

## ƏDƏBİYYATŞÜNASLIQ

UOT: 070.431.4

SURƏ SEYİD\*

## INTERNET JURNALİSTİKASINDA İNFOQRAFİKANIN ROLU

*Dövri mətbuatın müasir dizaynında prioritet istiqamətlərdən biri də kontenti (KİV məzmununu) maksimal vizuallaşdırmağa cəhddir. Vizual təmas – auditoriyada emosional rəğbət oyada biləcəkdir, estetik cəhətdən cəlbedici, informativ məlumatlı veriliş deməkdir. Tədqiqatçılar müxtəlif illüstrasiyalar arasında rəsmləri, foto-şəkilləri və infoqrafikamı məxsusi ayırırlar.*

*İnfoqrafikanın yaradılması metodu kifayət qədər spesifikdir. Burada informasiyanı təmsil edən jurnalista, bu informasiyanı vizuallaşdıran dizaynerin qüvvələrinin birləşdirilməsi tələb olunur.*

**Açar sözlər:** infoqrafiya, illüstrasiya, vizual kommunikasiya.

Artıq informasiya-kommunikasiya texnologiyaları (İKT) praktiki olaraq bütün sahələrə nüfuz etmiş, insanların informasiya mədəniyyətinin ayrılmaz bir hissəsinə çevrilmişdir. İKT-nin tətbiqi nəticəsində ciddi dəyişikliyə və inkişafa məruz qalan mühüm fəaliyyət sahələrindən biri də jurnalistikadır. Bu inkişaf yeni medianın, başqa sözlə, İnternet-medianın yaranmasına gətirib çıxarmışdır.

Yeni media məkanında son illər vizual informasiyanın bir hissəsi kimi infoqrafikadan geniş istifadə edilir.

V.V.Tulupov deyir ki, infoqrafika- xəritələr, sxemlər, cədvəllər və sairədən ibarətdir və onun əsas vəzifəsi-publikasiyanı əyani olaraq illüstriyalaşdırmaqdan ibarətdir.

İnfoqrafikanın inkişaf tarixinə nəzər yetirmədən, bu gün infoqrafikamı jurnalistika janrlarının yeni müstəqil bir sahəsi kimi qəbul etmək lazımdır. İnfoqrafika jurnalistika janrıdır. Buna görə də infoqrafiya hazırlayan mütəxəssisin jurnalist və redaktor kimi səriştəsi olmalıdır. Ümumiyyətlə, infoqrafika ideal jurnalist materialıdır.

İnfoqrafika - informasiyanın, məlumatların və bilgilərin qrafik formada verilməsi üsuludur, faktiki olaraq illüstrasiyanın köməyi ilə informasiyanın ötürülməsi üsuludur.

Hal-hazırda "infoqrafika" anlayışı yeni məzmun əldə edir.

T.V. Solovyov və bir sıra başqa müəlliflər infoqrafikamı rəqəmsal, qrafik və verbal informasiyanın vizual formada təqdim edilməsi kimi müəyyən edirlər.

S.V. Selemenov infoqrafikamı əyani konstruksiya kimi qəbul edir. Əyani konstruksiyamı-elektron formada verilən böyük miqdarda məlumatın qrafik təzahürü kimi təsəvvür edir.

İnfoqrafikanın əsas vəzifəsi — hansısa bir konkret məsələni və ya problemi aydınlaşdırmaqdan ibarətdir. İnfoqrafikada məsələni qısa şəkildə, qrafik formada təsvir etmək lazımdır. Daha çox qrafikdən istifadə etmək imkanına malik olmaq üçün başqa faktları və ya informasiyanı əlavə etmək olar. Qısalıq infoqrafikanın daha effektiv qavranılmasına imkan yaradır.

Vizual kommunikasiya estetik cəhətdən cəzbedici, informativ və auditoriyada emosional hisslər yaratmalıdır.

İllüstrasiya publikasiyanın daha cazibədar və informativ olması üçün əsas meyarlardan biri sayılır. Psixoloqların müşahidəsinə görə illüstrasiyalar oxucular tərəfindən daha tez qavranılır. Mütəxəssislər tərəfindən rəsm, fotoqrafiya, infoqrafika bir illüstrativ material kimi xüsusi olaraq göstərilir.

İlk dəfə olaraq 1982-ci ildə "YUSA Tudey" qəzetinin nəşrləri infoqrafikadan (qrafiklərin və mətnin uyğunluğundan) istifadə etməyə başladılar. Bir neçə il ərzində qəzet ölkənin ən çox oxunan beş nəşrlərindən birinə çevrildi. (1)

Amerika oxucuları tez bir zaman ərzində bu yeniliyi anladılar və informasiyanın ötürülməsinin belə üsulunun üstünlüklərini qəbul etdilər. Zamanla aydınlaşdı ki, infoqrafika yalnız texnologiya deyil, yalnız biznes deyil, həm də incəsənətdir. Bu incəsənət sahəsi nəşriyyat biznesinin inkişafına bilavasitə təsir edən bir mexanizmə malikdir. Buna görə də bu gün «Eskuaay» və «Nyu-Yorker» kimi tanınmış jurnallar infoqrafikaları yaratmaları üçün ən gələcəmli üç dizaynerdən və mətnləri tərtib edən jurnalistdən istifadə edir.

Infoqrafika əsasən 2 formada- informasiyanın bir növü kimi və jurnalistikannın sintetik bir janrı kimi fəaliyyət göstərir.

Infoqrafikanın hazırlanmasında jurnalist və dizaynerin birgə işləməsi şərtidir. Infoqrafika əsasən çox oxumağı xoşlamayan və buna vaxtı olmayan ancaq hər şeydən xəbərdar olmaq istəyən oxucular üçün nəzərdə tutulmuşdur.

Funksional nöqteyi-nəzərdən infoqrafika ənənəvi olaraq bu suallara cavab verməlidir: nə? kim? harada? nə zaman? nə üçün? necə? Bununla da infoqrafika ənənəvi jurnalistikannın janrlarına və daha çox isə informasiya janrlarına uyğunlaşır.

Infoqrafikanın əsas xüsusiyyətlərini aşağıdakı kimi göstərmək olar:

- qrafik obyektlərin mövcudluğu;
- faydalı informasiya ilə yüklənməsi;
- rəngarəng təsvir;

- mövzunun anlaşılan və dərk edilmiş formada təqdim edilməsi

Mürəkkəb informasiyanın qrafik interpretasiyasının yaradılması üçün, onun oxunaqlı və baxımlı olması üçün qrafik dizaynın bütün elementlərindən məharətlə istifadə edilməlidir: şrift seçimi, rəsmlər, şəkillər, rənglər, xətlər, çərçivələr və s.

Təcrübələr göstərir ki, belə infoqrafikanın yaradılması üçün əsas qaydalar sırasında aşağıdakılar göstərilir:

- sadəlik (qavramanın və asan oxuna bilmənin tezliyi);
- bir işdə bir ideya (informasiyanın aktuallığı);
- manual qrafik (informasiyanın interpretasiyası, faktlar + fikirlər).

Infoqrafikanın yaradılması onun iki səviyyəli olmasını ehtiva edir: konseptual (strateji) və reallaşdırmanın (taktik) səviyyəsi.

Konseptual səviyyə:

1. Infoqrafikanın yaradılmasının hədəfinin dürist ifadə edilməsi və ən vacib nəzərdə tutulmuş auditoriyanın müəyyən edilməsi. Bu alınan qərarlar qrafiklərin seçimini şərtləndirəcək, istifadə edilən obrazların sistemini yaradacaq, infotainment (ing. information-dan infotainment — informasiya və ing. entertainment — əyləncə) tele - radio yayım materialının auditoriyanın məlumatlandırılması və əylənməsi forması.

2. Mövzuya uyğun materialların toplanması (mətn, qrafika, foto-video, cədvəl və s.)

3. Informasiyanın analizi və emalı.

4. Vizuallaşdırma formasının müəyyən edilməsi (prezentasiya, slayd, videoçarx)

Reallaşdırmanın səviyyəsi:

- elementar tərkib hissələrinə görə mətnin bölünməsi: məlumatlar, rəqəmlər, vaxt, yer, referentlər, fikirlər, şərhlər və s.;

- onların vizuallaşdırmasının və ya verbal formada saxlanması imkanlarının qiymətləndirilməsi;

- obrazın konkret və ya abstrakt olacağını müəyyən etmək;

- şəkillərin stilizasiyası (forma və məzmunun vəhdəti);

- statistik məlumatların qrafika və diaqramlara çevrilməsi və onların kompozisiya nöqteyi-nəzərdən uzlaşdırılması;

- hadisələrin zamana bağlılığını təmin etmək;

- gələcək qrafikanın mətnlə uyğunlaşdırılması, hadisələrin ardıcılığını gözləməli, oxucu prioritetlərini müəyyən etməli, əsas və köməkçi hissələrin müəyyən edilməsi, qısa və aydın mətnin formalaşdırılması, informasiyanın dəqiqliyinin yoxlanması;

- əsas qrafikanın eskizinin hazırlanması;

- başlıq və yarımbaşlıqın yaradılması;

- yoxlama və infoqrafikanın (mətn və təsvirlər, həmçinin müəllif hüquqları) redaktəsi.

Oxucuların maraqlarına cavab verən yaxşı infoqrafika aşağıdakılara uyğun olmalıdır:

• tam və konkret başlıq;

• informasiyanın mühümlülüyü və qrafikanın əsası;

• qrafikanın, diaqramın, cədvəlin, xəritənin əsas gövdəsi;

• infoqrafikanın müəllifinin və onun yayılması ilə məşğul olan kompaniyanın göstərilməsi;

• alınmış məlumatın mənbəyinin göstərilməsi.

Bütün infoqrafikalar sadə və başadüşülən olmalıdır. Oxucunu rənglərin, simvolların, fiqurların, rəqəmlərin mənasını krossvord həll edəcək kimi zorlamaq olmaz. Əyləncə xarakterli infoqrafika informasiyanın ötürülməsinə mane olmamalıdır.

Infoqrafikanın yaradılması zamanı, jurnalistlər həm də dizaynerlər müəyyən qaydalara riayət etməlidirlər:

1. Dəqiq rəqəmlərdən istifadə edilməli. Həmişə yoxlamalı və yenidən yoxlamalı. Bu halda həm jurnalistlər, həm də dizaynerlər eyni rəqəmlərdən istifadə etməlidirlər ki, materialın vizual və şifahi komponentləri zəmanətli olaraq tamı (bütövu) yaratsın.

2. Dizaynerlər dəqiq infofaktların əhəmiyyətini anlamalı və müvafiq yolla onları izah etməlidirlər.

3. Zəruri olduqda tərcümə edilməli və ya infofaktları uyğunlaşdırmalı, onları informasiyanın istehlakçısı üçün maksimal aydın etməlidirlər.

4. Cədvəllərdə və ya sxemlərdə ölçülərin (nisbətə, rəqəmlər) doğru göstərilməsinə əmin olmaq lazımdır. İlk ölçü vahidi eyni olmalıdır ki, ölçüləri normal müqayisə etmək mümkün olsun.

5. Səhədən səmərəli istifadə edin, çünki infoqrafikada həddən artıq çox boş sahə simmetriyanı pozur və əlavə xərclərə gətirib çıxarır (bu qəzetlərdə xüsusilə yolverilməzdir, çünki onlarda qiymətli sahə üçün daimi mübarizə gedir).

6. Infofaktlar lazımi miqdarda olmalıdır və böyük miqdarda informasiya ilə yüklənməməlidir. Zəruri olduqda bir neçə infoqramm, infosxem və s. vermək olar.

7. Bütün başlıqların, yarımbaşlıqların, izahatların, blokların rəqəmlərinin və şriftlərinin asan oxuna bilməsini nəzərə almaq lazımdır.

8. Infoqrafikada illüstrasiyaların və ya obrazların vizual çox gözəgəlimli olması əsas informasiyanın oxunmasını mane olmamalıdır.

9. Illüstrasiyalardakı imzaların başadüşülən olması üçün eyni rəngdə olmalıdır.

Azərbaycandakı KİV-lərdə infoqrafikadan çox az istifadə edilir. Bu sahədə istisna olaraq AzərTac-ı göstərmək olar.

Bu qocaman İnformasiya Agentliyində 2014-cü ilin fevral ayında başlayaraq azərbaycan dilində, 2015-ci ilin fevralından isə rus və ingilis dillərində infoqrafikadan istifadə edilməyə başlanmışdır. 01.02.2014 – 31.03.2017 tarixləri ərzində azərbaycan dilində 217 info-

qrafika, 13.02.2015 – 30.03.2017 tarixləri ərzində rus dilində 248 infoqrafika, 17.02.2015 – 01.04.2017 tarixləri ərzində ingilis dilində 105 infoqrafika, toplam olaraq isə 570 infoqrafika hazırlanmışdır.

Güman edirik ki, Azərbaycan media məkanında infoqrafiyadan istifadə halları getdikcə çoxalacaq və informasiyanın vizual formada daha dəqiq qavranılmasına təkan verəcəkdir.

### ƏDƏBİYYAT

1. Əliquliyev R.M., Ağayeva S.R. - İnternet-media resurslarının monitorinqi: müasir vəziyyəti, problemləri və inkişaf perspektivləri - İnformasiya səmiiyyəti problemləri, 2016, №1, s.63
2. Лайкова Яна Владимировна - Инфографика в российских СМИ: периодизация и тренды развития - журнал «Медиаскоп» Выпуск №2, 2015г.
3. Симзакова, С. И. - Цифровые обозначения как фактор формирования картины мира читателя в современной медиаситуации – Журнал «Челябинский гуманитарий» – Челябинск, 2010. – № 3, с.12
4. Е.А. Смирнова - Инфографика в системе журналистских жанров
5. Вестник ВолГУ, Серия 8. Вып. 11, 2012, с.92
6. <https://ijnet.org>
7. <https://azertag.az/>

*\*Naxçıvan Dövlət Universiteti  
filologiya üzrə fəlsəfə doktoru  
seyidsura@yahoo.com*

Sura Seyid

### THE ROLE OF INFOGRAPHIC IN INTERNET JOURNALISM

One of the priority areas of modern design of periodicals is the tendency to maximize the visualization of content. Visual communication is the transmission of messages that are aesthetically attractive, informative, capable of evoking an emotional response from the audience. Among the varieties of illustrations, researchers identify drawings, photographs and infographics.

The method of creating infographics is quite specific, since it is required to combine the efforts of the journalist providing information and the designer, this information of the visualizer.

**Keywords:** *infographica, illustration, visual communication*

Сура Сейид

### РОЛЬ ИНФОГРАФИКИ В ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛИСТИКЕ

Одним из приоритетных направлений современного дизайна периодических изданий является стремление максимально визуализировать контент. Визуальное общение - это передача эстетически привлекательных, информативных сообщений, способных вызвать эмоциональный отклик у аудитории. Среди разнообразных иллюстраций исследо-

ватели выделяют рисунки, фотографии и инфографику.

Метод создания инфографики довольно специфичен, поскольку требуется объединить усилия журналиста, предоставляющего информацию, и дизайнера, эту информацию визуализатора.

**Ключевые слова:** *инфографика, иллюстрация, визуальная коммуникация*

*(AMEA-nın həqiqi üzvü İsa Həbibbəyli tərəfindən təqdim olunmuşdur)*

*Daxilolma: İkkin variant 12.04.2019  
Son variant 24.06.2019*