

INTERNET JURNALISTIKASIDA MEDIAMATNLARNING O'RNI.
MEDIAMATNLARDA DIZAYN VA RANGLARNING AHAMIYATI

Ibrohimova Aziza Tohirovna

O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar

Universiteti Bosma OAV jurnalistikasi yo'nalishi

4-bosqich talabasi

Annotatsiya: Jurnalistikaning barcha tarmoqlarida matndan keng foydalaniladi. Bosma OAV turkumi gazeta va jurnallar qog'oz va matnga asoslaniladi. Teleradiodasturlar taqdim etishda ham ssenariy matnda o'z ifodasini topadi. Internet ham tasviriy, audiovizuallikda asosiy o'rinda tursa-da, ularning izohini matnsiz bera olmaydi;

Kalit so'zlar: Dizayn, grafik dizayn, jadvallar, mediamatn.

Zamon kishilardan ma'lumotlar bilan ehtiyotkorlik bilan ishlashni talab etmoqda. Bugun rivojlanayotgan mamlakatlarda kuniga ma'lum soatlarda chop etilayotgan matbuot nashri yoki televizor va radioda yangi soat boshida berilayotgan axborot bir-birini to'ldirib voqealar rivoji bilan ommani tanishtirib bormoqda. Internet tarmog'idagi material bilan tanishish esa joy va vaqt masalasida imkoni kengligi sabab jamoatchilikning asosiy kuzatadigan axborot makoniga aylanib ulgurdi.

Jurnalistikaga internetning ta'siri kuchli. Chunki ma'lumotlar internet tizimi orqali ma'lum bo'ladi, tanlash imkoni, solishtirish jarayonlari ham u bilan kechadi. Internet jurnalistikasi esa auditoriyaga asosli manba bilan tanishish imkonini beradi.

Internet jurnalistikasida bosma nashrlarning elektron versiyasi o'rganilar ekan, u bosma nashr vazifalarini to'liq namoyon etadi, degan xulosa o'rinli. Shu bilan birga, veb-sayt qog'oz shakldan ham ko'pgina imkoniyatlari bilan farqlanadi. Har kuni yangilab boriladigan veb-sayt umume'tirof etilgan afzalliklarga ega bo'ladi:

Jamoatchilik bilan keng doimiy aloqada bo'lish imkoniyati. Internet odamlar bilan kuniga 24 soat, haftasiga 7 kun, yiliga 365 kun aloqada bo'lish imkoniyatini beradi.

Kechikmay javob olish. Internet yuzaga kelayotgan masalalar bo'yicha yechimni topishda zudlik bilan ishga kirishishga yordam beradi.

Global auditoriya. Onlayn rejimida hech qanday geografik to'siqning o'zi yo'q.

Auditoriyani bilish. Internet interaktiv bo'lgani tufayli tashkilot va jamoatchilik o'rtasida doimiy ravishda o'zaro aloqa o'rnatiladi. Bunda qandaydir tahminlarga xojat qolmaydi, chunki u auditoriyaga nima kerakligini tushunishga yordam beradi.

Ikkiyoqlama aloqa. An'anaviy ommaviy axborot vositalari passiv kuzatuvchilik rolini taklif etib, jamoatchilik ishtirokini o'quvchi va muxlislarga cheklab qo'yadi.

Internet orqali esa auditoriya veb-sayt orqali tashkilot xodimlari bilan erkin muloqot qilishi, ya'ni faol o'zaro aloqa o'rnatilishi mumkin.

Rentabellik. Internetdan foydalanish uchun haq borgan sari arzonlashib bormoqda, demak, internet orqali muloqot qilishning iqtisodiy samaradorligi ortadi. Kanselyariya buyumlariga, materialni qog'ozda bosib chiqarishga ehtiyoj qolmaydi. Ammo yutuq, avvalo, iqtisodiy emas, kommunikatsiya sohasida ro'y beradi¹. Albatta, bularning barchasi o'z ishini mukammal bajaruvchi veb sahifalarga taalluqli.

Internet nafaqat professional darajaga ko'tarilish, balki dunyoning turli burchaklaridagi o'quvchilarga yetib borish imkoniyati hamdir. Internet jurnalistikaning rivojini birgina O'zbekiston Respublikasi miqyosida oladigan bo'lsak, yildan yilga ko'payayotgan bosma OAVlarning veb-sahifalarida ham ko'rishimiz mumkin. Bugunga kelib O'zbekiston bosma OAV va axborot-agentliklarini qo'llab-quvvatlash va rivojlantirish jamoat fondining yordami bilan mamlakatimizda 93 ta gazeta va jurnallarning veb-ko'rinishi², internet tarmog'ining .uz domenida esa 4203 ta turli xil yo'nalishdagi sayt va portallar faoliyat yuritmoqda³. Albatta, Internet tizimida va u orqali axborot taqdim etayotgan OAVda multimedialik, interaktivlik va tezkorlik birinchi darajaga ko'tariladi, shuningdek, mazkur veb-sahifalarning o'ziga xos dizayni, bosma matbuot qamrab ololmagan yangiliklarning berilishi ham o'quvchilarni ularga jalb etishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Sohaga oid manbalar bilan tanishishda internet (onlayn) jurnalistika tushunchasiga multimedaviy jurnalistika nazari bilan ham qarashlar kuzatiladi. N.Qosimova ishlarida ayni bu borada nazariy asos beriladi.

Multimedia – ingliz tilidagi “multi” va “media” so'zlaridan olingan bo'lib “ko'p”, “bir necha” va “axborot uzatuvchi vocitalar” ma'nolarini bildiradi. “Multimedia” termini ilk marotaba 1965 yili Bob Goldshteyn tomonidan o'z ichiga yorug'lik, musiqa, kinoni olgan tadbirni tasvirlash uchun qo'llagan. Albatta, multimedaviy jurnalistika o'quvchiga axborot bilan tanishishda turli xil elementlarni tanlash imkonini beradi. U faqatgina matnni o'qishi yoki suratlarni ko'rib axborot olishi mumkin. Multimedidan foydalanuvchi doimo faol bo'lib, materilni faqatgina passiv o'zlashtirmay, ularni mantiqiy bog'lashga ham harakat qiladi.

“Yaxshi dizayn yangilik va boshqa turdagi axborot materiallarining oqilona hamda yoqimli tarzda uzatilishini ta'minlaydi. Dizayn – bu jarayon, tayyor mahsulot emas, shu bois u turli bachkanalikdan xoli va sezilmaydigan darajada bo'lishi kerak”, deb ta'kidlaydi dunyoning mashhur dizaynerlaridan biri Mario Garsia.⁴ Darqahiqat, grafik dizayn nashrga bezak beribgina qolmay, dizaynerning maqsad va g'oyalarini vizuallashtirib, auditoriya bilan aloqa o'rnatishga xizmat qiladi.

¹ Қосимова Н., Бобожонова Г., Исламова Л. Ахборот хизмати: жамоатчилик билан самарали мулоқот. Бирлашган Миллатлар Ташкилотининг Тараққиёт дастури (БМТТД), – Т., 2012. – Б. 90.

² ОАВларни шакллантириш йўлида. www. mmf.uz. 4.04.2008

³ www. uz. 11.11. 2010 йил.

⁴ Мутовкин Л.А. Дизайн и имидж газеты(курс лекций).– Омск, 2005. – С. 2.

Dizayn elementlaridan samarali foydalanish, ularni nashr konsepsiyasi bilan uyg'unligini ta'minlash, chop etiladigan material bilan illyustratsiyalarning o'zaro munosabati, sahifalashning eng muqobil turini tanlash va bu orqali o'quvchi e'tiborini jalb qilish kabilar dunyo bo'ylab minglab dizaynerlar hamda tahririyatning ijodiy guruhini o'ylantiruvchi asosiy masalalar bo'lib, ushbu sohada ko'plab mutaxassislar tomonidan izlanishlar olib borilgan.

Dizayn inglizcha "design" so'zidan olingan bo'lib, "chizmoq", "o'ylamoq", "loyihalamoq", "rasm", "reja", "chizma" degan ma'nolarni anglatadi. Dizayn narsalar muhitini estetik va funksional sifatlarini shakllantirishga qaratilgan loyihalash faoliyati turlarini ifodalovchi atama.⁵ Dizayn so'zi XVI asrda Yevropada paydo bo'lgan. Oksford lug'atida ushbu tushunchaga quyidagicha ta'rif berilgan: "inson tomonidan o'ylangan biror narsaning rejasi yoki sxemasi bo'lib, yaratilayotgan san'at asarining ilk chizmalari". 1849 yilda Angliyada ilk bora davlat arbobi, rassom Genri Koulum tomonidan «Journal of Design» nomli jurnal chop etildi. Ya'ni dizayn atamasi birinchi marta nashr nomida ishlatilib, uning ilk sonlarida ushbu tushunchaga ko'plab ta'riflar berildi.⁶ XX asrga kelib dizayn tushunchasi ishlab chiqarish va sanoat sohalarida qo'llanila boshladi. Keyinchalik har bir sohada atamaning ahamiyati ortib, uning turlari ko'payib bordi. Ulardan biri bugungi kunda eng ko'p qo'llaniladigan grafik dizayn tushunchasi hisoblanadi.

Grafik dizayn – bu o'ziga estetik mas'uliyatni olish orqali vizual-axboriy mahsulot yaratishdir. Uning asosiy maqsadi tasvirlar orqali ma'lum axborotga auditoriyaning e'tiborini qaratishdir. Richard Xollis ta'kidlaganidek, grafik dizayn – bu o'ylangan g'oyaga asosan belgi, chiziqlar yaratish hamda ularning kerakli maydonda joylashuvini ta'minlashdir.⁷

Jurnalistika sohasida, ya'ni bosma nashrlar va ularning elektron variantlarining dizayni bilan faoliyat olib borayotganda, aynan grafik dizayndan foydalaniladi. U nashrlarga nafaqat bezak beradi, balki axboriy vazifani ham bajaradi. OAV orqali uzatilayotgan ma'lumotni vizuallashtirish uchun mo'ljallangan dizaynning ushbu turi quyidagi tendensiyalar asosida rivojlandi:

- Ommaviy axborotlarni uzatish va ularni vizualligini ta'minlovchi grafik dizaynning shakllanishi;
- Grafik dizayn ob'yektlarini ommaviy tarzda uzatilishiga shart-sharoitlarning yuzaga kelishi;
- Iqtisodiy taraqqiyot natijasida jamiyatda dizayn turlarining paydo bo'lishi;
- Grafik dizayn sir-asrorlarini o'rgatuvchi maktab, o'quv maskanlarining tashkil etilishi;

⁵ <http://www.wikipedia.org/wiki/Дизайн>

⁶ Лавренмьев А.Н. История дизайна. – М.:Гардарики, 2007.–С.9.

⁷ Ньюарк К. Что такое графический дизайн? –М.: Астрель, 2005.–С.12.

• Soha, kasb sifatida namoyon bo‘lishiga turtki bo‘lgan ijtimoiy-iqtisodiy shart-sharoitlar.⁸

Grafik dizaynning ilk ko‘rinishlari sifatida paleolit davriga tegishli toshlardagi hayvonlar, ularning o‘zaro janglarini aks ettirgan rasmlarni misol qilib ko‘rsatish mumkin. Bosma nashrlarda ushbu dizayn turining paydo bo‘lishi va rivojlanishi bevosita Germaniyada 1440 yilda Iogan Gutenberg tomonidan ixtiro qilingan bosma dastgoh bilan bog‘liq. Bu ixtiro tufayli nashrlardagi yozuv ya‘ni shriftlarning bir xilligiga erishildi. Shuningdek, uning bosma to‘r bo‘yicha ixtirosi harflarni turli modullaridan foydalanish imkoniyatini yaratib berdi. XIX asrda Yevropa mamlakatlarida sanoat, savdo-sotiq sohasining taraqqiyoti natijasida raqobat kuchaydi. Keyinchalik bu sohalarda hamda jurnalistika faoliyatida grafik dizaynga bo‘lgan ehtiyoj ortdi.⁹ Demak, texnika-texnologiya taraqqiyoti grafik dizayn rivojlanishining asosi hisoblanadi. Dizayn so‘zining ma‘nosi ko‘p qirrali bo‘lib, u “tuzish”, “modellash”, “loyihalash” kabi ma‘nolarni anglatadi. U ob‘yekt va g‘oyalar bilan ishlash demakdir.¹⁰

Dizaynlash jarayonida quyidagi tushunchalarga asoslanish maqsadga muvofiq bo‘ladi:

- 1) Balans (muvozanat)
- 2) Kontrast (solishtirish)
- 3) Ritm
- 4) Jipslashuv (birlashuv)
- 5) Garmoniya (o‘zaro moslik).¹¹

Balans tushunchasida tahrirchi savlavha bilan sarlavhaning, shrift bilan shriftning, rasm bilan rasmning va boshqalarning tashqi ko‘rinishida bir-birlari bilan muvozanatni saqlab turishni ta‘minlaydi. Bular bir-birlariga mos bo‘lishi lozim. Misol uchun sahifadagi asosiy matnda bir xil o‘lchamdagi shriftlar ishlatilishi maqsadga muvofiqdir.

Kontrastni ishlatish orqali tahrirchi sahifadagi har bir maqola yoki materialni bir-birlaridan ayrim xususiyatlari bilan ajralib turishiga erishishga harakat qiladi. Bunda u sarlavhalarni, rasmlarni, ranglarni va bo‘sh joylarni o‘ziga xos tarzda rejalashtirishi kerak. Misol uchun, tahrirchi sarlavha shriftlarining ko‘rinishini o‘zgartirishi (qalin, kursiv yoki oddiy), kolonkalarini kengaytirish yoki toraytirish, fonga rang berish, rasmlarning vertikal yoki gorizontal joylashtirilishi orqali erishish mumkin.

⁸ Лакшми Б. Дизайн и время. – М.: Артродник, 2006. – С.10.

⁹ Лакшми Б. Дизайн и время.– М.: Артродник, 2006. – С.7-12.

¹⁰ <http://www.wikipedia.org/wiki/Дизайн>

¹¹ Дадахонов А.О. Компьютерда саҳифалаш дизайни (маъруза матни).–Т.,2010.–Б. 8.

Sahifada ritm o'quvchini biror ob'yektdan ikkinchisiga mantiqiy o'tishni ta'minlashi lozim, ya'ni sahifada to'g'ri ketma-ketlik saqlanishi kerak. Masalan, sarlavha → asosiy matn → rasm yoki tablisa.

Jipslashuv tushunchasida esa har bir sahifaning faqat bitta bo'limga taaluqli bo'lishi talab qilinadi. Biror sahifaning ikki xildagi mavzularni yoritishi nashrning noprofessional verstka qilinishidan darakdir, shuningdek, bu o'quvchini zeriktiradi va sahifaning chiroyini buzadi.

Garmoniya konsepsiyasi nashrning doimiy o'zgarib borish holatini ta'minlab turadi. Uning ichidagi materiallarning mazmuniga qarab tashqi ko'rinishida ba'zi kichik o'zgarishlar ham bo'lib turishi mumkin.¹²

Aytish joizki, har qanday nashrning dizaynini yaratayotganda undagi vositalarning psixologik ahamiyati va ta'sirini hisobga olish juda muhim. Ayniqsa, ranglar inson ruhiyatiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Ushbu ta'sir hayotimiz davomida biz bilan yonma-yon bo'ladi. Faqat yoshimizga qarab ranglarga bo'lgan talabimiz o'zgarib boradi. Shrift va fon rangining uyg'un bo'lishi, matnni o'qishni osonlashtiradi, o'quvchini jalb etishda yordam beradi.

Sahifalarda fon va matn shrifti rangi umumiy dizaynni shakllantirishda muhimdir. G. Knabe o'zining kitobida fon va shrift yoki ob'yekt rangining moslashuvchanlik xususiyatiga ko'ra quyidagilarni aniqlagan:¹³

Fon rangi	Ob'yekt (shrift) rangi	
	Yaxshi moslashadi	Mos emas
qora	Oq, olov rang, qizil	Ko'k , siyoh rang, yashil, sariq
oq	Qora, ko'k, qizil, yashil	Hamma rangning och(hira) tonlari
qizil	Qora, oq, sariq, olov rang	Ko'k, yashil, siyoh rang
Olov rang	Qora, oq, qizil, sariq	Yashil, ko'k, havo rang, oq

¹² Дадахонов А.О. Компьютерда саҳифалаш дизайни (маъруза матни).–Т.,2010.–Б. 8.

¹³Кнабе Г.А. Энциклопедия дизайнера печатной продукции. Профессиональная работа.–М.: Издательский дом Вильямс, 2006. (манба: <http://www.hi-edu.ru/e-books>)

sariq	Qora , yashil, ko‘k, qizil Havo rang	Hamma rangning och(hira) ranglari
yashil	Oq, qizil, havo rang	Qora, sariq, ko‘k, siyoh rang
Havo rang	Qora, oq, qizil, sariq	Yashil, siyoh rang
ko‘k	Sariq, qizil, olov rang, oq	Qora, yashil
Siyoh rang	Oq, qizil, olov rang, sariq	Qora, yashil, havo rang, ko‘k

1-jadval.

G.Knabe ta'kidlaganidek, iliq ranglar sovuq rangga qaraganda o'quvchiga yaqinroq bo'ladi. Agar ma'lum ob'yektga auditoriya e'tiborini tortishni xohlasangiz, uni och fonda, agar kompozisiya ichiga sho'ng'ishini xohlasangiz to'q ranglarda bering.¹⁴ Shuning uchun ham umumiy fonda sovuq hamda to'q ranglardan foydalanish, o'quvchi e'tiborini kerakli ob'yektga qaratishga yordam beradi.

1-bob bo'yicha quyidagi xulosalarga kelindi:

- Mediamatn atamasi jurnalistik matn, PR-matn, publisistik matn, gazeta matni, tele- va radiomatn, reklama matni, internet matni tushunchalari qatoridan joy olib, uning vazifasi jurnalistika, PR va ryeklama sohasida ko'p kuzatiladi;

- Mediamatnning asosiy vazifalari mediaviylik, ommaviylik, tushunarlilik, ochiqilik kabilardan iborat;

- Jurnalistikaning barcha tarmoqlarida matndan keng foydalaniladi. Bosma OAV turkumi gazeta va jurnallar qog'oz va matnga asoslaniladi. Teleradiodasturlar taqdim etishda ham ssenariy matnda o'z ifodasini topadi. Internet ham tasviriy, audiovizuallikda asosiy o'rinda tursa-da, ularning izohini matnsiz bera olmaydi;

¹⁴ Кнабе Г.А. Энциклопедия дизайнера печатной продукции. Профессиональная работа.–М.: Издательский дом Вильямс, 2006. (манба: <http://www.hi-edu.ru/e-books>)

- Mediamatnning ilmiy adabiyotlardagi tahlillari o'rganilganda, bu tushunchaning mamlakatimizda tilshunoslik yo'nalishiga oid ayrim ishlarda qisqa tahlillarda namoyon bo'layotgani kuzatildi;

- Mediamatn tushunchasi bilan bog'liq xorijiy tadqiqotlarda mediamatnlar rasm, video, audio va grafika asosida tayyorlanib, ommada berilayotgan axborotga katta qiziqish uyg'otmoqda, ularning matnni tez o'zlashtirilishiga sabab bo'lmoqda;

- Dizayn elementlaridan samarali foydalanish, ularni nashr konsepsiyasi bilan uyg'unligini ta'minlash, chop etiladigan material bilan illyustratsiyalarning o'zaro munosabati, sahifalashning eng muqobil turini tanlash va bu orqali o'quvchi e'tiborini jalb qilish kabilar dunyo bo'ylab minglab dizaynerlar hamda tahririyatning ijodiy guruhini o'ylantiruvchi asosiy masalalardir;

- Dizaynlash jarayonida balans (muvozanat), kontrast (solishtirish), ritm, jipslashuv (birlashuv), garmoniya (o'zaro moslik) tushunchalariga asoslanish maqsadga muvofiq.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Қосимова Н., Бобожонова Г., Исламова Л. Ахборот хизмати: жамоатчилик билан самарали мулоқот. Бирлашган Миллатлар Ташкилотининг Тараққиёт дастури (БМТТД), – Т., 2012. – Б. 90.
2. ОАВларни шакллантириш йўлида. [www. mmf.uz](http://www.mmf.uz). 4.04.2008
3. [www. uz](http://www.uz). 11.11. 2010 йил.