Profesionālās izglītības kompetences centrs
"Rīgas Dizaina un mākslas vidusskola"

Reģ. Nr. 3334303102, K.Valdemāra iela 139, Rīga, LV-1013, tālr. 67360823, e-pasts rdmv@rdmv.lv

Metodiskais mācību līdzeklis

KOMPOZĪCIJA

1. kurss
1. semestris

PIKC „Rīgas Dizaina un mākslas vidusskola"
Izglītības programma Metāla izstrādājumu dizains
Mācību priekšmets Kompozīcija
Pedagogs Baiba Lindāne

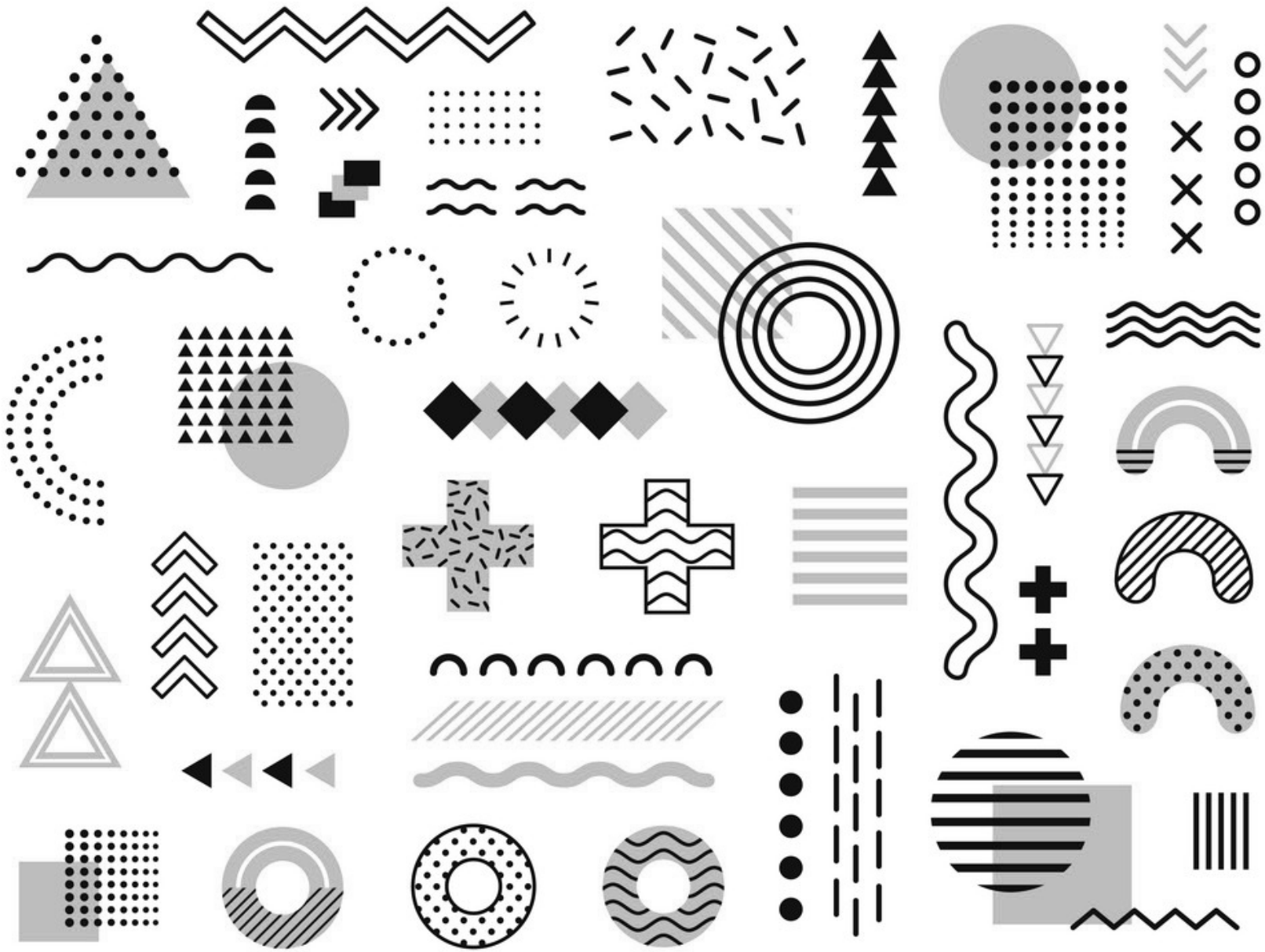
2021

DIZAINA ELEMENTU LIETOŠANA

Apgūt lietot vizuālos dizaina elementus, izmantojot kompozīcijas **laukuma kārtošanas paņēmienus.**

Apgūt **krāsu** saskaņu, krāsu teoriju, psiholoģiju idejas vizualizēšanai.

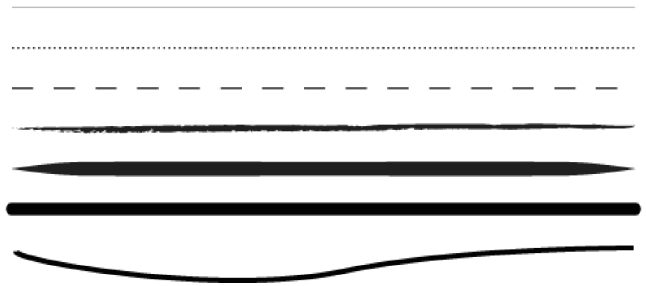
Apgūt veidus kā un kur saskatīt, piefiksēt un lietot **ietekmes avotus** ideju izstrādē.



FORMA

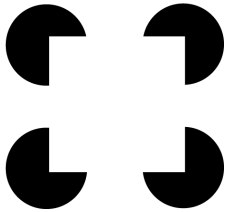
DIZAINA ELEMENTI

LĪNIJA



FORMA

LAUKUMS
tukšais laukums
starp dizaina elementiem

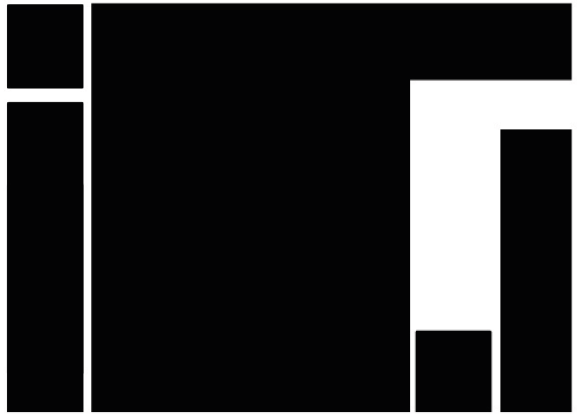


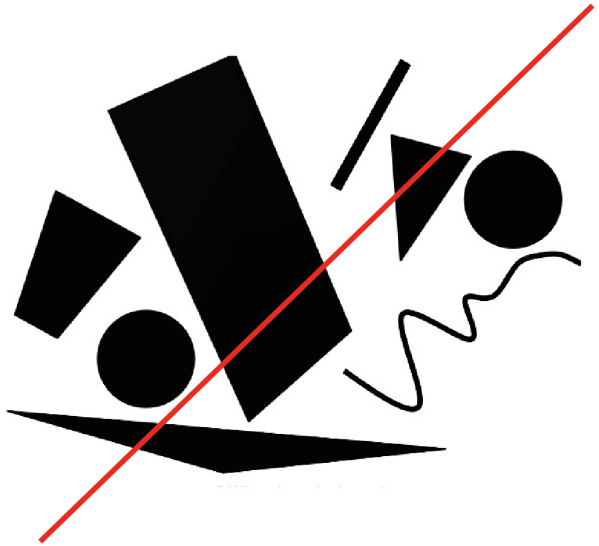
DIZAINA ELEMENTU KĀRTOŠANA

PAŅĒMIENI:
simetrija / asimetrija,
līdzsvars,
ritms,
proporcija,
dinamika / statika,
kontrasts,
vienotība,
dominante.

VEIDI:
vertikāla,
horizontāla,
centra,
apļveida,
trīsstūrveida,
diagonāla,
krustveida, u.c.

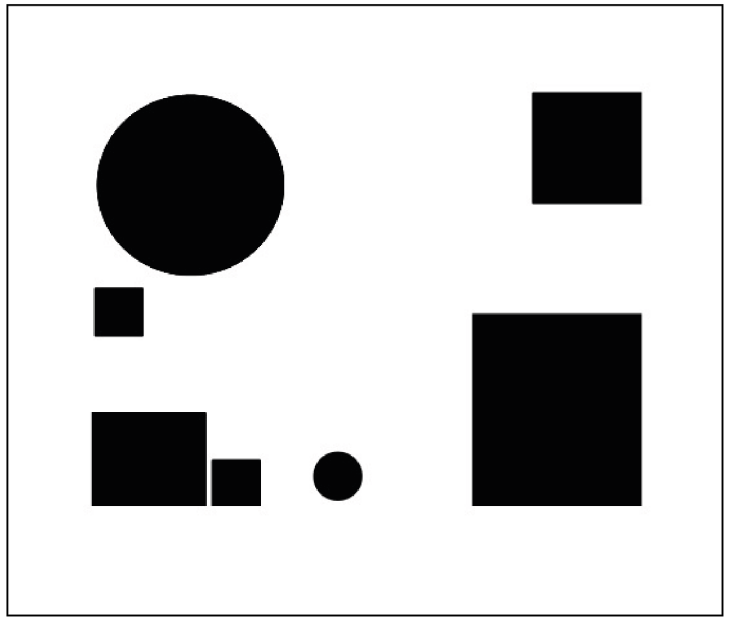
VIENOTĪBA HARMONIJA LĪDZSVARS

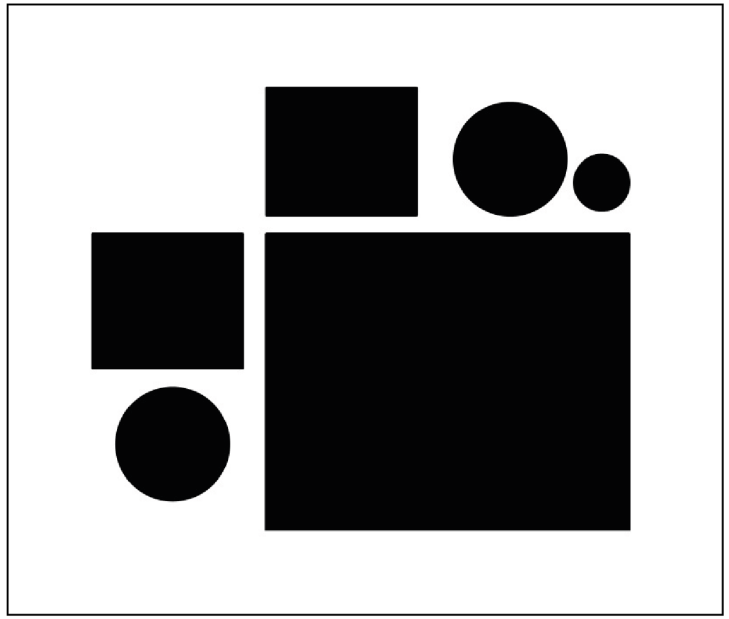




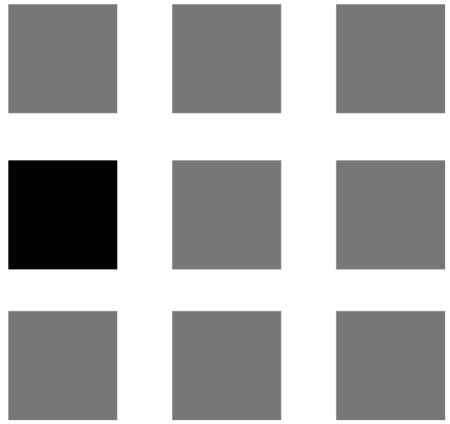
vienotība attaino ideju par kaut ko kas sader kopā
mēģināt salikt kopā līdzīgus elementus
un saskatīt saikni, vienoto, šajos elementos

VIENOTĪBA HARMONIJA LĪDZSVARS

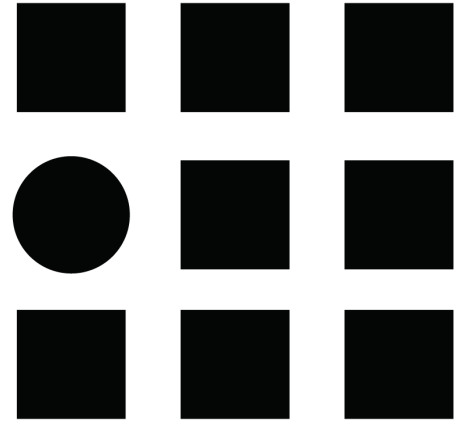




KONTRASTS
akcents
asimetrija
dinamika



krāsas kontrasts

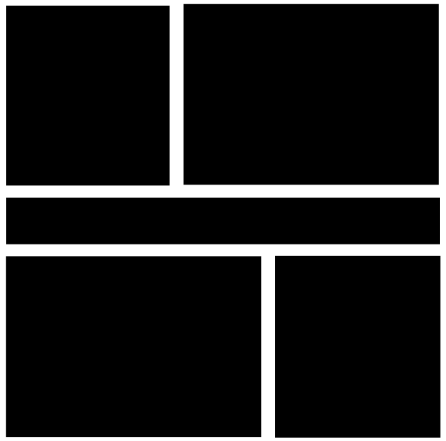


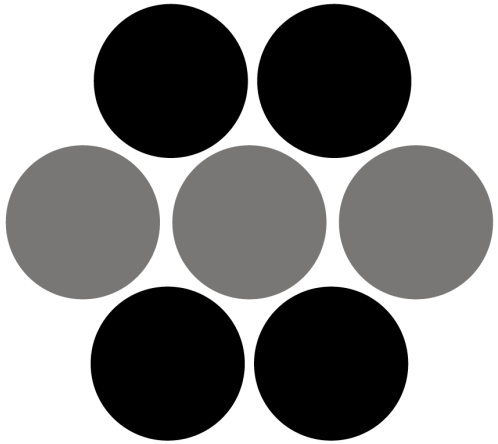
formas kontrasts

cukurs
piens
SIERS
ūdens
sviests
sāls

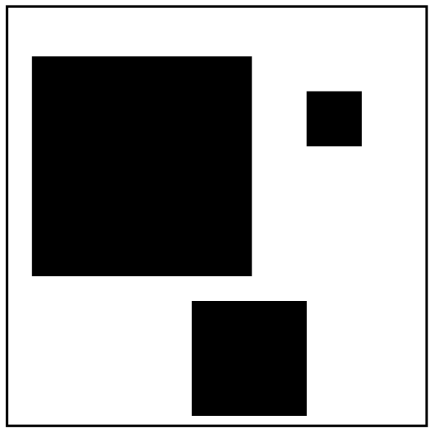
teksta kontrasts

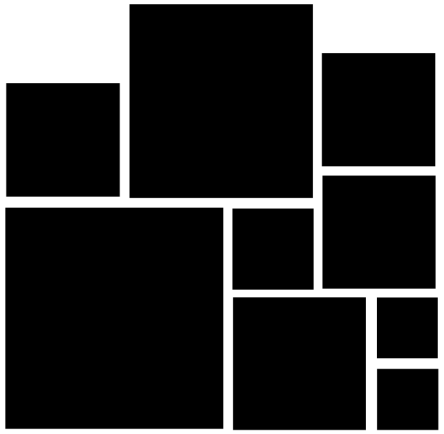
LĪDZSVARS HARMONIJA
simetrija
statika





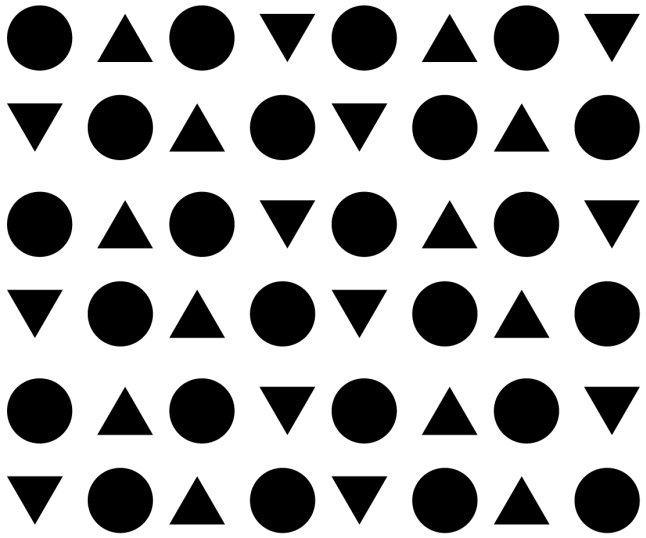
DOMINANTE MĒROGS





HIERARHIJA

ATKĀRTOJUMS
ritms



KRĀSA

KRĀSU SISTĒMA

tonis,

piesātinājums,

spilgtums,

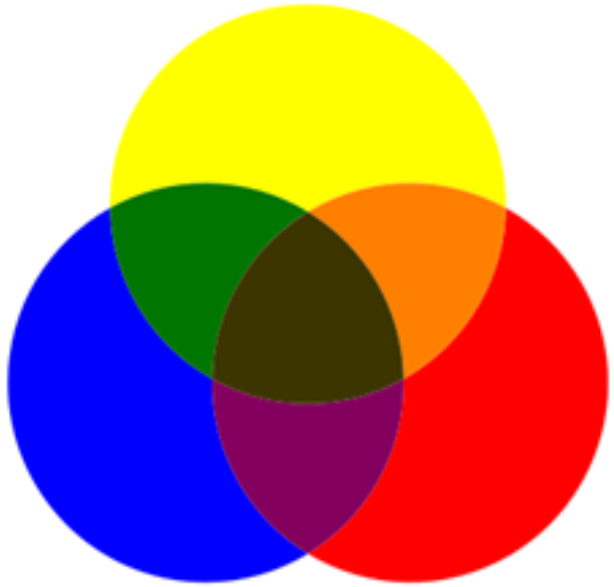
caurspīdīgums,

kontrasts,

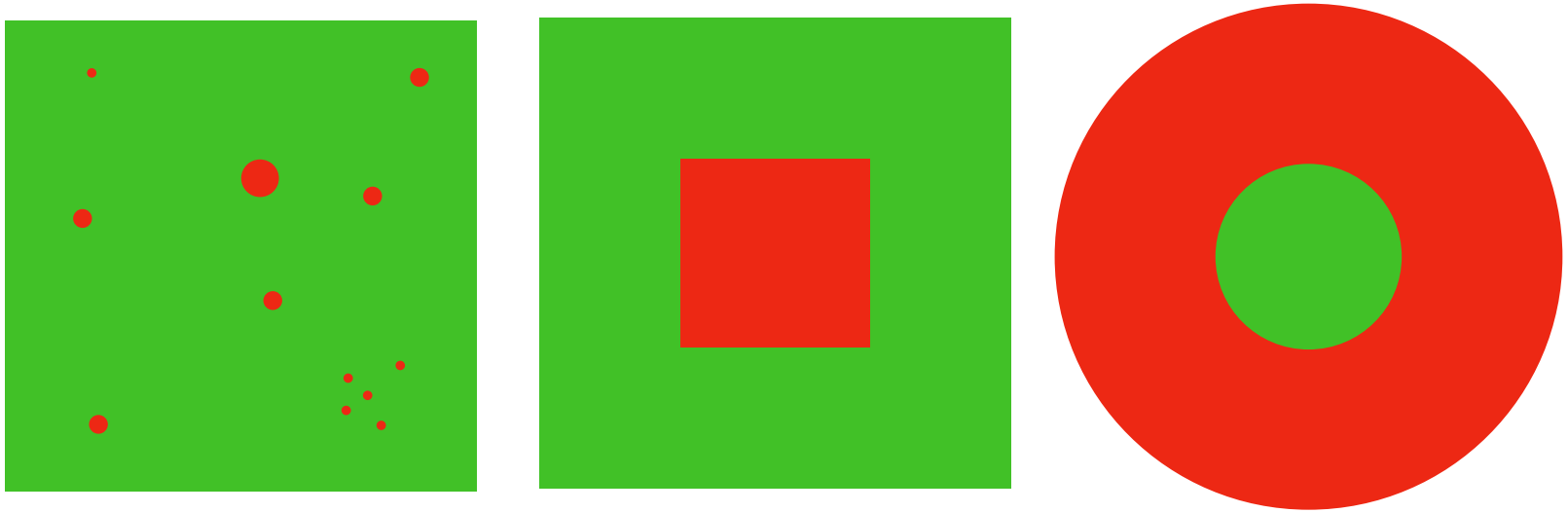
balanss.

KRĀSU IEDALĪJUMI

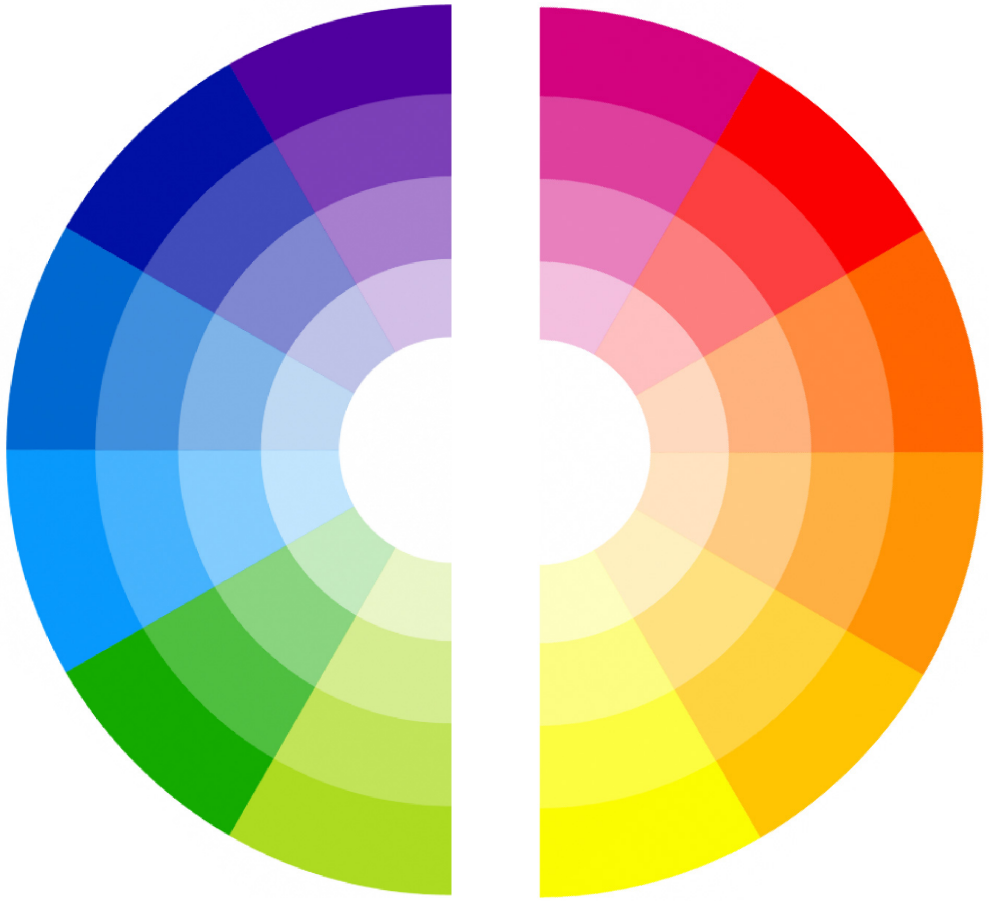
PAMATKRĀSAS ❯ ATVASINĀTĀS KRĀSAS



KONTRASTKRĀSAS



VĒSĀS / SILTĀS KRĀSAS



KRĀSU PSIHOLOĢISKĀ IEDARBĪBA

KRĀSU PSIHOLOĢIJA

Krāsu psiholoģija ir psiholoģijas zinātnes apakšnozare, kas pēta krāsu nozīmi cilvēka sajūtu ierosināšanā. Tā arī palīdz izzināt konkrētus cilvēka rīcības cēloņus ilgākā laika periodā, piemēram, pirkumu paradumu veidošanos.

Krāsa kā papildinājums idejas precīzākai attēlošanai.

Pētījumi pierāda, ka līdz pat 90% gadījumu cilvēku lēmumus un vērtējumus iespaido krāsas. Noteiktas krāsas, kas izmantotas produktu dizainā, iepakojumā, reklāmā, arī ražotāja zīmolā un mājaslapā, var mūs pamudināt iegādāties tos produktus un uzklikšķināt uz tā zīmola ikonas, kas mūs piesaista visvairāk.

SARKANĀ krāsa ir VISINTENSĪVĀKĀ no visas krāsu paletes. Mārketinga speciālisti to mērķtiecīgi izmanto UZMANĪBAS PIESAISTĪŠANAI – piemēram, interneta veikalos šo krāsu bieži lieto pogai “pirkt tagad” (*“buy now”*). Tā tiek asociēta ar ENERĢIJU, KUSTĪBU, pamudinājumu, SATRAUKUMU, steidzamību, spontanitāti un KAISLĪBU, līdz ar to labi noder izpārdošanu laikā. Sarkanā krāsa arī STIMULĒ DAŽĀDAS FIZISKAS SAJŪTAS, toskait ēstgribu, tādēļ ir plaši pārstāvēta ēdināšanas uzņēmumu komunikācijā.

MELNĀ krāsa mūsu uztverē asociējas ar AUTORITĀTI, VARU, STABILITĀTI, INTELIĢENCI UN SPĒKU. Melns ir vispiemērotākais drukātam tekstam, jo to ir visvieglāk salasīt. Savas pārlaicīgās elegances dēļ šī krāsa ir visai izplatīta modes zīmolu komunikācijā. Akcentējot izsmalcinātību, zīmoli nereti izvēlas arī melnbaltus foto mājaslapas fona attēlam.

NIKE

CHANEL

PELĒKS simbolizē NEITRALITĀTI, MIERU, BALANSU, PRAKTISKUMU UN SOLIDARITĀTI. L

Krāsu psiholoģijā pelēkais simbolizē KOMPROMISU – tas ir starp baltu un melnu, ne gaišs, ne tumšs.

Pelēkā tonalitāte ir neitrāla – ja citas krāsas mēdz asociēt ar konkrētām spilgtām emocijām, tad pelēkā tādas neizsauc, paliekot introverta un atturīga

ZAĻĀ krāsa cilvēkiem lielākoties asociējas ar dabu – ZĀLI, MEŽU, KOKU LAPOTNĒM. Tā arī iedarbojas līdzīgi kā daba – NOMIERINA, ATSLĀBINA un dāvā atpūtu, tālab to plaši izmanto dabai draudzīgu un ilgtspējīgu produktu dizainā un dabas aizsardzības komunikācijā.

ANIMAL PLANET™

mammadaba
Dzīvo Latvijas valsts mežos

LATVIJAS VALSTS MEŽI

ZILĀ krāsa raisa ļoti dažādu asociāciju gammu – sākot no gaišzilajiem toņiem, kas saistās ar dzidrām debesīm, svaigu gaisu un bērnu rotaļlietām, līdz tumšzilajiem, kas simbolizē LĪDERĪBU, PIEREDZI, ZINĀŠANAS UN UZTICAMĪBU. Atkarībā no konteksta un uztvērēja sajūtām zilā krāsa apkārtējā vidē vieš MIERA, HARMONIJAS, LIETIŠĶĪBAS UN DROŠĪBAS SAJŪTU, bet tās pārmērs var arī raisīt skumjas un radīt aukstuma iespaidu

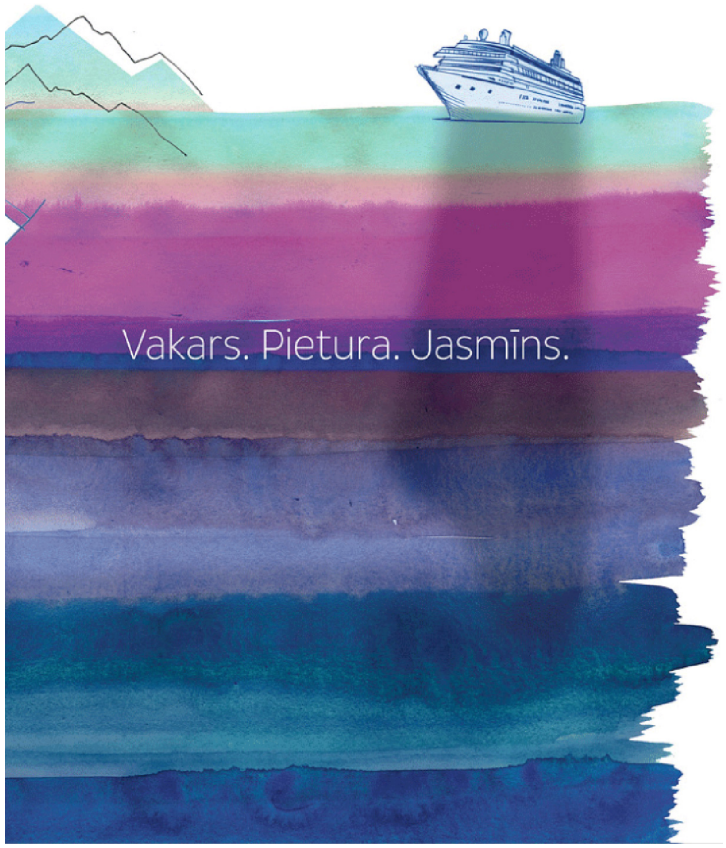
DZELTENĀ krāsa lielākoties asociējas ar sauli, PRIEKU UN OPTIMISMU. Mārketinga komunikācijā tā iemieso mundrumu, DZĪVESPRIEKU, SILTUMU, ROTAĻĪGUMU, ATVĒRTĪBU KOMUNIKĀCIJAI UN IZZINĀTKĀRI. Kā noteicošā vai akcenta krāsa tā ir ļoti noderīga uzmanības piesaistei – piemēram, komunikācijas materiālos, uzsākot sarunu ar klientu

Svarīgi atcerēties, ka krāsu psiholoģiskā uztvere dažādās valstīs un pasaules reģionos var būtiski atšķirties. Tā, piemēram, balts RIETUMU KULTŪRĀ SIMBOLIZĒ TĪRĪBU, SKAIDRĪBU UN MIERU un visbiežāk tiek asociēts ar kāzām un medicīnas iestādēm. Turpretī daudzās AUSTRUMU KULTŪRĀS BALTĀ KRĀSA SIMBOLIZĒ NĀVI UN SKUMJAS, tāpēc bieži tiek izmantota bērēs un citos sēru rituālos.

Pārsvarā baltā krāsa cilvēkos raisa asociācijas ar TĪRĪBU UN DROŠĪBU.

KRĀSAS UZLIKŠANAS PAŅĒMIENI
idejas attēlošanai

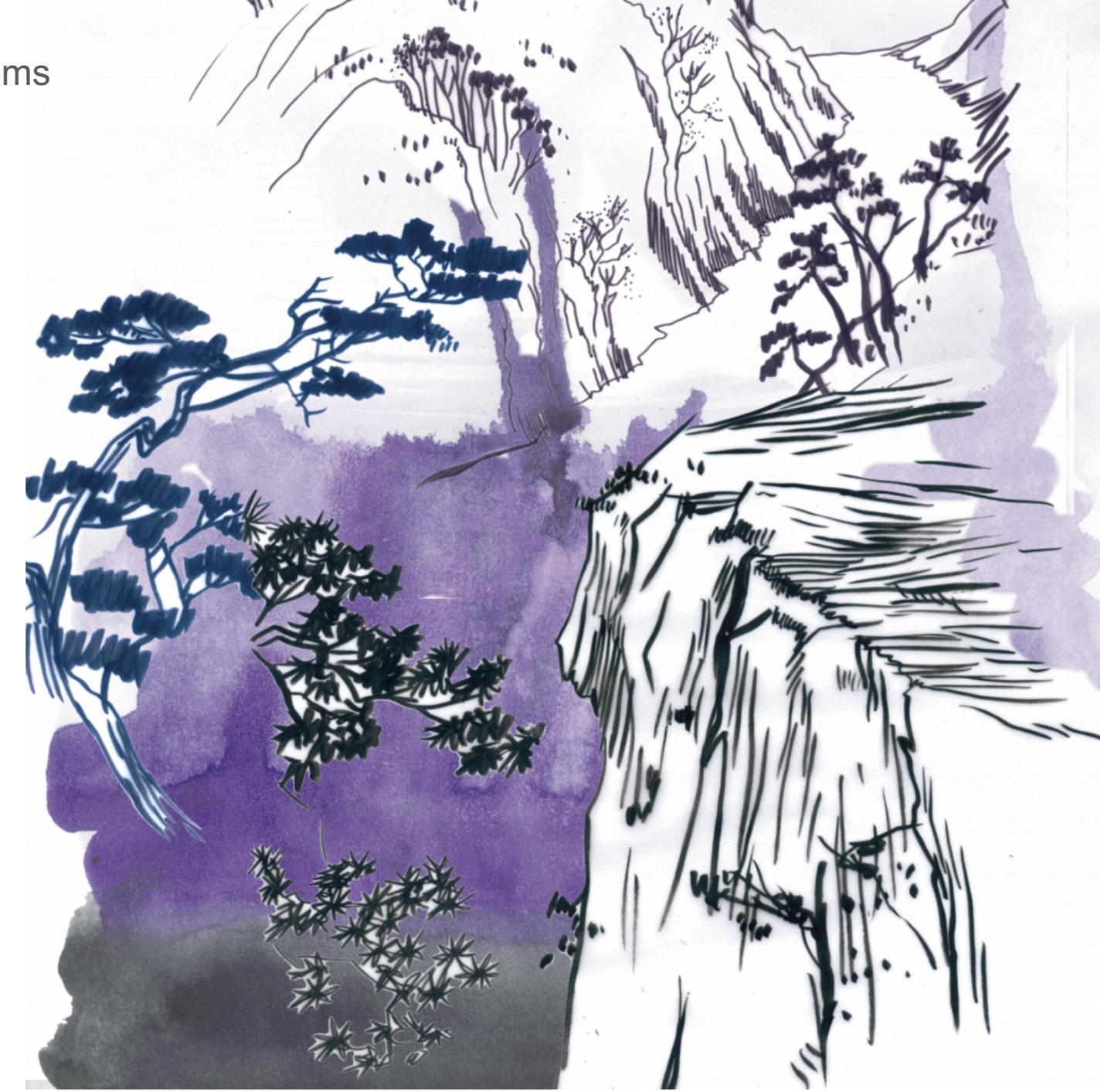
Uzklāts nenoteikts krāsu laukums bez kontūrlīnijas.



Līga Kitchen “Albūma ”Viegli” vāka ilustrācija.”

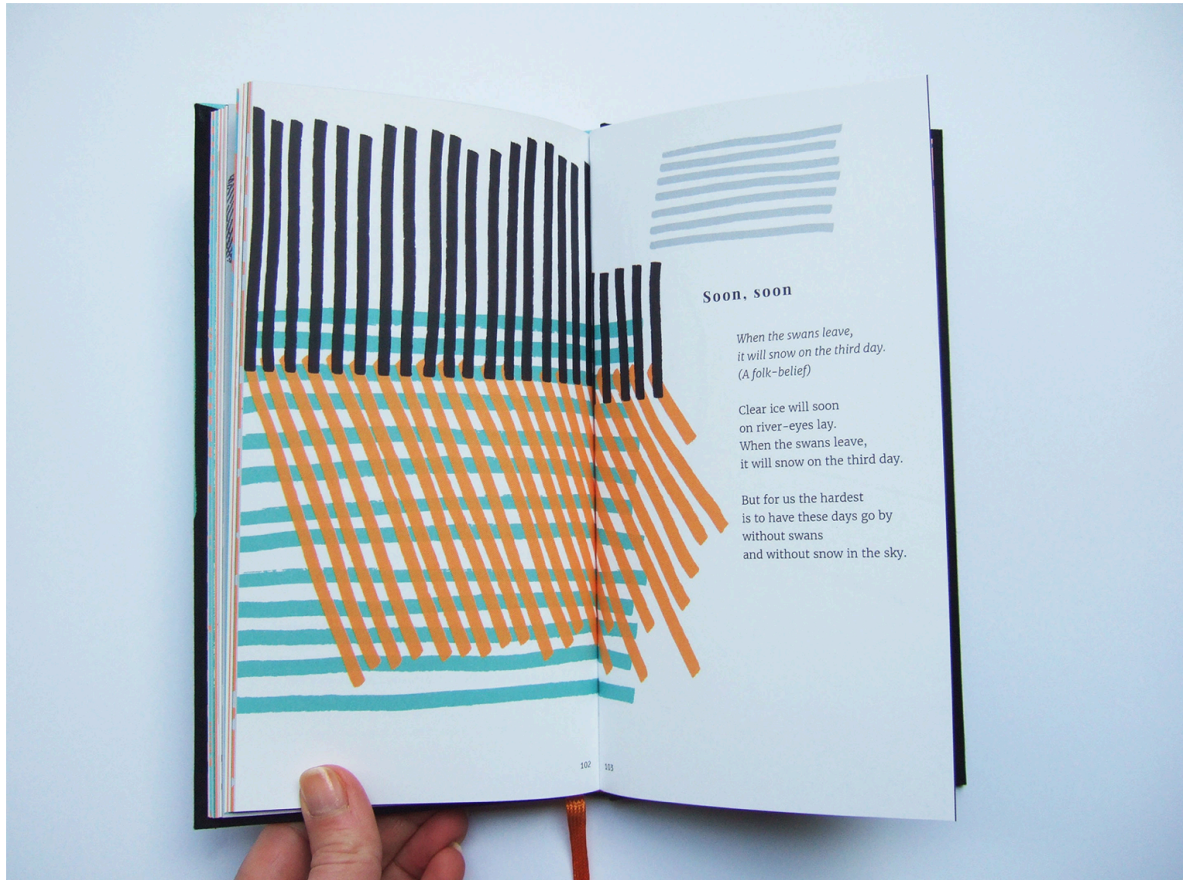
Zigmunds Lapsa ilustrācija grāmatas vākam.

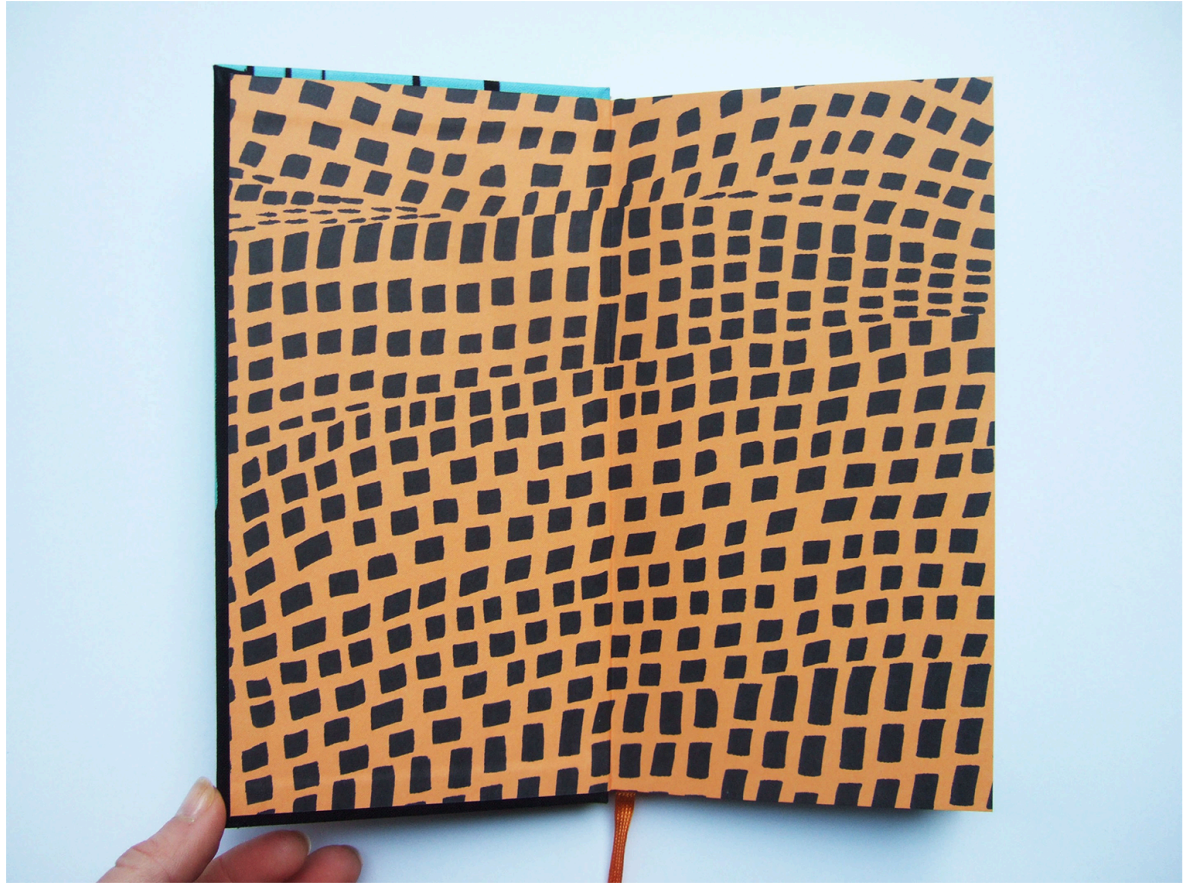
Uzklāts nenoteikts krāsu laukums bez kontūrlīnijas.



Līga Kitchen “Albūma ”Viegli” vāka ilustrācija.”

Uzklāts nenoteikts krāsu laukums bez kontūrlīnijas.





Līga Kitchen ilustrācijas Imanta Ziedoņa dzejoļu grāmatai.

Uzklāts nenoteikts krāsu laukums bez kontūrlīnijas.

Здесь ostatnia niedziela

«Голос провентал мне прошлой ночью — не существует такого явления, как голос, шепчущий в ночи». — Хайдар Ансари из одной книжки Идриса Шаха. Это танго, конечно. Ну, танго деревней, так и что. Если эти слова переместить в Европу, то это будет песня Jerzy Petersburski'ого, Ta ostatnia niedziela, «Это последнее воскресенье». Ее пели многие, Marian Demar, скажем, а в новое время — Piotr Fronczewski; каноническим считается вариант Mieczysław'a Fogg'a. Сейчас она, ее текст будет, но другой дервиш рекомендует (ну, переводы уж какие попались): «В пространстве мы пребываем в каком-то месте. Не громозди опознавательных знаков вокруг него; используй лучше тот материал, который прилепился к этому месту, пока он еще тут». В общем, если куда-то попал, то не надо думать о том, как бы это приспособить, не надо решать, что это может значить для тебя, на что это похоже, какие теоретические или эстетические связи оживляет в тебе. А ощущай и бормочи, что попало, когда оказался там. Это и будет сейчас происходить, что сообщается для настройки на историю, которая сейчас начнется, а пока еще непонятна.

Вот, первое, что прилепилось к истории (ну, ее пока нет, так что к ее ощущению) и оказалась ostatnia niedziela. Текст Zenon'a Friedwald'a:

To ostatnia niedziela / dzisiaj się rozstaniemy, / dzisiaj się rozejdziemy / na wieczny czas.
To ostatnia niedziela, / więc nie żałuj jej dla mnie, / spojrzyj czule dziś na mnie / ostatni raz.

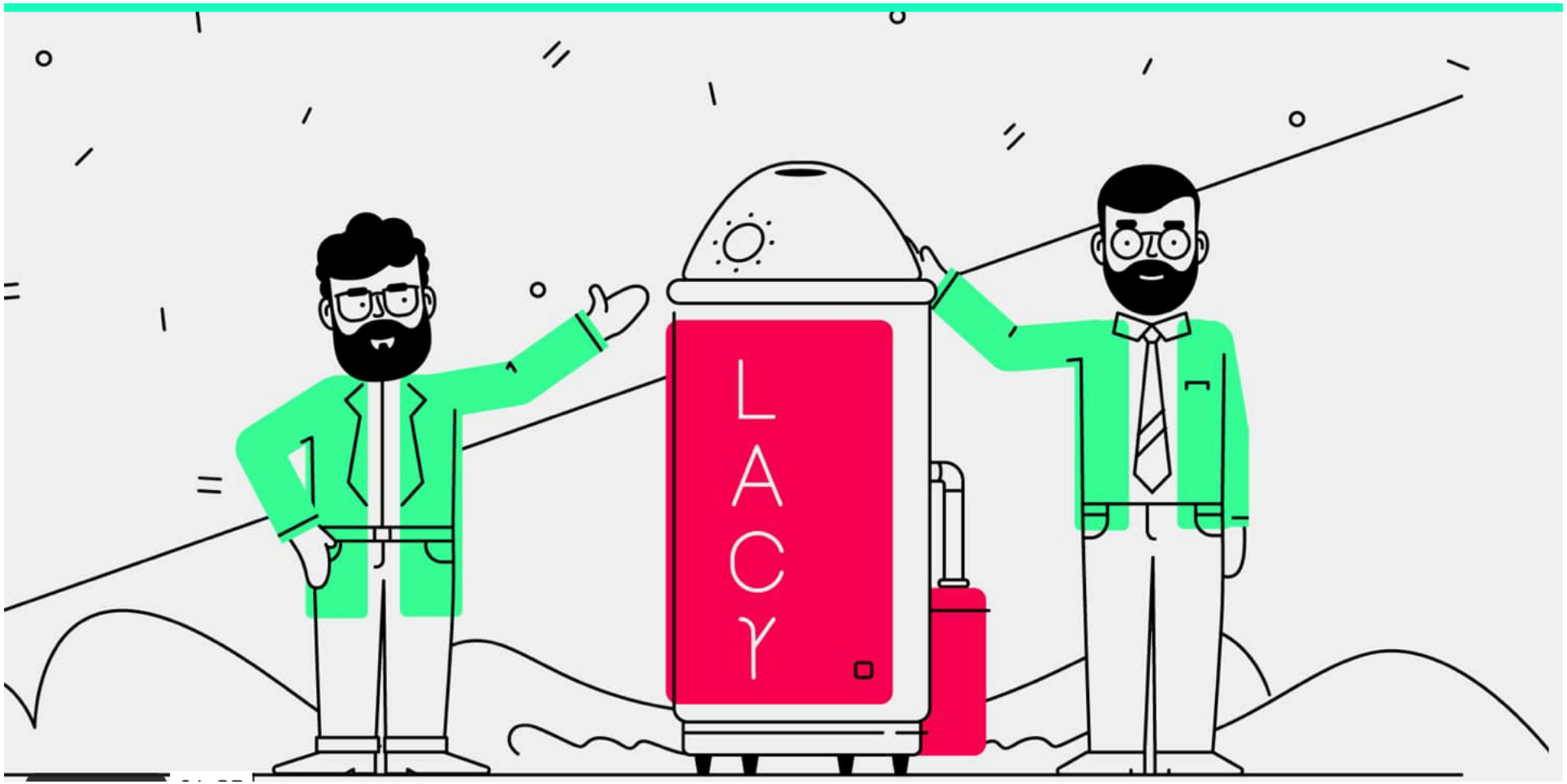
На русский это нельзя перевести. Потому что танго уже переложено, но в варианте Альвека все обрушилось в глупость утомленного солнца, что не о том. На английском (может, это сделала машина, перевод чуть механистичный, но

Zigmunda Lapsas ilustrācija grāmatai.

Attēlota krāsa lietojot kolāžu
– krāsu laukumu un fotokolāžu.

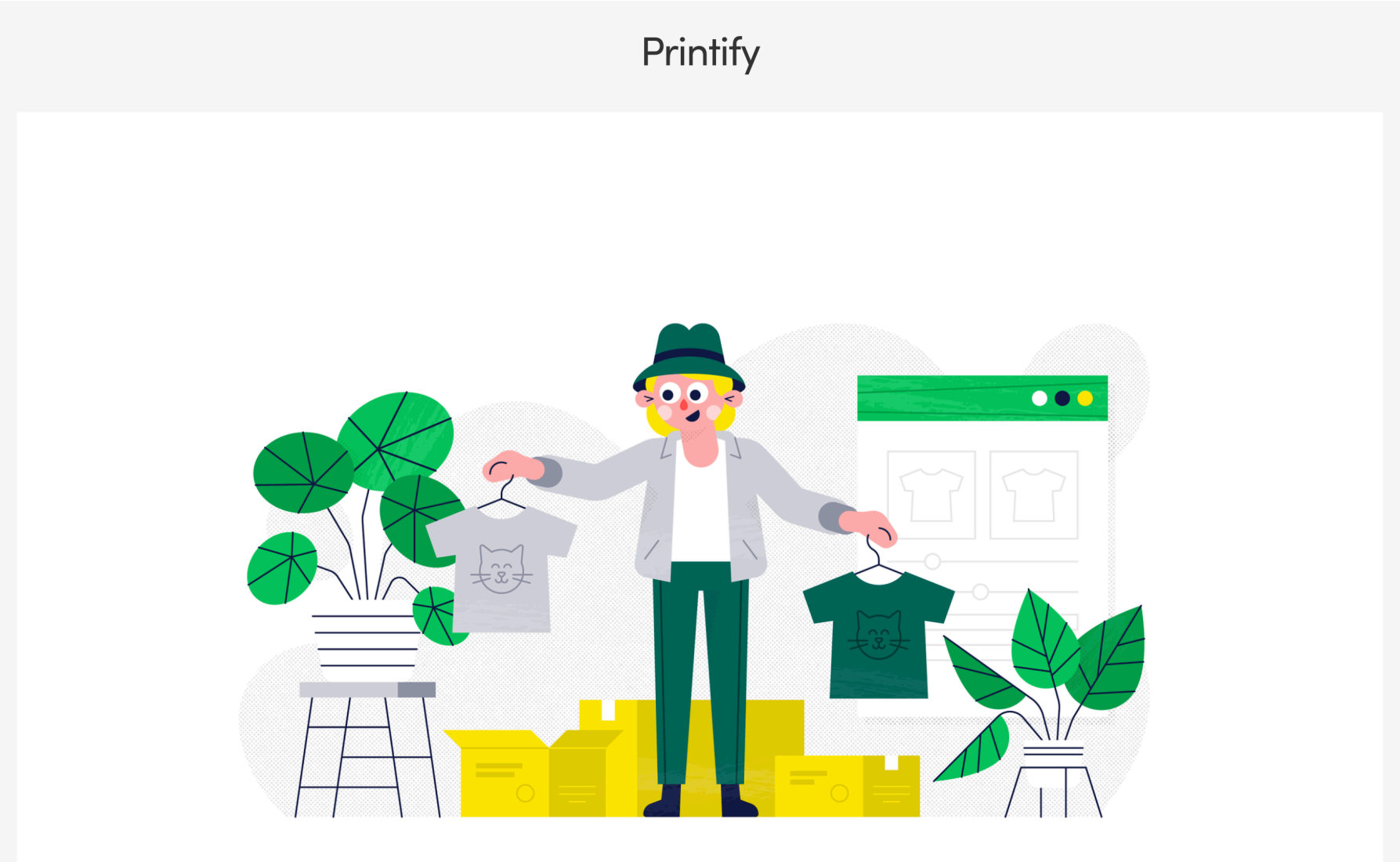
Līga Kitchen, ilustrācija žurnālam IR.

Uzklāts precīzs krāsu laukums, neņemot vērā kontūrlīniju.



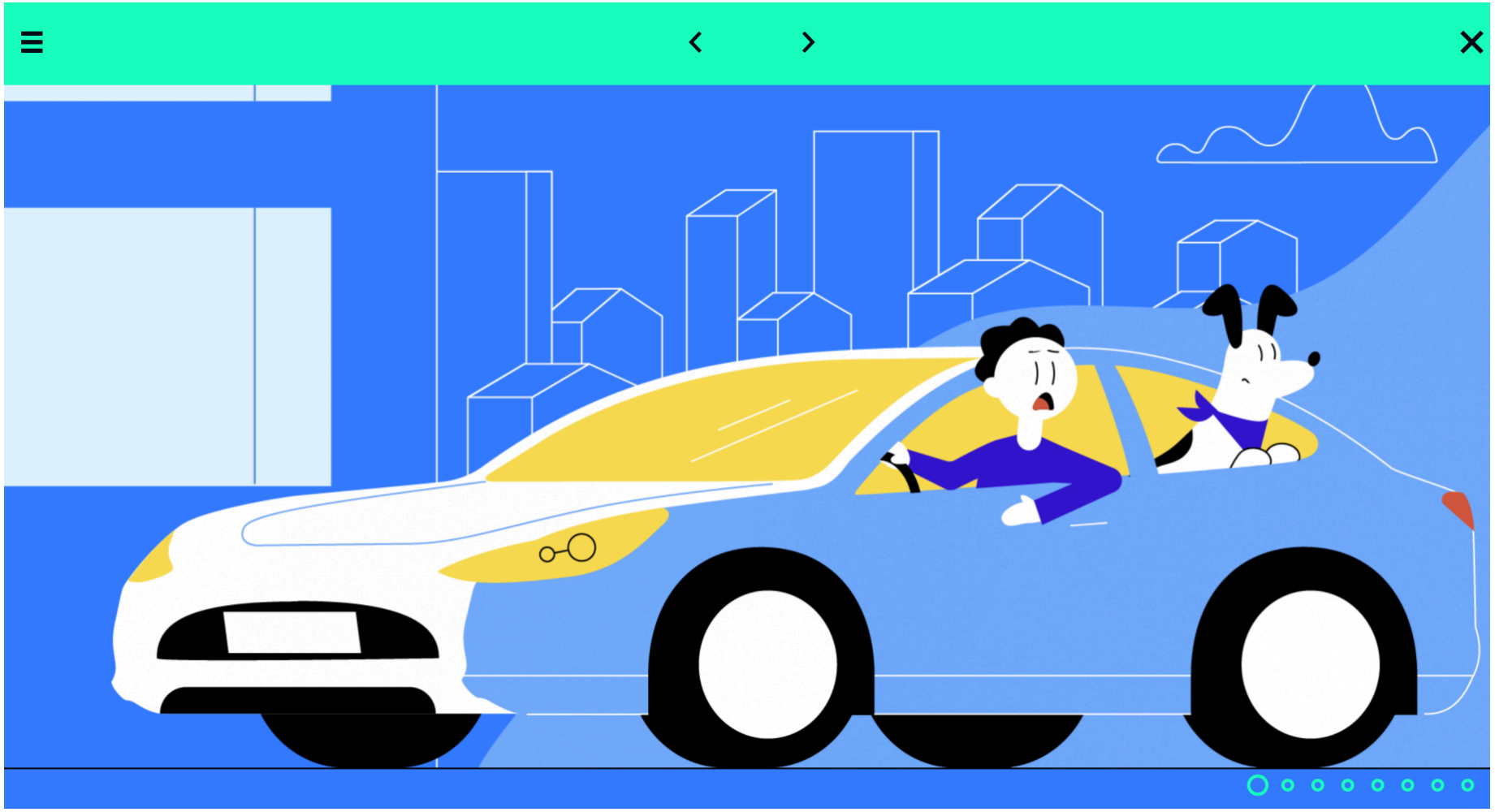
PANIC studijas ilustrācija, klients Bajibot.

Uzklāts precīzs krāsu laukums, neņemot vērā kontūrlīniju.



PANIC studijas ilustrācija.

Uzklāts precīzs krāsu laukums, neņemot vērā kontūrlīniju.



PANIC studijas ilustrācija, klients Uproad.

Līdz malām iekrāsots objekts.

Roberta Rurāna ilustrācija.

Iekrāsota tikai līnija.

PANIC studijas ilustrācija.

KUR UN KĀ MEKLĒT IDEJAS

SAJUST

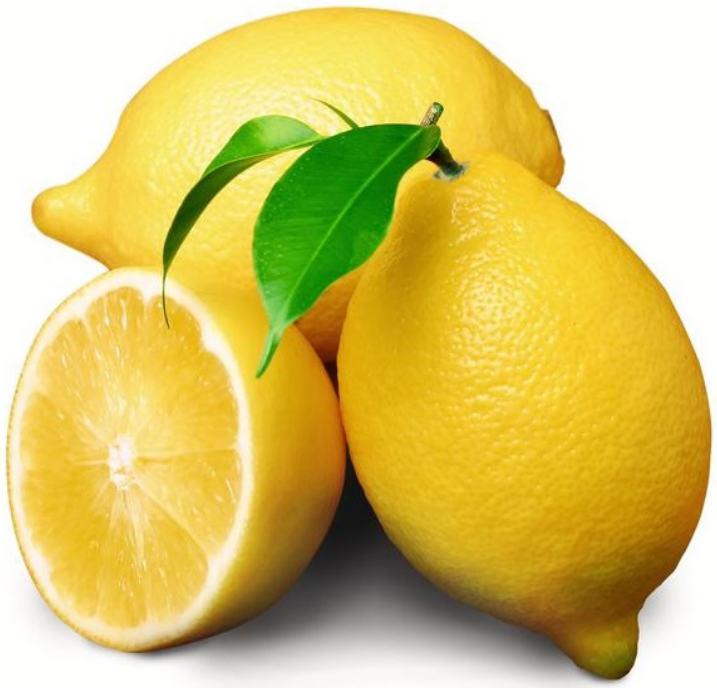
Sajūtas, Maņas

Ietekmēties no dažādām maņām - garšas, smaržas, asociācijas

U! *Skatoties uz attēlu, garšojot, piefiksēt sajūtas, kādas rodas.*

Nosaukt vārdā šīs sajūtas – uzrakstīt atslēgvārdus.

Vizualizēt atslēgvārdus ar dizaina elementiem.



SASKATĪT

redze

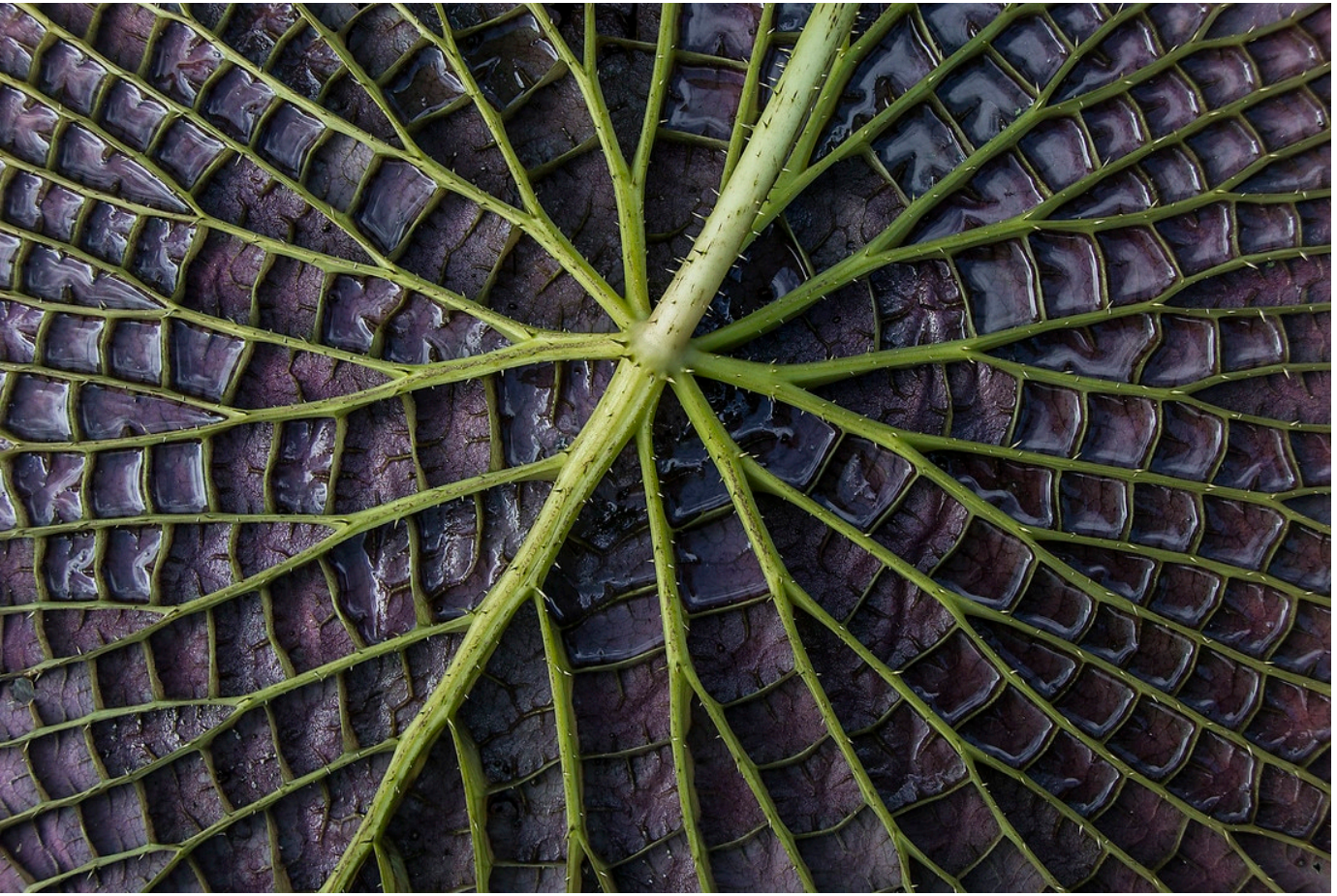
Saskatīt ietekmes avotus apkārtējā vidē

- faktūra, tekstūra, struktūra, gaisma, ēna.

U! *Veikt dabas vai vides izpēti, analizējot saskatītos vizuālos elementus.*

Piefiksēt -nofotografēt fragmentus dabā, vidē.

Attēlot tos ar dizaina elementiem.



SAKLAUSĪT

Dzirde

Ietekmēties no skaņas, kustības.

U! *Klausīties skaņas no dabas vai sacerētas kompozīcijas.*

Skatīties no dabas vai mākslīgi radītas kustības / deju.

Uzrakstīt atslēgvārdus- kompozīcijas paņēmienus un veidus.

Vizualizēt dzirdēto / redzēto ar dizaina elementiem.

Piemēri mūzikā.

DRAMATISKS, PIESĀTINĀTS: https://www.youtube.com/watch?v=AsD5u6k6dKI

DRAMATISKS, ROTAĻĪGS: https://www.youtube.com/watch?v=W3q8Od5qJio

SIMETRIJA, LĪDZSVARS, MIERS: https://www.youtube.com/watch?v=XpYGgtrMTYs

DRAMATISKS, VIEGLS / SMAGS, MIERĪGS, LĒNS:https://www.youtube.com/watch?v=YrLk4vdY28Q

Saskatīt ideju – dejā, kustībā.

Saskatīt ideju dejā.

https://www.youtube.com/watch?v=7yp01iNQBeI

PROCESA REZULTĀTS

KALENDĀRS

Ņemot vērā ietekmes avotus,
dizaina elementu kārtošanas paņēmienus un veidus,
izstrādāt kompozīcijas par tēmu “Gadalaiki”
Atlasītās kompozīcijas noformēt eksponēšanai – gada kalendāra izskatā.

DARBA INSTRUMENTI

A4 balts, melns papīrs, rapidogrāfs, flomasters (dažāda biezuma), pildspalva, šķēres, nazis, lineāls, līmes zīmulis, krāsas, krītiņi, fotoattēli,

Mācību līdzekli sagatavoja
PIKC „Rīgas Dizaina un mākslas vidusskola”
Izglītības programmas Metāla izstrādājumu dizains
pedagogs Baiba Lindāne

Izmantotie resursi:

https://businessnetwork.lv/ievads/izaugsme/krasu-psihologija-53051
Interneta vietne: GOOGLE
Latvijas dizaina informatīvā platforma: FOLD (www.fold.lv)
Rokasgrāmata: “Latvijas dizains 2020”
ESF projekta “Nozaru kvalifikācijas sistēmas pilnveide profesionālās izglītības attīstībai un kvalitātes nodrošināšanai”. Dokuments: Modulis “Dizaina procesi”
Interneta vietne: Pinterest
Interneta vietne: Youtube
Interneta vietne: Gestalten

2021