

INFOQRAFIKA - BİR JURNALISTIKA JANRI KİMİ

SUMMARY

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*

Bu gün müasir mətbuatın dizayn edilməsi sahəsində, onun səhifələrinin məzmununun vizuallaşdırılması əsas tendensiyalardan biri sayılır.

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

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

Infoqrafika - 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 infoqrafikanı rəqəmsal, qrafik və verbal informasiyanın vizual formada təqdim edilməsi kimi müəyyən edirlər.

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

Infoqrafikanın əsas vəzifəsi — hansısa bir konkret məsələni və ya problemi aydınlaşdırmaqdan ibarətdir. Infoqrafikada 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 hissələr 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 "USA Today" qəzetinin nəşirləri infoqrafikadan (qrafiklərin və mətnin uyğunluğundan) istifadə etməyə başladılar. Bir neçə il ərzində qəzet ölkənin ən çox oxunan beş nəşrlərindən birinə çevrildi.

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

«Esquire» и «New-Yorker» kimi tanınmış jurnallar infoqrafiyaların yaradılması üçün ən görkəmli üç dizaynerdən və mətnləri tərtib edən jurnalistdən istifadə edir.

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

Infoqrafiyanın 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 nöqtəyi-nəzərdən infoqrafika ənənəvi olaraq bu suallara cavab verməlidir: nə? kim? harada? nə zaman? nə üçün? necə? Bununla da infoqrafika ənənəvi jurnalistikanın 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 dürüst ifadə edilməsi və ən vacib nəzərdə tutulmuş auditoriyanın müəyyən edilməsi. Bu alınan qərarlar qrafiklərin seçimini şərtləndirəcək, istifadə edilən obrazların sistemini yaradacaq, infoteynment (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, şərtlər və s.;

- onların vizuallaşdırmasının və ya verbal formada saxlanması üçün 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 nöqtəyi-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 yoxlanılması;

- əsas qrafikanın eskizinin hazırlanması;

- başlığın və yarımbaşlığın 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 (bütövlü) 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 (nisbətlər, rəqəmlər) doğru göstərilməsinə əmin olmaq lazımdır. İlk ölçü vahidi eyni olmalıdır ki, ölçüləri normal müqayisə etmək mümkün olsun.

5. Sahədən 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 lazımı 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 oxunmasına 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-ci ilin fevral ayından 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 infoqrafika, 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.

ƏDƏBİYYAT:

1. Техника и технология СМИ: печать, телевидение, радио, Интернет– СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2006, с.32

2. Симакова, С. И. - Цифровые обозначения как фактор формирования картины мира читателя в современной медиаситуации – Журнал «Челябинский гуманитарий» – Челябинск, 2010. – № 3, с.12

3. Смирнова Е.А. - Инфографика в системе журналистских жанров Вестник ВолГУ, Серия 8. Вып. 11, 2012, с.92

4. Селеменов С.В. Школьная инфографика - «Образование и современная школа». – 2010. – №2. – С.35

5. <https://infogra.ru>