда товар ва хизматлар ташқи кўриниши ва моҳиятининг ҳамда фирмадан чиқадиган барча маълумотларнинг фирма биноси ташқи ва ички томонлари безатилишининг бирлигини таъминлайдиган сўзлар (гаплар) ёки ёзувлар, ранглар, чизмалар, расмлар ва дизайнерлик доимий элементлар мажмуи тушунилади.

Фирма стили корхона товари ёки хизмати хоссаларини ва унинг фаолиятини истеъмолчилар (сотиб олувчилар) ва ҳамкорлар томонидан сезиб қабул қила олиш ва уларни эсда сақлаб қолиш даражасини оширишга имкон беради. Бундан ташқари фирма стилининг доимий элементлари ушбу корхона ишлаб чиқарадиган маҳсулотининг ёки кўрсатадиган хизматининг бошқа рақиблар маҳсулотлари ёки хизматларидан ажралиб туришини таъминлайди, чунки ушбу фирма стилини ташкил қиладиган ҳар бир дизайнерлик элементи бошқа

корхоналарнинг худди шундай дизайнерлик элементларидан ўзининг дизайни билан ажралиб туради. Бошқача қилиб айтганда корхоналар стилини ташкил қиладиган доимий элементлар ўзларининг дизайни бўйича бир-бирларини такрорламасликлари керак. Фирма ёки корхона стили дизайни товар ва хизматларни сотувчи ёки ишлаб чиқарувчи корхоналарининг савдо маркаларини сеза олишда ва эсда сақлаб қолишда катта аҳамиятга эга. Шу боисдан ҳам фирма стилини яратиш унда иштирок этадига дизайнерлар малакасига боғлиқ бўлади. Фирма стилини яратиш бўйича дизайнерлик ишлари психологлар ва реклама бўйича мутахассислар билан ҳамкорликда олиб борилиши шарт.

Сервис соҳаси корхоналарида дизайнерлар ва реклама мутахассислари нафақат товар белгиларини, биноларнинг жойлаштирилишини, фирмага хос ранг, блок, шрифт, реклама формати, ҳужжатларни, ўраш материалларини ва акцидентлик элементлари (визиткалар, бланкалар, конвертлар, ручкалар ва ш.ў.)ни ишлаб чиқиб қолмасдан, хоналар, идиш-товоқлар, махсус иш кийимлари ва корхонанинг стилини ташкил қилувчи бошқа элементларининг декорациясини ишлаб чиқишади.

Банд материалларини ўзлаштириш учун назорат саволлари:

1. Фирма стилига “Туризм, Меҳмондўстлик ва сервис: Луғат – Маълумотнома”да берилган таъриф?
2. Фирма стили нималарни амалга оширишга имкон беради?
3. Сервис соҳаси корхоналарида дизайнерлар ва реклама мутахассисларининг вазифалари нималардан иборат?

6.Мавзу: Фирма стилини ташкил қилувчи элементлар

Асосий саволлар:

1. Фирма стилини ташкил қилувчи элементлар
2. Савдо маркаси, товар тимсоли тушунчаси
3. Бренд, брендингга таъриф

Таянч иборалар: корхона, фирма, компания, савдо маркаси, фирманинг қисқартирилган номи, товар тимсоли, товар белгиси, логотип, брендинг, слогон, фирма блоки, интерьер, экстерьер, ранг, проспект, ходимлар махсус иш кийимлари, фирма стили.

Фирма стилини ташкил қилувчи элементларга корхона (фирма, компания)нинг номи, савдо маркаси, фирманинг қисқартирилган номи, товар тимсоли, товар белгиси (логотип), брендинг, слогонлар, фирма блоки, бинолар интерьер ва экстерьер, уларнинг ранги, фирма проспеклари, ходимлар махсус иш кийимлари, фирма стилларини ўзида ифодаловчи бошқа дизайн элементлари киради.

Корхона (фирма ёки компания) номи унинг ўзига хос стилини ташкил қилувчи элементларнинг энг асосийларидан бири ҳисобланади. Шунинг учун ҳам фирма (корхона ёки компания) номи шундай танланиши (аниқланиши) керакки, биринчидан, унинг номидан корхона фаолиятининг соҳаси билиниб турадиган, иккинчидан, унинг номи имижи учун хизмат қиладиган, учинчидан, барча учун тушунарли ҳамда эсда қоладиган бўлиши керак.

Савдо маркаси. Бозорда бошқа рақиблардан ажралиб турадиган маълум бир товарнинг, ишлаб чиқарувчининг ёки дистрибютернинг

номидир. Савдо маркаси юридик шахсларга хос товарларни бошқа юридик ва жисмоний шахслар товарлар турларидан ажратишга ёрдам беради. Савдо маркасини белгилашнинг тўртта типи мавжуд: *фирма номи, фирма белгиси, товар тимсоли ва товар белгиси*.

Товар тимсоли деганда, истеъмолчилар онгида реклама ва бошқа манбаларда берилган маълумотлар таъсирида реал мавжуд ёки келажакда ишлаб чиқариладиган товар ҳақида ҳосил бўлган аниқ бир тасаввур ёки тасвир тушунилади.

Товар тимсоли уларни сотиб олувчиларда реклама қилинаётган товар ёки хизмат билан боғлиқ маълум бир ассоциация ва тасаввурларни ҳосил қилиш учун хизмат қилади.

Товар белгиси фирма стилининг асосий элементларидан бири бўлиб, белгиланган тартибда рўйхатдан ўтказилган график, харф шаклларидаги ва товушли белгидир. Товар белгиси ўзининг маҳсулотини идентификация қилиш учун ишлатилади, яъни битта фирма товари ёки хизматларини бошқа фирмалар товарлари ва хизматларидан ажратишда ишлатилади. Шунинг учун ҳам товар белгиси оригинал, маъноли ва таъсирчан ҳамда тезликда таниладиган бўлиши керак.

Товар белгиси “Қизил крест”, “Ярим қизил ой”, “Қизил арслон”, “Қизил юлдуз” ва географик номлар билан белгиланиши мумкин эмас, чунки улар бутун жамиятга қарашли ва шахсий мулк бўлиши мумкин эмас.

Бренд. Фирма маркасини ифодалаш учун ишлатилладиган фирма номига *бренд* дейилади. Бренд ёки фирма номи жуда ҳам осон эсда қоладиган ва талаффуз қилинадиган сўзлар ёки ҳарфлар гуруҳларидан иборат бўлади. Бренд – товарни ишлаб чиқарувчи ёки сотувчининг махсус рўйхатдан ўтказилган савдо маркаси ҳисобланади. Бу қандайдир ном, символ (белги), дизайн ёки унинг комбинацияси бўлиб, ушбу фирма товар ва хизматларини бошқа фирма товар ва хизматларидан ажратишда фойдаланилади.

Бренд товар ва хизмат турларини ўз ичига олиб, унда уларнинг бошқа товар ва хизматларга нисбатан афзаллик томонларининг тавсифи берилади.

Брендинг – истеъмолчилар бозорида қандайдир савдо маркасининг танилиши даражасини ошириш мақсадида олиб бориладиган реклама.

Логотип. Фирма маркасини ифодалашда ишлатиладиган фирма белгисига *логотип* дейилади. Логотип – бу қандайдир символ, расм (сурат) ёки бошқалардан ажралиб турадиган ранг ёки белги. Фирманинг (ёки ушбу фирма товарлар гуруҳининг) тўлиқ ёки қисқача номининг оригинал тасвири бўлиб, махсус рўйхатдан ўтказилади ва махсус мақсадларда ишлатилади. Логотип товар белгисининг классик тури ва фирма стилининг асосий ҳамда доимий элементларидан бири бўлиб, фирманинг шифрланган ёзувидир.

Логотип қандайдир фирма ёки муассаса номининг қисқартирилган бош ҳарфлари бўлиши мумкин.

Слогон – маҳсулот ёки хизмат сифатини ёки турфирма фаолиятини ўзида ифодалайдиган қисқача лозунг ёки шиор.

Банд материалларини ўзлаштириш учун назорат саволлари:

1. Фирма стилини ташкил қилувчи элементларни санаб ўтинг?
2. Корхона, фирма ёки компания номи деганда нимани тушунаси?
3. Савдо маркаси, товар тимсоли деганда нимани тушунаси?
4. Бренд, брендингга таъриф беринг?
5. Логотип, слогон нима?

7.Мавзу:Тарихий меъморчилик стиллари

Асосий саволлар:

- 1.Тарихий меъморчилик стиллари
2. Меъмор қандай утахассис ва архитектура тушунча
- 3.Роман ва готика услубига оид архитектура
- 4.Ўзбекистон миллий архитектураси

Таянч иборалар: меъморчилик, тарихий меъморчилик, стилл, меъмор, архитектура, эллинизм, готика, роман, услуб, уйғониш даври, классисизм услуби, Марказий Осиё, функционалистлар, электика, модерн.

Меъморчилик халқ архитектурасида бино ва иншоотларнинг қурилиш санъатини ифодаловчи атамадир. Меъморчилик бино ва иншоотлар қуришнинг ўзига хос техникасини, санъатини, халқ тарихини, унинг ижтимоий-сиёсий қудратини, диний ва дунёвий қарашларини, маданий-маиший ҳаётини маълум шаклда мужассам этади.

Меъмор – бинокор, уста, бино ва иншоотларнинг лойиҳасини яратувчи ва уларнинг қурилишини назорат қилиб боровчи бош мутахассисдир.

Архитектура (лот. *меъморчилик*) *санъати* инсон ижодий фаолиятининг қурилиш билан боғлиқ бўлган алоҳида туридир, у меъморчилик санъати тарихи, қонуниятлари, назарияси, биноларнинг тури ва услуби, композицияси каби қатор масалаларни ўрганувчи фандир. У

жамиятнинг ижтимоий-маиший ва ғоявий-бадий эҳтиёжларига хизмат қилади. Турли-туман бинолар, уларни лойиҳалаш ва қуриш, иншоотлар, шаҳар ва қишлоқлар кенг маънода архитектура номи билан юритилади.

Архитектура кишилиқ жамияти тараққиётининг илк босқичларидаёқ пайдо бўлган. Ибтидоий одам табиат кучларидан ўзини муҳофаза қилиш учун ҳаётий зарурат туфайли оддий мағора ва чайлалар ясаган. Иншоотнинг кўркига ҳам эътибор бериб, гўзаллик қонунлари асосида ижод эта бошлаган.

Архитектура қулдорлиқ жамияти даврида тез тараққий топган. Жамиятнинг синфий талабларига муносиб уй-жой ва жамоат бинолари яратилган. Қадимий Шарқда пирамида, зиккурат каби улкан диний иншоотлар комплекси, мураккаб режали саройлар ва бошқа иншоотлар барпо этилган. Фаннинг баъзи назарий ва амалий масалалари ишлаб чиқилган. Қадимги Юнонистонда мактаб, стадион, театр, ибодатхона, амфитеатр каби турлари пайдо бўлган.

Еллингизм даврига келиб ордер системаси архитектуранинг конструктив ва бадий асосига айланган. Қадимги Римда бетон ишлатилиши даври равоқ ва гумбазлар архитектурасининг ривожланишига олиб келган. Форум, Зафар дарвозаси каби ҳарбий қудрат ғояларини намоиш этувчи янги иншоотлар пайдо бўлган. Бинолар беағига эътибор ортган.

Ўрта асрлар архитектурасида *роман* (X-XIII асрлар) *услуги*, кейинроқ *готика* (XIII-XV асрлар) *услуги* алоҳида ўрин тутган. Готика архитектура услубига хос бўлган чўзиқ равоқлардан иборат конструкцияли бинолар ичида монументал ибодатхоналар диққатга сазовор бўлган.

Уйғониш даври – Ренессанс (XV аср охири - XVI аср бошлари) *услуги* негизини қадимги классик архитектура принципларининг янги давр талаблари асосида ривожлантиришни ташкил этган. Бу даврда кенг қўламдаги ва мураккаб кўринишдаги иншоотлар яратилган. XVI аср

ўрталарида услуб ўзгарган. Бинолар ҳаддан ташқари безакдор (барокко услуби) қурилган.

ХВИИ-ХИХ асрларда бу сараҳашам йечимдан воз кечишга интилиш бошланган. Классик ва Ренессанс архитектурасининг усул ва принципларини янги замонга татбиқ этиш натижасида *классицизм услуби* пайдо бўлган.

Марказий Осиё архитектураси ҳам ўзига хос уйғониш даврини босиб ўтган. Архитектура услубида нақш ва рангга алоҳида эътибор берилган, биноларни янги турлари ва композициялари ижод қилинган. Будда дини тарқалган йерларда Будда ҳайкаллари билан безатилган ибодатхоналар бунёд этилган. *Рус архитектурасида* йетук иншоотлар, уларнинг комплекслари ва ансамллари қурилган.

Капиталистик жамиятнинг пайдо бўлиши ва ривожланиши ХИХ асрнинг иккинчи ярми ва ХХ асрнинг бошларида янги типдаги иншоотларни бунёд этишга олиб келган. Фабрика, завод, электрстансия, вокзал, аэровокзал, гараж, элеватор, биржа, фирма сингари бино ва иншоотлар қурила бошланган. Темирбетон, металл конструкциялари ва бошқа қурилиш материаллари (ойна, пластмасса ва ҳоказо) архитектура услубида тубдан ўзгариш яратган. Янги техника ва услублар яратилган. Булар ҳаммаси кўп қаватли бинолар ва иншоотлар барпо этиш имкониятини яратган. Намунавий йечим ва стандартлар ишга туша бошлаган. Янги материал, техника, янги тамойил ва талаблар янги архитектурани яратган. Натижада фанда турли оқимлар пайдо бўла бошлаган.

Функционалистлар бинонинг гўзаллиги унинг шакли ва функциясининг узвийлиги, конструкциянинг нафис ва материалларнинг табиий бўлишига боғлиқ деб таъкидласалар, бошқа бир гуруҳ архитекторлар янги архитектурада безатувчиликка умуман ўрин йўқ деб айтганлар. Қурилиш техникасининг ютуқлари ва имкониятларига асосланиб, фақат шакл билан қизиқиб, архитектуранинг ғоявий-бадий

сифатларини инкор этиш натижасида *конструктивизм* оқими пайдо бўлган. *электрика* ва *модернга* қарши чиқиб, иншоотларнинг содда, эҳтиёжни қондирадиган, тежамли бўлишини талаб қилганлар. Бу оқим намояндалари замонавий қурилиш материалларининг (темирбетон, ойна) бадиийлигини кўрсатишга уринганлар, безаклардан воз кечганлар, деворларда деразаларнинг беҳад кенг бўлишига аҳамият берганлар.

Кейинги давр архитектураси ҳар бир халқнинг миллий анъаналари, турмуш шароити, маданияти, табиий шароити ва мавжуд қурилиш материалларига қараб бино ва иншоотларнинг ўзига хос шакл ва турларини яратган. Архтектурада турар-жой, маданий оқартув бинолари, театр, музей, мактаб, стадион, муҳофаа иншоотлари, савдо расталари, саноат ва транспорт иншоотлари, диний бинолар ва қўплаб бошқа иншоотлар, кўча, майдон, боғ каби саҳнлар орқали ўзаро боғланиб, маҳалла, гузар, даҳа, туман, шаҳар каби комплексларни ташкил этган.

Архитектура иншоотлари жамиятнинг моддий эҳтиёжларидан ташқари, ўша давр ижтимоий ҳаётидаги асосий ғояларни ҳам ифода этган. Масалан, улуғ бобомиз Амир Темур улкан архитектура бинолари ва иншоотлари орқали ҳам (масалан, Шаҳрисабздаги Оқсарой) ўз қудратини намойиш этган.

Амалиётда архитектор мавжуд имкониятлар асосида бино барпо қилади. Бинонинг ўрни ва мавқеига қараб унинг бадиий образини яратади. Бунинг учун у фаннинг ютуқларини чуқур ўрганган бўлиши, маҳаллий ва табиий шароитлар, халқнинг миллий ва бадиий анъаналари, дид ва талабларини ҳисобга ола билиши керак. Айни вақтда Ўзбекистон миллий архитектураси жаҳон архитектураси ютуқларидан фойдаланган ҳолда, замонавий қиёфага кириб ривожланмоқда, юксакликка интилмоқда.

Банд материалларини ўзлаштириш учун назорат саволлари:

1. Меъморчилик қандай атама?
2. Меъмор қандай мутахассис?

3. Архитектура қайси сўздан олинган ва унинг маъноси қандай?
4. Еллинизм давридаги ўзгаришлар?
5. Роман ва готика услубига оид архитектура?
6. Уйғониш даври архитектураси?
7. Классисизм услубига оид архитектура?
8. Марказий Осиё архитектураси?
9. Функционалистларнинг архитектурага оид фикрлари?
10. Ўзбекистон миллий архитектураси?

8.Мавзу: Туристларни жойлаштириш воситаларининг категориялари

Асосий саволлар:

1. Жойлаштириш воситаларига тегишли асосий тушунчалар
2. Жойлаштириш воситаларининг категориялари
3. Бошқа коллектив ва индивидуал жойлаштириш воситалари

Дарснинг мақсади – талабаларни туристларни жойлаштириш воситалари билан боғлиқ тушунча ва категориялар билан таништириш

Таянч иборалар: жойлаштириш воситаси, турист, экскурсант, койка–жой, номер, истеъмолчи, бажарувчи.

Жойлаштириш воситаларига тегишли асосий тушунчалар қуйидагилардан иборат:

- *жойлаштириш воситалари;*
- *турист ва экскурсант;*
- *номер, койка – жой;*
- *хизмат истеъмолчиси ва бажарувчиси.*

Ўзларининг доимо яшайдиган жойларидан бошқа жойларга вақтинча борадиган ёки келадиган фуқаролар ва фуқаролиги бўлмаган шахслар борган (келган) жойларида аксариятларининг тунаб қолиши лозим бўлади. Вақтинча борган (келган) шахсларга тунаш учун жой берадиган ҳар қандай объектга *жойлаштириш воситаси* дейилади.

Яшайдиган жойларидан бошқа жойларга соғлигини тузатиш, қизиқишини қондириш, касбий иши юзасидан, спорт, диний ва бошқа мақсадларда вақтинча чиқадиган (келадиган) фуқаролар ва фуқаролиги бўлмаган шахсларнинг ҳаммасини ҳам турист дейиш керакми деган саволга жавоб бериш учун қуйидаги шартлар ҳисобга олиниши шарт:

- биринчидан, турист ҳисобланиши учун бир жойдан иккинчи жойга вақтинча бориш (келиш), пул ишлаш ёки яшаш жойини алмаштириш мақсадида бўлмаслиги шарт;

- иккинчидан, борган жойида вақтинча туриш муддати Жаҳон туристик ташкилотининг тавсифига кўра бир йилдан ошмаслиги керак. Ушбу муддатни ҳар бир мамлакатнинг ўзи мустақил белгилайди. Масалан, борган жойида вақтинча бўлиш муддати Россия Федерацияси қонунқоидаларига кўра 6 ойдан ошмаслиги керак. Бу муддат Ўзбекистон Республикасида ҳам 12 ойгача белгиланган;
- учунчидан, вақтинча келган (борган) фуқаролар ёки фуқаролиги бўлмаган шахсни турист дейиш учун у келган (борган) жойларидаги жойлаштириш воситаларининг бирида ҳеч бўлмаганда бир кеча тунаши шарт.

Вақтинча келган (борган) жойлаштириш воситаларида энг камида бир кеча тунайдиган шахсларга *туристлар*, тунамайдиганларга эса *экскурсантлар* дейилади. Шу сабабли ҳам саёҳат кемаларида, ухлаш учун махсус жиҳозланган темир йул вагонларида ва автобусларда келиб-кетадиган шахслар ҳам *саёҳатчи экскурсантлар* дейилиши мумкин, чунки улар келган (борган) жойларидаги жойлаштириш воситаларида эмас, келган (борган) транспорт воситаларида тунашади.

Келган (борган) туристлар жойлаштириш воситаларида номерлар ёки койка-жойлар билан таъминланади. *Номер* деганда бир ёки бир нечта жойдан иборат бўлган ва шу категорияли меҳмонхона ва отелларга қўйиладиган талабларга жавоб берадиган хонага айтилади. *Койка-жой* деганда эса бир киши фойдаланиши учун мўлжалланган кроват қўйилган майдонча тушунилади.

Жойлаштириш воситаси ёки унинг таркибидаги корхоналар хизматидан фойдаланиш мақсадида буюртма берадиган турист, экскурсант ёки аҳоли *истеъмолчи*, яъни *хизмат истеъмолчиси* дейилади. Истеъмолчи буюртмасига кўра хизматни бажарадиган ёки хизмат кўрсатадиган туристик фирма, жойлаштириш воситаси ёки унинг таркибига кирадиган корхона *бажарувчи* дейилади.

Туристларни жойлаштириш воситаларининг турлари жуда ҳам кўп. Бугунги кунгача жойлаштириш воситаларини бир хил шаклга солиш бўйича уринишлар натижа бергани йуқ. Шу сабабли ҳам халқаро тажрибада Жаҳон туристик ташкилотининг экспертлари томонидан ишлаб чиқилган жойлаштириш воситаларининг *стандарт классификацияси* қўлланилади. Ушбу классификацияга кўра жойлаштириш воситалари гуруҳларга эмас, категорияларга бўлинади (1-жадвал):

**Жойлаштириш воситаларининг Жаҳон туристик ташкилоти
томонидан ишлаб чиқилган классификацияси**

1-жадвал.

Категорияси	Тури	Хили
1. Коллектив жойлаштириш воситалари	1.1. Меҳмонхоналар ва уларга ўхшаган жойлаштириш воситалари	1.1.1. Меҳмонхоналар (шу жумладан квартира типигаги); 1.1.2. Отеллар ва мотеллар; 1.1.3. Вақтинча яшаш клублари; 1.1.4. Пансионатлар; 1.1.5. Мебеллар билан жиҳозланган хоналар; 1.1.6. Туристлар ётоқхоналари.
	1.2. Ихтисослашган жойлаштириш воситалари	1.2.1. Санаторийлар; 1.2.2. Профилакторийлар; 1.2.3. Меҳнат ва дам олиш лагерлари; 1.2.4. Туристлар базалари, спорт базалари, дам олиш базалари; 1.2.5. Конгресс-марказлар; 1.2.6. Жамоа транспорт воситалари (пойездлар, яхталар, сайёҳат кемалари); 1.2.7. Йер усти ва сув транспорти

		(жойлаштириш учун махсус жиҳозланган).
	1.3. Бошқа коллектив жойлаштириш воситалари	1.3.1. Дам олиш уйи; 1.3.2. Туристлар бошпаналари, вақтинча тўхташ жойлари; 1.3.3. Кемпинглар ва бошқалар.
2. Индивидуал жойлаштириш воситалари	2.1. Индивидуал жойлаштириш воситалари	2.1.1. Одамларнинг шахсий турар жойлари; 2.1.2. Ижарага олинадиган бинолар ва хоналар; 2.1.3. Ижарага олинадиган турар жойлар; 2.1.4. Қариндош ва танишларнинг бепул бериладиган уй-жойлари.

Жадвалдаги маълумотлардан кўриниб турибдики, туристларни жойлаштириш воситалари *икки категорияга* бўлинади:

- коллектив жойлаштириш воситалари;
- индивидуал жойлаштириш воситалари.

Коллектив жойлаштириш воситалари деганда мунтазам равишда ёки баъзан туристларга тунаш учун хоналарда жой берадиган ҳар қандай объект тушунилади. Коллектив жойлаштириш воситаларида номерлар сони белгиланган минимумдан кам бўлмаслиги шарт. Номерларнинг минимум сонини ҳар бир мамлакат мустақил равишда белгилайди. Масалан, Россия федерациясида минимум номерлар сони 10, Италияда–7, Ўзбекистон Республикасида эса 10 деб қабул қилинган. Коллектив жойлаштириш воситаларидаги номерлар сони ягона раҳбариятга бўйсиниши лозим.

Коллектив жойлаштириш воситалари кўрсатадиган хизматлари ва мавжуд жиҳозлари бўйича қуйидаги турларга бўлинади:

- меҳмонхоналар ва уларга ўхшаган жойлаштириш воситалари;

- ихтисослашган жойлаштириш воситалари;
- бошқа коллектив жойлаштириш воситалари.

Меҳмонхоналар ва уларга ўхшаган жойлаштириш воситаларига меҳмонхоналар (шу жумладан, мебеллар билан жиҳозланган квартира типдаги меҳмонхоналар), отеллар ва мотеллар, вақтинча яшаш клублари, пансионатлар, мебеллар билан жиҳозланган хоналар, туристлар ётоқхоналари киради.

Коллектив жойлаштириш воситаларининг *“Ихтисослашган жойлаштириш воситалари”* турларини санаторийлар, профилакторийлар, меҳнат ва дам олиш оромгоҳлари, туристик базалар, конгресс-марказлар, жойлаштириш воситалари сифатида махсус жиҳозланган жамоа транспорт воситалари (пойездлар, яхталар, саёҳат кемалари), йер усти ва сув транспорти ташкил қилади.

Бошқа коллектив жойлаштириш воситалари ва индивидуал жойлаштириш воситалари

Коллектив жойлаштириш воситаларининг *“Бошқа коллектив жойлаштириш воситалари”* тури дам олиш уйлари, туристлар бошпаналари, вақтинча тўхташ жойлари, кемпинглар, бунгалолар, ғилдирак устига ўрнатилган уйларни, кичик кўрфазлар учун кемаларни, ёшлар ётоқхоналарини ва бошқа жойлаштириш воситаларини ўз ичига олади.

Индивидуал жойлаштириш воситалари иш юзасидан ёки ҳаётий қизиқишлари бўйича шу мамлакатда махсус рухсатдан ўтказилган юридик ва жисмоний шахслар (резидентлар) томонидан фуқароларининг шахсий жойлари, квартиралари, виллалари, коттеджлари, шаҳар ташқарисидаги ҳовли – жойлари, алоҳидаги уйлари ҳамда жисмоний шахслардан ёки агентликлардан ижарага олинадиган бинолар, худди шунингдек қариндошлари ҳамда танишлари томонидан бепул бериладиган хоналар,

квартиралар, уйлар, каттеджлар, шаҳар ташқарисидаги ҳовли – жойлар киради.

Банд материалларини ўзлаштириш учун назорат саволлари:

1. Бошқа коллектив жойлаштириш воситалари нималарни ўз ичига олади?
2. Резидентлар жойлашган индивидуал жойлаштириш воситалари деганда нимани тушунаси?
3. Ижарага олинган агентликларнинг ва одамларнинг жойлаштириш воситаларига нималар киради?
4. Халқаро тажрибада жойлаштириш воситалари неча категорияга бўлинади.
5. Коллектив жойлаштириш воситалари қайси турларга бўлинади?
6. Меҳмонхоналар ва уларга ўхшаган жойлаштириш воситалари турига қандай жойлаштириш воситалари киради?
7. Ихтисослашган жойлаштириш воситалари туркумини қайси жойлаштириш воситалари ташкил қилади.

9.Мавзу: Овқатланиш корхоналари турлари ва категориялари

Асосий саволлар:

1. Овқатланиш корхоналари турлари
2. Овқатланиш корхоналарининг категориялари
3. Корхоналар тавсифи

Дарснинг мақсади – талабаларни дизайн объектлари бўйича овқатланиш корхоналарининг категориялари ва турлари билан таништириш

1. Овқатланиш корхоналари турлари

Таянч иборалар: ресторан, кафе, ошхона; чойхона, тамаддихона, салон, фолклор, ихтисослаштирилган, манзарали, интерьерли ресторан, ихтисослаштирилган корхона, кафетерий, кафе–шантан, арткафе, чойхона ва чайная.

Сайёҳларни жойлаштириш воситалари турларга ва категорияларга бўлиниб қаралганидек, аҳоли ва сайёҳлар овқатланиш корхоналари (воситалари) ҳам тур ва категорияларга бўлинади.

Ишлаб чиқарадиган маҳсулотининг ассортименти, хизматлар турлари ва уларнинг сифати бўйича овқатланиш корхоналари қуйидаги турларга бўлинади:

- ресторан;
- бар;
- кафе;
- ошхона;
- чойхона;
- тамаддихона.

Халқаро тажрибада овқатланиш корхоналари безатилиши, дизайни, жойланиши ҳамда ишлаб чиқариш маҳсулотлари ва истеъмолчилари турига қараб хилларга бўлинади. Ўзларининг ниҳоятда нафис интерьери ва дизайни, овқатланиш столларининг таом истеъмол қилишда

ишлатиладиган идишлар билан ўта бой безатилиши ҳамда тансиқ таомларни тайёрлаши билан бошқаларидан ажралиб турадиган ресторанларга *салон ресторани*, ишлаб чиқариш фаолияти қайсидир халқнинг миллий таомларига, турмуш маданиятига асосланган ҳолда уларнинг корхона дизайнида, персонал кийимида ва муסיқавий безатишларда ўз аксини топган ресторанларга *фолклор ёки миллий таомлар ресторани* дейилади. Ишлаб чиқариш фаолияти тайёрланадиган таомлар ва ичимликлар турларига асосланган ресторанларни *ихтисослаштирилган ресторанлар* деб аташ қабул қилинган. Табиатнинг манзарали жойларида жойлашган ресторанларга *манзарали ресторанлар* дейилади. Ўзига хос ғалати безатилган ресторанларни *интерьерли ресторанлар* деб аташ қабул қилинган.

Санъаткорларнинг чиқиш қилишлари режалаштирилган ресторанлар *концертли*, муסיқанинг маълум бир шаклига ёки тури бўйича ихтисослашган концертли ресторанлар турларини *мусиқали ресторанлар* деб аташ қабул қилинган. Концертли ва муסיқавий ресторанлар иши асосан кечки дам олиш вақтларида режалаштирилади.

Юқорида кўрсатилган ресторанларнинг ҳар бири иқтисодий жиҳатдан катта имкониятларга эга бўлган ўзининг хизмат истеъмолчисига эга. Фақат оддий ресторанларга аҳолининг барча қатлами кириш имкониятига эга.

Халқаро тажрибада барлар ҳам *оддийларга* ва *СНЕК–барларга* (ингл. “Снаск” – осон тайёрланадиган газзак + “бар” - прилавок) тез ва осон тайёрланадиган газзакларни ҳам тайёрлаб берадиган бар деган маънони билдиради. СНЕК–бар кафе-барнинг бир шакли ҳисобланиб, улар асосан юқори разрядли меҳмонхоналар таркибида ташкил қилинади.

Кафелар ҳам ишлаб чиқарадиган овқатланиш маҳсулотларининг турига ва хизмат истеъмолчиларининг категориясига қараб ихтисослашади. Масалан, сут маҳсулотлари кафеси, ҳамирли қандолат маҳсулотлари кафеси ёки болалар кафеси, ўсмирлар кафеси ва ш.ў. Баъзи бир кафелар барча маҳсулот турларидан тез ва осон тайёрланадиган

овқатланиш маҳсулотларини ҳамда кафе ва какаога ўхшаган иссиқ ичимликларни ишлаб чиқаради, уларнинг истеъмол қилинишини ва сотилишини ташкил қилади. Бундай кафелар уларнинг хизматидан ҳамма фойдалана оладиган *умумий типдаги* кафелар деб аталади.

Халқаро тажрибада кафеларнинг қуйидаги хиллари мавжуд:

- умумий типдаги кафелар;
- ихтисослашган кафелар;
- кафетерийлар;
- кафе-шантанлар;
- кафе-барлар ва бошқалар.

Кафетерий (исп. “сафетерия”) – бу кафенинг бир хили бўлиб, уларда одатда истеъмолчилар ўз-ўзига хизмат қилишади.

Кафе-шантан (фр. “сафё чантант” – ашула айтиладиган) кафе ёки рестораннинг бир хили бўлиб, уларда ҳар хил жанрларда ашулалар айтилади ва рақсга тушилади.

Баъзи бир кафеларда маданият соҳаси арбобларининг, масалан ёзувчилар, рассомлар ва бошқалар учрашувлари ташкил қилинади. Бундай кафелар *арткафе* номи билан юритилади.

Кафе-бар деганда бир вақтнинг ўзида кафе ва бар вазифаларини бажарадиган овқатланиб, дам олиш воситаси тушунилади.

Шартли равишда ошхоналарни ҳам *ихтисослашган* ва *ихтисослашмаганларга* бўлиш мумкин. Ошхоналар ҳам худди кафелардек ишлаб чиқарадиган озиқ-овқат маҳсулотлари турларига ва уларни истеъмол қилувчилар категорияларига қараб ихтисослашади, масалан, сут маҳсулотларидан ёки балиқлардан овқатланиш маҳсулотларини ишлаб чиқарадиган ошхоналар; талабалар ёки ишчи-хизматчилар ошхоналари. Ошхоналарнинг аксарияти озиқ-овқат хом-ашёлари ва маҳсулотларининг барча турларидан овқатланиш маҳсулотларини ишлаб чиқаради ва аҳолининг барча “қатлам”лари учун хизмат кўрсатади. Бундай ошхоналар ҳамма фойдалана оладиган *ошхоналар* дейилади. Уларда аралашма

таомлар тайёрланади ва уларнинг хизматидан фойдаланадиган истеъмолчилар ҳам ҳар хил тоифага мансуб бўлади. Бундан ташқари тайёрланадиган таомлари бўйича ихтисослашган кафеларда кўрсатиладиган хизматлардан ҳам аҳолининг барча “қатлам”лари фойдаланишлари мумкин.

Чойхона ҳозирги Марказий Осиё республикаларида жуда ҳам кўп тарқалган. Улар асосан чой ва шунга ўхшаган иссиқ ҳамда совитилган ичимликлар билан хизмат кўрсатишади. Россия Федерациясида чойхона “чайная” номи билан юритилади. Марказий Осиё чойхоналарида кейин чой ичишни талаб қиладиган паловга ўхшаган иккинчи иссиқ таомлар ҳам тайёрланади.

Овқатланиш корхоналарининг кўрсатилган турларидан ташқари, айниқса Россия Федерациясининг ҳудудида тамаддихона (закусочная) ҳам кенг тарқалган. Уларда истеъмолчиларга кенг ассортиментда тайёрланадиган газаклар билан хизмат кўрсатилади.

2. Овқатланиш корхоналарининг категориялари

Овқатланиш воситаларининг (ресторан, кафе, бар ва ш.ў.) ташқи кўринишини (екстерйер) ва ички томонларини (интерйер) бадий безатиш, корхона ҳовлиси ландшафт дизайни, хизмат истеъмолчилари ва ходимлар учун комфорт шароитларни (ҳаво тозалиги, опитмал ҳарорати, меъёрида ёритилиш даражаси), хом-ашё ва озиқ-овқат маҳсулотларини сифатли сақлаш, улардан сифатли таомлар тайёрлаш учун ишлатиладиган жиҳозларни ҳарид қилишга хизмат турларини ва сифатини ҳамда истеъмолчиларга бошқа қулайликларни яратишни ва овқатланиш маҳсулотларининг, хизматлар сифатини янада оширишни таъминлашга кетган маблағлар корхона маҳсулотини сотиш нархида ўз аксини топади. Унинг учун корхона ҳаражатларини қоплашга, бизнес-режада кўрсатилган даражада фойда олишни ҳамда хизмат сифатини янада ошириб боришни таъминлашга имкон берадиган миқдорларда маҳсулотни ишлаб чиқариш таннархи устига нарх қўйилади. Устама нарх миқдори (фоиз ҳисобида)

юқори давлат идораси томонидан белгиланади ва улардан фойдаланиш назорат қилиниб борилади.

Корхонанинг безатилиши, хизмат истеъмолчилари учун қулай ва комфорт шароитларининг яратилганлик даражасига қараб овқатланиш воситалари разрядларга бўлинади. Ҳар бир овқатланиш воситаси (ресторан, кафе, бар ва бошқалар) ўзининг разрядига қараб маҳсулотини ва хизматларини сотиш учун белгиланган устама нарх меъёрларидан фойдаланади.

Маҳсулот (ёки хизмат) таннархи устига қўйиши керак бўлган устама нарх меъёрларига қараб овқатланиш воситалари бешта категорияга бўлинади: люкс, олий, биринчи, иккинчи ва учинчи. *Ресторанларга* – люкс, олий, биринчи ва иккинчи, *умумий типдаги кафеларга* – олий, биринчи ва иккинчи; *барларга* – люкс, олий, биринчи ва иккинчи; *ошхоналарга* – иккинчи ва учинчи; *умумий типдаги тамаддихоналарга* – иккинчи; *ихтисослаштирилган тамаддихоналарга* – биринчи ва иккинчи; *мустақил ишлайдиган буфетларга* – биринчи, иккинчи ва учинчи категориялар берилади.

Люкс категорияли овқатланиш воситалари гуруҳига биноси ва хоналари ўта нафис даражада безатилган, истеъмолчилар ва хизмат кўрсатувчи ходимлар учун максимум қулайликлар ва комфорт шароитлари мавжуд *ресторанлар* ва *барлар* киради. Кўрсатилганлардан ташқари улар замон талабларига жавоб берадиган махсус буюртмалар асосида тайёрланган муҳандислик жиҳозлари, мебел ва таомлар истеъмол қилиш идишлари ва ёритиш аппаратуралари билан таъминланган бўлиши шарт.

Овқатланиш воситаларининг *олий категориясини* фаолияти мураккаб тайёрланадиган таомлар ассортиментига асосланган, юқори сифатли маҳсулоти, хизматлари ҳамда корхона биносининг ва хоналарининг юқори даражада безатилганлиги ва замонавий техник таъминоти билан бошқалардан ажралиб турадиган *ресторанлар*, *барлар* ва *кафелар* ташкил қилади.

Биринчи категорияли овқатланиш воситалари гуруҳига люкс ва олий категорияларга киритилмаган ресторанлар, шу жумладан темир йул, автомобиллар вокзаллари, аэропортлар қошидаги ресторанлар, денгиз ва дарё кемалари ресторанлари, кафелар, купе-буфетлар, меҳмонхоналар ресторанлари ва кафелари, шашликхоналар, мантихоналар, чуберекхоналар, вино ва пиво барлари, оммавий томоша кўрсатувчи муассасалар (театр, кино ва ш.ў.) ва спорт иншоотлари қошидаги буфетлар ташкил қилади.

Овқатланиш воситаларининг *иккинчи категориясига* бундан олдин кўрсатилган категорияларга кирмайдиган ва аҳолининг барча “қатламлари” кириши мумкин бўлган ошхоналар ва парҳез таомлар ошхоналари, тамаддихоналар, чучварахоналар, сут маҳсулотларидан овқатланиш маҳсулотларини ишлаб чиқариб сотадиган кафелар, кундузги ошхоналар негизида ташкил қилинадиган кечкурунги ресторанлар ва кафелар, автомобил, темир йул вокзаллари, перронлар ва аэропортлар қошидаги буфетлар киради.

Учинчи категорияли овқатланиш воситаларини биринчи ва иккинчи категорияларга киритилмаган ошхоналар, ишлаб чиқариш корхоналари, ўқув муассасалари қошида жойлашган овқатланиш бўйича хизмат қиладиган овқатланиш воситалари (ошхоналар ва буфетлар) ташкил қилади.

3. Корхоналар тавсифи

Ресторан — кенг ассортиментли овқатланиш маҳсулотларини (газаклар, таомлар, ҳамирли кондитер маҳсулотлари) тайёрланиб, алкогольли ичимликларни, мева, минерал сувларини, мева шарбатларини, музқаймоқ ва коктейлларни кенг ассортиментда истеъмолчиларга тавсия қиладиган овқатланиш воситаси ҳисобланади. Аксарият ҳолларда газаклар ва таомлар истеъмолчилар буюртмаларига кўра тайёрланиб берилади. Ресторанларда истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш уларнинг дам олиши билан бирга амалга оширилади.

Ресторанларга хос хоссалардан яна бири шундан иборатки, уларда тайёрланадиган таомлар, газаклар, кўрсатиладиган хизматлар ва истеъмолчиларга тавсия қилинадиган алкогольли ва алкогольсиз ичимликлари юқори сифатли бўлишлари, столлар эса ўта чиройли безатилиши шарт. Шу сабабли ҳам ресторан, бар ва кафеларда катта тажрибага эга бўлган ва юқори малакали махсус билимга эга бўлган ходимлар (ошпазлар, официантлар ва барменлар) истеъмолчиларга хизмат қилади. Бундан ташқари официантлар ва барменлар психология талабларига кўра махсус танланган ва касбий этикет қоидаларини яхши биладиган ва уларга қатъий риоя қиладиган малакали шахслардан танланади.

Хорижий мамлакатлардан келган сайёҳларга хизмат кўрсатадиган ресторанларда официантлар ўзининг хизмати бўйича фикрини билдира олиш ва гаплаша олиш даражада дунёда кенг тарқалган чет тиллардан бирини билишлари лозим.

Ресторанлар асосан истеъмолчиларни эрталабки нонушта ва тушлик билан таъминлайди. Конференсия, съезд ва шуларга ўхшаган бошқа тадбир иштирокчилари ресторанларда эрталабки, кечкурунги комплекс нонушталари ва тушлик комплекси билан таъминланади. Байрам кунлари ресторанлар оилавий овқатланишни, миллий таомлар дегустациясини, тантанали кечалар, тўй ва юбилейларни ўтказиш учун хизмат қилиши мумкин.

Юқорида кўрсатилганлардан ташқари олий категорияли ресторанларда таомномада кўрсатилмаган таомларни тайёрлаб бериш учун буюртмалар бериш мумкин. Лекин буюртма бериладиган таомни тайёрлаш технологияси ва ресептураси амалдаги таомлар тўпламида бўлиши керак.

Бундан олдин таъкидлаб ўтилганидек, люкс категорияли ресторанларда унинг интерьерни бўйича махсус буюртма орқали тайёрланган мебеллар ўрнатилади. Истеъмолчиларга таомлар билан хизмат

қиладиган овқатланиш залларида икки, тўрт ва ўн ўринли столлар ўрнатилади. Улар ярим юмшоқ ва юмшоқ креслолар билан бутланади.

Биринчи категорияли ресторанларда оркестр-вокал инструмент ансамбллари чиқиш қилишлари мумкин. Биринчи ва иккинчи категорияли ресторанларда мусика билан хизмат қилиш стереофоник апартуралар ёрдамида амалга оширилади. Люкс ва олий категорияли ресторанларда овқатланиш столларига дастурхонлар ёзилади.

Люкс ва олий категорияли ресторанларнинг витриналари декоратив – безатиш материаллар, рангли диапозитивлар билан безатилиши ва ёруғлик ва оптик самаралардан фойдаланиш мумкин. Булардан ташқари витринада ресторан, унинг таомлари, хизматлари бўйича маълумотлар берилиши лозим. Люкс категорияли ресторанларда истеъмолчиларга кенг ассортиментда буюртмалар орқали тайёрланадиган ва корхона мутахассислари томонидан технологияси ва ресептураси ишлаб чиқарилган таомлар таклиф қилинади. Бундай таомларни порсиялаш операциялари истеъмолчи олдида амалга оширилиши мумкин. Олий категорияли ресторанларда истеъмолчиларга таклиф қилинадиган таом ва газаклар ассортиментининг деярли ярмига буюртма билан тайёрланадиган ва корхона мутахассислари томонидан технологияси ва ресептураси ишлаб чиқилган таомлар, газаклар ҳамда кулинар маҳсулотлар ташкил қилиниши лозим.

Люкс категорияли ресторанларда таом истеъмол қилинадиган идишлар, қошиқ ва санчқилар юқори сифатли материаллардан махсус буюртма бўйича ишлаб чиқарилган, чиннидан тайёрланган идишларга эса ресторан эмблемаси туширилган бўлиши шарт. Рестораннинг эмблемаси ёки тўлиқ номи дастурхон ва қўларткичларда ҳам бўлиши шарт. Банкет ва бошқа тантанали маросимларда столлар хрустал идишлар билан безатилган бўлишлари керак. Олий ва люкс категорияли ресторанларда ҳар бир овқатланишдан кейин фойдаланилган дастурхонлар тозасига алмаштирилади.

Олий ва люкс категорияли ресторанларда таомнома маълумотлари типографик усулда терилган бўлиши лозим. Чет мамлакатлардан келадиган сайёҳларга хизмат қиладиган бундай ресторанлар таомномалари кенг тарқалган чет тиллардан уchtасида ёзилган бўлиши шарт. Таомнома ва бошқа маълумотнома материалларининг муқоваси усти глянс билан қопланган қалин қоғоздан ясалган бўлиши керак.

Люкс ва олий категорияли ресторанлар асосан бошқарув, оммавий томоша, жамоат бинолари комплексида, меҳмонхоналар, тарихий ва архитектура обидаларининг қошида ва курорт масканларида ташкил қилинади.

Биринчи ва иккинчи категорияли ресторанлар дам олиш зоналарида, савдо марказлари қошида интенсив транспорт ҳаракатлари йуллари бўйлаб ва одамларнинг гавжум тўпланадиган жойларида ташкил қилинади. Биринчи категорияли ресторанларда технологияси ва ресептураси шу корхона мутахассислари томонидан ишлаб чиқилган ва таомнома бўйича тайёрланадиган таомлар, иккинчи категорияли ресторанларда эса фақат таомнома бўйича тайёрланадиган таомлар таклиф қилинади. Биринчи ва иккинчи категорияли ресторанларнинг таомномалари компьютерда чоп этилади ва нафис безатилган муқова ичига қўйилади. Бундай категорияли ресторанларда таомлар истеъмол қилиш учун металл, чинни идишлардан ва зангламайдиган пўлатдан ясалган қошиқ ва санчқилардан, оқ, гулдор дастурхон ва қўл сочиқларидан фойдаланилади. Лекин ҳар бир истеъмолчи учун мўлжалланган ликопчалар тагига тўшаладиган сочиқлардан ҳам фойдаланиш мумкин.

Сув кемаларидаги ресторанларда йуловчиларга официантлар орқали хизмат кўрсатилади. Уларга асосан тўлиқ ҳажмда эрталабки, кечқурунги нонушталар ва тушлик таклиф қилинади. Сув кемалари ресторанининг максимал сифими бир вақтнинг ўзида 150 кишига мўлжалланади. Шунинг учун ҳам катта сув кемаларида бир нечтадан ресторан, бар ва буфетлар бўлиши мумкин. Уларда стол ва стуллар полга маҳкам ўрнатилади.

Вагон-ресторанлар ҳам пойездда кетаётган йуловчилар учун мўлжалланган. Ҳар бир вагон-ресторан овқатланиш залидан, таомлар тайёрлаш ва идиш-товоқларни, овқатланиш инструментларини ювиш хоналаридан, буфетдан иборат бўлади. Уларнинг таомномаларида биринчи ва иккинчи иссиқ таомлардан ташқари совуқ газаклар, тушлик таркибига кирадиган дутланган таомлар, алкогольли ва алкогольсиз ичимликлар кўрсатилади. Вагон-ресторанларда ҳам йуловчиларга официантлар орқали хизмат кўрсатилади.

Кафелар бошқа овқатланиш корхоналаридан истеъмолчиларга таклиф қиладиган иссиқ ичимликлар ассортименти билан фарқ қилади. Иссиқ ичимликлар ассортиментида 2-3 хил кофе ичимликлари ва кофе учун берилиши мумкин бўлган ром ва ликёр бўлиши лозим. Бундан ташқари кафелар таомномаларига тез ва осон тайёрланадиган иккинчи таомлар, совуқ газаклар ва корхонанинг ўзида ишлаб чиқарилган ҳамирли кондитер маҳсулотлари ва коктейллар киритилади.

Тамаддихона – бу истеъмолчиларга тезкор хизмат кўрсатадиган овқатланиш воситаси бўлиб, унинг ишлаб чиқарган маҳсулотлари турли газаклардан, бутербродлардан, пирожкалардан, тез ва осон тайёрланадиган таомлардан, иссиқ ҳамда совуқ ичимликлардан иборат бўлади. Биринчи категорияли тамаддихоналарнинг овқатланиш залларини безатишда ҳамда официантлар кийимларида корхонага хос бўлган хоссалар ўз аксини топган бўлиши лозим. Масалан, шашликхона заллари шарқона, пелменхона заллари – рус ассортименти билан безатилиши мумкин. Тамаддихоналарда гигиеник материаллар қопланган столлар ва стуллар ўрнатилади. Бундан ташқари стулсиз баланд столлар ҳам ўрнатилиши мумкин.

Иккинчи категорияли тамаддихоналарда истеъмолчиларга хизмат қилишнинг ўз-ўзига хизмат кўрсатиш усулидан фойдаланилади.

Бар ҳам асосий овқатланиш воситаларининг бир тури бўлиб, унда истеъмолчиларга асосан официантлар орқали хизмат кўрсатилади. Барнинг

ўзига хос хоссаларидан бири истеъмолчиларга бар стойкаси атрофида хизмат қилинишидир.

Бундан олдин таъкидланганидек, барлар реализация қилинадиган ичимликлар турларига қараб хилларга бўлинади, масалан, пиво, вино, сут маҳсулотлари барлари, коктейл-барлар. Пиво барида пиво хоссларига мувофиқ бўлган совуқ ва иссиқ газаклар берилади. Вино ва коктейл-барларда мевалар, ҳамирли кондитер ва қандолат маҳсулотлари ва махсус газаклар берилади.

Сут маҳсулотлари сифатида барида бериладиган асосий маҳсулотлар – бу сут ва қаймоқ коктейллари, ҳар хил маҳсулотлар билан бериладиган музқаймоқлар, кўпиртирилган қаймоқ, мева шарбатлари, кофе, творог массаларидан тайёрланадиган кулинар маҳсулотлар.

Барлар асосан маъмурий-оммавий томоша муассасалари марказларида, меҳмонхоналар ва ресторанлар қошида ташкил қилинади. Барлар таомномаларига кучли алкоғолли ичимликлар киритилиши мумкин.

Люкс ва олий категорияли барлар бошқа категорияли барлардан бар хонасининг ўта нафисли бадий безатилиши билан фарқ қилади. Уларда албатта шу корхонага хос иккинчи таомлар бўлиши лозим.

Барларда истеъмолчиларга юқори малакали метрдотеллар, официантлар ва барменлар хизмат қилади. Буларда ҳам худди ресторанлардагидек, хизмат қилувчилар кийимларида (костюм ва оёқ кийими) бар эмблемаси бўлиши керак. Барлар таомномасининг муқоваси давлат, рус ва бошқа чет тиллардан бирида ёзилган бўлиши керак. Барларда ҳам мусиқа ансамбллари чиқиш қилишлари мумкин.

Иккинчи категорияли барларда истеъмолчиларга бармен ёки буфетчилар хизмат қилади. Барларнинг барча категориялари стереофоник аудиоаппаратуралар, олий ва биринчи категорияли барлар эса телевизор ва ўйин автоматлари билан таъминланган бўлиши лозим. Барларда ўйин майдончалари назарда тутилади.

Диско-барларда махсус ёритиш аппаратуралари ўрнатилади. Бундан ташқари диско-барларда кучли мусиқа аппаратуралари, телевизорлар ва видеомагнитофонлар ўрнатилади. Улар кундузи кафе сифатида ишлатилади.

Банд материалларини ўзлаштириш учун назорат саволлари:

Устама нарх деганда нимани тушунасиз ва у нима учун қўйилади?

Люкс категорияли овқатланиш воситаларига қайси корхоналар киради ва улар бошқа категорияли корхоналардан нима билан фарқ қилади?

Олий категорияга кирадиган овқатланиш воситаларини айтиб беринг?

Агар билсангиз айтинчи, биринчи категорияли овқатланиш воситаларини қайси корхоналар ташкил қилиши мумкин?

Иккинчи ва учинчи категорияларга кирадиган овқатланиш корхоналари тўғрисида фикрларингизни баён этинг.

Айтингчи, аҳоли ва сайёҳлар овқатланиш воситаларининг қайси турларини биласиз?

Салон, фолклор (миллий), ихтисослаштирилган, манзарали, концертли, мусиқали ва оддий ресторанлар бир-бирларидан қайси хоссаларига кўра фарқ қилади?

Барлар неча хил бўлиши мумкин, СНЕК–барнинг оддий барлардан ва кафетерийдан фарқи нимада?

Агар билсангиз айтингчи, кафелар қайси хилларга бўлинади ва қайси кўрсаткичларига кўра?

Умумий типдаги кафе, ихтисослашган кафе, кафетерийлар, кафе-шантан, кафе-барлар ва арткафелар гуруҳлари бир-бирларидан нима билан фарқ қилади?

Ошхоналар овқатланиш воситаларининг бошқа турларидан қайси хоссалари бўйича фарқ қилиши мумкин?

Чойхона, чайная ва тамаддихоналар, уларнинг бир-бирларидан фарқи?

Барларнинг қайси хилларини биласиз, улар безатилиши бўйича бир-бирларидан қандай фарқ қилади?

Ресторан категорияларига хос хусусиятларни айтиб беринг?

Люкс ва олий категорияли ресторанлар бошқа категорияли ресторанлардан нима билан фарқ қилади?

Ресторанларда таомнома маълумотлари қандай чоп қилинади ва безатилади?

11.Мавзу: Меҳмонхоналар ва уларга ўхшаш жойлаштириш воситаларининг классификацияси

Асосий саволлар:

1. Меҳмонхоналар, уларга ўхшаш жойлаштириш воситалари ва жойланиш жойи бўйича классификацияси
2. Хизматлар сифатининг даржаси, ассортименти ва нархи бўйича турларга бўлиниши
3. Меҳмонхоналар ва уларга ўхшаш жойлаштириш воситаларининг МДХ мамлакатларида қабул қилинган классификацияси

Дарсининг мақсади — талабаларга меҳмонхоналар, уларнинг классификацияси тўғрисида маълумотлар бериш

Таянч иборалар: шаҳар маркази ва унинг чеккалари, қишлоқ жойи, йул ёқаси, сувда сузиш.

Туристларни жойлаштириш воситаларининг, шу жумладан, меҳмонхоналар ва меҳмонхоналарга ўхшаган воситаларнинг турлари жуда кўп, шу сабабли ҳам уларни маълум бир ҳаммалари учун тааллуқли ягона хоссалари бўйича синфлаш жуда ҳам қийин. Халқаро тажрибада меҳмонхоналар ва меҳмонхоналарга ўхшаган жойлаштириш воситалари айрим аломатларига қараб турларга ва типларга бўлинади.

Жаҳон туристик ташкилотининг классификациясига кўра меҳмонхоналар ва меҳмонхоналарга ўхшаш жойлаштириш воситалари жойлашган (қурилган) жойларига қараб қуйидаги турларга бўлинади:

- шаҳарлар марказларидаги меҳмонхоналар;
- шаҳарлар чеккаларидаги меҳмонхоналар;
- қишлоқ жойларидаги меҳмонхоналар;
- йул ёқасида жойлашган меҳмонхоналар;
- сувда сузадиган отеллар;
- бошқалар.

Шаҳарлар марказидаги меҳмонхоналар ва уларга ўхшаган жойлаштириш воситалари тарихий обидаларга яқин (кўриниб турадиган) жойларда, шаҳарлардаги бошқа бинолар архитектураси ва ансамбли билан гармонизацилаштирилган кўп қаватли биноларда жойлаштирилади ва унинг ҳовлиси эса амалдаги дизайн талабларига кўра ободонлаштирилади. Улар асосан шаҳарларнинг ободонлаштирилган катта кўчалари ёқасида қурилади ва туристларга катта ассортиментларда хизматлар турларини таклиф қилади, шу жумладан овқатлантириш ва автотранспорт хизматларини кўрсатади.

Шаҳарлар чеккаларидаги меҳмонхоналар ва уларга ўхшаган жойлаштириш воситалари шаҳарлар атрофидаги манзарали жойларда ташкил қилинади. Меҳмонхоналаргача автомобил йуллари созланиб, унинг томонлари ободонлаштирилади. Шаҳарлар чеккаларидаги меҳмонхоналарда ҳам, худди шаҳарлар марказларида жойлашган меҳмонхоналардагидек барча қулайликлар яратилган бўлиши шарт.

Қишлоқ жойларидаги меҳмонхоналар ва уларга ўхшаган жойлаштириш воситалари асосан у ёрдаги мавжуд бино ва уйлар билан гармонизациялаштирилган бир ёки икки қаватли биноларда ташкил қилинади. Улар томонидан туристларга кўрсатиладиган хизматлар турлари чегараланган бўлади.

Йул ёқасидаги меҳмонхоналар ва уларга ўхшаган жойлаштириш воситалари интенсив туристик автомобиллар трассаси ёқасида хушманзарали жойларда бир ёки икки қаватли биноларда ташкил қилинади. Бундай меҳмонхона ва меҳмонхонага ўхшаш жойлаштириш воситаларининг автомобилларни қўйиш ва сақлаш учун атрофи ўралган очиқ майдончалари ва автомобилларга техник хизмат кўратадиган махсус пунктлари бўлади, уларнинг таркибида овқатланиш корхоналари ва бошқа хизмат кўрсатиш пунктлари бўлиши мумкин.

Сувда сузадиган отеллар асосан туристларнинг дам олишлари учун мўлжалланган бўлиб, денгиз, кўл ва дарё бўйларида сузиш учун

мўлжалланган махсус платформаларнинг устида курилади. Унинг сабаби шундан иборатки, зарур бўлганда улар яшайдиган туристлар билан бирга бир турар жойидан иккинчи жойга шатаклаб олиб бориш мумкин бўлади. Улар овқатлантириш хизматидан ташқари дам олувчиларга чўмилиш, балиқ тутиш воситаларидан фойдаланиш ҳамда бошқа дам олиш турларини ташкил қилиш бўйича хизматлар турларини таклиф қилади.

1. Хизматлар сифатининг даражаси, ассортименти ва нархи бўйича турларга бўлиниши

Бундан олдинги бандда номи тилга олинган Жаҳон туристик ташкилотининг классификациясига биноан меҳмонхоналар ва уларга ўхшаш жойлаштириш воситалари кўрсатадиган хизматлари сифатининг даражасига, ассортименти ва нархига қараб қуйидаги турларга бўлинади:

- арзон отеллар ёки сервис чегараланган отеллар;
- “Люкс” отеллари;
- юқори классли отеллар;
- ўрта даражали отеллар;
- апартамент-отеллар;
- иқтисодий тежамли отеллар;
- мотеллар;
- курорт меҳмонхоналари;
- таймшерлар.

Арзон ёки сервис чегараланган отеллар туристларга минимум хизмат турларини кўрсатади. Улар таркибида овқатлантириш корхоналари бўлиши ҳам, бўлмаслиги ҳам мумкин. Агар улар ассортиментида овқатлантириш хизмати назарда тутилган бўлса, туристларни овқатлантириш кафетерий ёки буфетларда ташкил қилинади. Албатта, бошқа хизматлар турлари ҳам чегараланади.

“Люкс” отеллари юқори даражали дизайнга эга бўлиб, буюртмага асосан ишлаб чиқарилган сифатли мебеллар ва жиҳозлар билан таъминланган бўлади. Чегараланмаган хизмат турларини таклиф этади.

Улардаги хизмат қиладиган персоналлар сони номерлар сонидан ортиқ бўлади. “Люкс” отеллари 100 номердан 400 номергача бўлиб, асосан шаҳарлар марказида кўп қаватли ҳашаматли биноларда жойлаштирилади. Уларда ўта қиммат баҳода ва энг чиройли рангдаги мебеллар ва жиҳозлар ишлатилиб, давлат арбобларига яшаш учун элитар шароитлар яратилади.

Юқори классли отеллардаги номерлар сони 400 дан 2000 гача бўлиши мумкин. Улар асосан бизнесменлар, конференция қатнашчилари, якка туристлар учун мўлжалланган бўлиб, шаҳар чегараси ичида жойлаштирилади ва қимматбаҳо мебеллар ва жиҳозлар билан ҳамда юқори малакали хизмат кўрсатадиган персонал билан таъминланади. Уларда яшаш нархи “Люкс” отелларда яшаш нархидан пастроқ бўлади.

Ўрта даражали отелларда турли тоифадаги туристлар яшаши мумкин. Уларнинг номерлари сони ҳар хил бўлиши мумкин. Улар хизматлари ўртача нархга мўлжалланади.

Апарт–отеллар асосан бизнесмен ва узоқ муддат давомида яшайдиган туристларга мўлжалланган бўлиб, улар номер фондларининг аксарияти апартаментлардан (2, 4 ёки 6 кишига мўлжалланган меҳмон кутиш, бир ёки бир нечта тунаш хоналаридан, кичик ошхона ва терассадан иборат бўлган ҳашаматли номер) иборат бўлади. Апартаментларга нисбатан ҳам яшаш учун ўта яхши комфорт шароитлари яратилган номерлар *люкс – апартаментлар* дейилади. Люкс – апартаментлар юқори разрядли меҳмонхоналарда ташкил қилинади.

Иқтисодий тежамли отелларда номерлар сони 10 дан 150 гача бўлиши мумкин. Уларга хос хусусиятлардан бири шундан иборатки, улар меҳмонларга овқатлантириш хизматларини кўрсатишмайди. Бундан ташқари уларнинг номер фондлари яхши жиҳозланган, лекин хизмат кўрсатувчи персоналлар сони кам бўлади. Иқтисодий тежамли отеллар ҳам шаҳар ҳудудида жойлаштирилади. Отелларнинг бу тури ҳам бизнесменларга ва индивидуал шахсларга мўлжалланади.

Мотеллар (ингл. motel – мотор – автомобил ва хотел – меҳмонхона, отел) автотуристлар учун мўлжалланган йул ёқасидаги меҳмонхонани билдиради. Мотел мустақил меҳмонхона бўлиши ёки туристик марказлар таркибига кириши мумкин. У автотрассалар ёқасида қурилади. Мотеллар таркибида гаражлар, автомобилларга бензин солиш ва техник хизмат кўрсатиш станциялари бўлади, бундан ташқари автотуристлар учун зарур бўлган хизматнинг бошқа турларини ҳам таклиф қилади. Аксарият ҳолларда мотеллар паст баҳоларда чегараланган хизмат турларини таклиф қилади. Мотеллар ўртача 100 дан 300 ўрингача мўлжалланган бўлади.

Курорт меҳмонхонаси 100 дан 500 номергача бўлиши мумкин. Одатда улар шаҳардан узоқроқда, сув манбаларига яқин ва манзарали жойларда жойлаштирилади. Улар меҳмонларга кенг ассортиментда хизмат турларини, шу жумладан овқатлантириш хизматини таклиф қилади.

Кўрсатилганлардан ташқари меҳмонхона ва уларга ўхшаган жойлаштириш воситалари *номерлар сонига қараб* қуйидаги турларга бўлинади:

- кичик жойлаштириш воситалари (100 дан 150 номергача);
- ўртача жойлаштириш воситалари (100 дан 300-400 номергача);
- катта жойлаштириш воситалари (300 дан 600-1000 номергача);
- гигант жойлаштириш воситалари (номерлар сони 1000 дан ортиқ).

Жаҳон туристик ташкилотининг классификациясига биноан меҳмонхоналар ва уларга ўхшаш жойлаштириш воситалари ишлаш вақтига қараб:

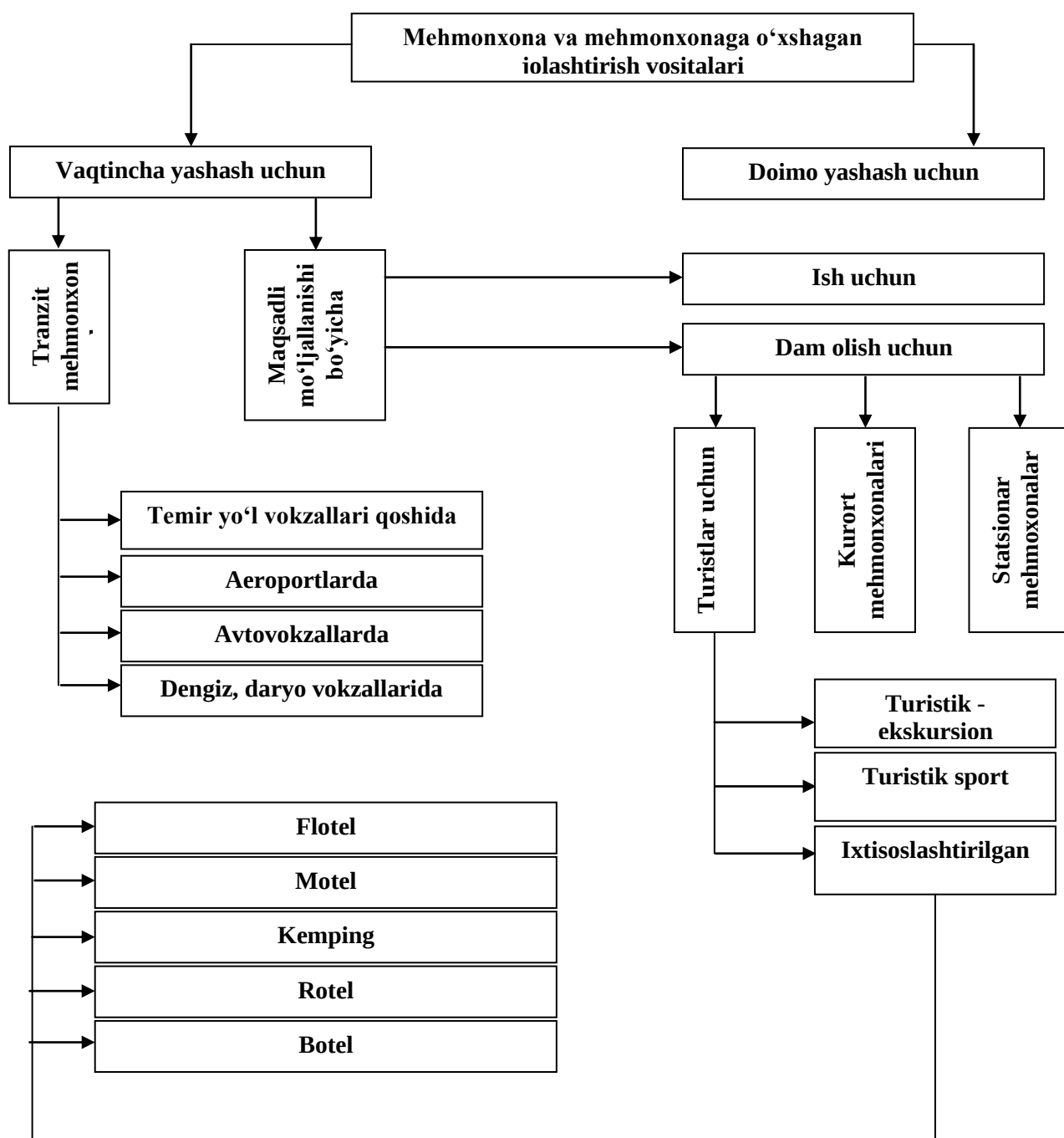
- маълум бир мавсумда;
- йил давомида фаолият кўрсатадиганларга бўлинади.

Бундан ташқари меҳмонхоналар ва уларга ўхшаган жойлаштириш воситалари мўлжалланишига қараб қуйидагиларга бўлинади:

- доимо яшаш учун мўлжалланганларга;
- транзит меҳмонхоналарга;
- иш учун мўлжалланган жойлаштириш воситаларига.

Меҳмонхоналар ва уларга ўхшаган жойлаштириш воситаларининг МДХ мамлакатларида қабул қилинган классификацияси

МДХ мамлакатлари таркибига кирадиган йетакчи мамлакат бўлган Россия Федерациясида Жаҳон туристик ташкилотининг классификациясидан фарқ қиладиган меҳмонхоналар ва уларга ўхшаш жойлаштириш воситаларининг мўлжалланиши бўйича классификацияси қабул қилинган (1-расм). Ушбу классификация МДХ мамлакатларининг аксариятида, шу жумладан Ўзбекистон Республикасида ҳам қабул қилинади.



1-расм. Жойлаштириш воситаларининг мўлжалланиши бўйича классификацияси.

Расмдан кўриниб турибдики, меҳмонхоналар ва уларга ўхшаш жойлаштириш воситалари аввал қуйидаги икки гуруҳга бўлинади:

- доимо яшаш учун мўлжалланганларга;
- вақтинча яшаш учун мўлжалланганларга.

Шуни таъкидлаш лозимки, доимо яшаш учун мўлжалланган меҳмонхоналар ва уларга ўхшаш жойлаштириш воситалари Ўзбекистон Республикасида ҳозиргача йуқ. Туризмнинг ва бошқа иқтисодий алоқаларнинг келажакда ривожланиши бундай жойлаштириш воситаларининг юзага келишига сабабчи бўлади.

Вақтинча яшаш учун мўлжалланган меҳмонхоналар ва уларга ўхшаш жойлаштириш воситалари ўз навбатида яна иккига бўлинган:

- пассажирлар яшайдиган транзит меҳмонхоналарга;
- мақсадли мўлжалланганларга.

Пассажирлар яшайдиган транзит жойлаштириш воситалари ҳам яна тўртга бўлинади:

- темир йул вокзаллари қошидагиларга;
- аэропортлардагиларга;
- автовокзаллар ёнидагиларга;
- денгиз ва дарё вокзалларининг жойлаштириш воситаларига.

Мақсадли мўлжалланган жойлаштириш воситалари ўз навбатида яна иккига бўлинади:

- иш юзасидан келганлар учун;
- дам олиш учун мўлжалланганларга;

Дам олиш учун мўлжалланган меҳмонхоналар ва уларга ўхшаш жойлаштириш воситалари уч турга бўлинган:

- стационар жойлаштириш воситаларига;
- курорт жойлаштириш воситаларига;
- туристлар дам олиши учун жойлаштириш воситаларига.

Туристларнинг дам олиш учун мўлжалланган жойлаштириш воситалари ўз навбатида:

- туристик – спорт жойлаштириш воситаларига;
- туристик – экскурсия жойлаштириш воситаларига;
- ихтисослаштирилган жойлаштириш воситаларига.

Ихтисослаштирилган дам олиш воситаларига: мотеллар, кемпинглар, ротеллар, ботеллар ва флотеллар киритилган. Улар жойлаштириш воситаларининг тавсифида кўриб чиқилади.

Банд материалларини ўзлаштириш учун назорат саволлари:

Меҳмонхоналар ва уларга ўхшаган туристларни жойлаштириш воситалари жойлашган жойларига қараб қандай турларга бўлинади?

Шаҳар марказидаги ва чеккаларидаги меҳмонхоналар ва уларга ўхшаш жойлаштириш воситаларига қандай талаблар қўйилади?

Қишлоқ жойларида қуриладиган меҳмонхона ва уларга ўхшаган жойлаштириш воситалари қандай талабларга жавоб бериши керак?

Йул ёқасида жойлаштириладиган ва сувда сузадиган меҳмонхоналар ва уларга ўхшаш жойлаштириш воситалари тўғрисида нималарни биласиз?

Кўрсатадиган хизматлари сифатининг даражасига, ассортименти ва нархига қараб меҳмонхоналар ва уларга ўхшаш жойлаштириш воситалари қайси турларга бўлинади?

Арзон отелларга қандай хусусиятлар хос?

Люкс, юқори классли ва апартаментларнинг тавсифи бўйича қандай маълумотларни биласиз, айтиб беринг?

Ўрта даражали отеллар ва иқтисодий тежамли отеллар?

Мотел тушунчаси қайси сўзлардан олинган ва туристларнинг қайси гуруҳлари учун мўлжалланган?

Курорт меҳмонхоналари тўғрисида нималарни биласиз, айтингчи?

Меҳмонхоналар ва уларга ўхшаш жойлаштириш воситаларининг мўлжалланиши бўйича Россия Федерациясида қабул қилинган классификацияси Жаҳон туристик ташкилотининг классификациясидан нима билан фарқ қилади, айтинг?

12.Мавзу: Меҳмонхоналар ва уларга ўхшаш жойлаштириш воситаларининг тавсифи

Асосий саволлар::

1. Меҳмонхоналарга хос белгилар
2. Меҳмонхоналар классификацияси
3. Меҳмонхоналарни классификациялашнинг юлдузлар тизими
4. Отеллар тавсифлари

Дарснинг мақсади – талабаларни меҳмонхоналарга хос бўлган белгилар, уларни синфлаш, синфлашнинг юлдузлар тизими ва отеллар тўғрисида маълумотлар билан таништириш

Таянч иборалар: жойлаштириш воситалари, меҳмонхона, мақсад, меҳмондўстлик индустрияси, хусусиятлар.

1. Меҳмонхоналарга хос белгила

Бундан олдин таъкидлаб ўтилганидек, меҳмонхоналар ва меҳмонхоналарга ўхшаш жойлаштириш воситаларига меҳмонхоналар (шу жумладан, квартира типидегилар), отеллар, мотеллар, пансионатлар, туристлар яшаш клублари, мебеллар билан жиҳозланган хоналар ҳамда туристлар ётоқхоналари киради. Кўрсатилгандан энг асосийлари меҳмонхоналар ва отеллар ҳисобланади.

Жаҳон туристик ташкилоти томонидан берилган тавсифга кўра *меҳмонхона* деганда маълум бир номерлар сонидан иборат, ягона раҳбариятга эга бўлган ҳамда кўрсатадиган хизмат турлари ва мавжуд жиҳозлари бўйича классларга гуруҳланадиган коллектив жойлаштириш воситалари тушунилади.

Меҳмонхоналарнинг асосий мақсади – турист-меҳмонларни қабул қилиш, жойлаштириш, иш хизматини кўрсатиш, дам олиш ва овқатланишини таъминлашдан иборат. Шу сабабли ҳам меҳмонхона ва

меҳмонхонага ўхшаш жойлаштириш воситалари меҳмондўстлик индустриясининг асосий корхоналаридан ҳисобланади.

Меҳмондўстлик индустрияси дам олиш учун, иши бўйича, учрашув, шахсий ва бошқа мақсадларда ушбу жойга қисқа муддатда келган турист-меҳмонларга хизмат кўрсатиш бўйича ихтисослаштирилган замонавий ишлаб чиқариш, корхоналар, сервис муассасалари ва ташкилотларининг тузумини билдиради, чунки меҳмондўстлик индустрияси меҳмонларни қабул қилиш, жойлаштириш, овқатлантириш, бир жойдан иккинчи жойга транспортда олиб бориш, дам олишга шароит яратиш ва томоша қилишни ташкил этиш каби хизматлар турларини ўз ичига олади.

Меҳмонхоналарга қуйидаги *хусусиятлар* хос бўлади:

- кунда кўрпа-ёстиқларни тўғрилаб, номер ва ҳожатхоналарни тозалаш билан чегараланиб қолмайдиган турли хил меҳмонхона хизматларини кўрсатади;

- кўрсатадиган хизматалари ва мавжуд жиҳозлари бўйича категория ва классларга гуруҳланган бўлиши лозим;

- ўзининг туристлар сонига эга ва ихтисослаштирилган ҳамда бошқа коллектив жойлаштириш воситалари категориясига киритилмаган бўлиши керак;

- меҳмонхона мустақил бўлиши ёки махсус бирлашмалар (ташкилотлар) таркибига кириши мумкин.

2. Меҳмонхоналар классификацияси

Маълум бир меҳмонхонанинг ва унинг номерларининг хизмат кўрсатиш критерийларига ва стандартларига тўғри келишини аниқлаш тизимига *меҳмонхонани классификациялаш* дейилади.

Меҳмонхоналарни *категориялари бўйича классификациялаш* уларнинг моддий техник таъминланишига, кўрсатадиган хизматларининг номенклатурасига, сифатига ва хизмат кўрсатиш даражасига қўйиладиган талаблар мажмуига асосланади. Бунда меҳмонхона корхоналарини

баҳолаш ундаги номерлар сонига, мақсадли мўлжалланишига ва улар кўрсатадиган хизматлар сифати бўйича амалга оширилади.

Меҳмонхоналар улардаги номерлар сонига қараб *кичикларга* (100-150 номергача), *ўртачаларга* (100 дан 300-400 номергача), *катта меҳмонхоналарга* (300 дан 600-1000 номергача) ва *гигантларга* (1000 номердан ортиқ) бўлинади.

Жаҳон туристик ташкилотининг классификацияси бўйича *мақсадли мўлжалланишига қараб* меҳмонхоналар доимий яшаш учун, транзит пассажирлар учун ва иш юзасидан келадиганлар учун турларга бўлинади. Бундан ташқари хизмат даражасига, ассортиментига ва нархига қараб меҳмонхоналар арзонларга ёки хизмат турлари чегараланганларга, люкс меҳмонхоналарга (отелларга), юқори классли меҳмонхоналарга (отелларга), ўрта даражали меҳмонхоналарга (отелларга), апартаментларга, иқтисодий тежамли меҳмонхоналарга, мотелларга, курорт меҳмонхоналарига, таймшерларга бўлинади.

Кўрсатилганлардан ташқари меҳмонхоналар *жойланиш жойларига қараб* шаҳар, шаҳар чеккаларидаги, қишлоқ жойлардаги, аэропортлар қошидагиларга ва бошқаларга, *ишлаш мавсумига қараб* эса мавсумийларга ва йил давомида ишловчиларга бўлинади. Меҳмонхоналарни класслаш уларнинг моддий-техник таъминланишига, кўрсатадиган хизматларининг номенклатурасига, сифатига ва хизмат кўрсатиш даражасига боғлиқ бўлади. Меҳмонхонанинг (отел ёки пансионат) классни ушбу мамлакатда қабул қилинган класслашнинг стандарт тизими бўйича аниқланади ва махсус сертификатлаштириш органи томонидан бериладиган сертификат билан тасдиқланади. Меҳмонхоналар ва уларга ўхшаган жойлаштириш воситаларининг классини аниқлашда хизмат сифатига таъсир кўрсатадиган барча омиллар ҳисобга олинади: номерлар фондининг фойдаланиш учун қулайлиги, бинонинг қурилиш ва пардозлашниш сифати, умумий фойдаланиш жойларининг, ресторанларнинг, барларнинг, кафеларнинг,

маиший хизматларнинг мавжудлиги, персоналларнинг малакаси, сервис даражаси ва бошқалар.

Юқори разрядли меҳмонхоналар ва уларга ўхшаш жойлаштириш воситаларининг комфортли кўп хонали номерлари, кўпдан-кўп кўрсатадиган хизмат турлари (ресторанлари, кироатхонаси, спорт заллари, барлари, сауналари ва бошқа сервис турлари) бўлади.

Бугунги кунда дунё мамлакатларида меҳмонхоналарни класслашнинг 30 дан ортиқ тури мавжуд, масалан, юлдузлар тизими (Франсия, Россия), баллар тизими (Индия), ҳарфлар тизими (АВДС), “корона”, “калитлар”, “ойлар”, “қуёшлар” ёки “алмазлар” ва бошқа тизими (Буюк Британия) ва ҳоказолар.

Меҳмонхоналарни классификациялашнинг юлдузлар тизими

Ўзбекистон Республикасида ҳам меҳмонхоналарни *беш юлдузли тизимда* (1-5) класслаш қабул қилинган. энг юқориси беш юлдузли меҳмонхона ҳисобланади. Беш юлдузли меҳмонхоналар учун қурилиш материаллари, жиҳозлар ва мебеллар буюртма орқали тайёрланади ва юқори сифатли бўлишлари шарт. Бундай меҳмонхоналар интерьери санъатнинг муаллифлик предметлари билан безатилган бўлиши керак. Беш юлдузли меҳмонхоналар номерларида видеомагнитофонлар ўрнатилади. Дам олиш хоналарида ва баъзи бир меҳмон кутиш хоналари мусиқа эшиттириш аппаратуралари, телевизор, газета, журналлар билан таъминланади ва кофе билан хизмат қилиш тартиби ўрнатилади. Беш юлдузли меҳмонхоналар таркибида эрталабки нонушта ва газакларни тайёрлаб бериш учун кафетерий, алоҳида бар, ресторанлар, банкет заллари, конференс-заллар, тунги клублар, рақсга тушиш ва дискотека заллари, сауналар, сузиш бассейнлари лойиҳаланади. Ресторанларнинг бирида мусиқачиларнинг чиқиш қилишлари назарда тутилган бўлади.

Қуйидаги меҳмонхона хизматлари кўрсатилади: яшайдиган турист-меҳмонларнинг юкларини олиб келиш (агар улар илтимос қилишса), номерларни сутканинг ҳар қандай вақтида тозалаш (агар илтимос

килинса), эрталабки нонушта ва газеталарни номерга келтириш, эрталабки нонушта (соат 7 дан 11 гача) нонушталарни овқатланиш залларига келтириб бериш; меҳмонхона кафесининг, кафетерийларнинг, кафе-барларнинг кечаю-кундуз ишлаши; почта хизматалридан фойдаланиш, шу жумладан телеграммалар, буюртмали хат-хабарларни юбориш, телетайм ва телефакслардан фойдаланиш; қимматбаҳоли нарсаларини сақлаш учун индивидуал сейфлардан фойдаланиш; кредит карталарини тўлашга қабул қилиш, меҳмонхонада яшайдиганларни қидириш хизматидан фойдаланиш; ҳар хил транспорт турлари учун йул чипталарини сотиш ва бронлаш; меҳмонхона хушчақчақлик дастурларини ва маданий тадбирларни ташкил қилиш; туристик маълумотларни, экскурсатнларни ва гид-таржимонларни ҳамда суғурталашни ташкил этиш; меҳмонхоналарда яшайдиганлар учун бепул автотранспорт хизматини ташкил қилиш (агар меҳмонхона шаҳар марказида жойлашмаган ва жамоа транспорти билан боғлиқлиги бўлмаса); китоб, газета, журнал, очиқ хатларни (открытка), тамаки маҳсулотларини, фотоасбобларни, косметик товарларини, сувенирларни ва гул сотишларни ташкил қилади.

Тўрт юлдузли (разрядли) меҳмонхоналарда ҳам қурилиш материаллари, жиҳоз ва мебеллари буюртма бўйича тайёрланади. Уларнинг номерларида ҳам видеомагнитофонлар ўрнатилади; дам олиш хоналари, баъзи бир заллари мусиқа эшиттириш аппаратуралари билан, газета ва журналлар билан таъминланади. Дам олиш хоналарига ва залларига кофе келтириб берилади. Меҳмонхоналар таркибида эрталабки нонушталарни ва газакларни тайёрлаб бериш учун кафетерий, алоҳида бар, энг камида алоҳида 2 та зали бўлган ресторан (залларнинг бири осонлик билан конференс-залга айлантирилиши мумкин), рақсга тушиш зали ёки дискотека зали, ёки тунги клуб, сауна ёки сузиш бассейни ёки соғломлаштириш маркази, бирламчи тиббий ёрдам кўрсатиш хоналари лойиҳаланади.

Қуйидаги меҳмонхона хизматлари кўрсатилади: туристларнинг юқларини олиб келиш ва соат 24⁰⁰ гача номерларни қўшимча тозалаш (яшайдиган меҳмонларнинг илтимосига кўра); эрталабки нонушта ва газеталарни (енг камида битта газета) номерга келтириб бериш; овқатланиш залларига соат 7 дан 10 гача эрталабки нонушталарни келтириб бериш; сутка давомида номерларга ичимликлар ва йенгил газакларни келтириб бериш; меҳмонхона кафесининг, кафе-барининг кечаю-кундуз ишлаши; ҳисоб-китоблар қилишда кредит карталарини олиш; меҳмонхонада яшаётганларни қидириш ёки радио орқали чақириш; ҳар хил транспорт турларига йуй чипталарини сотиш ва брон қилиш; хушчақчақлик дастурларини, маданий тадбирларни ташкил қилиш; туристик маълумотларни, гид-таржимонларни ва суғурталашни ташкил қилиш; газеталарни, китобларни очиқ хатларни, тамаки маҳсулотларини ва фото асбобларини, сувенир ва косметик товарларини сотиш.

Уч юлдузли меҳмонхоналарда фақат мебеллар буюртма бўйича ишлаб чиқарилади. Қурилиш материаллари ва жиҳозлар ўртача нархли сериялаб ишлаб чиқарилаётганлар ҳисобидан олинади.

Дам олиш хоналари мусиқа эшиттириш аппаратуралари, телевизор, газета ва журналлар билан таъминланади; меҳмонхона таркибида эрталабки нонушта учун алоҳида зал (кофетерий), алоҳида бар, овқатланиш зали билан ресторан ёки кофетерий назарда тутилади.

Икки юлдузли (разрядли) меҳмонхоналарнинг биноларини қуришда арзон қурилиш материалларидан, жиҳозлашда эса сериялаб ишлаб чиқарилаётган жиҳозлардан, мебеллардан фойдаланилади. Дам олиш хоналари радиоаппаратуралари, телевизорлар, газета ва журналлар билан таъминланади; жамоа залларида кийим илгичлар ўрнатилади ва эрталабки нонушталар келтирилиб берилиши мумкин; меҳмонхоналар таркибида тушлик учун ресторан ёки кофетерийлар лойиҳаланади; яшайдиганларнинг юкини келтириш ва ҳафтасига икки марта кўрпа-ёстиқларни алмаштириш.

Бир юлдузли (разрядли) меҳмонхоналарга қуйидаги сифат талаблари қўйилади: бинолар учун арзон қурилиш материаллари, сериялаб ишлаб чиқариладиган жиҳозлар ва мебеллар ишлатилади. Жамоа зонасида кийим илгаклари, мусиқа ёки телеаппаратура ўрнатилади.

Қуйидаги меҳмонхона хизмат турлари кўрсатилади: яшаётганлар илтимосига кўра юкларини олиб келиш; ҳафтасига икки марта кўрпа-ёстиқларини алмаштириш, нонушта учун заллари бўлмаганда, номерларга нонушталарни келтириб бериш.

3. Отеллар тавсифлари

Туристларни жойлаштириш учун барча комфорт шароитлари мавжуд юқори разрядли меҳмонхоналарнинг анъанавий турларига *отеллар* дейилади. Отел франсузча “ҳотел” сўзидан олинган бўлиб, айнан меҳмонхона деган маънони беради. Отелларни ушбу бандда кўриб чиқишнинг ҳам асл сабаби шунда.

Отеллар кўп қаватли биноларда ташкил қилинади ва катта ассортиментда сервис хизмати турларини, шу жумладан ресторан хизмати турларини таклиф қилади. Улар одатда катта шаҳарларда машҳур(популяр) дам олиш ва рекреация жойларида қурилади.

Йевропа мамлакатлари шаҳараларида жойлашган ва унча катта бўлмаган ҳамда чегараланган ассортиментда хизмат турларини таклиф қиладиган отелларга *отел-гарни* (фр. хотел гарни) дейилади. Отел-гарнилар таркибида ресторанлар бўлмайди. Номер нархига киритилган эрталабки нонушта кичик кафетерийда ёки буфетда ташкил қилинади.

Меҳмон-туристларни жойлаштириш номерлар фондидан ташқари таркибида кўпдан-кўп зал ва хоналари (гимнастика, машқ, киноконцерт заллари, сунъий материаллар билан қопланган теннис, футбол, баскетбол, волейбол ва бошқа спорт майдончалари, иш юзасидан учрашув ўтказиш хоналари, банкет заллари ва бошқалар) *отел-клублар* дейилади. Унинг номи франсузча “ҳотел слуби” сўзларидан олинган.

Денгиз қирғоқларида жойлашган отел-клублар кўрсатилган хизмат турларидан ташқари туристларга мини яхта, сув велосипедларидан, томоша қилиш қайиқчаларидан, виндсерфинглардан (денгизнинг қайтиш тўлкинида - прибойная волна – боғлаб қўйилмасдан оёғида тик туриб сув спорти билан шуғулланиш учун махсус доска) ва чўмилиш воситаларидан фодаланиш сервисини таклиф қилади.

Бевосита кўл қирғоғида жойлашган кичик отелларга *отел-лидо* (фр. хотел лидо) дейилади.

Франсиянинг қишлоқ жойларида жойлашган, хизматлари ўта қиммат бўлган меҳмонхоналар *отел-шато* (фр. хотел чатеан) деб аталади.

Банд материалларини ўзлаштириш учун назорат саволлари:

Меҳмонхоналар ва меҳмонхоналарга ўхшаш жойлаштириш воситаларининг таркибига нималар киради, айтинг?

Жаҳон туристик ташкилотининг меҳмонхонага берган тавсифини айтиб беринг?

Меҳмонхоналарга хос белгиларни биласизми, билсангиз айтиб беринг?

Меҳмонхоналарни классификациялаш деганда нимани тушунсаиз?

Қайси кўрсаткичга қараб меҳмонхоналар кичик, ўрта, катта ва гигантларга бўлинади?

Хизмат кўрсатиш даражасига, ассортиментига ва нархига ва жойланиш жойларига қараб меҳмонхоналар қайси турларга бўлинади?

Меҳмонхоналар класслари қандай тизим асосида аниқланади ва нима билан тасдиқланади ва ушбу жараёнда нималар ҳисобга олинади?

Қандай класслаш турларини биласиз?

Беш юлдузли (разрядли) меҳмонхоналарнинг қурилиш материаллари, жиҳозлари ва мебелларига қандай талаблар қўйилади?

Беш юлдузли (разрядли) меҳмонхоналар қандай хизмат турларини кўрсатади?

Тўрт юлдузли (разрядли) меҳмонхоналар беш юлдузли (разрядли) меҳмонхоналардан нима билан фарқ қилади?

Уч юлдузли меҳмонхоналар қандай меҳмонхона хизматларини кўрсатади?

Икки ва бир юлдузли меҳмонхоналар бошқа юлдузли (разрядли) меҳмонхоналардан қандай фарқ қилади, айтиб беринг?

Отел деганда нимани тушунасиш, айтиб беринг?

Отелдан отел-гарниларнинг фарқи нимада?

Отел клуб отелдан ва отел-гарнилардан нима фарқи бор?

Отел-лидо ва отел-шатолар отелдан ёки отел-гарни ва отел-клубдан нима билан фарқ қилади?

12.Мавзу: Ихтисослашган коллектив жойлаш-тириш воситалари

Асосий саволлар:

1. Ихтисослаштирилган меҳмонхоналар
2. Ихтисослашган коллектив жойлаш-тириш воситалари
3. Курорт меҳмонхоналарида меҳмонларни жойлаштириш

Таянч иборалар: ихтисослаштирилган курорт меҳмонхонаси, бизнес-меҳмонхона, отел.

Ихтисослаштирилган коллектив жойлаштириш воситалари туристларга жойлаштириш хизматларидан ташқари, бошқа махсус ихтисослаштирилган функцияларни, масалан, даволаш, конференциялар ташкил қилиш ва шунга ўхшашларни бажаради.

Ихтисослаштирилган жойлаштириш воситаларига даволаш, соғломлаштириш муассасалари, меҳнат ва дам олиш оромгоҳлари, баъзи бир махсус меҳмонхоналар, туристлар бошпаналари, туристик базалари, конгресс-марказлар, кемпинглар, ботеллар, ротеллар ва флотелларга ўхшаганлар киради.

Ушбу маърузада асосий ихтисослаштирилган жойлаштириш воситаларининг тавсифи берилади.

Курорт меҳмонхоналари дам олиш ва рекреация (ишлаб чиқариш, спорт ва бошқа фаолият турлари ҳамда касаллиги натижасида пасайган мадорини қайта тиклаш) мақсадларида келадиган туристларни жойлаштириш ва даволаш хизматларини кўрсатиш бўйича ихтисослаштирилган меҳмонхона тури ҳисобланади. Меҳмонхоналарнинг бу тури курорт зоналарида жойлаштирилади. Шу сабабли ҳам *курорт меҳмонхонаси* дейилади.

Курорт меҳмонхоналари туристларни жойлаштириш номерлар фондидан, бошқарув ва хўжалик биноларидан ташқари даволаш-тиббиёт, соғломлаштириш мажмуасидан иборат бўлиши шарт. Бундан ташқари курорт меҳмонхоналари мажмуасида даволаш воситаларини таъсирини

кучайтирадиган пархез таомларни тайёрлаб берадиган овқатланиш корхоналари бўлиши керак.

Бизнес-меҳмонхоналар бизнесменларни, ишбилармонларни қабул қилиш, жойлаштириш ҳамда уларга касбий фаолиятлари учун максимум қулайликларни яратиш бўйича ихтисослаштирилган меҳмонхона тури ҳисобланади.

Бизнес-меҳмонхона (отел) таркибида бизнес маркази, конференциялар ўтказиш ва банкет заллари, соғломлаштириш клублари, теннис кортлари, сауналар ва спорт майдончалари бўлади. Бизнес-меҳмонхоналар шаҳарларнинг марказларида жойлаштирилади. Меҳмонхоналарга фойдаланиш учун газеталар, жойлардаги ва халқаро телефон алоқаларидан, кабелли телевиденийедан, мобил ва телекоммуникацион алоқалар воситаларидан фойдаланиш таклиф қилинади.

Меҳмонхоналар бу турининг асосий хусусиятларидан яна бири шундан иборатки, номерлар фондида бир жойли номерлар кўпчиликни ташкил қилади. Номерларда иш зонаси ташкил этилган бўлиши шарт. Иш зонаси ишлаш столини, стулини ёки креслосини, столни ёритиш чироқларини, ёзиш асбобларини ва оргтехника воситаларини ўз ичига олади. Бундан ташқари номерлар ташқи муҳит таъсиридан максимал даражада алоҳида (изоляция) қилинган бўлиши шарт. Бизнес-меҳмонхоналар (отеллар) таркибида, бизнес-марказдан ташқари йиғилишлар, фикрлар алмашиши учун, семинарлар ташкил қилиш учун махсус хоналари (заллари) бўлиши шарт. Булардан ташқари бизнес-отелларда молиявий таъминлаш хизматлари ташкил қилинган бўлиши керак.

Банд материалларини ўзлаштириш учун назорат саволлари:

1. Ихтисослаштирилган коллектив жойлаштириш воситаларининг турларини санаб беринг?
2. Курорт меҳмонхоналари меҳмонларни жойлаштиришдан ташқари қайси хизмат турлари бўйича ихтисослашади?

3. Курорт меҳмонхоналарида меҳмонларни жойлаштириш бўйича номерлар фондидан ташқари, яна қандай бўлимлари бўлиши шарт?
4. Бизнес-меҳмонхоналар (отеллар) қайси мақсадларга эришиш бўйича ихтисослашади?
5. Бизнес-меҳмонхоналар (отеллар) шаҳарнинг қайерида жойлаштирилади ва унинг таркибида нималар бўлади?
6. Бизнес-меҳмонхоналар (отеллар) номерларида қандай шароитлар яратилади?

13.Мавзу: Даволаш, соғломлаштириш ва дам олиш муассасалари

Асосий саволлар:

- 1.Даволаш, соғломлаштириш ва дам олиш муассасалари
- 2.Санаторийларда жойлаштиришдан ташқари хизмат турлари

Санаторий-профилакторийнинг санаторийдан фарқлий жихатлари

Таянч иборалар: санаторий, санаторий-профилакторий, туристлар пансионати, дам олиш базалари.

Даволаш ва соғломлаштириш муассасаларига санаторийлар, санаторий-профилакторийлар, туристлар пансионатлари ва дам олиш уйлари кабилар киради.

Санаторийлар даволаниш учун келган меҳмонларни даволаш вақтида жойлаштириш хизматида ташқари табиий омилларнинг даволаш хусусиятларидан фойдаланиб, даволаш хизматларини ҳам кўрсатади. Шу сабабли ҳам санаторийлар курорт зоналарида ташкил қилинади ва табиий даволаш манбаларига (даволаш сувлари, шифобахш лой манбалари кабилар) яқин жойларда жойлаштирилади.

Кўрсатиладиган жойлаштириш ва махсус даволаш хизматлари санаторийлар таркибида касаллар ётиш жойларининг ҳамда тиббиёт хизматида фойдаланиш учун хоналар ва биноларнинг бўлишини тақозо қилади.

Санаторий-профилакторийлар ҳам даволаш муассасаларининг бир тури ҳисобланади. Лекин улар ишлаб чиқариш корхоналари томонидан корхона ишчи ва ходимларининг соғлигини тиклаш (даволаш ва дам бериш) мақсадларида ташкил қилинади. Улар фаолияти корхона ишчи ва ходимларининг ишлаб чиқаришдан ажралмаган ҳолда даволаниши ва дам олишига асосланган. Санаторий-профилакторийлар қошида ишчи ва ходимларнинг ухлаб дам олиш хоналаридан ташқари тиббий хизмат

кўрсатиш ва овқатлантиришни ташкил қилиш хоналарининг бўлишлари шарт.

Туристлар пансионатлари меҳмонхона типдаги дам олиш, шу жумладан оилавий дам олиш муассаси ҳисобланади. Улар курорт зоналарида ва шаҳарлар атрофидаги дам олиш зоналарида ташкил қилинади. Улар отел ва меҳмонхоналарга нисбатан арзон типдаги жойлаштириш воситаси ҳисобланади.

Туристлар пансионатларида туристлар махсус йўлланмалар бўйича дам олишади. Уларда жисмоний-соғломлаштириш тадбирларидан ташқари унча узоқ бўлмаган походларга ва саёҳатларга чиқиш ташкил қилинади. Пансионатлар таркибида турли клублар, киноконцерт заллари, кироатхоналар, турли хил ўйинлар хоналари ташкил қилинади.

Худди шундай пансионатлар автомобилларда ва бошқа шахсий транспорт воситаларида келадиган туристлар учун ҳам алоҳида ташкил қилинади ва *автотранспорт* деб аталади.

Туристларнинг дам олиш базалари ҳам меҳмонхона типдаги ихтисослаштирилган жойлаштириш воситаларидан бири ҳисобланади. Улар курорт зоналарида ташкил қилинади ва йил давомида ёки фақат курорт мавсуми давомида фаолият кўрсатишади.

Дам олиш базалари туристларга жой беришдан ташқари, овқатлантириш, маданий-маиший, саёҳат, соғломлаштириш ва бошқа хизмат турларини ташкил қилади. Туристларнинг дам олиш базалари асосан уларнинг фаол дам (походлар, саёҳатлар, мусобақалар ташкил этиш) олишини ташкил қилиш ва тунашга жой бериш учун мўлжалланган.

Банд материалларини ўзлаштириш учун назорат саволлари:

1. Санаторийлар меҳмонларни жойлаштиришдан ташқари қайси хизмат турлари бўйича ихтисослашган бўлади?
2. Санаторий-профилакторийнинг санаторийдан фарқи нима ва улар дам олувчиларга қандай хизмат турларини кўрсатади?

14.Мавзу: Махсус жиҳозланган транспорт воситаларида ташкил қилинадиган жойлаштириш воситалари

Асосий саволлар:

- 1.Махсус жиҳозланган транспорт воситалари
2. Махсус ихтисослаштирилган бошқа коллектив жойлаштириш воситалари
3. Конгресс-марказларнинг асосий хизмат турлари

Таянч иборалар: ботел, ротел, флотел, кемпинг.

Уларни *ботел*, *ротел* ва *флотеллар*, *кемпинглар* ташкил қилади ва ихтисослаштирилган туристларни коллектив жойлаштириш воситалари гуруҳига киради. Улар туристларни тунаш жойи билан таъминлашдан ташқари бошқа махсус хизмат турларини ҳам ташкил қилади.

Ботел (голл. боот+кема+ ингл. боат - отел) сув устида қурилган (сузмайдиган) меҳмонхона деган маънони билдиради. Улар одатда қирғоққа яқин музламайдиган сувда сақланадиган ва махсус жиҳозланган кемаларда ташкил қилинади. Ботеллар қайиқ, катер ва яхталарда сайёҳатга чиққан туристлар учун мўлжалланади. Улар туристларга вақтинча жой беришдан ташқари, уларнинг қайиқ ва катерларига махсус техник хизмат кўрсатади. Уларнинг кичик қайиқ ва кемаларини кечаси ёки хизмат кўрсатиш даврида сақлаш учун махсус жойлари бўлиб, йил бўйи фаолият кўрсатади.

Ротел (ингл. ролл – ғилдирак+ хотеле - меҳмонхона) айнан ғилдиракли отел (меҳмонхона) деган маънони билдиради. Ротеллар 1-2 та тунаш номеридан, кийим сақлаш ва алмаштириш хонасидан, ошхона ва ҳожатхонадан иборат махсус жиҳозланган вагонларда ташкил қилинади. Ротеллар бориб тўхтаган жойда улардаги экскурсантлар учун кундузи улар борган жойлардаги шаҳарлар ва диққатга сазовор жойларини тамоша қилдириш ташкил этилади. Улар кечқурунлари эса вагонга келиб ухлашади.

Флотел (ингл. хонс-боат – сувда сузадиган) айнан сувда сузиб юрадиган меҳмонхона деган маънони беради. Флотеллар айнан мақсадда ёлланган ўта комфортли пассажир кемаларида ташкил қилинади. Аксарият ҳолларда флотеллар сифатида эски денгиз сайёҳат кемаларидан фойдаланилади. Уларда экскурсантларнинг фаол дам олишлари учун барча шароитлар яратилади. Шу мақсадда флотелларда махсус жиҳоз ва аппаратуралар билан жиҳозланган машқ қилиш, гимнастика ва видеозаллар, бассейнлар, конгресс-заллар, дискотека хоналари ташкил қилинади. Бундан ташқари сайёҳатчилар балиқ тутиш, сув остида сузиш асбоб-ускуналаридан ҳамда сув чанғиларидан фойдаланишлари мумкин.

Аксарият ҳолларда флотеллардан бизнес-турларни, конгресс-сайёҳатларни, экскурсия турларни ва шунга ўхшаган тадбирларни ўтказиш мақсадида фойдаланилади.

Флотеллар сайёҳатчи экскурсантларга кечалари ётиш учун жой беришдан ташқари кундуз кунлари улар учун экскурсиялар, конференциялар, бизнесменлар ва олимларнинг учрашувларини ташкил қилади. Улар ихтиёрида сўзлашиш, алоқа пунктлари, ресторан ва барлар бўлади.

Кемпинг (ингл. Сампинг, Самп – лагер бўлиб жойлашиш) авто-, мото- ва велотуристлар учун ихтисослашган бошпана ҳисобланади. У лагер типига жойлашган палатка ёки йенгил типдаги уйлардан ташкил топган мавсумий туристларни жойлаштириш воситаси ҳисобланади.

Кемпинг туристларга тунаш учун вақтинча жой беришдан ташқари, уларнинг транспортларини сақлаш, ювиш, керак бўлса техник хизмат кўрсатиш каби махсус сервис хизматларини амалга оширади. Кемпинглардаги лагерлар ва уйлар сув ва канализация қувурлари ҳамда овқат тайёрлаш учун плиткалар билан таъминланади. Кемпинг ҳудудида магазин, тиббиёт пункти, телефон алоқаси қурилади. Кемпингнинг асосий хусусиятларидан бири шундан иборатки, бу йерда туристлар ўзларига ўзлари хизмат кўрсатишади.

Кемпингнинг бошқариш биноси бўлиб, унинг ҳаёт учун зарур бўлган предметларни ижарага берадиган пункти, 2-4 кишига мўлжалланган ошхонаси, душхонаси, ювиниш хоналари, ҳожатхоналари бўлган ухлаб дам олиш повилонлари бўлади.

Кўрсатилганлардан ташқари кемпингнинг умумий ошхонаси, кийим ювиш хоналари, спорт ва рақс майдончалари, кинозалари бўлиши мумкин. Баъзи бир кемпинглар йил бўйи ишлайдиган кўп соҳали туристлар меҳмонхоналарининг, турбазаларнинг ёки мотелларнинг таркибига кириши мумкин. Кемпинглар донгдор туристик базаларга яқин жойларда, кўкаламзор зоналарда, курорт жойларда, туристлар марказларида созланади. Кемпинг юзаси ҳар бир киши учун 100-200 кв. м ҳисобидан аниқланади.

Ихтисослаштирилган бошқа коллектив жойлаштириш воситалари

Ушбу бандда ихтисослаштирилган бошқа коллектив жойлаштириш воситаларидан конгресс-марказлар, дам олиш уйлари ва туристлар бошпанаси тавсифлари берилади.

Конгресс-марказлар вақтинча жойлаштириш масалаларидан ташқари турли конгресслар, конференциялар, семинарлар ташкил қилиш ва ўтказиш бўйича ихтисослашади. Улар аксарият ҳолларда бизнес-отелларнинг бир тури ҳисобланадиган конгресс-отеллар қошида ташкил қилинади.

Конгресс-марказлар меҳмонлар ишига хос бўлган қатор хизмат турларини амалга оширади: котибият, таржимонлар, маҳаллий ва халқаро алоқа, кабелли телевиденийе, мобил ва телекоммуникацион, оммавий ахборот воситалари ҳамда жойлаштириш, суғурталаш, йул чиптасига буюртма бериш каби хизматлар билан таъминланади. Конгресс-марказлар қошида ресторанлар, барлар, кафетерийлар, фуршет ва банкет заллари ташкил қилинади.

Туристлар бошпанаси туристик маршрут бўйича жойлаштирилади. Улар тунаш, дам олишга мўлжалланган оддий туристик базалар ҳисобланади. Улар иситиладиган йенгил бинолар ёки палаткалардан

иборат бўлиб, туристлар базаларининг, меҳмонхоналарининг ёки кемпингларнинг филиали бўлиши мумкин. Уларнинг ихтисослаштирилган хизмат турлари шундан иборатки, улар маршрутлар бўйича машқлар ўтказишни ташкил қилади. Шунинг учун инструкторлар билан таъминланади.

Дам олиш уйлари соғломлаштириш муассаси ҳисобланиб, маълум бир тартибда тўлақонли соғлом кишиларнинг дам олишини ташкил қилиш учун хизмат қилади.

Банд материалларини ўзлаштириш учун назорат саволлари:

Ботел деганда нимани тушунасиз, туристларни жойлаштириш хизматидан ташқари улар яна қандай махсус хизмат турларини кўрсатади?

Ротел қандай маънони билдиради, қайси махсус транспорт турида ташкил қилинади ва экскурсантларга қандай махсус хизмат турларини кўрсатади?

Флотел деганда нимани тушунасиз, унинг анъанавий ва махсус хизмат турларини айтиб беринг?

Кемпинг тушунчаси нимани билдиради, у қандай махсус ва анъанавий хизмат турларини кўрсатади?

Конгресс-марказларнинг асосий хизмат турларини айтиб беринг?

Туристлар бошпанасининг асосий вазифалари нималардан иборат ва қайси жойларда жойлаштирилади?

Дам олиш уйи тўғрисида нимларни биласиз?

15.Мавзу: Интерйер тўғрисида тушунчалар, интерйернинг мижозлар кайфиятига таъсири. ранг ва унинг хусусиятлари

Асосий саволлар:

1. Интерйер тўғрисида тушунчалар.
2. Интерйернинг мижозлар кайфиятига таъсири.
3. Екстерйер ва унга қўйиладиган талаблар.
4. Мебел ва жиҳозларнинг корхоналар интерйерини шакллантиришдаги ўрни.
5. Ранг ва чироқнинг хизмат истеъмолчилари ва ходимлар кайфиятига таъсири.
6. Ранг хусусиятлари ва йечимлари.
7. Ўзбекистонда тасвирий санъат тарихи.

Дарс мақсади – талабаларга интерйер тушунчасининг моҳиятини очиб бериш, интерйерларни шакллантиришда фойдаланиладиган амалий санъат асарлари, нурлар ва ранглардан ҳамда гул ва кўкатлардан фойдаланиш, хоналарга пардоз бериш тўғрисида маълумотлар бериш

Таянч иборалар: интерйер, габарит, конфигурация, конструкция, декоратив элементлар, микроиклим, акустика, вестибюл, гармония, ландшафт, пропорсия.

1. Интерйер тўғрисида тушунчалар.

Интерйер ибораси франсузча “интерийент” сўзидан олинган бўлиб, тор маънода ички ёки ички томонни билдиради, кенг маънода эса биноларнинг ёки бино ичидаги хоналарнинг ички томони деган тушунчани беради. Интерйер иборасининг мазмунини яхши тушуниш учун сиз

Ўзингизни хонанинг ичкарасида турибсиз деб фараз қилинг. Бунда сиз дарров сезишингиз мумкинки, сиз турган хона атроф-муҳитдан, яъни бошқа хона ва каридорлардан ўзининг деворлари билан тўлиқ ёки қисман ажралиб туради. Сиз хонанинг ичкарасида туриб унинг габарит ва конфигурациясини, очик турган қурилиш конструкцияларни, масалан, устунларни, кўндаланг қўйилган қурилиш конструкцияларини (балка), ойна ва эшикларини, ойналар ўртасидаги масофаларни, мебел ва жиҳозларни, декоратив элементларни – деворга солинган нақш ва гулларни, осиб қўйилган сурат ва расмларни, ўрнатилган ҳайкалларни(скульптура), манзарали ўсимликларни, хона поли, деворлари ва шифтининг, жиҳоз ва мебеллар ташқи юзаларининг безак ва рангларини ҳамда хонанинг табиий ва сунъий манбалар орқали ёритилишини кўрасиз. Сиз кўриб турган нарсаларнинг барчаси хонанинг *умумий кўриниши* ёки *интерйери* дейилади.

Юқорида келтирилган мисолдан кўриниб турибдики, *интерйер* – бу хонанинг ҳар қандай ички томони эмас, балки бугунги кун дид ва нафислик талаблари даражасида архитектура нуқтаи-назаридан ва бадиий безатилган хонанинг ички томони тушунилади.

Хонанинг габарити, конфигурацияси, жиҳоз ва мебеллари, безатилиши, ёритилиши, микроиқлими ва акустикаси *интерйер элементлари* дейилади.

Кўрсатилганлардан кўриниб турибдики, интерйер комплекс тушунча бўлиб, архитектура – конструктив элементларини, хона ёки бино ички томонининг девор, пол ва шипларининг рангли безатилишини, мебеллар ва жиҳозларини, декоратив газламаларини, санъат асарларини, скульптураларини, хоналарнинг ёритилишини ва бошқаларни ўз ичига олади.

Лойиҳалаш даврида хоналарнинг ички ва ташқи томонларини безатиш, жиҳоз ва мебелларни жойлаштириш, архитектура деталларини, деворларнинг чиқиб ва ичкарига кириб турган жойларидан фойдаланиш

тўғрисида ўйлаш жуда ҳам катта аҳамиятга эга, чунки бусиз хоналарда ўтказиладиган технологик ва хизмат жараёнларини таъминлаш жуда қийин.

Амалда хоналар интерьерларини шакллантиришда қатор *тамойиллар* асос қилиниб олинади. Улардан энг асосийси – сервис соҳаси корхоналари бинолари хоналарининг интерьерини шакллантиришда унинг функционал мўлжалланишини ҳисобга олиш керак. Интерьерни шакллантиришда асосий тамойиллардан яна бири шундан иборатки, интерьер асосий элементларидан бири безагининг ранги ёки жиҳоз ва мебелларнинг жойланиши таянч сифатида қабул қилинади, қолган элементлар эса таянч рангга ёки жойланишга қараб танланади. Масалан, агар жиҳоз ва мебелларни ўрнатиш хоналарнинг мўлжалланиши, габарити ва юзаси билан боғлиқ бўлса, ёритиш эса жиҳоз ва мебелларни жойлаштириш билан боғлиқ. Хоналар деворлари, шиплари ва полларининг рангига мос ҳолда мебеллар ранги танланиб, ўрнатилиши лозим.

Сервис соҳаси корхоналарининг интерьерини шакллантиришдаги асосий тамойиллардан яна бири – интерьер алоҳида битта хона учун эмас, бир-бирлари билан функционал ва жойлаштирилиши бўйича бевосита боғланган хоналар гуруҳлари учун лойиҳаланади. Масалан, овқатланиш корхоналарида функционал боғланган гуруҳларга вестибюл, унинг юзасида жойлашган гардероб, зинапоя, овқат тарқатиш хонаси ва таом истеъмол қилиш заллари киради; меҳмонхона хўжалигида бундай хоналар гуруҳига вестибюл – қабул қилиш хоналари гуруҳлари, лифт майдончалари, зинапоя ва эскалаторлар киради; технологик ишлов бериш корхоналарида эса, товарларни тарқатиш, раҳбар хоналарига олиб борадиган зинапоялар киради. Кўрсатилган хоналар гуруҳлари мижозлар учун мўлжалланган бўлиб, уларнинг ҳаракат қилиш йулларида бинога киришдан бошланади. Бу хоналар гуруҳлари учун бир хил интерьер шакллантирилиши лозим.

Интерьерни яратишда яна бир шундай тамойилга амал қилиш керакки, у ҳам бўлса, корхона биноси ва хоналарининг ягона гармоник

бирлигини ташкил қилиши лозим, яъни бинолар ва хоналар интерьерлари биноларнинг ташқи кўриниши билан бевосита боғлиқ бўлиши керак. Бошқача қилиб айтганда, бинонинг ташқи кўриниши унинг мўлжалланиши билан ягона гармонияда бўлиши лозим.

Табиатнинг манзарали жойларида жойлашган сервис корхоналарида мижозлар учун мўлжалланган хоналар гуруҳларининг интерьерини шакллантиришда юқорида кўрсатилган тамойиллардан ташқари ҳовли ландшафти билан гармоник боғлиқлигини таъминлаш ҳисобланади, яъни вестибюл – қабул қилиш хоналари интерьери элементларида ҳовли ландшафти элементлари ўз аксини топиши лозим.

Хоналар ва бинолар интерьерини шакллантиришнинг тамойилларидан яна бири шундан иборатки, у ҳам бўлса, ҳар қандай вазиятда ҳам хонанинг интерьери унинг кенглиги, яхши ёритилганлик ва қулайлик туйғуларини туғдириши лозим.

Интерьерни шакллантиришнинг яна бир тамойили шундайки, унинг барча элементлари, айниқса технологик жиҳозлар, мебеллар, санъат асарлари бир хил ўлчамли, қатъий ихчам шаклга эга бўлишлари керак, чунки қатъий пропорсиялар ҳар қандай нарсага (буюмга) ҳам нафислик бағишлайди.

Юқори даражада шакллантирилган интерьер – ижодий санъат асари бўлиб, ундаги элементлар бир-бирларига мос келиши лозим, яъни интерьер ягона ғоя асосида шаклланиши керак.

Интерьернинг мижозлар кайфиятига таъсири

Хоналарнинг эстетик талабларга кўра ташкил қилинганлик даражаси ва уларнинг тозалиги хизмат кўрсатиш соҳасининг асосий мезони ҳисобланади. Уларга қараб маҳсулот ва хизмат истеъмолчиларида: “Корхона(фирма, компания, ташкилот)да ҳаммаси яхши, унга ва унинг ходимларига ишониш мумкин”,-деган фикр шаклланади.

Нафис безатилган, ўтириш ва ишлаш учун қулай хоналар ушбу корхонада ишлаб чиқарилаётган маҳсулот ва кўрсатилаётган

хизматларнинг сифати тўғрисида мижозлар фикрларининг шаклланишига хизмат қилади. Безатилмаган, безатилса ҳам нафислик билан безатилмаган бинолар ва хоналар, яъни эстетик талабларга жавоб бермайдиган хоналар маҳсулот ва хизмат истеъмолчилар руҳиятида салбий таассурот қолдиради, чиройли қилиб безатилган хоналар эса маҳсулот ва хизмат истеъмолчиларининг кайфиятини яхшилайдди, уларда кўтаринки руҳ пайдо қилади. Бу эса ўз навбатида маҳсулот ва хизматларнинг камчилигига эътиборини пасайтиради. Юқори даражали интерьерли овқатланиш корхоналарида таом яхши ҳазм бўлади. Хизмат истеъмолчилари кайфиятининг яхшиланиши хизмат кўрсатаётган ходимлар билан яхши муомала қилиш туйғусини туғдиради. энг асосийси шундан иборатки, хизмат ва маҳсулот истеъмолчиларида ушбу сервис корхонасининг маҳсулотидан ёки хизматида яна фойдаланиш фикрини шакллантиради.

Сервис соҳаси корхоналари хоналари интерьерининг яна бир аҳамияти шундан иборатки, у истеъмолчилар эстетик дидининг янада такомиллашишига туртки бўлади.

Хоналарнинг безатилишига, яъни интерьерига эътибор бермайдиган сервис соҳаси корхоналари нафақат ўзларининг иқтисодий фаолиятига, балки ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларидан ва кўрсатаётган хизматларидан фойдаланадиган кишиларнинг кайфиятига ва соғлигига ҳам салбий таъсир кўрсатади. Масалан, хоналар деворлари, поллари ва шифтларининг ранглари кўрсатилаётган хизмат ёки ишлаб чиқарилаётган маҳсулот сифатига тўғридан-тўғри таъсир кўрсатмасада, лекин истеъмолчилар организмнинг ҳолатига катта таъсир кўрсатади. Агар кўрсатилган элементларнинг ранги ташриф буюрувчилар ва мижозлар ғашига тегадиган бўлса, уларнинг кайфиятини чўктиришгача олиб келади. Бундай сервис корхонасида кўрсатилган ҳар қандай сифатли хизмат ёки сифатли ишлаб чиқарилган маҳсулот истеъмолчиларнинг бузилган кайфиятини тузатиш қобилиятига эга эмас. Кайфияти бузилган мижозлар томонидан сифатли маҳсулот ва хизматлар ҳам ёмон қабул қилинади.

Ёритилиш усули ва даражаси ҳам дизайннинг асосий элементларидан бири ҳисобланади. Агар кечқурунлари ёритилиш даражалари паст ёки ўта юқори бўлган хоналарда ходим ва истеъмолчиларнинг бошлари оғриши мумкин. Бунинг натижасида истеъмолчининг хизмат кўрсатиш ёки ишлаб чиқариш корхонасидан норози бўлиб кетиши ва бундан кейин уларнинг хизматларидан қайта фойдаланмаслик фикри шаклланиши мумкин.

Интерьернинг юқорида кўрсатилган функцияларидан ташқари у *корпоратив маданиятга* ҳам таъсир қилади, чунки гўзал жойда хизмат қилиш одамни ва унинг ҳатти-ҳаракатининг ҳам гўзал бўлишига ундайди. Ҳар бир ишлаб чиқарилаётган маҳсулот ва кўрсатилаётган хизмат, албатта инсон учун, унинг бахт-саодати учун ҳамда фаровон турмуш фаолияти учун хизмат қилиши керак.

Мебел ва жиҳозларнинг корхоналар интерьерини шакллантириш- даги ўрни.

Меҳмонхона мажмуаси (комплекси) бинолари хоналари асосий юзасидаги пол, шифт ва деворлар *интерьер учун омил* ҳисобланиб, кўзга кўринган барча мебел ва жиҳозлар ҳам шулар жумласига киради. Улар хоналар *интерьерининг асосий элементлари* ҳисобланиб, шу билан бирга фақат мебел ва жиҳозларнинг қулай жойлаштирилганлиги бўш хоналарни оз ёки кўп даражада комфорт (қулай) шароитлар яратилган ҳолатга келтиради ҳамда сервис ва технологик жараёнларни ўтказиш учун қулайлик яратади. Бошқача қилиб айтганда мебел ва жиҳозлар хоналарнинг нафақат чиройини очади, балки уларнинг функционал вазифасини ҳам кўрсатиб туради.

Меҳмонхона мажмуасининг яшаш номерларида асосий жиҳоз бўлиб мебеллар (диван, кроват, шкаф, тумбалар, стол ва стуллар) ҳисобланади. Мебеллар номерларни чиройли, шинам қилиш билан бирга меҳмонларнинг яшаш шароитларини, дам олиш, ишлаш ва ухлашлари учун ҳам шинам шарт-шароитлар яратилишига катта хизмат қилади.

Мебеллар яшаш хоналари интерйерининг асосий элементи эканлигини ҳисобга олиб, лойиҳалаш жараёнида уларни жойлаштириш масаласини ҳам албатта ҳисобга олиш керак. Шунинг учун номерларда мебелларнинг қайси турларини ўрнатиш кераклиги тўғрисида бошдан бу масалани йечиш керак. Шундан келиб чиққан ҳолда разряди ва категориясидан ташқари номерларда мебелларнинг қуйидаги турлари ҳамма вақт мавжуд бўлиши керак:

- ухлаш учун мебел;
- дам олиш учун мебел;
- ишлаш учун мебел;
- овқат истеъмол қилиш учун мебел;
- юкларни сақлаш учун мебел.

Номерлардаги ухлаш ўринларининг жиҳозлар билан боғлиқлиги қуйидагича:

- бир ёки икки кроватдан (бир ва икки ўринли);
- битта кроват ва дивандан;
- икки кроват ва дивандан;
- учта ва ундан кўп кроватдан (кўп ўринли).

Бундан ташқари кроватлар бир кишилик ёки икки кишиликка мўлжалланган бўлиши мумкин. Агар номерларда кроват диван билан алмашилса ётоқ чойшаблари учун тумбалар ўрнатилади.

Меҳмонхона номерларида мебелларнинг қуйидаги турлари ўрнатилган бўлиши мумкин:

- комбинациялаштирилган – бир предмет икки ва ундан ортиқ функцияларни бажаради;
- деворга тақаб қурилган - лойиҳа бўйича мебелнинг қуйидан ўрнатилиши кўзда тутилади;
- йиғиладиган – кичик ҳажмдаги майдонларни эгаллайдиган (кемпинглар ва пансионатлар учун) ва йиғиштирилиб қўйиладиган;

- тузиладиган – қисмларга ажратиладиган - конструкцияда турли хил форма ва ҳажмда бирикадиган, бир қанча ўзаро алмашинадиган элементлардан ташкил топган;
- осма – металл маҳкамлагичлар (кроштейнлар) ёрдамида деворга маҳкамланадиган.

Мебелларнинг бу турлари жойни тежашга имкон беради.

Мебелларнинг тури ва сони аниқлагандан кейин мебеллар билан жиҳозлаш (меблировка) режаси тузилади. Хона ўта очиқ, кенг кўриниши учун катта ва баланд предметлар режада қуйидан қўйилса, уларнинг ҳажмий ўлчамининг катталиги унчалик сезиларли бўлмайди. Асосий майдонга паст ва кўчма мебеллар – диванлар, кроватлар, столлар ва креслолар жойлаштирилади.

Мебелларни жойлаштиришда олдинги ўринга шкаф (қўзғалмас, қурилган ёки деворга маҳкамланиб қурилган) жойлаштирилиши ҳисобга олиш лозим. Агар олдинги ўринга шкаф ўрнатилиши мўлжалланмаган бўлса, у ҳолда бош кийимлар ва оёқ кийимлар учун токчалари бўлган кийим илгич қўйилиши кўзда тутилади. Унинг ёнида ойна тиргаги билан ҳам осиб қўйилиши керак.

Агар хонанинг ўлчамлари каттароқ бўлса, у ҳолда шкафни номерга ҳам ўрнатиш мумкин. Тунаш хонасида ухлаш гарнитураси комплексига кирувчи шкаф қўйилади.

Номерларда столлар девор ёнига ёки дераза ёнига ўрнатилади. “Люкс” ва *олий* категорияли номерларда ёзув столдан ташқари яна журналлар учун мўлжалланган кичик ўлчамли столлар ҳам қўйилади.

Олий категорияли ҳар бир номерларда дам олиш учун деван ва креслолар ўрнатилган бўлиши шарт. Категориясидан қатъий назар ҳар бир номерда катта ўлчамдаги ёки йетарлича узунликка эга бўлган ойналар, санузелларда эса қўл ювиш мосламасининг юқори қисмида ойна ёки деворий ойна бўлиши керак. Ойналар қаралиши осон бўлган ва яхши

кўринадиган қилиб илинади ёки ўрнатилади. Шунинг ҳам алоҳида таъкидлаш керакки, ҳар бир кроват ёнида турувчи тумбочка бўлиши шарт.

“Люкс” номерлари бир неча хона ва иккита санузелдан иборат бўлади. Одатда уларда алоҳида буюртма асосида тайёрланган юқори сифатли мебеллар ўрнатилиши билан бирга албатта пианино ҳам жойлаштирилади.

Апартаментлар (кўп хонали номерлар) хоналарининг бирида албатта тушлик столи ва стули бўлиши кўзда тутилади ва кичик ошхона жиҳозлари ўрнатилади.

Меҳмонхона вестибюлида махсус вазифага мўлжалланган мебеллар: меҳмонларни қабул қилиш ва дам олувчиларнинг учрашувлари учун мебеллар қўйилади.

Ҳолл (дахлиз) жиҳозлари бир ёки бир неча мебеллар гуруҳи (диванлар, креслолар, журнал столлари)дан ва қават бўйича навбатчи столидан ташкил топган бўлади.

Меҳмонхона комплекси овқатланиш корхоналарида мебел ва жиҳозлар ишлаб чиқариш ва сервис фаолиятини олиб борилишида, шу билан бирга мароқ билан овқатлар танаввул қилишда ва дам олишда катта рол ўйнайди.

Овқатланиш залларида тушлик столи ва стули ёки махсус креслолар, инвентар ва тоза идиш-товоқлар учун официант шкафлари, ёрдамчи столлардан мебеллардан ташкил топган мебеллар ҳамда алкогольсиз ичимликларни салқинлатиш учун кичик музлаткичлар ўрнатилади.

Овқатланиш залларининг умумий кўриниши кўпинча овқатланиш столлари ва стулларининг жойлаштириш усули билан намоён бўлади. Умумий залда столлар қаторасига (бир ёки бир неча қатор) шахмат тартибида диагональ бўйича жойлаштирилади.

Идиш-товоқлар учун мўлжалланган шкафлар, музлаткичлар ва тележкалар (ишдан кейин) қуйироқда, залдаги устунлар ёнида, деворнинг ичкарига кирган жойларида ўрнатиладигани, залнинг ягона меъморий

ансамблини ташкил қилиб туриши кўзда тутилади. Ёрдамчи столлар овқатланиш столларининг қаторига яқинроқ жойлаштирилади.

Банкет залларида овқатланиш столлари бошқа талабларга асосан жойлаштирилади. Кўпчилик ҳолатларда улардаги столлар II шаклида ёки T, III шаклидаги формада жойлаштирилади.

Шундай қилиб, мебелларнинг замон талабларига асосан, ривожланиш қонуниятларига мос равишда вазифаларига қараб танланиши ва жойлаштирилиши меҳмонлар учун қулай шароит яратиш билан бир қаторда интерьернинг бош элементлари бўлиб ҳам ҳисобланади.

Ранг ва чироқнинг хизмат истеъмолчилари ва ходимлар кайфиятига таъсири.

Маълумки, инсон ташқи ахборотнинг 90 % ни кўриш органи орқали қабул қилади. Кўз эса инсон ҳатти-ҳаракатининг амалга ошишида 70-90 % фоиз рол ўйнайди. Демак, инсон фаолиятида рангнинг аҳамияти жуда улқандир. Шунинг учун ҳам ранг танлаш илмий асосланган бўлиши ҳамда бу масалага эстетик нуқтаи назардан ёндошиш лозим.

Охирги даврларда хилма-хил фанларнинг ривожланиши жараёнида *ранг тушунчасига* ва унинг илмий асосланишига талабни ортиши аниқ назарий тизимни яратилишига олиб келган. Ранг ҳақидаги дастлабки таълимотлар билан танишар эканмиз ранг муаммоларининг тарихий ривожи авваламбор, инсоннинг физиологик хусусиятлари билан нақадар боғлиқлигини, шунингдек инсоннинг эмоционал кайфиятини ўзгаришида ранг, нур ҳодисалари муҳим рол ўйнашини кўриш мумкин.

Ранг – жисмнинг кўриниши жиҳатдан хусусийлик аломати. (Темир – кулранг, олтин – сариқ, дарахт – яшил ёки қизил мато, кўк кўйлак ва ҳ.к.)

Ранглар жисмларга қуёш нури ёки сунъий ёруғлик тушиш оқибатида ўз характерини намоён қилади. Қуёш нурида йетти хил спектр ранглари мавжуд. Булар – қизил, зарғалдоқ, сариқ, яшил, кўк, ҳаворанг,

бинафшаранглар. Шунингдек, инсон томонидан яратилган ранг бўёқлари турлари ҳам (сотувда) 30 га яқин.

Ранг муаммолари билан ўз вақтида фалсафа фани, кейинчалик табиий ва техник фанлар шуғуллана бошлади. Инсоният антик даврдаёқ рангларнинг ўзаро муносабатлари, яъни уларнинг уйғунлашуви ҳақида жуда нозик дидга эга бўлган. Жумладан, қадимга Миср, Юнонистон, Римнинг деворий суратлари, ҳар хил сопол идишлар, уй жиҳозлари қолдиқлари ва ш.к. бундан далолат беради. Биз ўтмишда аجدодларимизнинг кийим-кечакларидаги рангли безаклари, косметика соҳасида ранг танлов ишлари юксак даражада ривожланганлигини кўрамиз.

Ўрта Осиёдаги деворий суратлар қолдиқлари, ҳайкаллар, уй-рўзғор сопол буюмларидан наққошлик санъатининг хилма хил намуналари бизнинг аجدодларимиз ҳам ранг соҳасида ниҳоятда юқори савияга эга бўлганлигини тасдиқлайди. Табиатнинг кучли табиий ҳодисалари инсон тасаввурида турли психик таассуротлар, образларни шакллантириб келган. Ранглар, ёруғлик билан боғлиқ бўлган турли нурлар одамлар онгида аста-секин рамзий характерга эга бўла бошлаган (қоронғи-қора, қора кузғун, сариқ-зардадек, қирмизи лоладек, мовий осмондек, оқ фариштадек, тундек қора ва ҳоказо). Уй ичи беағи ва ёшига қараб кийим рангини танлаш ёки турли маросимлар билан боғлиқ кийим-кечак ранглари кабилар халқлар ижтимоий ҳаётида жуда қадимлардан ўрин олиб келмоқда.

Ранглар ва ёруғликнинг ўзаро алоқадорлиги, уларнинг табиати ҳақидаги дастлабки назарий асарлар антик Юнонистонда яратилган. Табиат қонуниятлари аниқ ўрганилмаган бир даврда ранг тушунчалари юнон файласуфларининг дунёвий таълимотида умумий тарзда ўз ифодасини топган. Қадимги олимлар ранг таълимотида ёруғлик ва қоронғиликни, оқ ва қорани қарама-қарши қўйиб, улар ўртасида ҳамма ранглар мавжудлигини пайқаганлар. Аммо бу ҳодисаларнинг сабабларини улар аниқ айта олмаганлар.

Хусусан, Аристотел кўз ва жисм оралиғидаги "шаффоф" муҳитнинг аҳамияти ҳақида гапирган эди.

Демокрит жисмлар ва уларнинг образларини кўзда шакллантирувчи атомлар мавжудлиги ҳақида уқдирган эди.

Евклид эса кўздан "кўриш нурлари" тарқалиб, ташқи дунё жисмларни камраб олиб, улар образини акс эттиради деб тушунтирган эди.

Нютон биринчи марта оптик призма орқали ҳосил бўлган ранг йулаklarини яратди ва уни илмий тарзда тушунтириб берди. Шундай қилиб Нютон ранг ҳақидага ноилмий қарашларга чек қўйиб, унинг илмий пойдеворини яратди.

Нютон куёшнинг оппоқ ёруғлиги ҳар хил синувчанлик кучига эга нурлар йиғиндисидан иборат бўлади деб ҳисоблаб, ҳар бир ёруғлик нури ўзига хос ранг чақирувчи хусусиятга эга деб таъкидлайди. У шиша призмалар орқали юборилган ёруғлик рангли нурларга айланишини, агар ўша рангли нурлар йиғувчи линзалар орқали ўтказилса, яна оқ ёруғлик пайдо бўлишини, пайдо бўлган оқ нур шиша призмадан қайта ўтказилса, у ҳолда рангли нурлар пайдо бўлмаслигини, умуман ёруғлик кейинчалик ажралмаслигини аниқлади.

Ёруғлик ва унинг хусусиятлари. Биз ёруғлик ёритган ранглар орқали мавжуд ҳамма предметларни форма ва ҳажмларини кўрамиз. Мисол учун қоронғи жойда кўз умуман ҳеч нарсани кўрмаганидек, рангли нарса ҳам кўринмайди. Атрофимизни ўраб турган ҳамма нарса ранглидир. Ёруғлик эса электромагнит нурланишининг бир бўлагидир. Улар *фотонлар* деб аталади. Улар ёритилаётган жисмларга иссиқлик энергиясини элтади. Бу энергия *ёруғлик энергияси* ёки *ёруғликнинг нурланиш энергияси* деб аталади. Фотонлар модда молекулалари, атомлари ва электронлари билан ўзаро таъсирланади. Бундай таъсирланиш оқибатида жисмлар электрланиб, улар қизийди. Қизиш оқибатида кўпгина жисмлар ўз рангларини йуқотади.

Сунъий ёруғлик манбаси инсон ҳаётида жуда муҳимдир. Сунъий ёруғликнинг содир бўлиши нур тарқатаётган жисмга боғлиқ. Масалан,

жисм қаттиқ қизиш оқибатида ўзидан нур тарқатади. (Металл чанглари, махсус газ ёнғичлари, электр қувватидан қизиган волфрам симлар ва хоказо). энг кўп тарқалган сунъий ёруғлик тарқатувчи лампалар қизувчи лампалар ва люминесцент лампаларидир.

Инсоннинг ижтимоий фаолиятида ранглардан мақсадли фойдаланилади. Чунки уларнинг инсон руҳиятига таъсири қонунийдир. Дарвоқе, биз турмуш тарзимизни ранглар иштирокисиз тасаввур қила олаймиз. Ранг ва нурларнинг тўғри танланиши хизмат истеъмолчилари ва ходимлар кайфиятининг кўтарилишига ижобий таъсир кўрсатади.

Рангларнинг оптик таъсири. Сарик ранг таркибида бошқа ранг аралашмаси йуққа ўхшаб кўринади, аммо унинг физикавий хусусиятида яшил ва қизил ранглар аралашмаси мавжуд.

Шунингдек, пурпур (қирмизи) ранг ҳам худди шундай тоза мустақил кўринсада, у аслида қизил ва бинафша рангларида ташкил топган. Кўк ранг ҳам аралашмасиз мустақил кўринади, зарғалдоқ ранг таркибида эса ҳар доим яшил тус, қизил тус ранглар мавжудлиги кўриниб туради. Бинафша рангида ҳам зарғалдоқ ранги сингари кўкиш ёки қизғиш ранглари сезиларли даражада бўлади. Кўкиш - яшил, сарғиш-яшил ранглари таркибларида ҳам қўшимча ранг борлиги билиниб туради. Уларни мустақил, бир тусли ранг деб бўлмайди. Гарчи сарик ва кўк ранглари аралашмасидан тузилиши ҳам мумкин бўлсада, яшил ранг оптик жиҳатдан мустақил, бир тусли рангдир.

Масофавий кўринишнинг ранглар таъсирида ўзгариши. Бизга чизиклар, текисликлар шунингдек, перспектив тасвирлар орқали оптик "алдаш" содир бўлиши маълум. Бунга оддий мисол театр декорациясида кўча, дала узоқдаги шаҳар кўринишининг давоми кабилар.

Бундай оптик ўзгариш ёки иллюзия (ҳақиқий масофанинг узоқлашиб ёки яқинлашиб кўриниши)нинг ҳосил бўлишида рангларнинг моҳияти жуда каттадир. Сарик ранг юзани кўтариб ҳамда уни катталаштириб кўрсатади. Оқ ва сарик ранглар кўшилиши оқибатида иррадиация

эффекти содир бўлиши мумкин. Яқиндаги ундан қорамтирроқ рангларни оптик жиҳатдан кичрайтириб кўринишига олиб келиши мумкин. Қизил ранг ҳам шу рангларга яқин бўлиб, у ҳам шундай хусусиятга эга, лекин у шом, ярим қоронғи пайтида қорайиб, уларга фондек бўлиб кўринади. Кўк ранги биздан узоқлашиб кўринади. Аммо ярим қоронғиликда эса у олдинги планга чиқади.

Қора, қорамтир кўк, бинафша рангларига бўялган текисликлар кўринишидан кичиклашади ва пастга тортилгандек кўринади. Яшил ранг уларнинг ичида энг турғун кўринади. Бундан шундай хулоса келиб чиқадики, ижтимоий ҳаётимизнинг кўпгина соҳаларида ранглар хусусиятларини кўзда тутган ҳолда улардан фойдаланиш мумкин.

Ранглар таъсирида юзага келадиган ассоциация ва таассуротлар.

Ранг ассоциация (киши хотирасига сингиб қолган нарсa, воқеани қайта эслатилиши)лари эмоционал кайфият туғдиради. Чунки бизда ранг қабул қилишда кўплаб тажриба ва кўникмалар ҳосил бўлган. Аммо бу борада бирор аниқ қоидага асосланиб бўлмасада, ранглар ҳам хилма-хил товушлар каби онгимизда маълум ассоциатив руҳият чақиради. Масалан, қизил-олов ва қон ранги; қуёш - сарик; кўк-сув, уфқ, осмон; яшил-кенг дала, дарахтзорлар каби ассоциация уйғотиши мумкин.

Ранглар бизнинг кўриш органларимизда турларга ажратилганда уларнинг кўринишларида иссиқ ва совуқлик, ҳўл ва қуруқ, узоқ ва яқинлик сезгиларини ҳам уйғотади. Баъзи олимларнинг фикрича, рангларнинг эшитиш аъзоларига ҳам таъсири бўлиши мумкин. Масалан, рус олими Л.А.Шварснинг кузатиши бўйича кўзнинг яшил рангга кўникиши (адаптацияси)да эшитиш қобилиятининг ошиши, қизил ранг муҳити эса аксинча сусайтириши мумкин. Бундан ташқари рангларнинг кўриниши "оғир", "йенгил" каби сезгилар ҳам уйғотади. Баъзан ранглар "қичқирувчи" деб ҳам айтилади. Албатта, бу сўз образли аташ бўлиб, рангларнинг ўта ёрқинлигини таъкидлайди.

Кўк ва қизил ранглар ўзининг максимал ёрқинлигида киши аъзоларига алоҳида таъсир қилади. Қизил ранг асаб тизимларини кўзғатади, нафас олишни ва томир уришини тезлаштиради, мускулларнинг ишлаш қобилиятини оширади.

Кўк ранг асаб тизими фаолиятини сусайтиради, нафас олиш ва томир уришини секинлатади, оғриқ сезгисини камайтиради. Сарик, зарғалдоқ ранглар ҳам қизил рангга яқин хусусиятларга эга. Албатта, рангларнинг бундай таъсирчанлиги одамларга бир хилда бўлмаслиги ҳам мумкин. Бундай таъсир кишининг руҳий ҳолати, жўшқинлиги, имоционаллиги каби хислатларга ҳам боғлиқдир.

Жисмларнинг ранг таъсирчанлиги, уларнинг юзалари структураси ва характериға боғлиқлиги. Рангларнинг таъсирчанлиги уларнинг шаклий (структуравий) тузилиши, материалнинг тури ва ёруғлик манбаига қараб қандай жойлашишига боғлиқ. Сервис соҳаси корхоналарининг интерйерини шакллантиришда меъмор амалга ошираётган ишини ёруғлик манбаини ҳам ҳисобга олган ҳолда амалга оширади. Юзалар текис, силлиқ, ғадир-будур, нотекис эгилган ва ҳоказо бўлиши мумкин. Юзаларнинг бундай хилма-хиллиги, ранг жиҳати ва уларнинг жинси кўзимизда турлича ранг таъсирчанлигига сабаб бўлади. Масалан, кўргазма (витрина)нинг орқа томонини бир неча рангли чизиқлар билан бўййлик ва улардан бирини шойи тасма (лента) билан алмаштирайлик. Биз шойи тасма кўшилгандан кейин витринанинг кўриниши тамоман бошқа тусга кирганини кўрамыз. Ёки бирор юзани тўрт катак (квадрат)га бўламыз. Бўлинмаларни тўрт хилда фактуралаб¹, уларни бир хил рангга бўйймыз.

Натижада бир хил ранг тўрт хил эффект беради. Ранглар текис юзадагига қараганда ғадир-будур шаклда жонлироқ кўриниш бериши

¹ Faktura – bu biror jismning sirti, yuzasini silliq yoki g’adir-budurligi. Shuningdek, ranglar ham fakturali ko’rinishga ega bo’lishi mumkin. Masalan, issiq, yengil ranglar oldinga intiluvchi fakturali ranglarga kiradi, og’ir va sovuq ranglar “fakturasiz” ko’rinishga ega.

мумкин. Хилма-хил материаллар: шойи, бахмал, ёғоч, мрамар ўзининг структуравий тузилишига қараб турлича таъсирчанликка эга.

Ёғоч кўринишдан илиқроқ, металл совуқ, тошлар совуқ, матолар йенгил илиқ кўринишда бўлади. Сервис соҳаси корхоналарининг интерьерини шакллантиришда уйғунликка эришиш учун материалларнинг хусусиятларини яхши билишлик катта аҳамият касб этади. Масалан, шойи сариқ юзага оқ қоғоз харфлар ёпиштирилса, уларнинг тонларини яхши танлаб олинса, декоративликка, жозибадор эффектга эришилиши мумкин. Ана шундай сариқ бўялган юзага оқ харфларни бўёкда ёзилса, у керакли эффект бермайди. Интерьерни шакллантиришда ёғоч энг қулай, жонли материал бўлиб унга истаган фактурада ва истаган тонда ишлов бериш мумкин. Металллардан имкони борича чўзинчоқ формалардаги қурилмалар яшаш ва уни ўзининг ҳақиқий рангида қолдириш, унга ялтираш даражасида ишлов бериш мақсадга мувофиқ бўлади.

Шиша ўзига хос фактурага эга. У сервис соҳаси корхоналарининг интерьерини шакллантиришда жуда катта имкониятлар туғдириб, бошқа материаллар (ёғоч, пластик материаллар ва ҳ.к.) билан уйғунликда ишлатилса керакли эффект беради.

Ёруғлик – архитектор ва дизайнерлар учун, ёғоч, шиша, керамика каби хомашё ҳисобланади. Бу ҳақида энг қадимий қурувчилар ҳам билишган – моҳирона ёруғлик билан таъминланган Критдаги Кносс саройи ва бино ичида рангли витражларга эга бўлган готик ибодатхоналарни эслаш етарли. Бугунги кунда бунини замонавий дизайнерлар ҳам яхши тушунадилар. Ёруғликдан тўғри фойдаланган ҳолда бир қанча пластик ва бадий масалаларни ҳал қилиш мумкин: бинони турли функционал қисмларга ажратиш, жойини моделлаштириш, визуал акцентларни жой-жойига қўйиш.

Ёритгичлар – интерьернинг жуда муҳим элементи бўлиб, энг асосий дизайнер ускуналарида бири ҳисобланади. Унинг яққол мисоли сифатида “Гоа” психоделик клубини келтириш мумкин. Клубнинг деворлари тўғри

ва бир хил рангда ўзида идеал экранни мужассамлаштирган, унга турли расмлар йириклаштириб туширилган, унинг ортидан мижозлар кузатилади. Ёруғлик кишини зериктирмайдиган ўзгарувчан, ҳаракатдаги байрам интерерини яратади. Рангли филтрли кучли ёритгичлар (прожекторлар) ҳар лаҳзада бино ранглар гаммасини ўзгартириб туради. Ёритгичлар яратган кўркемлик, деярли чегарасиз. Лекин ишнинг функционал томонини эсдан чиқариш керак эмас. Ёруғлик муассасанинг умумий йуналишига боғлиқ ҳолда ёритилиши лозим. Бир меъёردаги ёрқин ва нурдан сакловчи ёруғлик фаст-фуда ресторанларида узоқ ўтирувчилар ва стол атрофида дам олувчилар учун мўлжалланмаган. Бу ерда барча нарсаягона бизнес стратегиясига бўйсунди: хизмат кўрсатиш тезлиги, овқатланиш тезлиги, иш қобилиятини ва ўтирганлар сонини ошириш. Услубий барлар ва ресторанлардаги хира ва тарқоқ нурлар аксинча, шинамлики янада саклаб туради ва қўшимча буюртмаларга эҳтиёжни оширади. Тарқоқлик ва хиралик – асосий мақсад эмас. Ёруғлик иложи бориша мижоз таомномани ўқий оладиган даражада мувофиқ келиши керак (бу дизайнернинг эстетик амбициясидан ташқарида). Столга харидорлар учун қўйилган таом қанчалик муваффақиятли товланиши ҳақида гап ҳам бўлиши мумкин эмас. Ҳеч қандай ёруғликдан фойдаланмайдиган дунёдаги ягона ресторан Германия пойтахтидаги “Абендмахл” “Окшом ” ресторанидир. Бу ерда ҳафтада бир неча марта энг нуфузли меҳмонлар учун бутунлай қороғу залда таом берилади, модомики бундай хира-ширада овқатланиш жуда оммавий қўлланилади.

Элементар психологияни унутиш жуда ёмон оқибатларга олиб келиши мумкин. Ҳа, ёруғлик инсон психологиясига бевосита таъсир кўрсатади. экспертлар ажобий қизиқарли детални кўрсатадилар: светни стол устиларига шундай жойлаштириш керакки, унда у ўз имкониятига қараб мижозларга муносабатда жуда қулай бўлсин. Бу ерда дизайнерлар киночилар ва тезевизорчилардан кўп нарсани ўргансалар бўлади. Билимсизлик билан ёқилган свет суҳбатдошингиз қиёфасини яхши кўра

олмаслигингиз даражасида бўлади, тик тушаётган нурлар эса юздаги ҳар бир нарсани (масалан, хуснбузарларни ҳам) жуда катта қилиб кўрсатади. Бундай ҳолатлар муассасага келган мижозларда ноқулай хотира қолдиради, ҳатто улар бунда ўзларининг эмас, светнинг айби борлигини билсалар ҳам.

Вазифаси нуқтаи назаридан қахвахона, бар ва ресторанлардаги ёритгичларни бир неча турларга ажратиш мумкин:

Умумий – бинонинг яхлит ўзига хос ёритиш фонини яратишга қаратилган: хира ёки ёрқин, тенг ўлчовли ёки бир хил бўлмаган, у асосан, дизайн ғоясига боғлиқ.

Локал ёритгичлар – стол атрофида ўтирган мижозларга “хизмат қилади”. “Мижоз” ёруғлигининг формуласи қуйидаги сўзларда акс этади “таомнома – юз – овқат”, аслида эса у ўзида жуда мураккаб масалани қамраб олади.

Акцент ёруғликлар – интерернинг қандайдир маълум деталини ёритади ва ажратиб кўрсатади. Кўпгина барларда бундай объект бар устунси ҳисобланади.

Ишчи ёритгичлар – официантлар, бармен ва кассирларнинг меъёрий ишлашини таъминлайди. Баъзан, масалан, овқат тайёрлаш жараёнини ҳақиқий театрға айлантириб юборадиган ошпазларнинг самарали манпуляциясига мижозлар эътибори тортиладиган муассасаларда иш ёритгичлари жуда ёруғ бўлиши мумкин (соокинг-шоу).

Интерер устида ишлашда дизайнерлар свет бўйича мутахассисларни жалб қиладилар. Бундан ташқари, кичик ёритгичлар (светилниклар) ҳам ўз-ўзидан интерернинг услубий детали бўлиб хазмат қилиши мумкин. Масалан, бар устунси устидаги “қуруқ эшкак” кичик ёритгичлари эшкак шаклида тайёрланган. Кўпгина ишлаб чиқарувчилар жуда қизиқарли дизайндаги ёритиш асбобларини таклиф этадилар. ТРЕ италия концерни дизайнерлари деярли санъат асари ҳисобланадиган машҳур муран ойналаридан кичик ёритгичларнинг бир неча моделларини яратдилар.

Дизайнерларнинг бирон бир номдаги ёритгичлари муассаса моқомидан дарак беради. Муаллифларнинг ўз ғайри оддий йуналишлари ва фактуралари билан завқлантирувчи модел кўпинча интерернинг асосий деталлари бўлиб қолади. Айтайлик, Ла Муринна лампалари бутун интерерга тон бериши мумкин: Тосада, Лара, Хуело ва бошқа моделлар.

Чироқ тузилмаси интерерга гармоник тарзда сингиб кетиши керак. Техник услубдаги ёшлар барини модулли трансформация тизими ёрдамида ёритиш мақсадга мувофиқ. Кўп италиялик ва германиялик ишлаб чиқарувчилар унинг кўпгина вариантларини таклиф этадилар (масалан, Мераласпорт ва Стафф). Бундай тизим интегрлашган свет таъсири туфайли интерерга “ёниб туриш” ўзгариш, бинонинг ёритиш сценогарфиясини алмаштириш имконини беради.

Классик интерерларга бизга совет давридаёқ яхши таниш бўлган Каменисси Сенов ва Пресиоса-Лустрай чехия ишлаб чиқарувчиларининг машҳур қандиллари мос келади. Унчалик катта бўлмаган романтик муассасаларда паст волтли галоген ёритгичлари тизими ёрдамида столларга қўйилган локал ёруғлик - “доғ”лар яратиш йули билан шинамликни ҳис қилиш мумкин.

Ранг хусусиятлари ва йечимлари.

Ҳар қандай ранг учта *хусусиятга* эга: *ранг тони*, *ёрузланганлиги* ва *тозаллиги* (тўйимлилиги). Мисол учун, яшил ранг қуйидагича тусланиши мумкин: сариқ ранг ёки кўк рангга яқинлашиши, очроқ ёки тўқроқ бўлиши, ёрқин ёки бўғиқ бўлиши мумкин. Аммо табиатда жисмларни турли ҳолатлардаги шакли ёки ўзига хос ранг хусусиятлари бўлиши ҳам мумкин. Қуйидагилар ранг жиҳатдан фарқланадилар: номсиз спектр ранглари, қизиш оқибатида юзага келган ранглари, металл ранглари, жисмлар ранглари, атрофимиздаги ҳамма нарсалар ўз хусусий рангига эга бўлиб, чексиз тусланиш ва оч тўқ бўлиши, кўпинча аниқ номсиз тусга эга бўлиши мумкин (мисол учун йер, ҳар хил тошлар, баъзи ўсимликларнинг ранглари).

Сервис соҳаси корхоналарининг интерьерини шакллантиришда рангларнинг қуйидаги *хусусиятларини* билган ҳолда фойдаланиш катта аҳамиятга эга.

1. *Иссиқ-совуқ*. Сарик, зарғалдоқ ва қизил каби ранглар ҳамма учун иссиқ ва сифатли ранглар саналади. Бинафша, кўк, яшил ранглар совуқ ранглар сафига киради. Булар ранг доирасини икки тарафида жойлашади. Аммо иссиқ-совуқ деганда, совуқ ва иссиқ ранглар гуруҳларида ҳам иссиқ-совуқлик ўзаро фарқланиши мумкин.
2. *Актив ва пассив ранглар*. Қизил, зарғалдоқ энг актив ранглар бўлиб, унинг қарама-қаршисида (яшил ранглар гуруҳи) пассив ранглар жойлашган. Бу ҳолда ҳам ранглар ўзаро нисбийликда бўлади. Масалан, ғира-шира ёруғликда кўк ранг қизилдан активроқдир.
3. *"Яқин ва узоқ кўринувчи ранглар"*. Кундузи барча иссиқ ранглар яқин, совуқлари эса узоқ кўринади. Дастгоҳлик бадиётида иссиқ ранглардан олдинги планда ва совуқларидан эса орқа планли тасвирлашда фойдаланилади. Ғира-шира ёруғликда узун тўлқинли қизил, сарик зарғалдоқ рангларга нисбатан кўк, яшил ранглар ёруғроқ кўринади.
4. *"Баланд – паст" ранглар*. энг иссиқ ранглар "баланд", кескин таъсир қилади. Яшил, кўк ранглар тинч оҳиста паст сезилади. Бунда ҳам ранглар ўзаро нисбийлик қонуниятига амал қилади.
5. *"Қуруқ – ҳўл" ранглар*. Ҳамма иссиқ ранглар қуруқ кўринади. Охра ранглари ҳам қуруқ кўринишда бўлади. Кўкиш яшил ранг эса ўта ҳўл бўлиб кўринади.
6. *Оғир ва йенгил ранглар*. Ҳамма ёруғроқ, оч ранглар йенгил ва қорамтир ва қора ранглар оғир кўринишли бўлади. Қизғиш ранглар кўкиш рангларга қараганда оғирроқ кўринади. Бу йерда сарик ранг ғира-шира ёруғликда йенгил юқорига интилувчи бўлиб, оч кўк ранг эса йенгил, шабада тарқатувчи каби ўзига хос хусусиятларга эгадир.
7. *Статик ва динамик ранглар*. Статик рангларга ўзаро мувозанат сақловчи бинафша, кўк, яшил ва қирмизи (пурпур) ранглари киради.

Динамик рангларга қизил ва кўк, зарғалдоқ ва яшил ранглар нисбати киради.

8. *Кўзғатувчи ва хотиржамлик чақирувчи ранглар.* Яшилдан сариқ тарафга, қизилдан сариқ тарафга кўчган ранглар хотиржамликка чақиради. Сариқдан яшил тарафга тинчлантирувчи сариқдан қизил тарафга бўлган ранглар қатори эса кўзғатувчи хусусиятларига эгадир.

Сервис соҳаси корхоналарининг интерйерини шакллантиришда куйидаги *ранг йечимларини* эътиборга олиш зарур:

1. Хоналарнинг функционал аҳамияти, ўлчами табиий ёруғликка нисбатан ҳолати, кавати кабилар ранг йечимида асосий талаблардан ҳисобланади. Интерйернинг ранг йечими фақат бир умумий ранг билан бўяш билангина эмас, балки ундаги жиҳозлар, пол, шифт ва деворлар йечими ҳам комплекс ҳал қилинади.
2. Сунъий ёруғликнинг ранг тониға таъсири катта. Шунинг учун лойиҳалаш жараёнида қандай электр чироқлари билан ёритишни мўлжаллаш, рангларнинг бу чироқларда қандай ўзгаришини олдиндан билиш зарур. Охраға ўхшаш сариқ, яъни тўк сариқ люминесцент электр лампаси ёруғлиги таъсирида сарғиш - яшил тусға, ўрта яшил кўкиш - яшил, кўкиш ранглар бинафша тусда кўринади. Чўғланма лампа ёруғлиги таъсирида кўкиш, яшил, сарғиш яшил каби ранглар ўз тусини йуқотади ёки ажратиб бўлмас даражада ўзгариши мумкин. Ультрамарин (тўк кўк) асосида тайёрланган ҳаворанги ҳам бу лампа таъсирида бинафша тусда кўринади.
3. Ранглар текисликлар ҳажмиға қараб ўзгариб кўринади. Масалан, эскизда берилган рангнинг ёрқинлиги натурада майдоннинг ҳажми катталашганда унинг ёрқинлиги янада кучайиб кўринади. Бундай ўзгаришларни лойиҳа жараёнида кўзда тутиш лозим.
4. Ранг йечими меъморий иншоотнинг масштабидан, унинг ҳажми фазовий - композициявий тузилишидан келиб чиқиб ҳал қилинади. Чунки ранглар ўзининг "оғир", "йенгил" оч-тўқлик ва ёрқинлиги каби

характеристикасига эга бўлиб, улар меъморий қурилманинг образли йечимига жиддий таъсир қилиши мумкин.

Ўзбекистонда тасвирий санъат тарихи

Ўзбек халқининг ўтмиши Марказий Осиё халқлари тарихи билан чамбарчас боғлиқ. Хусусан, санъат тарихи мавзусида ҳам узвий муштаракликни кўрамиз. Бу мавзуни ўрганишдан асосий мақсад сервис соҳаси корхоналари бинолари ва хоналари интерьерлари дизайнини шакллантиришда тасвирий санъат асарларидан фойдаланиш. Зотан, аجدодларимиз яратган тасвирий, амалий безак санъати, шунингдек, меъморчилик ёдгорликлари тарихнинг жонли ва ишончли кўзгуци саналади. Санъатнинг мўъжизали сирлари шундаки, санъаткорлар яратган ижод намуналари сарҳад танламайди. Шунинг учун ҳам одамлар қайси миллатга мансуб бўлмасин, қайси ҳудудда яшамасин санъат оламида бирдек баҳраманд бўлишади. Санъаткорнинг эзгулик тарқатувчилик вазифаси эса ҳамма минтақаларда ўзгармасдир.

Ўзбекистон тасвирий санъати тарихи — жахон тасвирий санъати тарихининг ажралмас қисми. Бироқ, Ўзбекистон ҳудудига мансуб бўлган тасвирий санъат тарихи бир қатор алоҳида кўринишларга ҳам эга бўлиб, ўша ўзига хослик ва фарқланиш жиҳатлари қуйидаги босқичлар асосида намоён бўлади:

1. Ғорлар, қадимги тошлар ва турли қояларда сақланиб қолган ибтидоий тасвирлар;
2. Лой, ганч, тош ва ёғочдан ишланган қадимги ҳайкалларнинг сақланиб қолган ижод намуналари, турли ҳунармандчилик буюмларидаги тасвирлар;
3. Шоҳ саройлари, ибодатхона ҳамда шу кабиларга оид деворий расмлар;
4. Ислом маданияти давридаги китоб ва албомларга ишланган миниатюра ва тасвирлар, меъморчилик обидалари ҳамда бошқа ёдгорликлардаги расмлар;
5. Оврупо санъати таъсирида янгича шаклланган XIX аср охири ва XX

аср бошларидаги тасвирий санъат;

6. Собиқ Совет даври – тотолитар тузум тасвирий санъати;

7. Уйғониш даври тасвирий санъатидаги оқимлар.

Араблар истилосигача бўлган тасвирий санъат намуналарини замонамизга нисбатан энг қадимгилари, деб аташ мумкин. *Тасвирий санъат тарихининг иккинчи босқичи эса ислом маданияти даврида вужудга келган.* Бу даврда инсон суратлари, турфа хил ҳайкаллар ўрнини кўпроқ безаклар ва нақшлар эгаллай бошлаган. Чунки, инсон суратларининг кенг тарғиб этилиши ислом ақидаларига унчалик монанд келмаган. Худди шу жиҳатдан ҳам икки даврни қиёслаб ўрганиш катта аҳамият касб этади.

Банд материалларини ўзлаштириш учун назорат саволлари:

Интерйер ибораси қайси тилдан олинган, унинг том маъноси нима?

Интерйер элементлари нималар?

Интерйер ўз ичига нималарни қамраб олади?

Интерйернинг асосий тамойилларини санаб ўтинг?

Интерйернинг функционал ва жойлаштирилиши бўйича лойиҳаланиши?

Интерйернинг гармоник бирлиги тамойили?

Интерйернинг миждозлар кайфиятига иждобий таъсири?

Интерйернинг миждозлар кайфиятига салбий таъсири?

Интерйернинг корпаратив маъданиятга таъсири?

Екстерйер нима?

Екстерйернинг сайёҳлар учун аҳамияти?

Табиий-иқлим талаблар?

Психофизиологик талаблар?

Шаҳар меъморчилиги талаблари?

Бино шаклига ва унинг элементларига қўйиладиган талаблар?

Вертикал ва горизонтал ритм деб нимага айтилади?

Ёритилганлик ва рангларнинг екстерйерни шакллантиришдаги ўрни?

Меҳмонхонанинг асосий кириш эшигига қўйиладиган талаблар?

Меҳмонхона комплекси бинолари хоналаридаги интерьер элементлари нималардан иборат?

Меҳмонхона яшаш номерларида мебелларнинг қайси турлари асосий бўлиб ҳисобланади ва улар қандай талабларга жавоб бериши керак?

Меҳмонхоналарнинг разряди ва категориясига боғлиқ бўлмаган ҳолда уларнинг номерларида қайси мебеллар ўрнатилиши лозим?

Майдонни (жойни) тежаш мақсадида яшаш номерларида мебелларнинг қайси турлари ўрнатилади?

Номерларда мебелларнинг жойлаштирилишининг умумий қондаси қандай?

“Люкс” ва олий категорияли номерларда мебеллар жойлаштирилишининг фарқи қандай?

Овқатланиш корхоналари залларида қайси асосий мебеллар ўрнатилади ва улар зал майдонида қандай жойлаштирилади?

Ранг ва ранг тушунчаси ҳақида нималарни биласиз?

Халқ амалий санъати турларида ранглар қандай тарзда иштирок этади?

Рангларнинг шартлилик томонлари ҳақида нималар дея оласиз?

Қадимги юнон олимлари ранг ҳақида қандай фикрлаганлар?

Исаак Нютон ихтиро қилган спектр рангларининг кетма-кетлигини таърифлаб беринг?

Ёруғлик нима?

Електромагнит нурланиш оқибатида содир бўладиган ўзгаришлар ҳақида гапиринг?

Рангларнинг оптик таъсири ҳақида мисоллар келтиринг.

Ранглар таъсирида содир бўладиган иллюзияларга мисол келтиринг.

Рангларнинг хотирада ассоциатив туртки уйғотиши ҳақида мисол келтиринг.

Жисмлар рангларининг юзалар структураси ва характериға боғлиқлиги тўғрисида нималарни биласиз?

Ёруғлик интерерда қандай рол ўйнайди?

Қандай ёритгичлар қўлланилади?

Психологик жихатларга ёруғлик қандай таъсир кўрсатади?

Рангларнинг уч хусусиятини айтиб беринг?

Сервис соҳаси корхоналари интерьерини шакллантиришда ранг хусусиятларининг ўрни?

Сервис соҳаси корхоналари интерьерини шакллантиришда ранг йечимларининг аҳамияти?

Ўзбекистон тасвирий санъати тарихининг босқичларини айтиб беринг?

Араблар истилосигача бўлган давр тасвирий санъати?

Тасвирий санъат тарихининг иккинчи босқичи ҳақида гапириб беринг?

Инсоннинг санъаткорлик даражаси нималарда намоён бўлади?

Тасвирий санъат қандай санъат тури?

Монументал дейилганда нимани тушунаси?

Дастгоҳ асари қандай яратилади?

**16.Мавзу:Сервис соҳаси корхоналари интерьерини
шакллантиришда фитодизайн: гул ва декоратив яшил
ўсимликладан фойдаланиш**

Асосий саволлар:

- 1.Сервис соҳаси корхоналари интерьерини шакллантиришда фитодизайн
2. Сервис соҳаси корхоналари гул ва декоратив яшил ўсимликладан фойдаланиш

Таянч иборалар: фитодизайн, фитооранжировка, Боғи Шамол, Боғи Беҳишт, Боғи Давлатобод, Боғи Чинор, Боғи Дилкушо, Боғи Бўлду, Боғи Нақши жаҳон, Боғи Баланд, Боғи Нар, Боғи Жаҳоннамо, Боғи Амирзода Шохрух, Боғи Майдон, Боғи Зафон, Қуллар Боғи, Клавихо.

Инсон пайдо бўлибдики, у табиат неъматларидан, унинг гўзаллигидан баҳраманд бўлиб келмоқда. Демак, инсон ва табиат бир-бири билан чамбарчас боғлиқдир.

Баҳор келиши билан биз табиат қўйнига ошиқамиз, бир лаҳза бўлсада, дунё ташвишларини унутиб ям-яшил арчазорлар, қип-қизил лолазорлар ичида дам олгимиз келади. Албатта, табиатнинг ям-яшил либосга ўралиши-ю унинг қўйнида очилиб турган ранг-баранг гулу-лолалар, барг шакллари, уларнинг жойлашиши, тана тузилишлари билан, асосан, гулларининг ранг-баранглиги ҳамда хушбўй ҳидлари билан кишини ўзига ром қилиб, сеҳрлаб, ўзига тартади. Ҳатто, энди тетапоя бўлаётган мурғак гўдак, гуллаб турган ўсимликни кўрса баргини юлмайди, новдасини синдирмайди, албатта гулини узиб олишга ҳаракат қилади. Демак, гулга бўлган интилиш, қизиқиш инсонга хос бўлиб, авлодлардан ўтиб келаётган табиатга бўлган туғма муҳаббат белгисидир.

Сервис соҳаси корхоналари интерьерини шакллантиришда гул ва декоратив яшил ўсимликларидан фойдаланиш инсон кайфиятини кўтаради, руҳан тетик қилади ва эстетик завқ бағишлайди. Қолаверса, бу гўзалликлардан завқлана билиш, уни чуқурроқ юракдан ҳис этиш ва унга тўғри муносабатни ўзида шакллантириш, инсоннинг маданияти ҳамда эстетик мезонидир. Турли маросимлар, тантаналар, улуғ меҳмонларни кутиб олиш, турли-туман учрашувлар гулсиз ўтмайди. Демак, гуллар кундалик ҳаётимизда, хурсандчилик кунларимизда бизга ҳамроҳдир.

Гул тўғрисидаги мусулмонларнинг ривоятларидан бирида шундай дейилади: „Муҳаммад алайҳис-а-салом жангга боришдан олдин хотинларига қизил гул ҳадя қиладилар ва мен келгунга қадар бирор киши билан алоқа қилмайсанлар деб қасамёд қилдирадилар. Аммо хотинлари Муҳаммад алайҳис-а-саломнинг йуқлигидан фойдаланиб, қасамёдни бузадилар, натижада Муҳаммад алайҳис-а-салом буни билиш учун келиб берган қизил гулларини тиниқ сувга ташлашни буюрадилар. Қизил гулни сувга ташлаб қайта олганларида, қизил гул ўз рангини ўзгартириб, сариқ гулга айланади“.

Шу сабабдан сарик гул айрилик, жудолик белгиси сифатида атайлаб ҳадя қилинмайди. Шундан кўриниб турибдики, гулчилик ва гулга бўлган қизиқиш, унга нисбатан ривоятлар тўқиш азал-азалдан давом этиб келган.

Соҳибқирон Амир Темури даврида Самарқандда 15 та катта-катта боғлар, яъни Боғи Шамол, Боғи Беҳишт, Боғи Давлатобод, Боғи Чинор, Боғи Дилкушо, Боғи Бўлду, Боғи Нақши жаҳон, Боғи Баланд, Боғи Нар, Боғи Жаҳоннамо, Боғи Амирзода Шоҳрух, Боғи Майдон, Боғи Зағон, Қуллар Боғи каби боғлар барпо қилиниб, бу боғлар гулу-гулзорлар билан безатилган. Шундан кўриниб турибдики, Ўзбекистонда, жумладан, Самарқандда 1378 йилларда гулчилик ниҳоятда эъзозланган ва деҳқончилик маданиятида катта ўринни эгаллаган. Чунки Шаҳаншоҳ ва давлат арбобларига гулоб, гулқанд тайёрлашда ниҳоятда кўп ва хилма-хил гуллар ишлатилган.

Ўзбекистонда қадим-қадим замонлардан бошлаб боғлар ва боғларда гулу- гулзорларнинг ташкил этилганлиги ва бу боғларда усталик билан ишланган отма фавворалар алоҳида ўрин тутган. Жумладан, Испания элчиси Клавихо Боғи Дилкушода бўлган вақтида бу ҳақда қуйидагиларни ёзган: „Подшоҳ махсус қўйилган баланд ўриндикда ўлтирар ва унинг олдида суви тепага отилиб турган фаввора бўлиб, фавворада қизил олма қалқиб турарди“.

Маълумки, айрим манзарали ўсимликлар гулларининг чиройлилиги, айримлари хушбўй ҳидлари ва пояларининг ўсиш хусусиятлари, айрим ўсимликлар эса баргларининг ўзига хос шаклларда, рангларда бўлишлиги ҳамда пояда чиройли жойлашишлари сабабли ўстирилиб парвариш қилинади.

Кўпчиликни айниқса, гулчиларни кўпроқ барглари мозаикаси ўзига жалб қилади. Хўш, барглари мозаикаси нима? Бу баргларнинг қуёш нуридан фойдаланишлари учун бир-бирига нисбатан пояда маълум тартибда жойлашиш натижасидир. Плюш, тошёрар ўсимликларда барглари мозаикаси ўзига хос кўриниш ҳосил қилади.

Гулчиликда гул гиламлар ташкил қилишда ва гуллардан ҳар хил шакллар ясашда баргларнинг ранглари катта аҳамиятга эга. Бундай мақсадлар учун алтернантераларни, гнафалиум ҳамда седумларнинг барглари ўзига хос жозиба ҳосил қилади. Барглариинг тўқ-кизил, тўқ сарик, кумушранг, хаворанг, кулранг, оқ ва бошқа рангларда бўлиши гулчилар учун тирик гул асарлар ҳамда гул мозаикалари яратишда жуда қўл келади.

Фитодизайн – “Фито” ва “дизайн” сўзидан ташкил топган мураккаб сўздир. Фитодизайн сўзининг ўзи хали луғатда йуқ, фақат унинг қисмларигина бор: Фито (грекча *пхйтон* – ўсимлик сўзидан олинган) мураккаб сўзларнинг бир қисми бўлиб, у ўсимликларга муносабатни ёки ўсимликлар ҳақидаги фанни (ботаника) билдиради; дизайн – (инглизча, *десидн* – *ғоя*, *лойиҳа*, *чизма*, *расм* *демакдир*) буюмларнинг функционал ва эстетик сифатларини шакллантириш мақсадига қаратилган лойиҳавий фаолиятнинг турли кўринишларини акс эттиради. Тор маънода “Дизайн” - бадий конструкторлашдир.

Шу тарзда *фитодизайн* – ўсимликлар билан боғлиқ бўлган лойиҳа фаолияти ва ўсимликлар билан боғлиқ бадий конструкторлаштиришдир. Бу иш билан фитодизайнерлар шуғулланадилар, улар қуйидагиларни амалга оширадилар:

- тўйларни безатиш: келин ва куёвни жонли гуллар билан безатиш (гулдасталар, бутонерк, диадема, бошқа аксессуарлар), тирик гуллар ёрдамида байрам столини, тўй намоёиш машинасини безатиш;

- туғилган кунлар, катта ва кичик байрамларни: байрам гулдасталари, композициялар, саватлар, зал ва байрам столларини безатиш;

- интерерларни безатиш: тирик ўсимликлар ва уларга ўхшаш сунъий ўсимликлардан, жумладан, тувакдаги ўсимликлар ёрдамида безатиш;

- дераза тоқчаларидаги тувакдаги ўсимликлар – бу кўп фотодизайнерларнинг анъаналаридир. Йеуропа ва бошқа ривожланган мамлакатларда тувакдаги гуллар деразанинг ташқи томонига қўйилади,

интерер эса худди жамоат муассасалари каби кесилган гуллар композициялари ёки уларга айнан ўхшаш сунъий гуллар билан безатилади.

Шаҳарнинг тошли чангалзорида яшовчи замонавий шаҳарликлар учун энг яхши дам олиш “табиат қўйнида дам олиш” иборасида ўз аксини топган. Бу соғинчдан ресторан эгалари жуда самарали фойдаланишади, уларнинг айримлари ўз ресторанлари интерерларида шундай муҳит яратишга ҳаракат қиладилар.

Жуда қадимий, лекин амалдаги услуб – интерерни ҳар қандай даврда ҳам табиийлик ва софлик рамзи сифатида қабул қилинадиган гуллар билан безатишдир. Интерерни жонли гуллар, тувакдаги ўсимликлар ва уларнинг сунъий композициялари жонлантиради.

Ресторанлар учун энг яхши гуллар диспозицияси қўйидаги кўринишга эга бўлади:

- ҳар бир столдаги гулдонда кесилган гулларнинг бўлиши – муассасанинг юқори тоифадалиги кўрсаткичидир. Гуллар кўп бўлиши керак эмас, биттаси ҳам етарли бўлиши мумкин. Гул солинган гуллар стол устидан 20-25 см баландликда бўлиши етарлидир;

- Овқатланиш зали бўйича бир текисда қўйилган тувакдаги ўсимликлар стол устида ёки ҳар бир стол атрофида ўтирган мижоз кўз олдида яшил макон яратади. Овқатланиш зали гул дўконларини эслатмаслиги учун улар жуда тўғри ҳисоб-китобларга асосланиб ўрнатилиши лозим.

- Давордаги ва полдаги жонли ва сунъий гуллардан ясалган композициялар интерерда кўзга кўринмайдиган, ҳис қилинадиган таъсирларни юзага келтиради;

- Агар бу рестораннинг умумий концепциясидан ажралмаган ҳолда юз берса ва жой бемалол бўлса, унда яшил «оазис» яратилади, унинг атрофида залнинг бошқа барча нарсалари ташкил этилади. «Жонли табиат»нинг бундай бурчаги турли тирик гуллар ва сунъий гуллар, декоратив фонтанлар, тошлар ва бошқаларни бирлаштирувчи мураккаб қурилмадир.

- Фитодизайн ва флористика интерьер безагига мувофиқ алоҳида соҳа бўлиб, унда дизайнер архитекторлар фақат ўз билимлари ва чиройли хиссиётларига таяна олмайдилар. Интерернинг тўғри фитоқарори ва унинг чидамлилигини фақат малакали флорист таклиф қила олиши мумкин.

Ресторан спецификаси фиторассом вазифасини мураккаблаштиради. Қоронғулаштирилган ресторан залида қоронғуга ўта чидамли ўсимликлар ҳам бир меъёрга ўса олмайди. Улар учун энг яхши ҳолат яшаб қолиш ва “товар кўринишини” сақлашдан иборат бўлиб қолади. Озгина эътибор талаб ўсимликлар бундай вазиятда икки ойгина умр кўрадилар ва сўлий бошлайдилар. Шундай муассасалар бўладик, уларда бундай ўсимликларни алмаштириш ва қайта тиклаш жуда қимматга тушади. Бундай ҳолатларда мутахассислар жонли ўсимликлар билан биргаликда сунъийларини аралаштириб фойдаланишни таклиф этадилар. Бундай бинолар учун “консерванган” ўсимлик ва гуллар жуда қулайдир. Одатдагидек, бу махсус таркиб билан қайта ишланган Голландия ўсимлик хомашёсидир. Ҳосил бўлган “махсулот” кўриниши жиҳатидан жонли ўсимликлардан фарқ қилмайди, кундалик ҳаёт учун чидамли, лекин жуда қиммат туради.

Интерернинг бошқа барча деталлари каби *фитооранжировка* ҳам рестораннинг умумий концепцияси остига қурилиши лозим. Шундай қилиб, анъанавий рус ошхонасига эга бўлган ресторанга гулдондаги кесилган мойчечаклар, бар устунидаги бир бош мевали чўтир новда, деворлардаги кунгабоқарлар иштирок этган гуллар композицияси ва бошқалар жуда мос келади.

Фитодизайнга ихтисослашган кўп компаниялар ресторан эгаларига бинони безатиш бўйича мажмуали қарорларни ва мураккаб тузилмали ўсимликлар “конструкцияси” учун аҳамиятли бўлган 5-6 ой давомида кафолатли хизмат кўрсатишни таклиф этадилар.

Банд материалларини ўзлаштириш учун назорат саволлари:

1. Фитодизайн нима?

2. Фитооранжировканинг қандай деталлари қўлланилади?

Тасвирий санъат тўғрисида тушунча

Одамлар томонидан бирор-бир иш, нарса, буюм ва ҳоказолар моҳирлик билан бажарилиши ва маромига йетказилиб ишланиши инсоннинг *санъаткорлик даражасини* билдиради. Шу боисдан ҳам рассом, ҳайкалтарош, меъмор, кулол, бастакор, ёзувчи ва бошқа ижодкорлар яратган асарларни *санъат асари* деймиз. Санъат қайси кўринишда бўлмасин кишиларнинг ҳис-туйғусига, руҳиятига таъсир этувчи восита сифатида намоён бўлади. Ҳар бир ижодкор ўз-ўзича изланади, ўз-ўзича меҳнат қилади. Ана шунинг учун ҳам санъат ўзига хос турларига эга.

Адабиёт, мусиқа, театр, кино, сирк, меъморчилик, тасвирий ва амалий безак каби бошқа санъат турлари ҳам мавжуддир.

Тасвирий санъат — бу инсоннинг қарашларини ифодоловчи фаолият тури бўлиб, энг қадимий ва кенг тарқалган санъат турларидан бири. Уйғониш даврининг буюк рассоми Леонардо да Винчи «Табиат яратган шаклларнинг барча сифатларига ўз санъатинг билан тақлид қилишда устаси фаранг бўлмасанг, яхши мусаввир бўлмоғинг даргумон» деб таъкидлаш баробарида тасвирий санъатни эгаллаш табиатни ўрганиш, уни севиш билан нақадар боғлиқлигини кўрсатиб, бу соҳани ўта мураккаб соҳа эканлигини уқтирган эди.

Тасвирий санъат *монументал* ва *дастгоҳ* кўринишларига ҳам эга. *Монументал* дейилганда ҳажм жиҳатидан катта, меъморчилик, парк, боғ санъатига, шунингдек, бирор-бир бадиий муҳитга мўлжалланган тасвирий санъат асарлари тушунилади. *Дастгоҳ асари* асосан эркин ижодий фаолият туфайли яратилади. Уларни хоҳлаган жойга қўйиш, намоёниш қилиш мумкин бўлади. Масалан: Ўзбекистон миллий боғидаги буюк бобомиз Алишер Навоийнинг ҳайкали монументал асардир. Агар ҳайкал ижодкорнинг ўз хоҳиши ва ижодий изланиши миқёсида ишланса ҳамда шу йусиндаги асарларга хос жиҳатлар амалга оширилса, бу дастгоҳ асари бўлиб уни музейга ёки ўқув дарсхоналарига қўйиш мумкиндир.

Тасвирий санъатнинг *миниатюра* йуналиши характери ва услублари билан алоҳида ажралиб туради. Миниатюра асарларида ранг-тасвир ва графика турлари унсурлари ҳам иштирок этади. Миниатюра санъатидаги асарлар: тўғри уч ўлчамли чизиқли перспективга асосланган тасвирий санъат турларидан маълум даражада фарқланади, Аммо шу нарса ҳам маълумки, ўтмиш миниатюра санъатининг ўзига хос сир-асрорлари бўлиб, бу соҳада ўрганилмаган бадий муаммолар жуда кўп.

17.Мавзу: Тасвирий санъат тўғрисида тушунча. тасвирий санъат асарлари турлари. сервис соҳаси корхоналари хоналарининг интерйерини шакллантиришда тасвирий санъат жанрларидан фойдаланиш

Асосий саволлар:

- 1. Тасвирий санъат асарлари турлари**
- 2. Сервис соҳаси корхоналари хоналарининг интерйерини шакллантиришда тасвирий санъат жанрлари**
- 3. Тасвирий санъатда композиция**

Тасвирий санътнинг турлари дастгоҳли рангтасвир, графика, ҳайкалтарошлик, керамик, монументал санъати, миниатюра рангтасвири дизайннинг барча турлари каби бўлиб, сервис соҳаси корхоналари бинолари ва хоналари интерьерлари дизайнини шакллантиришда бадиий ижод тизимида мусаввир ёки дизайнер ўз ғоявий қарашларини, ҳис-туйғуларини тасвирий йул билан яъни чизиқлар, ранглар, борлиқ шакллари орқали амалга оширади. Шунингдек, ишлаб чиқаришдаги жиҳозлар, хилма-хил буюмлар, меъморий муҳит яратишда ҳам давр талабларидан келиб чиқилган ҳолда ижод қилинади.

Ҳайкалтарошлик. Бу санъат кўринишига қараб, *думалоқ* ва *қавариқ* (релф) ҳайкаллар яратиш турига бўлинади. Думалоқ ҳайкалларни ҳамма томондан кўриш мумкин. Агар бу санъатда инсон образининг бош қисми ёки белигача тасвирланса бундай ҳайкаллар *бюст* деб аталади. *Релф* (қавариқ) ҳайкаллар эса юзага бўрттириб ишлангани учун фақат бир томондан кўришга мўлжалланган бўлади. Релфлар ўз ўрнида *Горелф* ва *Барелф* гуруҳига бўлинади. *Горелф* – юзага ёпишган ҳолда нисбатан бўртиб кўринади. Гоҳи бирор-бир бўлаги думалоқ ҳайкал даражасида ҳам бўлади. *Барелфлар* юзага нисбатан кам бўртиб тасвирланади, бу ўринда танга ва тақинчоқларни мисол келтириш мумкин. Ҳайкалтарошлик санъати асосан қаттиқ жисмлардан — тош, ёғоч, мрамор, гранит, бронза, гипс ва бошқа шу каби материаллардан тайёрланади.

Ҳайкалтарошлик санъатининг қадимги намуналари халқларимизнинг тарихини, эътиқодларини, эстетик дунёқарашларини, турмуш тарзини ўзида акс эттиргани билан қадрлидир. Қадимги мисрликларнинг, яъни фиръавн Тутанхомон, эхатон ҳамда гўзал ва ақлли малика Нефрететилар сиймолари акс эттирилган ҳайкаллари нафислиги, тўлақонлилиги билан энг қадимги ҳайкаллар ичида бутун жаҳонга машҳурдир. Айниқса, малика Нефрететининг бюстида ўзига хос гўзаллиги, ички маънавий олами, хотин-қизларга хос назокати бирмунча мукаммал тасвирланган. Бу портрет-ҳайкал ўз замонасининг машҳур ҳайкалтароши Тутмес томонидан

махорат билан яратилган. Нефретети бюстининг қиммати рангли кимматбаҳо тошлардан меъёрида қўлланилганлиги билан ҳам изоҳланади. Юз тузилиши, бош кийим, бўйиндаги тақинчоқлар тасвирида рангли тошлар жуда усталлик билан ишлатилганки, ҳайкалтарошлик санъатида бу хилдаги намуналар кам учрайди. Нефретети бюсти тимсолида рангли ҳайкалтарошликнинг ўта санъаткорона бажарилганини гувоҳи бўламиз. Қадимги юнонларнинг ва римликларнинг бу борадаги изланишлари ҳам эътиборга молик. Чунончи, машҳур юнон ҳайкалтароши Мироннинг «Диск отувчи» асари ҳар томонлама маҳорат билан яратилган. Юнон асотирларида келтирилишича, Афродита гўзаллик ва муҳаббат рамзидир. Буни Афродитага бағишланган ҳайкалларда кўрамиз. Улар нафислиги, гўзаллиги билан кишини ўзига ром қилади. Бу ўринда айниқса «Милос Афродитаси» ҳайкали алоҳида диққатга сазовор. энг қадим халқлардан ҳиндлар ўзларининг диний эътиқоди бўлмиш Буддага оид минглаб ҳайкаллар яратишган.

Ўлкамизнинг Сурхондарё вилоятидан қадим кушонлар даврига оид буддизмга хос ҳайкалтарошлик намуналарини ҳам кўплаб учратиш мумкин. Ўзбекистон ҳудудидаги қадим Самарқанднинг ўрни – Афросиёбдан бир қанча ҳайкалчалар топилган. Бу ҳайкалчаларда гўзаллик, садоқат, инсонийлик ва диний эътиқодлар акс эттирилган.

Ҳайкалтарошлик санъати асарлари ҳам мазмуни ва вазифасига қараб *монументал*, *декоратив* ва *дастгоҳ* турларига бўлинади. *Монументал ҳайкалтарошлик* маълум бир муҳит, меъморлик бинолари ҳамда табиатга уйғунлаштирилиб ишланган бўлади. Тошкент шаҳридаги Ўзбекистон мудофаа вазирлигининг биноси қаршисидаги «Жангчи солдат», шимолий темир йул вокзали ёнида ўрнатилган Туркистонлик 14 комиссарнинг гранитдан ишланган ҳайкаллари, соҳибқирон Амир Темури, Алишер Навоий ҳайкаллари шу турга мансуб.

Мустақил мазмунга эга бўлган, воқеликни борлигича акс эттирган ҳамда инсон ички руҳий оламини ўзига хос тарзда очиб берадиган эркин

ижодий асарлар, шу жумладан, музейлар, кўргазма заллари, ҳатто хонадонларга қўйишга мўлжалланган ҳайкаллар *дастгоҳ ҳайкалтарошлиги* деб юритилади. Дамир Рўзибойев, эйнулла Алийев, Абдумўмин Бойматов, Улуғбек Мардийев, Илҳом Жабборов каби ҳайкалтарошлар шу соҳада самарали ижод қилишмоқда.

Графика санъати — тасвирий санъатнинг энг кенг тарқалган ҳозиржавоб ва жанговар туридир. Графика санъатида воқелик асосан чизиклар, шакллар ва оққора ранглар орқали тасвирланади. Бу санъат турида ҳар доим ҳам турли ранглар ишлатилавермайди, ишлатилганида ҳам асар мазмунини очиб беришда асосий вазифани ўтамайди. Бўёқлар кишиларни жалб қилиши ёки чақириқ вазифасини бажариши мумкин. Шунинг учун ҳам, бу соҳада икки, уч хилдан ортиқ бўёқ деярли ишлатилмайди. Графика санъати ўз ўрнида қуйидаги турларга бўлинади. Масалан: *дастгоҳ графикаси* турига ижодкорнинг мустақил бадиий фаолиятини англатиш билан бирга янги фикр ва ғояларни илгари сурадиган асарлар киради. *Китоб графикаси* санъатида

еса китобнинг турига қараб муқова, титул муқова кабилар ҳисобга олинади. Китоб графикаси шу китобнинг мазмунини очиб беришга хизмат қилади. Китоб, газета-журнал графикаси ва булардан ташқари, ана шу китоб графикасининг ўзига хос бир тури *гравюра санъати* дейилади. Гравюра ҳам ўз ўрнида қуйидаги турларга бўлинади:

1. *Литографика* – асосан тошга ўйиб ишланади.
2. *Линогравюра* – линонумга ўйиб ишланади.
3. *Ксилография* – ёғочга ўйиб ишланади.
4. *Офорт* – алюминий ва бошқа металлларга ўйиб ишланади.

Графика санъатининг яна бир тури *плакатлар ясашидир*. Сиёсий плакатлар, реклама (тижорат) афишалар, сатира ва юмористик асарлар шулар жумласидандир. Плакатлар маълум бир мавзуга (тинчлик, экология, пахта кабилар) қаратилган бўлади. *Саноат графикасига* эса ёрлик, рамз ва

бошқалар киради. *Археграфикада* лойиха, режа, уй схемаси, манзил буйича йуналиш кабилар тасвирланади.

Графика санъатининг машхур усталари Султон Али Машхадий, Камолиддин Бехзод, Леонардо да Винчи, Алберхт Дюрер ўз замонасида самарали ижод қилишган. Ўзбекистоннинг XX аср графикачи рассомларидан Искандар Икромов, Қутлуғ Башаров, Телман Мухамедов, Николай Тен, Неймат Ҳакимов ва бошқалар ижоди эътиборга молик.

Рангтасвир — асосан бўёқлар воситасида матога, деворга шунингдек, текислик ва юзаларга ишланадиган санъат тури.

Тасвир мазмуни, характери ва шунга ўхшаш барча хусусиятлари бўёқлар орқали ифодалаб берилса *рангтасвир санъати* деб аталади. Тасвирий санъатнинг бу турида ижодкорнинг ички кечинмалари рангларни бир-бирига меърида қўшиб ишлатиш натижасида намоён бўлади. Масалан. қизил ва қора бўёқлар қўшиб ишлатилиши фожиавийликни акс эттирса, оч мовий ва яшил рангларни ўзига хос боғлашлар натижасида тинч ва осойишталик ҳолатлари тасвирланиши мумкин. Рангтасвир санъати жозибали ва қизиқарлилиги билан нафақат ўзлаштиришда, ҳатто уни идрок қила билишда ҳам ўқувчидан муайян тайёргарликни талаб этади.

Тасвирий санъатнинг ўзига хос нафис бу тури инсоният тафаккурининг ноёб намунаси сифатида кишиларни неча асрлардан бери ўзига ром қилиб келмоқда. Ўзбекистон ҳудудида ҳам қадимдан рангтасвир санъати тараққий этганлигини Афросиёбдаги деворий расмлар, Варахша ва Болаликтепа тасвирий намуналаридан билиш мумкин. Бу ўтмиш рангтасвир санъати аждодларимизнинг гўзаллик борасида эришган ютуқларини ҳикоя қилибгина қолмасдан тарих сирларини очиб берувчи кўзгу вазифасини бажара олади. Рангтасвир санъатининг машхур вакилларида Леонардо да Винчи, Рафаел Санти, Рембранд, Карл Брюлов, Анри Матисс, XX аср ўзбек рангтасвир санъати усталаридан Ўрол Тансиқбойев, Абдулҳақ Абдуллаев, Раҳим Аҳмедов, Малик Набийев,

Жавлон Умарбеков, Баҳодир Жалолов, Алишер Мирзайев, Акмал Икромжоновлар ижоди диққат эътиборга молик. Рангтасвир санъати ўз ўрнида *монументал, дастгоҳ, декоратив безак* кўринишларга ажралади. *Монументаллик* курилишида ижтимоий ҳаёт воқеалари акс эттирилади ва тасвир узоқ масофадан кўришга мўлжалланади. *Монументал кўрилишидаги* рангтасвир санъати — тўғри девор юзасига ишлаш (фреска), турли рангли тошлар, шишалар, сирли сополларнинг деворда ишлатилиши (мозаика), махсус тўртбурчак ва рамкалар ичида тасвирлаш (панно) йуналишларини ҳам ўз ичига қамраб олади.

Декоратив рангтасвир санъати эса безаш вазифасини ўтайди. Театр кино ва бошқа шунга ўхшаш соҳаларда декоратив рангтасвир санъати қўлланилади.

Сервис соҳаси корхоналари хоналарининг интерьерини шакллантиришда тасвирий санъат жанрлари (портрет жанри, натюрморт жанри, манзара жанри, тарихий жанрлардаги асарлар, анимал жанри)дан фойдаланиш

Сервис соҳаси корхоналари хоналарининг интерьерини шакллантиришда тасвирий санъат жанрлари (портрет жанри, натюрморт жанри, манзара жанри, тарихий жанрлардаги асарлар, анимал жанри)дан фойдаланиш катта аҳамият касб этади.

Портрет жанри. Инсон қиёфасини ички психологик олами билан боғланган ҳолда аниқ бир образда яратилиши *портрет санъати* деб юритилади. Портретда инсоннинг тўла гавдаси, ярми ёки юз қиёфасининг фақат ўзи ҳам бўлиши мумкин. Портрет яратиш ўзига хос мураккаб жараён бўлиб, инсоннинг анатомик тузилишидан тортиб ички руҳий, маънавий, шунингдек, ташқи кўрилишидаги барча жиҳатларини акс эттириши билан санъат даражасидаги асар бўлиши мумкин. Дарҳақиқат, ҳар бир инсоннинг ички дунёси, гўзаллиги, табиат ато этган андазаси мавжуд.

Тасвирий санъатнинг портрет жанри инсоннинг маънавий қиёфасини ўзида ифодалаши билан санъатнинг бошқа соҳаларидан бирмунча фарқ қилади. Портрет санъатини яратишда бебаҳо ютуқларни қўлга киритган буюк рассомлардан Камолиддин Бехзод, Леонарда да Винчи, Рембранд, шунингдек, ўзбек рассомларидан Абдулҳақ Абдуллайев, Раҳим Аҳмедов, Чингиз Аҳмаров ва бошқа бир қанча рассомларни мисол келтириш мумкин.

Натюрморт – франсузча *жонсиз табиат* деган маънони беради. Одамлар ҳаётида ишлатиладиган буюм- нарсалар, сабзавот ва мевалар, асбоб-ускуна кабиларга ўхшаш намуналарнинг тасвири муайян шаклда чизилиши мазкур жанрга хос. Буюмлар ва нарсалар шаклини, формасини, характерини ўзлаштириш санъатнинг бошқа жиҳатларини ва турларини ўрганишдаги дастлабки сабоқлардан бўлиб, натюрмортнинг санъат даражасида яратилиши ўзига хос мураккаб ва катта мактабни талаб қилади. Тасвирий санъат тарихида Виллям Класс Хеда, Жан-Батист-Симон Марден, Франс Снайдерс, Янван Гейсум, Раҳим Аҳмедов, Акмал Икромжоновларнинг ўз ўрни бор.

Манзара жанри – табиатнинг турли кўринишларини тасвирий санъатда акс эттирилишидир. Тоғ, ўрмон, денгиз, шаҳар ва қишлоқ манзараларининг кўринишлари аниқ бир мазмунни англаца бундай асарлар манзара жанрига тегишлидир. Гап манзара жанри ҳақида кетар экан, манзаранинг моҳир усталари Клод Лорен, Шишкин, Левитан, Карахан, Исфандиёр Ҳайдаров ва бошқа машҳур рассомлар ижодини бу борада мисол келтириш мумкин.

Тарихий жанрдаги асарларда тарихий воқеалар, тарихий образлар акс эттирилса, *батал жанрида* тарихий жанг воқеалари, ҳарбий образлар тасвирланади.

Анимал жанри — мажозий образларни акс эттирувчи тасвирий санъат асарларидир. Бунда асосан турли ҳайвонлар, қушлар, уларнинг ҳаракатлари, қиёфалари ва шу образлар орқали ҳаёт воқеалари акс эттирилади.

Тасвирий санъатда композиция

Ҳар бир тасвирий санъат асари композициясининг ўзига хос тузилиши ва мазмуни билан боғлиқ жиҳатлари мавжуддир, Ана шунинг учун ҳам тасвирий санъат асари композициянинг умумий қонуниятларига амал қилган ҳолда яратилади.

Композиция тузиш жойлаштириш, ижод қилиш натижасида санъатнинг алоҳида қисмларини мантиқан бир бутунликка келтириш эканлигини англатади. Тасвирий санъатда композиция жуда кенг маънога, ўзига хос алоҳида муҳим жиҳатларга эгадир. Яна шу нарса диққатга сазоворки, тасвирий санъатнинг ҳар бир тури ёки жанрида композицион тузилиш маълум даражада фарқланишни талаб қилади. Тасвирий санъат асарида композициянинг оддий қонунларидан тортиб асар мазмунини очиб беришгача бўлган ижодий изланишларида ҳам ўзига хос композиция сирлари бўлади. Асарнинг бадиий мазмуни, қиймати, санъат даражасида яратилиши сервис соҳаси корхоналари интерйерини шакллантиришда катта аҳамият касб этиб, ташриф буюрувчилар хотирасида ижобий таассурот қолдиради. Композиция ана шундай мураккаб санъатнинг мантиқий тузилишини ташкил қилувчи соҳасидир.

Банд материалларини ўзлаштириш учун назорат саволлари:

1. Интерйернинг мижозлар кайфиятига ижобий таъсири?
2. Интерйернинг мижозлар кайфиятига салбий таъсири?
3. Интерйернинг корпаратив маъданиятга таъсири?

18.Мавзу: Екстерйер ва унга қўйиладиган талаблар.

Асосий саволлар:

1. Екстерйер ва унга қўйиладиган талаблар.
2. Екстерйернинг сайёҳлар учун аҳамияти
3. Шаҳар меъморчилиги талаблари, бино шаклига ва унинг элементларига қўйиладиган талаблар

4. Вертикал ва горизонтал ритм ва рангларнинг экстерьерни шакллантиришдаги ўрни

Таянч иборалар: экстерьер, меъморчилик, меъморчилик элементлари, табиий-иқлим талаблар, психофизиологик талаблар, антрометрия, эргометрия, ансамбл, буклет, вестибюл, кемпинг, павилён, симметрия, композиция, ассимметрия, ритм.

Экстерьер – бу хоҳлаган бинонинг ташқи кўриниши. У сайёҳлар учун тунаш жойларини танлашда катта аҳамиятга эга. Бугунги кун меъморчилигида биноларнинг ташқи кўринишини белгилайдиган қатор талаблар шаклланган бўлиб, уларга бинони лойиҳалашда қатъий риоя қилиниши керак:

1. Табиий-иқлим талаблари.

Иқлим шароитининг таъсири жуда ҳам катта бўлиб, у нафақат бинонинг шаклини, унинг меъморчилик элементларини танлашга ҳам катта таъсир кўрсатади. Иссиқ иқлим шароитли ҳудудларда бинолар очик жойлари жуда кўп лойиҳаланади: балконлар, лоджилар, галарейлар, кафе учун очик майдончалар, усти ёпилган ички ҳовличалар; қаттиқ совуқ бўладиган ҳудудларда ёпиқ иншоотлар кўп бўлиши керак, бинолар ва уларнинг қисмлари усти ёпилган ўтиш йуллари билан бирлаштирилади.

2. Психофизиологик талаблар.

Сервис соҳаси корхоналарига қўйиладиган психофизиологик талаблар шундан иборатки, хоналар баландликлари ва уларда ўрнатиладиган жиҳоз ва мебеллар ўлчамлари одамнинг антропометрик ва эргонометрик маълумотларига тўғри келиши керак. Бундан ташқари баъзи бир халқлар баъзи бир рангларни ёқтирмайди, баъзи бир рангларни ўта яхши кўришади. Худди шунингдек меъморчилик элементларининг шакллари ҳам рангларга ўхшаш ўз муносабатларини билдиришади. Шу сабабдан ҳам бинолар ташқи кўринишининг беағида миллий анъаналар ҳам ўз ифодасини топиши керак, бино беағида ишлатиладиган

меъморчилик элементлари шакллари, ранглари маҳаллий халқ руҳиятига тўғри келиши керак.

3. Шаҳар меъморчилиги талаблари.

Шаҳар ва қишлоқ жойларида қурилиш ишлари у йернинг келажакдаги ривожланиш режаси асосида амалга оширилади.

Сервис соҳаси корхоналари жуда ҳам тежамли ва нафис бўлиши билан бирга у йердаги мавжуд бинолар билан бирга ягона ансамблни ташкил қилиши лозим.

Реклама нуқтаи-назаридан сервис соҳаси корхоналарининг ташқи кўриниши жуда ҳам катта аҳамиятга эга, чунки реклама буклетларида биноларнинг ташқи кўриниши ва шунингдек вестибюл ва овқатланиш корхоналарининг заллари ўз аксини топади. Уларга қараб келажакда мижозлар қайси сервис корхонаси хизмати ва маҳсулотидан фойдаланиш бўйича хулоса чиқаришади. Шунинг учун ҳам сервис соҳаси корхоналарининг экстерйери жуда ҳам савлатли, эстетик нафис безатилган ва хотирада тез ўтириб қоладиган бўлиши керак.

4. Бино шаклига ва унинг элементларига қўйиладиган талаблар.

Авваллари баъзи сервис соҳаси корхоналарининг бинолари, масалан, меҳмонхоналар ва бошқа жамоат ёки яшаш бинолари билан туташган ҳолда қурилар эди. Ҳозирги вақтда нафақат сервис соҳаси корхоналари алоҳида биноларда, уларнинг меҳмонларга тунаш учун жой бериш бинолари ҳам алоҳида, мижозларга бошқа хизмат турларини кўрсатадиган бинолар ҳам алоҳида биноларда ёки хоналарда жойлаштирилади.

Баъзи меъморлар биноларни лойиҳалашда уларнинг шакллари бошқа мавжуд бинолардан ўзининг ташқи шакли билан ажралиб туришини таъминлашга ҳаракат қилишади. Шу мақсадда сервис корхоналари жуда ҳам баланд биноларда, ғалати шаклларга эга бўлган биноларда лойиҳаланади.

Меҳмонхона хўжалиги корхоналарининг бинолари меҳмонхонанинг жойланиш жойларига ва турига боғлиқ бўлади. Масалан, табиатнинг

манзарали жойларида жойлашган меҳмонхоналар кам қаватли бўлиши лозим, чунки атрофдаги табиат манзараларининг аҳамиятини пасайтирмаслиги керак.

5. Мотел ва кемпинглар навилён шаклида лойиҳаланади.

Сервис соҳаси баъзи корхоналарининг бинолари симметрик композицияга (тузилишга), баъзилари эса ассиметрик тузилишга эга. Бу йерда маълум бир тартибда такрорланадиган элементларнинг ва деталларнинг (бўртиб чиққан жой, устун, ойна, скульптура, деворлар яссиликлари) аниқ бир мезонга кўра тақсимланиши катта аҳамиятга эга.

Элементларнинг вертикал йуналишда (яъни баландга қараб) такрорланиши *вертикал ритм*, горизонтал йуналишда такрорланиши эса *горизонтал ритм* дейилади. Вертикал ритм сервис соҳаси корхоналари биноларига йенгиллик ва баландликка қараб интилиш туйғусини туғдирса, горизонтал ритм эса бионинг паст эканлик туйғусини туғдиради.

6. Ёритилишига ва рангига қўйиладиган талаблар.

Кечалари биноларнинг шаклини, уларнинг деталларини ва меъморчилигини таъсирли қилиб ифодалашда унинг ёритилиши жуда ҳам катта аҳамиятга эга.

Ёруғлик ва кўланка “ўйини” иншоот ва биноларнинг композициясига хос хусусиятларини яхшилаб (аниқроқ қилиб, бўрттириб) кўрсата олади ва уларга манзарали кўриниш беради. Бинолар прожекторлар ёрдамида қарама-қарши томондан ёки ёритиш қурилмалари бионинг фасад томонидаги деворига ўрнатилган бўлиши мумкин.

Меъморчилик тажрибасида биноларнинг безатиб кўрсатишида рангларнинг аҳамияти ҳам катта ўрин тутди. Сервис корхоналари бинолари мавжуд бошқа бинолар билан уйғунлаштирилиши ёки ажратиб кўрсатилиши ранглар орқали ифодаланади.

7. Меҳмонхонанинг асосий кириш эшигига қўйиладиган талаблар.

Асосий кириш эшигини меъморчилик нуқтаи-назардан безатиш сервис соҳаси корхоналарининг турига боғлиқ бўлади. Асосий кириш

эшиги монументал ва ҳашаматлиликдан оддий кўринишгача қилиб безатилиши мумкин. эшикка кириш унча баландликни талаб қилмайди, асосан бир нечта зинадан иборат бўлади. Кириш эшигининг тепасида соябон ўрнатилган бўлиши ҳамда меҳмонхона хўжалигининг ресторанига алоҳида кириш эшиги бўлиш керак. Шу билан бир қаторда меҳмонхона ҳудуди кўкаламзорлаштирилган ва ободонлаштирилган бўлиши талаб этилади. Бунинг учун ҳар хил анвойи гуллар, манзарали дарахтлар ҳамда скульптуралар, фавворалар, бассейнлар ва спорт қурилмаларидан фойдаланилади.

Сервис соҳаси корхоналарини қуришда ҳар хил қурилиш материаллари ишлатилади: темирбетон, ойна, алюминли безаклаш конструкциялари, тош, ғишт.

Баъзан қурилиш материалларини териш бинога нафис кўриниш беради. Ташқи деворлар мозаик плита ва панеллар билан қопланиши мумкин ёки аввал текис қилиб сувалган, кейин эса бўёқларга бўялган бўлиши мумкин.

Банд материалларини ўзлаштириш учун назорат саволлари:

Екстерьер нима?

Екстерьернинг сайёҳлар учун аҳамияти?

Табиий-иқлим талаблар?

Психофизиологик талаблар?

Шаҳар меъморчилиги талаблари?

Бино шаклига ва унинг элементларига қўйиладиган талаблар?

Вертикал ва горизонтал ритм деб нимага айтилади?

19.Мавзу: Реклама ва реклама фаолияти тўғрисида тушунча.

реклама тарихи бўйича қисқача маълумот.

Асосий саволлар:

1. Реклама ва реклама фаолияти тўғрисида тушунча. Реклама тарихи бўйича қисқача маълумот.

2. Реклама функциялари.

3. Сервис соҳаси корхоналари, фирмаларининг имижига ва уни шакллантиришда рекламанинг аҳамияти.

Дарсининг мақсади – талабаларга реклама ва реклама фаолияти тўғрисида тушунчалар, реклама тарихидан, маркетинг тадқиқотларини ўтказишда ҳамда сервис соҳаси корхоналари ва фирмаларининг имижига (нуфузи)ни шакллантиришдаги аҳамияти тўғрисида маълумотлар бериш.

Таянч иборалар: лотинча, қирол, подшоҳ ва бошқа ҳукмдор кишилар, атама ва тушунчалар, маълумотнома тузувчилари, Ф. Котлер, М.Д.Валовая, У.Арене, К.Бове, А. Ласкер, Ўзбекистон миллий энциклопедияси, “Реклама тўғрисида”ги Қонун, “бутун бир олтин танга”, эр. авв. 3000-йиллар, XII-XVI асрлар, XVI-XVII асрлар, XIX-XX аср боши, XX асрнинг иккинчи ярми.

Реклама ва реклама фаолияти тўғрисида тушунча. Реклама тарихи бўйича қисқача маълумот.

Рекламанинг вужудга келиши ва ривожланиши бозорнинг ривожланиши билан бевосита боғлиқ бўлиб, бугунги кунда жамиятда илғор ўринни эгаллайди. У бозорни ривожлантиришнинг асосий элементларидан бири бўлиб, истеъмолчиларни танлаш маълумотлари билан таъминлайди, ишлаб чиқарувчи ва хизмат кўрсатувчи юридик ва жисмоний шахсларнинг рақобат қилишлари учун қулай шароитларни яратди.

“Реклама” тушунчаси лотинча сўздан олинган бўлиб, “рекламаре”, яъни “додлаш”, том маънода “жар солмоқ”, “қичқирмоқ” ёки “бақирмоқ” деган маънони билдиради, чунки реклама тарихидан маълумки, қадимда газета, журнал ва босма нашрларнинг, радио ҳамда телевиденийга ўхшаган реклама воситаларининг бўлмаганлиги сабабли қирол, подшоҳ ва бошқа ҳукмдор кишиларнинг фармонларини ва маҳсулот тўғрисидаги ҳамда бошқа маълумотларни аҳолига махсус жарчилар орқали

йеткизишган. Улар баланд овоз билан маълумотларни тарқатишган. Шу сабабли ҳам “жар солиш”, “қичкириш” ёки “бақирш” сўзлари рекламанинг асосини ташкил қилади. Реклама билан бўғлиқ атама ва тушунчалар жуда ҳам кўп. Улардан энг асосийси “реклама” тушунчасининг ўзи ҳисобланади.

Бугунги кунда рекламага берилган таърифлар сони жуда ҳам кўп. Шулардан асосийларини кўриб чиқадиган бўлсак, “Туризм, гостеприимство, сервис: Словарь–справочник” маълумотномаси тузувчиларидан бир бўлган А.П.Воронкова ва бошқаларнинг фикрига кўра реклама деганда кенг маънода тадбиркорлик ва тижорат нуқтаи-назаридан фирма ёки унинг маҳсулоти тўғрисида сотиш ҳажмини кўпайтириш ҳамда хизматининг обрўсини ошириш мақсадида маълумотларнинг потенциал истеъмолчилар ва халқ ўртасида тарқатилиши тушунилади.

“Реклама, теория и практика” деган машҳур дарслик муаллифлари рекламага товарлар ва хизматлар сифатини, худди шунингдек ғояларни эҳтиёжлар ва талаблар тилига ўтказишга уринаётган коммуникация шакли сифатида қараш мумкин дейишган.

Маркетинг бўйича дунёда энг машҳур дарслик муаллифи Ф. Котлер рекламанинг таърифига бошқа нуқтаи-назардан ёндошади. Унинг фикри бўйича реклама маълумотларни тарқатишнинг пулли воситалари ёрдамида амалга оширадиган коммуникациянинг шахссиз шакли ҳисобланади.

М.Д.Валовая рекламани маълумот беришнинг турли воситаларида пулли жойлаштириладиган эълон деб таърифлаган.

У. Арене, К. Бове берган таърифга кўра реклама деганда фирма ёки реализация қилинаётган товарга харидорларнинг диққатини тортадиган ҳар қандай тадбир ёки тадбирлар тизимини тушуниш мумкин.

АҚШдаги машҳур фирмалар учун реклама компанияларини ишлаб чиқиш билан шуғулланадиган “Малпан эриссон Инк” реклама агентлигининг таъкидлашича, реклама – бу яхши сўзлаб берилган ҳақиқат.

Замонавий реклама отаси деб тан олинган Алберт Ласкер: “Реклама – бу босма кўринишдаги савдо”, – деб айтади.

Бугунги кунда рекламанинг моҳияти тўғрисида турли қарашлар мавжуд бўлиб, у товарларни ўтказишни ташкил қилиш, жамият билан алоқани таъминлайдиган иқтисодий- ижтимоий жараён ёки ахборот жараёни деб таърифланади.

Бир пайтнинг ўзида реклама ахборот йетказишнинг шахсиз ва пуллик туридир. Рекламада маҳсулот ва хизматлар ҳақида ишонтириш характери ҳам мавжуд.

Юқорида келтирилган олимларнинг фикрларидан кўриниб турибдики, реклама тушунчасининг ягона таърифи йўқ: ҳар ким ҳар қайси нуқтаи-назардан ёндашган, лекин уларнинг ҳаммаси рекламанинг моҳиятини очиб беради.

Ўзбекистонда реклама масалалари билан шуғулланадиган мутахассислар, албатта рекламага расмий манбаларда унга берилган таърифлардан фойдаланиб ёндашади. Масалан, Ўзбекистон миллий энциклопедиясида реклама қуйидагича таърифланган: “Реклама (лот. Ресламо – қичқирмоқ) – товарларнинг сифати, уларни сотиб олишдан кўриладиган наф ҳақидаги ахборот; бевосита ёки билвосита фойда(даромад) олиш мақсадида юридик ва жисмоний шахслар ёки маҳсулот тўғрисида тарқатиладиган махсус ахборот. Реклама маркетингнинг таркибий қисми ҳисобланиб, талаб ва истеъмолчилар дидининг шаклланишига хизмат кўрсатади. Реклама корхона имижини яратиш(қисқа даврли таъсир кўрсатиш), харидорларга нима сотиб олишни ва уни нима учун сотиб олиш зарурлигини ҳал қилишда ёрдамлашиши ва бошқа мақсадларда олиб борилади”.

1998-йил декабр ойида қабул қилинган Ўзбекистон Республикаси “Реклама тўғрисида”ги Қонуннинг 4-моддасига биноан “Реклама – бевосита ёки билвосита фойда(даромад) олиш мақсадида юридик ва жисмоний шахслар ёки маҳсулот тўғрисида тарқатиладиган махсус

ахборот”. Бу қонунда кўрсатилганидек, реклама аниқ, ҳақиқий ва қонунларга зид бўлмаслиги керак. Шунингдек фойдаланилаётган реклама шакл ва воситалари истёмоличиларга маънавий ва моддий зарар келтирмаслиги талаб этилади.

Ҳар қандай нарсанинг ўзига яраша тарихи бўлади. Рекламанинг ҳам ўзига яраша тарихи мавжуд. У қадим замонларга бориб тақалади. Масалан, Қадимий Юнонистоннинг Фива шаҳрида археологлар томонидан эр. авв. 1000-йил даврига тааллуқли ёзув топилган. Унда қандайдир қулдорнинг қочиб кетган қулни ушлаш учун “бутун бир олтин танга” ваъда берганлиги ёзиб қолдирилган. Ушбу ёзма эъло ҳозирги замон рекламасининг элементар шаклларида бири ҳисобланади. Бундан ташқари, Қадимий Римда оғзаки ва ёзма реклама, ҳатто товар белгиси қуйиб тамғалаш йули билан товарлар реклама қилинганлиги ҳақида тарихий маълумотлар мавжуд.

Л.И. Каримова томонидан келтирилган маълумотларга² кўра реклама бўйича тадқиқотчи олимлар унинг ривожланиш жараёнини шартли равишда қуйидаги босқичларга бўлади:

- ерамизгача бўлган 3000-йиллар – эрамизнинг В асри реклама тарихининг бошланиши(қадимий замон, антик дунё ва антик дунёдан кейинги давр);
- ВИ-ХВ асрлар – ўрта асрлар рекламаси (феодализм даври, саноатнинг сеҳлар усулида шаклланиш даври);
- ХВИ-ХВИИ асрлар – уйғониш даври (ренессеанс) ва ўзига келиш даври;
- ХИХ-ХХ аср бошланиши – индустриал ишлаб чиқариш ва капитализм иқтисодиёти ривожланиш даври рекламаси;

² L.I.Karimova. Социальная психология и реклама: Учебное пособие для вузов (Под ред. В.М.Каримовой – Т.: Издательско-полиграфический творческий дом им. Г.Гуляма, 2004. – с.-9

– XX асрнинг иккинчи ярми – рекламанинг ҳозирги замон тарихи.

Банд материалларини ўзлаштириш учун назорат саволлари:

1. Реклама тушунчаси қайси тилдан олинган ва том маънода нимани билдиради?
2. Нима учун рекламанинг мазмунига асос қилиб “жар солмоқ”, “қичқирмоқ” ва “бақирмоқ” сўзлари олинган?
3. “Туризм, гостеприимство, сервис: Словарь–справочник” маълумотномасида рекламага қандай таъриф берилган?
4. “Реклама, теория и практика” дарслиги муаллифларининг реклама тўғрисидаги фикрларини биласизми?
5. Ф.Котлер; М.Д.Валовая; У.Арене, К.Бове; “Малпан эриссон Инк” реклама агентлиги; А.Ласкерлар реклама тўғрисида қандай фикр билдиришган?
6. Ўзбекистон миллий энциклопедиясида ва “Реклама тўғрисида”ги Қонунда рекламага қандай таъриф берилган?
7. Рекламанинг қадимий шакли бўйича қандай маълумотга эгасиз?
8. Рекламанинг ривожланиш жараёнининг босқичларини биласизми?

20.Мавзу: Реклама функциялари. сервис соҳаси корхоналари, фирмаларининг имижини ва уни шакллантиришда рекламанинг аҳамияти.

1. Реклама функциялари.
2. Сервис соҳаси корхоналари, фирмаларининг имижини

3.Сервис соҳаси корхоналари, фирмаларининг шакллантиришда рекламанинг аҳамияти.

Таянч иборалар: боғловчи бўғин, фуксия, маркетинг функцияси, коммуникатив функция, иқтисодий функция, маърифий функцияси.

Рекламанинг жамиятда тутган ўрни жуда катта. Бу маҳсулотларни ишлаб чиқарувчилар ва хизмат кўрсатувчилар, оммавий ахборот воситаларини боғловчи асосий бўғин ҳисобланади ва жамиятнинг ривожланишига муҳим ҳисса қўшади. Реклама янги ва сифати такомиллаштирилган маҳсулот ва хизматлар тўғрисида маълумотлар берибгина қолмасдан улардан фойдаланиш тартиб ва қоидаларини жамият аъзоларига йетказиб беради.

Фақат реклама орқали аҳоли фаровон ҳаёт тарзи билан танишади ва унга эришишга интилади. Ниҳоят, реклама мода ва дизайн йуналишларининг кўзгуси ҳисобланиб, улар бўйича илғор тажрибани ўзида акс эттиради. Реклама маълумотларида фаровон ҳаёт тарзи билан уйғунлаштирилган эстетик талаблар асосида шакллантирилган дизайн объектлари тўғрисида маълумотлар берилиб борилиши сабабли реклама аҳолини гўзалликка интилишга ундайди. Рекламанинг кўрсатадиган аҳамияти жамиятда унга юклатилган функциялар билан бевосита боғлиқ.

Рекламанинг жамиятда бажарадиган функциялари қуйидагилардан иборат:

- маркетинг функцияси;
- коммуникатив функцияси;
- иқтисодий функцияси;
- ижтимоий функцияси;
- маърифий функцияси.

Бозор иқтисодиёти даврида маркетингнинг аҳамияти жуда ҳам катта. Унинг ёрдамида қуйидаги масалалар ҳал этилади:

- истеъмолчилар ва рақиблар ҳатти-ҳаракатларини ва соҳада содир бўлаётган ўзгаришлар динамикасини ўрганиш;
- бозорнинг муайян сегментидаги истеъмолчилар эҳтиёжини қондирадиган маҳсулот ва хизматларни яратиш ҳамда уларни ишлаб чиқариш;
- маҳсулот ва хизматларга баҳо белгилаш усулларини ўрганиш;
- маҳсулот ва хизматларни бозорга киритиш ва уларни сотишни рағбатлантириш.

Маркетинг комбинацияси (“Маркетинг-микс”) мутахассисларга кенг таниш бўлган тўрт (4) “П” бўлиб, қуйидаги инглизча сўзларнинг биринчи ҳарфларидан олинган: маҳсулот(продуст), баҳо(присе), тақсимлаш канали-жойи ёки сотув жойи(пласе) ва силжитиш(промотион).

Реклама маркетинг комбинациясининг “силжитиш” категориясига тегишли бўлиб, шахсан сотишларни, сотишни рағбатлантириш ва жамият билан алоқаларини ўз ичига олади.

Рекламанинг коммуникатив функцияси у орқали жамият аъзоларига қандайдир хабар(ахборот)ларни беришдан иборат. Юқорида таъкидланганидек Қадимги Юнонистон ва Қадимги Рим савдогарлари томонидан фойдаланилган рекламанинг илк шакллари одамларга фақат маҳсулот, хизмат ёки янгилик тўғрисида соф маълумотлар бериш билан чекланган бўлса, ҳозирги замон рекламаси эса маҳсулот, хизматлар тўғрисида соф маълумот берибгина қолмасдан потенциал истеъмолчиларни рекламада берилган маълумотларга ишонтириш учун ҳам ҳаракат қилади.

Рекламанинг асосий иқтисодий функцияси ишлаб чиқарувчи ва бошқа сервис хизматини кўрсатувчи корхоналарнинг маҳсулотларини ва хизматларини реализация қилиш самарадорлигини ошириш масалаларини ҳал этишга ёрдам беришдан ҳамда маҳсулотларни сотиб олиш ва сервис хизматларидан фойдаланиш бўйича потенциал истеъмолчилар томонидан

кабул қилинадиган иқтисодий қарорларга ҳам таъсир кўрсатришдан иборат. Шу сабабли ҳам реклама маҳсулот ва хизматларни ишлаб чиқарувчиларга ҳамда уларни истеъмол қилувчиларга хизмат қилади. Унинг иқтисодий функцияларидан бири шундан иборатки, у орқали маҳсулотлар, хизматлар ассортименти ва уларнинг энг муҳим хоссалари (сифати, фойдаланиш даври ва ш.ў.) тўғрисида маълумотлар берибгина қолмасдан, шу маълумотлар аҳоли ўртасида кенг тарқатилади, яъни оммалаштирилади. Унинг натижасида аҳолининг маҳсулот ва хизматларга бўлган эҳтиёжи ошади ва товар айланиши тезлашади. Бу эса ўз навбатида реклама иштирокчиларининг кўпроқ фойда олишини ва аҳоли турмуш даражасининг яхшиланишини таъминлайди. эркин тадбиркорликнинг имкониятларини аҳоли ўртасида кенг тарғибот қилиш орқали барча ишчи-ходимларнинг меҳнат унумдорлигини оширишга ва юқори фаровон ҳаёт тарзига эришишга ундайди, чунки реклама ҳаётнинг негатив томонларига эътибор бермасдан унинг яхши ва гўзал томонларини тарғибот қилади.

Рекламанинг ижтимоий функцияси биринчи навбатда жамият аъзоларига ишлаб чиқарилаётган ёки четдан келтирилаётган маҳсулотлар, сервис корхоналари ва уларнинг хизматлари тўғрисида маълумотлар беришдан иборат, чунки бугунги кунда реклама энг кенг тарқалган маълумотнома ва коммуникация тури ҳисобланади. Бугунги куннинг илғор рекламачиси Жак Сегем фикри бўйича 3000-йил бўсағасида истеъмолчилар жамиятлари маълумотлар истеъмол қилиш жамиятларига айланиб бормоқда ва керакли маълумотлар асосий валютага айланиб боради. Реклама ижтимоий аҳамиятининг яна бири шундан иборатки, ўзида бериладиган маълумотлар орқали меҳнатни рағбатлантиради, чунки реклама одамлар фаолиятини ишончли далиллар келтириб қувватлайди. Бундан ташқари реклама ижтимоий бойликларни омма ичида тарқатади ва унинг натижасида ҳаёт тарзини шакллантиришга имкон беради, қолаверса реклама жамиятдаги тарихий ва маданий анъаналарни ўзида ифодалайди.

Рекламанинг маърифий функцияси шундан иборатки, илмий-тадқиқот, илғор технология ва амалиёт натижаларини ўзида акс эттирадиган янги ва сифати такомиллаштирилган маҳсулот ва хизматларни реклама қилиш орқали аҳолини фан ютуқлари ва илғор технология ҳамда тажриба бўйича янги билимлар билан қуроллантиради. Бундан ташқари жамият аъзолари реклама орқали ҳар хил вазиятларда ўзини тутиш, юриш-туриш ва муносабат қилиш қоида ва меъёрларини ўрганади, яъни этика бўйича янги билимларга эга бўлади, реклама орқали товарлар, кийим модалари ва дизайн ютуқлари тарғибот қилинади.

2. Сервис соҳаси корхоналари, фирмаларининг имижини ва уни шакллантиришда рекламанинг аҳамияти.

Таянч иборалар: ҳаққоний реклама, одобли реклама, қиёсий реклама, рағбатлантирувчи реклама, стабиллаштирувчи реклама, имиж, имижни шакллантирувчи реклама, компютерлаштирилган реклама.

Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатларига зид келмайдиган *ҳаққоний, қиёсий* ва *одобли* рекламалар маълумотларининг мақсади ва вазифасига қараб қуйидаги турларга бўлинади: *товарларни реализация қилишни рағбатлантирувчи*(кўпайтирувчи); *истеъмолчиларни стабиллаштирувчи*, яъни уларнинг сонини камайтирмасдан кўпайтиришга ҳаракат қилувчи ва *юридик* ҳамда *жисмоний шахсларнинг имижини шакллантирувчи*. Ҳар бир реклама турининг ўзига яраша мақсади ва вазифаси бўлади. Масалан, *товарларни реализация қилишни рағбатлантирувчи* рекламанинг мақсади аниқ бир товар бўйича истеъмолчиларда тасаввурни шакллантириш, истеъмолчини айнан ушбу товар учун шу фирмага мурожаат қилишга ундаш ва товарни айнан шу фирмадан сотиб олиш истагини шакллантириш, товарларни сотишни рағбатлантириш ва товар айланишини тезлаштиришдан иборат. Кўпинча “реклама товарни сотади” деган унча тўғри бўлмаган хулосага келинади. Чунки реклама товарни сотмайди, балки потенциал харидорларни топиб, талабни рағбатлантиради. Масалан, харидор дўконга кириб ахтарган

товарни топди, лекин товарнинг сифати, ассортименти ёки баҳоси уни қониқтирмаганлиги сабабли товарни сотиб олмасдан дўкондан чиқиб кетди. Бу йерда харидорга реклама таъсир кўрсатдимиди? – деган савол туғилади. Бу саволга “ҳа” деб ижобий жавоб бериш мумкин. Реклама учун энг асосий вазифа – бу потенциал харидорни товар сотилаётган жойга келтиришдан иборат. Харидорнинг дўконга келиб, товар сотиб олмасдан чиқиб кетмаслиги учун реклама товар силжитишнинг бошқа услублари билан бирга қўлланилиши мақсадга мувофиқдир. энг асосийси эса товар сифати ва эстетик хусусияти бўйича харидор дидига мос бўлиши керак. Шу сабабли рекламанинг самарадорлигини сотилган товарлар ҳажми билан эмас, балки потенциал харидорларнинг неча марта ташрифи ва неча марта телефон орқали мурожаат қилганлиги каби кўрсаткичлар асосида баҳолаш тўғри ҳисобланади. *Истеъмолчиларни стабиллаштирувчи рекламанинг* мақсади истеъмолчиларда айнан шу фирмага мурожаат қилиш истагини шакллантириш орқали ушбу истеъмолчини шу фирманинг доимий мижозига айлантиришга интилиш ва ҳамкор сифатида бошқа фирмаларнинг обрўсини шакллантиришдан иборат.

Бошқа факторлар қатори сервис соҳаси корхоналарининг муваффақияти имижига боғлиқдир. “*Имиж*” инглиз тилидан таржима қилинганда “тимсол”, “қиёфа”, “тасаввур”, “ўхшаш” маъноларини англатади. *Имиж* – бу мақсадли яратилган ёки ўзидан ўзи келиб чиққан одамлар ҳаёлидаги объектнинг шакли, яъни уйғунлаштирилган жамият идроки. Имиж – жуда кенг тушунча бўлиб, у ўз ичига нуфузли рекламани, рўйхатга олинган товар белгисини, яъни график тимсолини фақат шу шаклга хос, мижозлар ҳақидаги доимий ғамхўрликни, хизматларнинг юқори сифатини олади. *Имиж рекламасининг* мақсади ушбу фирма тимсолини, шу товарга бўлган истеъмолчи эҳтиёжини ва бошқа ишончли ҳамкорларнинг имижини шакллантиришдан иборат. *Имиж рекламаси* оддий рекламага қараганда бошқача шаклларга эга. У ўз ичига машҳур одамлар билан ҳайрия тадбирларини, машҳур одамлар таклиф қилинган

рекламали турларни, атроф-муҳитни ҳимоя қилиш бўйича ҳомийлик тадбирларни ўз ичига олади. Бу каби реклама фирманинг тимсолини ягона услуб, ягона реклама ғояси ва ягона сўз формуласи асосида яратишга ёрдам беради.

Товарларни реализация қилувчи реклама ўз навбатида қуйидаги турларга бўлинади: *эслатувчи, маълумот берувчи* ва *ишонтирувчи*.

Эслатувчи – бу потенциал бўлажак истеъмолчиларга маҳсулот ёки хизмат тўғрисида эслатиб ўтадиган реклама. Масалан, “Сиз ўзингиз учун ёзги мавсумли оёқ кийим харид қилдингизми?” ёки “Бизнинг ресторанимизнинг хизматида фойдаландингизми?”

Маълумот берувчи реклама деганда, истеъмолчиларга янги маҳсулот ёки хизматларга бўлган бирламчи талабларни аниқлашга қаратилган реклама тушунилади.

Ишонтирувчи реклама деганда, маълум бир маҳсулот ёки хизматга бўлган талабларни аниқлаш мақсадида уларнинг сифатларига ишонтиришга ундайдиган рекламанинг тури тушунилади. Масалан, “Дунёда энг юқори сифатли чангютгич” ёки “Агар бизнинг дўконимиздан чангютгични харид қилсангиз, пулингиз ўзингизда қолади” ва ҳоказо.

Маълумки, бугунги кунда ҳар қандай сервис соҳаси корхоналарининг имижини ривожлантиришда *компютерлаштирилган реклама* ҳам реклама воситалари сифатида катта аҳамиятга эга. Хорижий экспертларнинг фикрига кўра, яқин келажакда *компютерлаштирилган рекламанинг* бошқа рекламалардан ўзиб кетиши кузатилади. Бу рекламанинг асл моҳияти шундан иборатки, реклама берувчи корхона муайян тўлов эвазига компютерлаштирилган реклама ахборотининг манбаларига, яъни ихтисослаштирилган компютер тизимларининг маълумотлар базасига ўз корхоналари ва товарлари тўғрисидаги маълумотларни киритадилар.

Мухтасар қилиб айтганда, Республикамизда бозор мунособатларининг шаклланиши ва ривожланиши шароитида реклама соҳасидаги тажрибаларни синчковлик билан ўрганиб, ижодий ёндашиб, улардан

оқилона фойдаланиш ҳар бир сервис соҳаси корхоналарининг барқарорлигини таъминлашда ва имижини ривожлантиришда муҳим восита ҳисобланади.

Банд материалларини ўзлаштириш учун назорат саволлари:

Реклама жамиятда қандай аҳамиятга эга?

Маркетинг қандай вазифаларни бажаради?

Маркетинг комбинацияси қайси элементлардан иборат?

Реклама маркетинг комбинациясининг қайси категориясига тегишли ва қандай масалаларни ўз ичига олади?

Рекламанинг коммуникатив функцияси нимадан иборат?

Рекламанинг иқтисодий функцияси деганда нимани тушунасиш?

Рекламанинг ижтимоий функцияси деганда нимани тушунасиш?

Рекламанинг маърифий функцияси деганда нимани тушунасиш?

Республикада қонун ҳужжатларига зид келмайдиган реклама қайси турларга бўлинади?

Товарларни реализация қилишни рағбатлантирувчи(кўпайтирувчи) рекламанинг моҳияти нимадан иборат?

Истеъмолчиларни стабиллаштирувчи реклама – бу қандай реклама?

Имиж сўзи қандай маъноларни англатади?

Юридик ва жисмоний шахсларнинг имижини шакллантирувчи реклама тўғрисида гапириб бера оласизми?

Еслатувчи реклама деганда сиз қайси рекламани тушунасиш?

Маълумот берувчи рекламанинг моҳияти нимадан иборат?

Компютерлаштирилган рекламанинг моҳияти нимадан иборат?

21.Мавзу: Рекламанинг асосий мақсади ва тамойиллари, асосий турлари, реклама даражалари

Асосий саволлар:

1. Рекламанинг асосий мақсади ва тамойиллари
2. Рекламанинг асосий турлари(ҳаққоний ва ноҳаққоний реклама)
3. Реклама даражалари

Дарснинг мақсади – талабаларни рекламанинг асосий тамойиллари, рекламанинг асосий турлари, рекламага қўйиладиган этик талаблар, реклама даражалари ва реклама соҳасининг бошқа атамалари тўғрисидаги маълумотлар билан таништириш.

1. Рекламанинг асосий мақсади ва тамойиллари

Таянч иборалар: реклама мақсади, ҳаққонийлик ва ишончлилик, адреслилик, ахлоқ-одоб қоидалари.

Реклама корхона имижини яратиш, жорий сотиш ҳажмини кўпайтириш, ҳаридорларга нима сотиб олишни ва уни нима учун сотиб олиш зарурлигини ҳал қилишда ёрдамлашиш ва бошқа мақсадларда олиб борилади. *Рекламанинг асосий мақсади* ҳаридорларни қизиқтириш, мижоз ҳаридорларни йуқотмаслик ва уларнинг сафини кенгайтиришга қаратилган бўлади.

Реклама унга юклатилган функция ва вазифаларни бажариш учун қатор тамойилларга асосланиб ишлаб чиқарилиши керак. Уларни тузиш ёки амал қилмаслик ҳар қандай рекламани ҳам самарасиз бўлишига олиб келади. Унинг *асосий тамойиллари* қуйидагилар ҳисобланади:

- ҳаққонийлик тамойили;
- ишончлилик тамойили;
- адреслилик тамойили;
- ахлоқ-одоб қоидаларига мос келиш тамойили.

Ҳар қандай реклама ҳам *ҳаққоний* бўлиши керак. Ноҳаққоний рекламадан унинг истеъмолчиси ишониб бир марта фойдаланса ҳам иккинчи марта ундан фойдаланмасликка ҳаракат қилади. Бизнесда «Бажара олмайдиган нарсангга ваъда берма» деган «олтин» қоида бор. Лекин бугунги кунда аксарият реклама берувчилар истеъмолчиларни

кўпроқ жалб қилиб, қисқа вақт ичида кўп даромад олиш мақсадида ҳар қандай найрангларга боришади: товар ва хизматларини бўртириб кўрсатишга, таниқли фирмалар маркаларидан фойдаланишга ва бажараолмайдиган ваъдаларни беришга ҳаракат қилишади.

Бериладиган ҳар қандай реклама ҳаққоний ва ундаги маълумотларга одамлар *ишонадиган* бўлиши керак. Бу эса амалда товарлардан ва хизматлардан фойдаланиш жараёнида тасдиқланади.

Асосий реклама тамойили – бу рекламанинг *адреслилигидир*. Рекламанинг адреслилиги деганда реклама шаклини танлашда, унинг мазмунини аниқлашда, рекламанинг ким учун мўлжалланганлиги, мўлжалланган потенциал истеъмолчилар гуруҳларининг қандай одатлари мавжудлиги, уларнинг рекламани қабул қилишга тайёрлиги ва қайси радио тўлқинларини эшитишини ҳамда қайси телеешиттиришларни ва қайси каналларда кўришини ҳисобга олиш тушунилади. Бундан ташқари рекламанинг адреслилиги маълумотлар бериш воситаларини ва вақтини аниқ белгилашни талаб қилади, чунки рекламани мўлжалланган шахслар гуруҳларига улар ўқимайдиган ва кўрмайдиган воситаларда ва вақтларда бериш унинг самарадорлигини пасайтириб юборади. С.Р.Сафайева маълумотларига қараганда мўлжалланган одамлар гуруҳларига хос хусусиятларни ҳисобга олиб берилган реклама одамлар диққатини ўзига 3-5 марта кўп тортади ва реклама маълумотлари уларнинг хотирасида 2-3 марта чуқурроқ қолади ва 1,5-2,0 марта потенциал истеъмолчиларни кўп жалб қилишга имкон беради.

Рекламанинг *ахлоқ-одоб қоидаларига мос келиши тамойили* деганда шу муайян жамиятда умумеътироф этилган ахлоқ-одоб қоидаларига ва амалдаги давлат қонунларига мос келиши тушунилади.

Шунинг учун умумеътироф этилган ахлоқ-одоб қоидаларига тўғри келмайдиган ва амалдаги давлат қонунларига зид реклама берилмаслиги керак.

Банд материалларини ўзлаштириш учун назорат саволлари:

1. Рекламанинг асосий мақсади нима?
2. Реклама беришнинг асосий тамойилларини санаб бера оласизми?
3. Ҳаққонийлик ва ишончлилик тамойиллари нимани билдиради?
4. Рекламанинг адреслилик тамойили деганда нимани тушунасиз ва бу тамойилга амал қилишнинг қандай ижобий томонларини биласиз?
5. Ахлоқ-одоб қоидаларига мос келиш тамойилининг моҳиятини очиб бера оласизми?

2. Рекламанинг асосий турлари (ҳаққоний ва ноҳаққоний реклама)

Таянч иборалар: асосий вазифаси, ҳаққоний реклама, ноҳаққоний реклама, сохта реклама, инсофсиз реклама, қиёсий реклама, ишончсиз реклама, яширин реклама.

Реклама талаб ва истеъмолчилар дидининг шаклланишига таъсир кўрсатибгина қолмасдан корхона имижини шакллантиришга, жорий сотиш ҳажминини кўпайтириш, харидорларга нима сотиб олишни ва нима учун сотиб олиш зарурлигини ҳал қилишда уларга ёрдамлашади. Демак, *реklamанинг асосий вазифаси* харидорни қизиқтириш ҳамда корхона имижини шакллантириш орқали харидорларнинг сонини кўпайтиришдан ва стабиллаштиришдан иборат. Лекин ҳар қандай реклама ҳам бу вазифани бажариш қобилиятига эга эмас. Бундай хусусият фақат ҳаққоний рекламага хос.

Рекламаларни, уларда тарқатиладиган маълумотларнинг ҳаққоний ва ноҳаққоний бўлишига қараб, *ҳаққоний* (тўғри реклама) ва *ноҳаққонийларга* (нотўғри реклама) бўлиш мумкин.

Ҳаққоний ёки *тўғри реклама* деганда амалдаги қонунлар олдида жавобгарликни сезган ҳолда ишлаб чиқарилган ва тижорат фаолиятида қабул қилинган рақобат тамойилларига амал қиладиган, ушбу жамиятда қабул қилинган ахлоқий меъёр ва қоидаларга зид келадиган маълумот ва

тасвирларни бермайдиган, истеъмолчиларнинг ишончини, тажрибасизлигини ёки тўлиқ маълумотларга эга эмаслигини суистеъмол қилмайдиган, исботланмаган сабабларга кўра истеъмолчининг ваҳима босишни сезиш хусусиятидан фойдаланмайдиган ҳамда зулм ўтказишни келтириб чиқарувчи маълумотларни, рақибларни, бошқаларни ва уларнинг маҳсулотларини камситишга қаратилган элементларни ўз ичига олмайдиган, товарларнинг ҳарактеристикаси, таркиби, ишлаб чиқариш услуби ва санаси, қўллаш диапазони, миқдори, ишлаб чиқарган компания ёки мамлакат, нархи, тўлов шакллари, кафолат шартлари ва бошқа маълумотлар бўйича истеъмолчиларни жалғитишга олиб келадиган маълумотлари ва тасвирлари бўлмаган реклама тушунилади.

Ноҳаққоний ёки нотўғри реклама ноаниқлиги, икки хил маънони англатиш, бўрттириб юбориш, яшириб кетиши оқибатида рекламани тарқатиш вақти, жойи ва усулига нисбатан қўйилган талабларни ва қонун ҳужжатларида назарда тутилган бошқа талабларни бузиши натижасида рекламадан фойдаланувчиларни жалғитувчи ёки жалғитиши мумкин бўлган, шахсларга, шунингдек, давлатга зарар ва маънавий зарар йетказувчи реклама нотўғри (инсофсиз, била туриб ёлғон) реклама ҳисобланади. Нотўғри ёки ноҳаққоний рекламанинг барча турларини тарқатиш Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатларига кўра ман этилади. Рекламани нотўғри деб топиш ҳуқуқи ваколатли махсус органларга берилади.

Ноҳаққоний реклама ўз навбатида *сохта, инсофсиз* (виждонсиз), *ишончсиз* ва *яширин* рекламаларга бўлинади.

Сохта реклама деганда реклама истеъмолчиларини била туриб (атайлаб) жалғитишга қаратилган реклама тушунилади. Сохта рекламани тарқатувчилар қонун олдида жавобгар ҳисобланади.

Инсофсиз ёки виждонсиз реклама деганда реклама қилинаётган товарлардан фойдаланмайдиган юридик ва жисмоний шахсларга нисбатан паст назар билан қарашга қаратилган реклама тушунилади. Маҳсулотнинг

моддий, муҳим, ишончли хоссалари, корхона интерьери ва экстерйери бошқа юридик ва жисмоний шахсларнинг маҳсулоти, интерьери ҳамда экстерйери билан ноҳолисона ва ноинсофлик билан таққосланган реклама, ундан фойдаланувчини чалғитиб қўйиш мумкин бўлган, реклама берувчи ва рақобатчининг шахси ва реклама берувчининг ва рақобатчининг товар белгилари (хизмат кўрсатиш белгилари), фирма номи, маҳсулоти аралашиб кетган ҳамда рақобатчининг ишчанлик обрўсини ёки унинг товар белгисини (хизмат кўрсатиш белгисини), фирма номини, маҳсулот ёки фаолиятини бадном қиладиган қиёслаш реклама ҳам инсофсиз реклама ҳисобланади. Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатларига кўра инсофсиз қиёсий рекламани тарқатишга йул қўйилмайди.

Қиёсий реклама – бу рақобатчига ёки унинг томонидан тақдим этилаётган муайян бир турдаги маҳсулотга бевосита ёки билвосита айнанлаштирадиган реклама. Агар рекламада маҳсулотнинг моддий, муҳим ишончли хоссалари холисона ва инсофли таққосланган бўлса, реклама ундан фойдаланувчини чалғитиб қўймаса ва чалғитиб қўйиши ҳам мумкин бўлмаса, реклама берувчи билан рақобатчининг шахси ёки реклама берувчи ва рақобатчининг товар белгилари (хизмат кўрсатиш белгилари), фирма номи, маҳсулоти аралашиб кетмаган бўлса ҳамда рақобатчининг ишчанлик обрўсини ёки товар белгисини (хизмат кўрсатиш белгисини), фирма номини, маҳсулот ёки фаолиятини бадном қилмайдиган қиёсий рекламани Ўзбекистон Республикаси «Реклама тўғрисида»ги қонунининг 15-моддасига кўра республика ҳудудида тарқатишга рухсат берилади.

Ишончсиз ёки шубҳали реклама деганда товарларнинг таркиби, ишлаб чиқариш санаси ва услуби, мўлжалланиши, истеъмол хоссалари ва шуларга ўхшаш кўрсаткичлари бўйича ҳақиқатга тўғри келмайдиган маълумотларни ўз ичига оладиган реклама тушунилади.

Яширин реклама истеъмолчининг идрокига унинг ўзи англамаган ҳолда таъсир ўтказадиган, шу жумладан махсус видеоиловалардан (қўш

овозли ёзувдан) фойдаланиш йули билан ҳамда бошқа усуллар билан таъсир ўтказадиган рекламадир. Яширин рекламадан радио-, теле-, видео-, аудио- ва кино маҳсулотларида, шунингдек, бошқа маҳсулотда фойдаланишга ва уни ўзга усуллар билан тарқатишга йул қўйилмайди («Реклама тўғрисида»ги қонуннинг 14-моддаси).

Реклама даражалари

Маълумотларнинг тарқатилиш ҳудудига қараб реклама қуйидаги турларга бўлинади: *халқаро реклама, умуммиллий реклама, минтақавий реклама* ва *жойлардаги реклама*.

Халқаро реклама деганда бошқа мамлакатларнинг бозорига қаратилган реклама тушунилади. Бу реклама турига сайёҳлик ташкилот ўзининг фаолияти сферасида кириш туризми департаментига эга бўлса ва бошқа мамлакатлардаги мижозларга мўлжалланган бўлса мурожаат қилади.

Умуммиллий реклама мамлакатнинг бир неча ҳудудидаги шерикларга мўлжалланган бўлади. Умуммиллий рекламани молиявий қўллаб-қувватлайдиган ташкилотлар, яъни реклама берувчи шахслар умуммиллий реклама берувчилар ҳисобланади. Телекомпаниялар каналларида ва газеталарда намоиш этиб бориладиган рекламалар умуммиллий рекламадир. Бу турдаги реклама мурожат қиладиган сайёҳлик фирмалари кўп ҳолларда йирик туроператорлар бўлиб, бу каби реклама орқали улар регионал сайёҳлик агентларига ўзларининг дастурлари ҳақида маълумот берадилар.

Минтақавий реклама агентликлари реклама ўрнини ҳам умуммиллий рекламага, ҳам минтақавий реклама сотади. Бу йул билан мамлакатнинг маълум бир ҳудудида фаолият кўрсатадиган сайёҳлик фирмаси, ҳудудий наشريётда жой олиши ёки бутун мамлакатга эмас, балки маълум бир ҳудуд телевиденийесида реклама намоиши вақтини сотиб олиши мумкин.

Жойлардаги реклама асосан чакана савдо корхоналари томонидан берилади ва харажатлари қопланади. Жойлардаги реклама маълумотлари у

йердаги реклама воситалари орқали берилади. Агар умуммиллий ва минтақавий рекламалар товарларнинг муҳим хоссалари ва бошқалардан устунлик томонларини оммалаштириш (кўз-кўз) учун мўлжалланган бўлса, жойлардаги рекламалар эса товарларни реализация қиладиган ва хизмат кўрсатадиган корхоналарнинг манзиллари тўғрисида маълумотлар беради. Жойлардаги рекламада биринчи навбатда нархлар, йулланмалар сотиш бўйича менежерларнинг манзили ва бошқа ўзига хос хусусиятлари кўрсатилиб ўтилади.

Банд материалларини ўзлаштириш учун назорат саволлари:

1. Қайси реклама тури халқаро реклама дейилади?
2. Умуммиллий реклама – бу қандай реклама?
3. Минтақавий реклама деганда қандай рекламани тушунасиш?
4. Жойлардаги реклама – бу қандай реклама ва нима мақсадларда берилади?

22.Мавзу: Рекламага қўйиладиган этик талаблар ва рекламация аксилреклама, кодекс тушунчалари ва реклама соҳасининг бошқа атамалари

Асосий саволлар

- 1.Рекламага қўйиладиган этик талаблар ва рекламация

2.Аксилреклама, кодекс тушунчалари

3.Реклама соҳасининг бошқа атамалари

Таянч иборалар: ахлоқий қоидалар, одобли реклама, беодобларча реклама, рекламация, харидор, истеймолчи, сотувчи.

Рекламага қўйиладиган этик талаблар ва рекламация

Юқорида кўрсатилган реклама турларидан ташқари умумейтироф этилган ахлоқий қоидалар талабларига тўғри келишига қараб рекламани қўйидаги турларга бўлиш мумкин: *одобли* ва *беадабларча реклама*.

Одобли реклама деганда унда бериладиган матнли, овозли ва визуал материалларнинг, тасвир ва белгиларнинг ушбу жамиятда умумейтироф этилган ахлоқ-одоб қоидаларига тўғри келадиган реклама тушунилади. Одобли рекламада, масалан, яланғоч кишиларнинг тасвирлари ва ахлоқий қоидаларга тўғри келмайдиган овозли эшиттиришлар, тасвир ва ёзувлар ҳамда роликлар берилмаслиги керак.

Беадабларча рекламада жамиятда умумейтироф этилган қоидаларни бузадиган матнли, тасвирли, овозли ва бошқа шаклларга эга бўлган, миллатни, диний, сиёсий ва фалсафий дунёқарашларни, ижтимоий гуруҳларни, касбини ва бировларнинг товарларини камситадиган маълумотлар берилиши мумкин.

Рекламация лотинча сўздан олинган бўлиб, “рекламатио” – эътироз, маъқулламаслик каби маъноларни англатади:

1) йетказилган зарарни қоплаш талабномаси, яъни ўзаро тузилган келишув шартномасидаги шартларнинг бир томонлама бажарилмаслигига нисбатан иккинчи томоннинг аризаси;

2) харидор ёки истеймолчининг сотувчи ёки йетказиб берувчига нисбатан келишув шартномасидаги бузилган шартларнинг тафсилоти. Шунга кўра йетказилган зарарларни қоплаш, келишув нархларини тузилиши, камчиликларни тузатиш каби эътирозлар акс эттирилган аризаси.

Аксилреклама, кодекс тушунчалари ва реклама соҳасининг бошқа атамалари

Таянч иборалар: қонун ҳужжатлари ёки қарори, давлат органлари, ахборот воситаси ва муддати, ҳаражатлар, тўлиқ ва қисман тўхтатиш, Реклама Кодекси, Кодекс мақсади, миллий реклама Кодекси, меъёр ва қоидалар стандарти, реклама берувчи, реклама тайёрловчи, реклама тарқатувчи, рекламадан фойдаланувчи, реклама воситалари, маҳсулот.

Аксилреклама. Аксилреклама деганда “Реклама тўғрисида”ги Қонун ҳужжатлари бузилганлиги аниқлаган ваколатли давлат органлари қарорига биноан улар кўрсатган муддатда қонун ҳужжатлари бузилганлиги тўғрисида қонунбузар томонидан ихтиёрий равишда ёки суд қарорига асосан бериладиган реклама тушунилади. Мазмуни қонунбузарлик ҳолатини аниқлаган ва уни тuzатиш тўғрисида қарор қабул қилган давлат органлари билан келишилган аксилреклама раддия берилаётган реклама эълон қилинган айни ўша ахборот воситаларида, айни ўша муддат, макон, жой ва тартибдан фойдаланган ҳолда берилади. Фақат айрим вақтларда бу органнинг қарорига биноан аксилреклама бериладиган ахборот воситаси муддати, жойи ва тартиби ўзгартирилиши мумкин. Амалдаги “Реклама тўғрисида”ги қонунга кўра аксилреклама беришни амалга ошириш билан боғлиқ ҳаражатлар қонунбузар томонидан қопланади. Агар қонунбузар томонидан аксилреклама “Реклама тўғрисида”ги қонун ҳужжатларига риоя этилиши устидан назоратни амалга оширувчи орган белгилаган муддатда берилмаса, мазкур орган қонунбузарнинг рекламасини, у аксилрекламани бергунча, тўлиқ ёки қисман тўхтатиб қўйиш ҳақида қарор қабул қилишга ҳамда “Реклама тўғрисида”ги қонун ҳужжатларини бузган шахс билан шартнома тuzган тарафларни бундан хабардор қилиш ва ушбу қонуннинг 29-моддасига кўра жарима солиш ҳуқуқига эга.

Кодекс тушунчаси. Ҳар бир мамлакатда реклама фаолиятини тартибга солиб бошқарадиган ҳужжат бўлади. Бундай ҳужжат *Реклама Кодекси* номи билан юритилади. Реклама Кодекси деганда тушунчалар,

тавсиялар ва бажариш тартибларини ўз ичига оладиган тизимлар мажмуаси тушунилади. Реклама Кодекси ҳар бир давлатнинг реклама кенгаши томонидан қабул қилинади.

Реклама Кодексининг асосий мақсади – унинг меъёрларига реклама фаолияти субъектлари томонидан ўз хоҳишларига кўра риоя қилиш орқали мамлакатда реклама фаолиятларини тартибга солиш ва уларни самарали ривожлантиришдан иборат. Реклама Кодекси маданий реклама бозорини шакллантиришга, унда соғлом рақобатни ривожлантиришга ва бозорда виждонли рекламаларнинг пайдо бўлишига қаратилган.

Давлатларнинг миллий реклама Кодекси Халқаро Савдо Палатасининг Халқаро Реклама Кодекси базаси асосида шакллантирилади ва ушбу мамлакатда қабул қилинган этик меъёрлар ва қоидалар билан бойитилади.

Кодекс рекламанинг барча қатнашчилари (реклама берувчилар, реклама маълумотларини йетказиб берувчи оммавий ахборот воситалари ва бошқа реклама субъектлари) томонидан итоат қилиниши лозим бўлган этик меъёр ва қоидалар стандартларини белгилайди. Ушбу қоида ва меъёрлар нафақат реклама мазмунига, балки сўз ва рақамларга (ёзиладиган ва оғзаки айтиладиган сўз ва рақамлар), визуал тасвирларга, мусиқа, товуш эффектларига ва бошқа реклама элементларига тегишли.

Реклама соҳасининг бошқа атамалари. Ушбу бандда реклама соҳасининг бошқа атамаларидан «реклама берувчи», «реклама тайёрловчи», «реклама тарқатувчи», «рекламадан фойдаланувчи», «реклама воситалари» ва «маҳсулот» тушунчаларининг мазмуни очиқ берилади.

Реклама берувчи деганда рекламани тайёрлаш ёки тарқатиш учун унга буюртма берувчи юридик ёки жисмоний шахс тушунилади

Реклама тайёрловчи – бу реклама тайёрлашни тўлиқ ёки қисман амалга оширувчи юридик ёки жисмоний шахс ҳисобланади.

Рекламани тарқатувчи деганда реклама воситалари орқали реклама тарқатишни амалга оширувчи юридик ёки жисмоний шахс тушунилади.

Рекламадан фойдаланувчи – бу реклама йуналтирилган шахс ёки шахслар гуруҳи.

Рекламани ундан фойдаланувчиларга йеткизиш учун ишлатиладиган воситалар *реклама воситалари* деб аталади, масалан, радио, телевизор, газета, журнал ва шуларга ўхшаганлар.

Маҳсулот деганда товарлар, ишлар ва хизматлар тушунилади.

Банд материалларини ўзлаштириш учун назорат саволлари:

1. Аксилреклама деганда қандай реклама тушунилади?
2. Аксилреклама қайси реклама воситаларида берилади?
3. Аксилреклама ўз муддатида берилмаса, қандай чоралар кўрилади?
4. Қайси ҳужжат Реклама Кодекси номи билан юритилади?
5. Реклама Кодексининг асосий мақсади нимадан иборат?
6. Давлатларнинг миллий Реклама Кодекси қайси халқаро ҳужжат асосида яратилади?
7. Реклама Кодекси қандай меъёр, қоида ва тизимларни ўз ичига олади?
8. Реклама берувчи деганда қандай шахслар тушунилади?
9. Реклама тайёрловчи деганда кимларни тассавур қиласиз?
10. Қайси шахслар реклама тарқатувчи дейилади?
11. Умумийтироф этилган ахлоқий қоидаларга кўра реклама қайси турларга бўлинади?
12. Одобли реклама деганда қайси рекламани тушунасиш?
13. Беадабларча реклама – бу қандай реклама?
14. Рекламация деганда нимани тушунасиш?

23.Мавзу: Маълумотнома ва тижорат таклифлари хати, маълумот варақлари, босма реклама ва унинг турлари, буклет, проспект, каталог, пресс-релиз

Асосий саволлар:

1. Маълумотнома ва тижорат таклифлари хати
2. Маълумот варақлари
3. Босма реклама ва унинг турлари
4. Буклет, проспект, каталог, пресс-релиз

Дарсининг мақсади — талабаларни маълумотнома ва тижорат таклифлари хати, маълумот варақлари, буклет, проспект, каталок, пресс-релиз, реклама сувенирлари, кўчаларда ўрнатиладиган маълумотнома воситалари, босма реклама турлари, ташқи ва ички реклама, транспорт устидаги реклама тўғрисидаги маълумотлар билан таништир

1. Маълумотнома ва тижорат таклифлари хати

Таянч иборалар: фирма, турагентлар, маълумотнома воситалари, маълумот хати, тижорат таклифлари.

Маълумотнома реклама воситалари реклама маълумотларини тарқатишнинг энг кенг қўлланиладиган воситалари ҳисобланади. Сервис хизматларини кўрсатадиган ва туристлар учун маҳсулотларни ишлаб чиқарадиган ёки тарқатадиган фирмалар (туроператорлар фирмалари) турагентликлар билан биргаликда ёки ўзлари мустақил равишда ўта чиройли безатилган расмли рисоалар, буклетлар, каталоглар ва шунга ўхшаган бошқа маълумотнома воситаларини ишлаб чиқаришади. Уларда қисқа, таъсирчан ва маъноли ёзилган матнлар, турли тасвирий усуллар ёрдамида бўлажак истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш имкониятлари тўғрисида маълумотлар берилади. Бундай материалларга одамларда қизиқиш уйғотиш учун рангли фотосуратлар орқали корхона биноларининг умумий кўриниши, ҳовли ландшафтлари, бино хоналарининг интерьерлари ҳамда тарихий ва маданий объектларнинг рангли суратлари берилади.

Адабиётлардаги мавжуд материалларга кўра реклама фаолиятида маълумотнома воситаларининг қуйидаги турларидан кенг фойдаланишади:

- маълумот хати;
- тижорат таклифлари ёки хати;
- маълумотнома варағи;
- прайс-варақ;
- реклама варағи;
- проспект;
- каталог;
- пресс-релиз;
- реклама сувенирлари;
- афиша;
- билборд;
- брендмауер;
- ротоафиша;
- сендвичмен.

Кўрсатилган маълумотнома воситаларининг баъзилари оддий хат, варақ ёки рангли суратли варақлар шаклида бўлса, афиша, билборд, брендмауер, ротоафиша стационар ўрнатилган тахтачаларда ёки деворларда берилади. Сендвичмен эса махсус ходимлар устига осиб юрадиган ва бир-бирлари билан махсус беркитилган иккита тахтачадан иборат бўлади.

Маълумот хати – бу фирма бланкасида ёзилган хат шаклига эга бўлган маълумотнома воситаси ҳисобланади, маълум бир мансабдор ёки жисмоний шахсларга мўлжалланган бўлиб, унда фирма ёки унинг фаолияти тўғрисида маълумотлар берилади. Маълумот хати янги товар ва хизматларнинг номлари ва филиалларни очиш каби маълумотларни ўз ичига олади. Маълумот хатининг матнида уни ёзиш мақсади ўз ифодасини топиши лозим.

Умуман олганда, маълумот хати бўлажак мижозлар ва ҳамкорлар билан контакт ўрнатишнинг бирламчи шакли ҳисобланади.

Маълумот хатлари индивидуал ёзилган ва бир неча кишига мўлжалланиб ёзилган бўлиши мумкин. Маълумот хатига қуйидаги талаблар қўйилган: биринчидан, хатнинг матни катта бўлмаслиги керак; иккинчидан, гаплар қисқа,

равон ва аниқ бўлиши шарт; учинчидан, хат эркин фикрларда баён этилиши лозим.

Тижорат таклифлари деганда маълумот хатига нисбатан реклама маълумотлари кам, лекин тижорат таклифлари кўп ҳажмни эгаллайдиган хат тушунилади. Тижорат таклифи уни юбораётган фирманинг фаолияти билан таниш бўлган мижозларга юборилади. Тижорат таклифлари хати бир ёки бир неча аниқ таклифларни ўз ичига олади ва бу таклифлар ҳар томонлама асосланиб берилади. Хатнинг бу тури маълумот хатига нисбатан каттароқ ҳажмли бўлади, чунки унда илова шаклида келтирилган фикрларни тасдиқловчи қўшимча материаллар қўйилади. Тижорат таклифлари хати катта ҳажмда бўлганлиги сабабли китобча шаклида расмийлаштирилади.

Банд материалларини ўзлаштириш учун назорат саволлари:

1. Маълумотнома воситаларининг қайси турларини биласиз?
2. Маълумот хати – бу нима ва унда қандай маълумотлар берилади?
3. Маълумот хатига қандай талаблар қўйилади?
4. Тижорат таклифлари хатининг моҳияти нимадан иборат ва маълумот хатидан нима билан фарқ қилади?

2. Маълумот варақлари

Таянч иборалар: маълумот варағи, прайс-варақ, реклама варағи.

Маълумот варағи мазмуни бўйича маълумот хатига ўхшаш бўлиб, фирма тўғрисидаги маълумотларни ўз ичига олмайди ва фирма бланкасида ёзилмайди. Бундан ташқари варақнинг форматига ҳам қатъий талаб қўйилмайди, улар учун фирма белгиси солинган ва фирмада қабул қилинган рангли қоғозлар ишлатилади.

Маълумот варағида умумий ва касбий мурожаатлар (ишчан ва бошқа кишиларга) ҳам берилиши мумкин. Маълумот варағи узоқ муддатларга мўлжалланган бўлиб, маълум бир аниқ кишига ёки фирмага эмас, мижозлар гуруҳларига фирма ва кўргазмаларига келадиганларга мўлжалланган бўлади. Шунинг учун ҳам унинг матни қисқа ва оддий тилда, мазмуни бўйича ҳамма учун тушунарли ва саволларнинг туғилишига йўл қўйилмаслиги керак.

Прайс-варақ босма рекламанинг махсус тури ҳисобланиб, унда ҳеч қандай иллюстрациясиз сервис корхонаси кўрсатадиган хизматларининг ва реализация қиладиган маҳсулотларининг ассортименти ва нархи кўрсатилади. Прайс-варақ реклама маълумотларини ўз ичига олиб қолмасдан психологик таъсир ҳам кўрсатади, эркин ҳолда маҳсулот ва хизматлар нархларининг ёзиб қўйилиши миждозларда ушбу фирма ёки корхонанинг ишончли эканлиги тўғрисида фикр туғдиради. Бундан ташқари ҳеч кимга мурожаат қилмасдан товар ва хизматларни миждозлар ўзларининг иқтисодий имкониятларидан келиб чиққан ҳолда танлаш ҳуқуқига эга бўлади.

Реклама варағи. Унда аниқ бир маҳсулот ёки хизмат тўғрисида реклама маълумотлари берилади, шунинг учун ҳам реклама варағининг ҳажми кичик бўлиб, унинг матни ва иллюстрациялари бир варақда берилади. Реклама варақларидан реклама маълумотларини тезкорлик билан тайёрлаш ва тарқатиш керак бўлганда фойдаланилади, чунки ҳажми кам бўлганлиги сабабли уни жуда ҳам тез шакллантириш мумкин.

Потенциал истеъмолчилар учун реклама варақлари почта орқали юборилса, қолган кишиларга эса кўргазмалар, тақдимотлар, семинар ва конференциялар ҳамда корхона хизмати ёки маҳсулотидан фойдаланиш даврида тарқатилади.

Реклама варағи жуда ҳам кўзга ташланадиган, шу сабабли ҳам одамларда уни олиб кўриш ва ўқиш туйғусини туғдирадиган бўлиши керак. Шунинг учун улар рангли, чиройли иллюстрацияланади.

Банд материалларини ўзлаштириш учун назорат саволлари:

1. Маълумот варағида қандай маълумотлар берилади ва уни тайёрлаш учун қандай қоғоз ишлатилади?
2. Прайс-варақда бериладиган маълумотларни биласизми?
3. Прайс-варақда бериладиган маълумотларнинг психологик аҳамияти нимада?
4. Реклама варағида қандай маълумотлар берилади?
5. Реклама варағи қандай тарқатилади?

3. Босма реклама ва унинг турлари

Таянч иборалар: босма реклама, китобдаги реклама, матбуотда бериладиган реклама, мутахассислар фикри.

Типография усулида тайёрланадиган барча реклама турларига умуман *босма реклама* дейилади. Босма рекламага китобларда, журналларда ва газеталарда бериладиган реклама эълонлари, буклетлар, каталоглар, проспектлар, афишалар ва шуларга ўхшаганлар киради. Ушбу мавзуда фақат китобларда, газета ва журналларда бериладиган реклама турларини кўриб чиқамиз.

Китобдаги реклама деганда унда жойлаштириладиган реклама эълонлари тушунилади. Реклама эълонларини китобда жойлаштиришнинг асосий шартларидан бири шундан иборатки, реклама эълон мазмуни китоб мазмунига ва безагига мос келиши лозим. Китобда бериладиган реклама эълонлари одатда унинг охирида жойлаштирилади. Лекин китобнинг ўртасида ҳам жойлаштирилиши мумкин, бунинг учун у албатта алоҳида варақда берилиши керак.

Китобда реклама берувчилар яна шунга эътибор беришлари керакки, бунда асосан узоқ муддатларга мўлжалланган реклама эълонлари жойлаштирилади. Бундан ташқари китобдаги реклама эълонлари реклама берувчилар учун жуда ҳам қимматга тушиши мумкин, чунки реклама берувчи маблағи билан уни босиб чиқаришда ва тарқатишда иштирок этади. Шу боисдан ҳам китобларда реклама бериш деярли ҳомийлик билан тенг ҳисобланади.

Босма реклама турлари ўртасида *матбуотда*, яъни *газета* ва *журналларда* бериладиган реклама асосийларидан бири ҳисобланади. Ҳозирда ҳам теле- ва интернет рекламанинг ривожланиб боришига қарамасдан матбуотда бериладиган реклама асосий бўлиб қолади. Айниқса газеталарда бериладиган реклама эълонлари потенциал харидорларни жалб қилишнинг самарали усулларида бири ҳисобланади. Реклама бўйича мутахассислар фикрларига кўра 10 газетхондан 6 таси газетани бошдан охиригача ўқиб чиқади, 10 тадан 9 таси энг муҳим янгиликларни ўқийди. Бундан ташқари 10 та эркак газетхондан 9 таси газеталарнинг спортга бағишланган саҳифаларини, 10 та аёл газетхондан

эса 8 таси хурсандчилик материалларини, аристократлар хроникасини, ўйин-кулгилар ҳамда сайл-томошалар тўғрисидаги саҳифаларни ўқишади.

Газетани ҳар куни ва жуда кўп шахслар ўқиши сабабли унда бериладиган реклама эълонлари потенциал истеъмолчиларни реклама қилинаётган маҳсулот ёки фирма билан таништиришнинг асосий воситаларидан бири ҳисобланади.

Банд материалларини ўзлаштириш учун назорат саволлари:

1. Қайси усул ёрдамида бериладиган рекламага босма реклама дейилади?
2. Матбуотда бериладиган рекламага босма рекламанинг қайси тури киради?
3. Газетада бериладиган реклама эълонлари бўйича реклама мутахассисларининг фикрлари қандай?

4. Буклет, проспект, каталог, пресс-релиз

Таянч иборалар: буклет, проспект, каталог, пресс-релиз

Буклет деганда маълум бир фирма (корхона), унинг маҳсулоти ёки хизматининг рекламасига бағишлаб тарқатиладиган махсус маълумотнома воситаси тушунилади. Амалдаги реклама тажрибасига кўра буклетларда реклама матнларидан ташқари биринчи бошлиқларнинг рангли фотосуратлари, қисқача автобиографиялари, ҳомийлик ва меҳрибонлик аксиялари, халқаро кўргазма ва ярмаркаларда қатнашганлиги ва эришган ютуқлари ҳам кўрсатилиши мумкин.

Буклетлар маълумотнома воситаларининг ичида энг нуфузлиси ҳисобланади ва шунинг учун ҳам энг юқори сифатли қалин оқ қоғозларда тайёрланади. Амалдаги этикет қоидаларига кўра буклетлар фирма ёки корхона томонидан ташкил қилиниб, ўтказиладиган ярмарка, кўргазма ва презентациялар қатнашчиларига ва шартномалар тузишда тарқатилади.

Буклетлар асосан А4 форматли қоғозда шакллантирилиб, гармошка шаклида букланади. Реклама матни букланган қоғознинг ички юзасидан бир ёки бир неча устун шаклида жойлаштирилади.

Проспект ўзининг расмийлаштирилиши ва безатилиши бўйича буклетга жуда ҳам яқин, фақат ўзининг ҳажми, рангли фотосуратлари, диаграммалари

билан ажралиб туради. Буклетлар юридик ёки жисмоний шахсларнинг буклетларига ёки янги турмахсулотларига бағишланиб тайёрланиши мумкин. Проспект ҳам худди буклетдек, маълумотнома воситаларининг энг обрўлиси ҳисобланади. Лекин буклетга нисбатан кўпроқ ҳаражатни талаб қилади. Тажрибада буклет ва проспектларга нисбатан қуйидагича фикр шаклланган «Улар энг юқори сифатли бўлиши, агар сифациз бўлса, умуман тайёрланмаслиги керак», чунки улар рақиблар буклет ва проспектларидан ўзларининг сифати бўйича паст бўлса, реклама берувчига фойда келтириш ўрнига зарар келтириши мумкин.

Каталог. Одатда у кичик китобча шаклида бўлади ва босма нашрдан чиқарилади. Унда фирма томонидан таклиф қилинаётган барча маҳсулот ва хизматлар рўйхати ва нархи кўрсатилади. Бундан ташқари товар ва хизматларга қисқача таъриф берилади. Каталоглар ўзининг расмийлаштирилиши бўйича ҳар хил бўлиши мумкин: босмахона шрифти билан терилган ва маҳсулот ёки хизмат номи, мўлжалланиши ва тавсифларини ўз ичига оладиган оддий матндан бошлаб, рангли иллюстрацияланган бўлиши мумкин. Каталог фирма томонидан таклиф қилинаётган маҳсулот ёки хизматларнинг ассортименти жуда катта бўлганда шакллантирилади.

Каталог туроператорлар томонидан ишлаб чиқариладиган реклама маълумотнома воситаларидан энг асосийси ҳисобланади.

Пресс-релиз деганда у ёки бу аксияларни ўтказилганлиги ҳақидаги ҳисоботнинг реклама сифатида берилган маълумотнома воситаси тушунилади. Пресс-релиз кўргазмалар, презентациялар, прессконференциялар ва меҳрибонлик тадбирларида оммавий ахборот воситалари ходимларига тарқатилиб, журналистларни таништиришга қаратилган фирма ва престижли маҳсулотлар ва хизматлар, фирманинг келажаги, унинг раҳбарлари ва ўтказилган меҳрибонлик ҳамда ҳомийлик тадбирлари тўғрисида қисқача маълумотларни ўз ичига олади.

Пресс-релиз материаллари ўтказилган тадбирларнинг тематикаси ва муҳимлигига қараб ҳажми бўйича ҳар хил бўлиши мумкин.

Банд материалларини ўзлаштириш учун назорат саволлари:

1. Буклет деганда рекламанинг қайси воситаси тушунилади?
2. Буклетда реклама матнидан ташқари яна қандай материаллар берилиши мумкин?
3. Буклет қайси усул ёрдамида тарқатилади ва қайси форматли қоғозда тайёрланади?
4. Проспект буклетдан нима билан фарқ қилади?
5. Проспектнинг тайёрланишига қандай талаб қўйилади?
6. Каталогда қандай маълумотлар берилади ва у қандай кўринишда расмийлаштирилади?
7. Пресс-релиз деганда нимани тушунасиз?
8. Пресс-релизда қандай маълумотлар берилади?

24.Мавзу: Реклама сувенирлари. кўчаларда ўрнатиладиган маълумотнома воситалари ташқи ва ички реклама. транспорт устидаги реклама
Асосий саволлар

1. Реклама сувенирлари. Кўчаларда ўрнатиладиган маълумотнома воситалари
2. .Ташқи ва ички реклама.
3. .Транспорт устидаги реклама

Таянч иборалар: реклама сувенири, афиша, билборд, брендмауер, ротоафиша, сендвичмен.

Сервис соҳаси корхоналари маҳсулотлари ва хизматларини реклама қилишда *сувенирлар*нинг аҳамияти жуда ҳам катта. Сервис соҳаси корхоналари сувенирлари одатда қуйидагилар мажмуидан ташкил топган бўлади: визит белгиси, логотипи ёки фирма маркаси туширилган пакет, сигарета ёндиргичлар, гугурт, кулдон, авторучка, бокал, фотосурат, видеоёзув, нишонлар, шапочкалар, майка ва шуларга ўхшаганлар.

Бундай сувенирлар сотиш ва бошқа тадбирларни ўтказиш жойларида топширилади. Бундай сувенирлар викторина ўйинларида мукофот сифатида қўйилиши ёки фаол миждозларга топшириш учун фойдаланилиши мумкин.

Кўчаларда ўрнатиладиган маълумотнома воситаларига афиша, билборд, брендмауер, ротоафисаларни киритиш мумкин.

Афиша – бу катта ўлчамли кўп рангли маълумотнома воситаси бўлиб, жуда ҳам кўп иллюстрациялар берилади. Афиша одатда кўчаларда ўрнатилиши сабабли унинг юзаси намликини ўтказмайдиган парда билан қопланади.

Билборд – шчит рекламаси бўлиб, қурилиш майдончаларини, автомобилларни сақлаш жойларини ўраб турадиган деворларда ёки махсус ясалган конструкцияларда ўрнатилади.

Брендмауер – бинонинг бутун девори бўлиб, унга шчитли реклама осилади ёки панно ўрнатилади. Агар девор сувалган бўлса, унинг устидан ҳар хил реклама тасвирлари туширилади.

Ротоафиша – стационар ўрнатилган учбурчак, тўртбурчак шаклида ойна билан қопланган фигуралар бўлиб, ойна устидан реклама маълумотлари ёзилади, ичидан эса тунлари электр лампалари билан ёритилади.

Сендвичмен – кўчаларда ўрнатиладиган маълумотнома воситаларининг алоҳидаги тури бўлиб, махсус тайёрланган реклама агентини билдиради. Агент икки томонидан (олди ва орқа) ёзув ва тасвирлари бўлган шчит рекламасини кийиб юради. Сендвичменлар маршрутлари одамларнинг гавжум жойларида белгиланади. Улар реклама шчитини «кийиб» юришдан ташқари шу кийимларга қизиқадиган барча кишиларга реклама варақаларини ҳам тарқатишади.

Ташқи ва ички реклама. Транспорт устидаги реклама

Реклама маълумотларини ўзида ифодаладиган стационар реклама воситалари ўрнатилиш жойига қараб, реклама – *ташқи* ва *ички* рекмаларга бўлинади.

Ташқи рекламага алоҳида махсус конструкцияларда, тахта лавҳаларида, экранларда, бино ва иншоотларнинг ташқи томонида, шаҳар автотранспортларида, кўчаларда ва одамларнинг гавжум тўпланадиган жойларида жойлаштириладиган реклама турлари киради.

Ташқи рекламани жойлаштириш тартиби маҳаллий ҳокимиятнинг давлат органлари томонидан белгиланади. Ташқи реклама кўча ёриткичларининг таянчларида, кўча ва йулларнинг қатнов қисмларида (хавфсизлик техникасига риоя қилинган, йул белгиларини, жамоат транспорт бекатларини тўсиб қўймайдиган ҳолда) ўрнатилиши керак. Яна шуни эътиборга олиш керакки, реклама йул кўрсаткич белгилари тасвирларини такрорламаслиги шарт.

Реклама тўғрисидаги қонуннинг 20-моддасига кўра «Ташқи рекламани тарихий ва маданий ёдгорликларида, шунингдек дов-дарахтларни пайхон қилиш ва туташ ҳудуддаги ободонлаштириш воситаларини бузиш йули билан жойлаштириш таъқиқланади».

Табиатни муҳофаза қилиш объектлари доирасида ташқи рекламани жойлаштиришга маҳаллий давлат ҳокимияти органлари ёки тегишли давлат бошқарув органларининг ваколати доирасида улар билан келишилган ҳолда рухсат берилади.

Транспорт ва метрополитенда жойлаштириладиган реклама уларнинг эгалари ва мулкдорлари билан келишилган ҳолда ҳамда хавфсизлик талаблари

ва йул қоидаларига мувофиқ жойлаштирилиши мумкин. Жамоат транспорти воситаларида, метрополитен бекатларида, вокзалларда, портларда ва аэропортларда йуловчиларга хабар берувчи овозли тармоқлар орқали рекламани тарқатиш таъқиқланади (21-модда). Фақат бундан ижтимоий рекламали ахборот истисно.

Ташқи рекламада асосан сервис корхоналарининг номи, мазмуни, иш тартиби, маҳсулотлари ва кўрсатадиган хизматлари тўғрисида маълумотлар берилади.

Ички реклама шиор, шиорлар ёзилган маҳсулот ва хизматлар тасвири туширилган, ёзилган ва бошқа шаклларда хизмат ва маҳсулот истеъмолчилари тўпланадиган хона ва биноларда осиб ёки столларнинг устига қўйилади. Бундан ташқари маҳсулотлар, хизматлар ассортиментини ва сифатини ҳамда хоналар ва бинолар интерьерлари ва экстерьерларини ўзида акс эттирувчи маълумотнома материаллари ҳам ички реклама тизимига киради. Хоналар деворларига осиладиган ички реклама хонанинг интерьер элменти сифатида хизмат қилиши шарт. *Ички рекламанинг асосий мақсади* ушбу корхона хизматлари, маҳсулотлари ассортиментини, турлари, сифати ҳамда корхона хоналарининг интерьерлари ва биносининг экстерьерлари тўғрисида маълумотлар беради.

Транспорт устидаги реклама. Автомашина ва микроавтобус кузовларидаги рекламалар саноат ва озиқ-овқат маҳсулотларини ташиш вақтида, яъни омборга, магазинга ҳамда мижозлар уйларига қатнаш мобайнида ҳар хил расмлар, ёзувлар, телефон рақамлари, фирма номи ва ҳоказолар тўғрисида шаҳар жамоат транспортидаги йуловчилар, пиёдалар диққатини ўзига жалб қилади. Масалан, шаҳарларимиздаги “Ширин дунё маҳсулотлари”, “Музқаймоқлар”, “Браво-сут”, “ХТ Бахт колбасалари” каби ёзувли машиналарга кўпроқ кўзимиз тушади.

Транспорт устидаги рекламалар, яъни автомашина ва микроавтобус кузовларидаги рекламаларга қўйиладиган талаблар характерли жиҳатдан плакатлардаги рекламага ўхшасада, рекламадаги чизмалар, расмлар, матнлар аниқ, тушунарли, қисқа ва ихчам бўлиши керак-ки, пиёдалар, автобус, трамвай,

таксилардаги йуловчиларга ўқилиши, тушунилишига қийинчилик туғдирмаслиги керак.

Банд материалларини ўзлаштириш учун назорат саволлари:

Реклама сувенирининг таркибига қандай буюмлар киритилиши мумкин?

Афиша – бу нима?

Билборд деганда нимани тушунаси?

Ротоафиша деганда қайси реклама воситасини тушунаси?

Сендвичменнинг моҳиятини тушунтириб беринг?

Стационар рекламага рекламанинг қайси хиллари киради?

Ташқи рекламага рекламанинг қайси хиллари киради?

Ташқи реклама қайердаларда ўрнатилиши мумкин?

Ташқи реклама қайерларда жойлаштирилмайди?

Транспорт ва метрополитенда ташқи рекламани жойлаштириш талабларини биласизми?

Ташқи рекламада қандай маълумотлар берилади?

Ички реклама деганда нимани тушунаси ва унда қандай маълумотлар берилади?

Транспорт устидаги реклама деганда нимани тушунаси?

Транспорт устидаги рекламага қўйиладиган талаблар?

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. «Реклама тўғрисида» Ўзбекистон Республикасининг Қонуни
2. Ўзбекистон миллий энциклопедияси. 7-жилд. – Т.: “Ўзбекистон миллий энциклопедияси” Давлат илмий нашриёти, 2004.
3. В.П. Скараманга. . Фирменный стиль в гостеприимстве: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2005.
4. С.Р. Сафайева. Дизайн и реклама в сервисе: Электронный вариант текстов лекций. –Т.: 2005.
5. Л.Й.Гермогенова. Эффективная реклама в России: Практика и рекомендации. – М.: изд. “БоеРусПартнер ЛТД”, 1994.
6. Й.Т. Додобойев, Н.Отаханов, Д.Й.Додобойев ва б. Рекламное дело: Учебное пособие. – Қувасой, изд. КУМПЦП, 1999.
7. Е. Васильева. Полная энциклопедия ФЭН-ШУЙ – М.: РИПОЛ классик, 2007.

Глоссарий

Меъмор – бинокор, уста, бино ва иншоотларнинг лойиҳасини яратувчи ва уларнинг қурилишини назорат қилиб боровчи бош мутахассисдир.

Кафетерий – бу кафенинг бир хили бўлиб, уларда одатда истеъмолчилар ўз-ўзига хизмат қилишади.

Кафе-шантан - кафе ёки рестораннинг бир хили бўлиб, уларда ҳар хил жанрларда ашулалар айтилади ва рақсга тушилади.

Кафе-бар -деганда бир вақтнинг ўзида кафе ва бар вазифаларини бажарадиган овқатланиб, дам олиш воситаси тушунилади.

Ресторан – кенг ассортиментли овқатланиш маҳсулотларини (газаклар, таомлар, ҳамирли кондитер маҳсулотлари) тайёрланиб, алкогольли ичимликларни, мева, минерал сувларини, мева шарбатларини, музқаймоқ ва коктейлларни кенг ассортиментда истеъмолчиларга тавсия қиладиган овқатланиш воситаси ҳисобланади.

Тамаддихона – бу истеъмолчиларга тезкор хизмат кўрсатадиган овқатланиш воситаси бўлиб, унинг ишлаб чиқарган маҳсулотлари турли газаклардан, бутербродлардан, пирожкалардан, тез ва осон тайёрланадиган таомлардан, иссиқ ҳамда совуқ ичимликлардан иборат бўлади.

Мотеллар -автотуристлар учун мўлжалланган йул ёқасидаги меҳмонхонани билдиради.

Отеллар- туристларни жойлаштириш учун барча комфорт шароитлари мавжуд юқори разрядли меҳмонхоналарнинг анъанавий турларидир.

Ботел - сув устида қурилган (сузмайдиган) меҳмонхона деган маънони билдиради.

Ротел - айнан ғилдиракли отел (меҳмонхона) деган маънони билдиради.

Флотел – (сувда сузадиган) айнан сувда сузиб юрадиган меҳмонхона деган маънони. беради.

Кемпинг– (лагер бўлиб жойлашиш) авто-, мото- ва велотуристлар учун ихтисослашган бошпана ҳисобланади.

Интерьер - ибораси франсузча “интерийент” сўзидан олинган бўлиб, тор маънода ички ёки ички томонни билдирад

Ранг – жисмнинг кўриниши жиҳатдан хусусийлик аломати.

Ёруғлик – архитектор ва дизайнерлар учун, ёғоч, шиша, керамика каби хомашё ҳисобланади.

Ёритгичлар – интерернинг жуда муҳим элементи бўлиб, энг асосий дизайнер ускуналарида бири ҳисобланади.

Фитодизайн – “Фито” ва “дизайн” сўзидан ташкил топган мураккаб сўздир. Фитодизайн сўзининг ўзи хали луғатда йуқ, фақат унинг қисмларигина бор: Фито (грекча пҳйтон – ўсимлик сўзидан олинган) мураккаб сўзларнинг бир қисми бўлиб, у ўсимликларга муносабатни ёки ўсимликлар ҳақидаги фанни (ботаника) билдиради; дизайн – (инглизча, десидн – ғоя, лойиҳа, чизма, расм демақдир) буюмларнинг функционал ва эстетик сифатларини шакллантириш мақсадига қаратилган лойиҳавий фаолиятнинг турли кўринишларини акс эттиради.

Тасвирий санъат — бу инсоннинг қарашларини ифодоловчи фаолият тури бўлиб, энг қадимий ва кенг тарқалган санъат турларидан бири.

Графика санъати — тасвирий санъатнинг энг кенг тарқалган ҳозиржавоб ва жанговар туридир.

Рангтасвир — асосан бўёқлар воситасида матога, деворга шунингдек, текислик ва юзаларга ишланадиган санъат тури.

Натюрморт – франсузча *жонсиз табиат* деган маънони беради.

Анимал жанри — мажозий образларни акс эттирувчи тасвирий санъат асарларидир.

Екстерьер – бу хоҳлаган бинонинг ташқи кўриниши.

Имиж – бу мақсадли яратилган ёки ўзидан ўзи келиб чиққан одамлар ҳаёлидаги объектнинг шакли, яъни уйғунлаштирилган жамият идроки.

Рекламация- лотинча сўздан олинган бўлиб, “рекламатю” – эътироз, маъқулламаслик каби маъноларни англатади:

Афиша – бу катта ўлчамли кўп рангли маълумотнома воситаси бўлиб, жуда ҳам кўп иллюстрациялар берилади.

Билборд – шчит рекламаси бўлиб, қурилиш майдончаларини, автомобилларни сақлаш жойларини ўраб турадиган деворларда ёки махсус ясалган конструкцияларда ўрнатилади.

Брандмауер – бинонинг бутун девори бўлиб, унга шчитли реклама осилади ёки панно ўрнатилади.

Ротоафиша – стационар ўрнатилган учбурчак, тўртбурчак шаклида ойна билан қопланган фигуралар бўлиб, ойна устидан реклама маълумотлари ёзилади, ичидан эса тунлари электр лампалари билан ёритилади.

Сендвичмен – кўчаларда ўрнатиладиган маълумотнома воситаларининг алоҳидаги тури бўлиб, махсус тайёрланган реклама агентини билдиради.

Глоссарий

Изобразительное искусство- один из самых древних и распространенных видов искусства, выражающий взгляды человека.

Слово "фитодизайн" происходит от двух составляющих: "фито" - то есть относящийся к растениям, и "дизайн" - это художественное конструирование предметов, проектирование эстетического облика. Таким образом, фитодизайн - это художественное проектирование эстетического облика интерьеров и ландшафтов с использованием растений.

Графическое искусство-(греч. graphikē, от gráphō — пишу), вид изобразительного искусства, включающий рисунок и печатные художественные изображения (гравюра, литография, монотипия и др.), основанные на искусстве рисунка, но обладающие собственными изобразительными средствами и выразительными возможностями.

Художественное искусство- это вид искусства основанный на нанесение красок на полотна ,стены и поверхности.

Натюрморт (фр. nature morte — букв. «мертвая природа») — изображение неодушевлённых предметов в изобразительном искусстве, в отличие от портретной, жанровой, исторической и пейзажной тематики.

Анималистический жанр произведения искусства, на которых изображены животные.

Экстерьер – это внешнее дизайнерское выполнение какого-либо здания.

Имидж- это образ объекта, сформировавшееся в сознании людей.

Рекламация- от лат.сл. “reclamation” протест , выражение неодобрения.

Афиша- это средство передачи объемной цветной информации, в котором дается много иллюстраций.

Билборд- это рекламный щит , который размещается на строительных участках , автостоянках или на специальных конструкциях.

Брандмауэр- цельная стена здания ,на которую устанавливают рекламный щит или панно.

Роттоафиша – это треугольные,четырехугольные застекленные стационарные фигуры ,на которые размещается реклама ; фигура изнутри освещается электрическими лампами в вечернее время.

Сэндвичмэн- это отдельный вид средств передачи информации , которые устанавливается на улицах; выражает специально подготовленного агента .

Архитектор- мастер или специалист ,который подготавливает план зданий и следить за строительным процессом .

Светильники – это важный элемент интерьера ,который является одним из основных инструментов дизайнеров .

Ботель (от голл. boot – судно + от англ. boat-hotel) – разновидность гостиницы для обслуживания туристов, путешествующих по воде на лодках, катерах, яхтах и т.п.

Отель (от фр. hotel – гостиница) – традиционный тип гостиничного учреждения высокого разряда, имеющего все условия для комфортабельного размещения туристов.

Ротель (от англ. roll – катиться, вертеться + hotel – гостиница, отель) – «гостиница на колесах»

Ресторан (от фр. restorantes – укрепляющий, восстанавливающий) – тип предприятия общественного питания, где осуществляется изготовление, реализация и организация потребления широкого ассортимента блюд и изделий сложного приготовления всех основных групп из различных продуктов и винно-водочных изделий.

Флотель (от англ. house-boat – букв. «плавающий дом») – плавающая гостиница

Кафе (от фр. саги) – небольшой ресторан, в котором изготавливается и реализуется разнообразный ассортимент блюд, изделий и напитков в ограниченном по сравнению с рестораном ассортименте и с учетом специализации.

Кафетерий (от исп. cafeteria) – разновидность кафе. Обычно предполагает использование системы самообслуживания.

Кафешантан (от фр. cafe chantant -букв, кафе с пением) – ресторан или кафе, где выступают артисты, исполняющие песенки и танцы развлекательного характера.

Закусочная – тип предприятия общественного питания, в котором ведется изготовление ограниченного ассортимента блюд несложного приготовления из определенных видов сырья.

Кемпинг (англ. camping, от camp – располагаться лагерем) – сезонный лагерь для авто-, мото-, велотуристов с палатками или домиками легкого типа и специальными местами для стоянки и хранения автомобилей.

Мотель (англ. motel, от motor – автомобиль и hotel – гостиница, отель) – придорожная гостиница для автотуристов.

Glossary

Izobrazitelnoe iskusstvo- before the trail Samy drevnix avantgarde rasprostranennyx video vyrajayushchiy vzglyady persons.

Slovo "phyto" proisxodit dvux sostavlyayushchix: "phyto" - to est odnosyashchiysya k rasteniyam, and "design" - the subject of the ETO Xudojestvennoe konstruirovaniye proektirovaniye esteticheskogo oblika. Taking images, phyto - eto Xudojestvennoe proektirovaniye esteticheskogo oblika interior landscape s ispolzovaniem plants.

Graficheskoe iskusstvo- (GRECO. Graphikë Grapher - fried), the type of avantgarde izobrazitelnogo vklyuchayushchiy risunok pechatnye xudojestvennyye izobrajeniya (engraving, lithography, monotipiya i dr.), Avantgarde osnovannyye or risus no obladayushchie sobstvennymi izobrazitelnymi sredstvami vyrazitelnymi vozmozhnostyami.

Xudojestvennoe avantgarde iskusstvo- ETO type osnovannyy or nanesenie beauty nor polotna stand poverxnosti.

Lifes (fr. Nature morte - Bukvic. Mertvaya priroda) - the subject of the joints neodushchivlyonnyx avantgarde c izobrazitelnom at otliche portretnoy janrovoy istoricheskoy peyzajnoy tematiki.

Animalisticheskiy genre avantgarde proizvedeniya or kotoryx izobrajenyivotnye.

External ETO vneshnee dizaynerskoe vypolnenie kakogo implicit actions.

Imidj- ETO image object, sformirovavsheesya soznanii lyudey.

Reklamatsiya- lat.sl. "Reclamation" protest vyrazenie neodobreniya.

Afisha- ETO sredstvo parcel ob'emnoy Information tsvetnoy ktorom daetsya mnogo illyustratsiy.

Bilbord- ETO reklamnyy site, kotoryy razmeshchaetsya or stroitelnye area, avtostoyankax or no Spetsialny structures.

Brandmauer- tselnaya desired actions, nor kotoruyu ustanavlivayut reklamnyy site or pictures.

Rottoafisha ETO treugolnye chetirexugolnye zasteklennyye statsionarnyye figures, nor kotorye razmeshchaetsya; figura iznutri osveshchaetsya elektricheskimi lamps vechernee Vremya.

Sendvichmen- ETO otdelnyy type sredstv parcel information, kotorye ustanavliwaetsya or ulitsax; vyrajaet spetsialno podgotovlennogo agent.

Arxitektor- master or Spetsialist kotoryy podgotavlivaet plan actions sledding za stroitelnye processor.

Svetilniki ETO vajnyy element interior, kotoryy yavlyaetsya trail osnovnyx Aad tool design.

Botev (at goal. Boot - the court at + England, boat-hotel) - raznovidnost gos tinitisy dlya obslujivaniya tourist puteshestvuyushchix PO Scottish or boats, katerax yachts TP

Hotel (fr. Gostinitsa Hotel) - traditsionnyy class gostinichnogo three-rejdeniya vysokogo discharge imeyushche-go vse dlya komfortabelnogo Terms of razmeshcheniya tourists.

ROTEL (England, roll katitsya ver-tetsya + Hotel - gostinitsa hotel) - gostinitsa or kolesax

RESTAURANTS (fr. Restorantes ukrep-lyayushchiy vosstanavlivayushchiy) - Class predpriyatiya obshchestvennogo pitaniya, gde osushchestvlyaetsya izgotovlenie rea-lizatsiya organization potrebleniya shirokogo range of blues and izde-liy slojnogo prigotovleniya vsekh osnovnyx Group trace razlichnyx Products Winnie-vodochnyx izdeliya.

Navy (at England. House-boat - Bukvic. Plavuchiy dom) - plavayushchaya gosti-nitsa

CAFE (fr. Sagit) - nebolshoy res-toran ktorom izgotavlivaetsya realizuetsya raznoobraznyy assorti-ment blues, Izdeliya napitkov c MV-ranichenom PO sravneniyu s restora-nom assortimente s assessment of specific lizatsii.

Cafeteria (at the ISP. Cafeteria) - raz-novidnost cafes. Obychno predpolaga-et utilize sistemy samoobslu-jivaniya.

KAFEShANTAN (fr. Cafe chantant -bukv, cafes c peniem) restaurants or cafes, gde vystupayut artists, ispol-nyayushchie pesenki I danced razvleka-telnogo character.

ZAKUSOChNAYa class predpriyatiya obshchestvennogo pitaniya v ktorom vedetsya izgotovlenie ogranichenno range of blues neslojnogo Prix gotovleniya trail opredelennyx video syrya.

Kemp (England, camping, horse camp - raspolagatsya lagerem) - sezonnyy camp dlya auto-, moto-, veloturistov s tents or domikami legkogo plug Spetsialny mestas dlya sto-yanki xraneniya avtomobiley.

Motel (England, motels, motor av-tomobil hotel gostinitsa hotel) - pridorojnaya gostinitsa dlya avtoturi-stov.