

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС  
ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ  
ЎЗБЕКИСТОН ДАВЛАТ ЖАҲОН ТИЛЛАРИ УНИВЕРСИТЕТИ  
ХАЛҚАРО ЖУРНАЛИСТИКА ФАКУЛЬТЕТИ

# РЕФФЕРАТ

*Мавзу:* “Нурлы жол” газетасида дизайн элементларининг қўлланиши

*Тайёрлади:* 4-босқич талабаси

Жугинисова Нурия

Тошкент 2011

## Режа

1. Кириш
2. Газета дизайни элементларининг қўлланиши
3. Нашр формати
4. Рукнлар ва саҳифаларнинг номалиниши
5. Газета дизайнини шакллантирилишининг аҳамиятли жиҳатлари.
6. Хулоса
7. Фойдаланилган адабиётлар рўйхати.

Ҳозирги замон газеталари ОАВ ўртасидан рақобатни ҳисобга олган ҳолда нафақат аҳолининг хусусиятини бойитиш, балки ташқи кўринишига ҳам жиддий эътибор қаратиш лозим. Машҳур газета дизайнера Марио Гарсио ўзининг «Замонавий газета дизайни» китобида газетани юқори сифатда саҳифалаш бу – матннинг бошқа визуал элементлар: шрифт, фотография, рангли безаклар ва информацион графикалар билан пухта ва мантиқий уйғунлашувидир. Ҳар хил давлат ва халқларнинг кийинишлари бир-бирларидан фарқ қилганидек, газеталардаги дизайннинг бирор усулини энг зўр деб айтиш нотўғри бўлади, сабаби уни саҳифалашда ўқувчи ёши, ижтимоий келиб чиқиши, қизиқиши, керак бўлса дини ва ҳ.к. маҳсулотнинг” тез ва енгил “ҳазм” қилинишини таъминлаши лозим. Ривожланган давлатларда реклама берувчилар газеталар дизайнларининг профессионалик жиҳатларини ҳам ҳисобга олишар экан ҳисобга олинади. Газеталар жуда ранг-баранг қилиб безатилиши ҳам керак эмас, аксинча функционал характерга кўпроқ эътибор қаратилиши керак. Яхши дизайн газетадаги ахборотнинг ўқувчига кўзланган даража етиб бориши учун хизмат қилиши керак, яъни газетада дизайн бу “жараён” у сезилмаслиги лозим, ундаги маълумотлар эса маҳсулотдир. Шунинг учун, дизайн- саҳифаланган газета саҳифаларида ўқувчи ҳамма нарсага кўз югуртириши кутилади.

Газетани саҳифалашда ҳар бир элементларнинг функцияларини эътиборга олиш керак. Уларнинг асосийлари қуйидагилар:

1. Газетанинг номи, унинг доимий шиори, муассасаси ёки уни чоп қилаётган ташкилот номи, чоп қилинган сана, тартиб рақами (йиллик ва умумий), газета ташкил қилинган вақт ва баҳоси. Газета номи одатта битта ёки иккита сўздан иборат бўлиб, маълум мазмунни англатиши керак.

“Нурлы жол” газетасининг шиори “Бакыт-достыкта, ырыс-ынтымақта” (Бахт дўстликда, бирдамликдадир!). Бош муҳаррири Рысбай Анарбеков.

Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Қонунчилик палатасининг кенгаши, Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Сенатининг Кенгаши, ҳамда Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси Палатаси муассасасининг остида нашр қилинади. "Нурлы жол" газетаси 2008 йили 5 июнда Ўзбекистон Босма ва ахборот агентлигида 0004-сони билан тикланган. ISSN 2010-6343 Офсеттик босими. Газета формати А2. Ҳафтасига 2 марта чиқарилади. Газета 2716 нусхадан иборат. Индекси:168. Кўлами 2 варақ. Саҳифаловчи дизайнер: Қайсар Рахмонов.

Бизнинг таҳлил объектимиш қозоқ тилидаги нашр этиладиган "Нурлы жол" газетаси номи билан рўйхатга олинган. Газета Ўзбекистон бўйлаб тарқатилади. "Нурлы жол" газетасининг потенциал аудиторияси Ўзбекистон Республикасида истиқомат қилувчи қозоқ миллатига мансуб фуқаролар бўлганлиги сабабли биринчи навбатда ушбу ўлкадаги қозоқ маданияти, қозоқ миллатининг ўзига ҳос қадриятлари, урф одатлари, кундалик турмушининг ёритилишини кўришимиз мумкин.

"Нурлы жол" газетасининг 1-чи бетидаги тепа қисмининг чап тарафида жойлашган газета логотипига алоҳида тўхталиб ўтамиз. Газета логотипининг шрифти махсус буюртма асосида чизилган. Газета логотипи дизайни пухта ишлаб чиқилгани қуйидаги хусусиятларда акс этган:

- газета логотипи нафақат жарангдор, балки рамзий маънога ҳам эгадир;
- логотип этник, яъни қозоқ халқи ва унинг маданиятига оид нақшлардан фойдаланилаган;
- логотипнинг «жол» сўзида қанотлар чизилган бўлиб, эркинлик тимсолини англатади.
- логотипнинг орқа тарафидан Ўзбекистон Республикаси байроғи, герби жой олган.

Компьютер ёрдамида чиройли ва мураккаб кўринишдаги ҳарфлар ишланмоқда. Номларнинг кўринишига бўладиган талаб: унинг соддалиги, доимийлиги ва аниқлиги. Газета номининг ҳажми одатта 4-6 колонкани

камраб олади. Унинг шиори эса газетанинг устки ўнг бурчагида жойлаштирилади.

Газетадаги бадий иллюстрация чизиклар нашрнинг қандай аудитория учун йўналтирилишига қараб бир-биридан фарқ қилади. Масалан, санъат вакиллари учун мўлжалланган газета чиройли нақшлар билан безатилган бўлиши, сиёсий газетада эса жиддий чизикларгина ишлатилиши мумкин. Албатта, газетанинг асосий қисми маъно ва моҳияти бўйича ажралиб турадиган янгиликлар ва мақолалардан иборат, буларни эса шу жиҳатларидан келиб чиққан ҳолда, ҳар бир жанрни ўзига мос мавзудаги саҳифага жойлаштирилиш лозим. Замонавий газета кўринишида асосий қизиқарли ва муҳим материаллар парчалари газета сиртига жойлаштирилади. Бунга газеталар бозоридаги рақобат сабабчи бўлган, бу албатта бир қарашда ўқувчиларнинг эътиборини жалб қилиш учун ишлатилади. Шундай экан газеталарнинг ўқувчиларга яқинлашишида сарлавҳаларнинг ҳам аҳамиятлилик даражаси катта. Агарда мақола бошқа бетда давом этадиган бўлса, унда ўқувчига йўналиш бериш керак бўлади (давоми 23-бетда), йўналтирилган жойда эса албатта уни муҳлисни тез топиши учун калит сўзлар келтирилиши керак.

Колонтитул ҳам газетанинг кўриниши ва ўқувчи учун қулайлик яратиши жиҳатидан сезиларли даражада аҳамиятга эга. Колонтитул – бу ҳар бир саҳифа тепасида ёзилиб, унда газета номи, ўша саҳифанинг мазмуни (ёки жанри), тартиб рақами, газета сони ва чоп қилинган вақт қайд қилинади. Колонтитулга безак бериш ҳар хил бўлади.

“Нурлы жол” газетасида фақат қора рангдан фойдаланилганлиги сабабли колонтитуллар ҳам қора рангда берилади. Унда газета сони, санаси, саҳифанинг мазмуни, газета номи ва газета бетининг рақами берилган.

Қозоқча газеталарда мисол учун “Алтын босаға” газетасида колонтитуллар газета номи, саҳифанинг мазмуни, газетанинг электрон

почтаси манзили ва саҳифанинг рақами берилади. Колонтитулга безак сифатида 5та тўғри чизиклардан фойдаланилган.

Газета формати – унинг бўйига ва узунасига мм.да умумий қабул қилинган ҳажмидир. Улар асосан А2, А3 ва А4 форматларида чоп қилинади. “Нурлы жол” газетаси А2 форматида чоп этилади.

Айтиш мумкинки, бироз йиллар олдин газетанинг катта ёки кичиклиги унинг мавқеини белгилар эди, шунинг учун кўпчилик ташкилотлар ўз газеталарини иложи борича А2 форматида чоп қилишга ҳаракат қилар эди. Аммо, ҳозирга келиб эса, газеталар ўқувчиларнинг истак ва қизиқишларини ҳисобга олиб, яъни мижоз талабидан келиб чиққан ҳолда ўз форматларини танламоқда. Ундаги материалларнинг ҳажми форматига боғлиқ бўлмай қолди. Шундай экан, ҳар қандай ташкил қилиниши арафасида турган нашр ўз аудиториясини олдиндан ўрганиб, уларга қайси формат маъқул бўлишини аниқлаб олиш мақсадга мувофиқдир.

Колонкаларнинг сони ҳар ҳил бўлади, А2 форматида 8, А3 форматида 6, А4 форматидаги газеталарда 4 тагача колонкалар жойлаштирилади. Бу дегани иллюстрация ва дизайннинг шаклига қараб колонкалар сонлари мослашади, мисол учун А4 да баъзан битта колонка ҳам бўлиши мумкин. Тор колонкага нисбатан кенг колонкадаги матнни ўқиш сезиларли даражада секин амалга ошар экан.

«Нурлы жол» газетасида А2 форматдаги газета бўлганлиги сабабли 8 та колонкалардан иборатдир. Газетадаги мақолалар кўламига қараб колонкалар 1, 2, 3,4 колонкалардан ҳам фойдаланилади.

Олдинги технологияга нисбатан айни вақтда шрифтларни ишлатилишда катта имкониятлар бор, шундай бўлса ҳам, газеталарда муҳлисларнинг кўзи ўрганган (яъни кўзни чарчатмайдиган) доимий шрифтлардан фойдаланган маъқул. Тажрибали дизайнерларнинг фикрича колонкалар орасига жуда зарур бўлмаса чизик тортилмагани маъқул.

“Нурлы жол” газетасида материаллар асосан 9 (стандарт) катталигидаги шрифтда ёзилади. Колонкалар орасига тортиладиган чизиқларга келадиган бўлсак, улар деярли учрамайди. Истисно ўрнида материалларнинг жойлашувига қараб материал ҳажмини белгиловчи чизиқ тортилишини кўзатишимиз мумкин.

Мақола ёки бошқа турдаги материаллар охирида муаллифнинг исми, фамилияси ва лавозими кўрсатилади. Баъзи хорижий давлатларда, газеталарда чоп этилаётган материаллар муаллифларининг қайси партиёга аъзолигини кўрсатади. Бу биринчидан ўша партиёнинг қизиқишлари қай йўналишдалигини ва иккинчидан бошқаларни ҳам ўз партиёсига жалб қилишига хизмат қилади. Агарда, газетада чоп қилинган асар муаллифи бир кишидан ортиқ бўлса, унда муаллифларнинг ижтимоий статусига қараб кетма-кетлик белгиланади, улар ичида ўша редакция ходими ҳам бўлса у охирида кўрсатилади. Берилаётган материал ҳажми жуда катта бўлса муаллиф мавзу тагида ҳам берилади, хорижий газеталарда эса бу доимий ҳолат бўлиб, материал ҳажмига боғлиқ эмас.

**Шапка** – газетада бир ҳил йўналишдаги мақолалар гуруҳи жойлаштириладиган саҳифанинг умумий мавзусидир. У одатта 2-4 сўздан иборат бўлади, масалан: “Огоҳлик – давр талаби”.

“Нурлы жол” газетасида асосан қуйидаги шапкаларни кўзатишимиз мумкин, яъни булар: “Келбет” (“Сиймо”), “Бағдарлама” “Үдерис”, “Қоғам” (“Жамият”), “Тағдыр” (“Тағдир”), “Өнер” (“Хунар”), “Әлеумет” (“Жамоатчилик”), “Шарайна”, “Медицина” (“Тиббиёт”), “Көңілашар” (“Кўнгилочар”), “Балдәурен” (“Болалик”), “Ақ тилек” (“Эзгу тилак”), “Қазына” (“Ҳазина”), “Ақ босаға” (“Остона”), “Руханият” (“Маънавият”), “Тәлим-тәрбие” (“Таълим-тарбия”), “Тәжрибе” (“Тажриба”), “Тағылым”, “Саясат” (“Сиёсат”), “Замана” (“Замон”), “Жыл сыйы” (“Йил тухфаси”) ва ҳоказолар. Юқорида келтириб ўтилган шапкалар газетанинг ҳар сонидан бериладиган материалларнинг умумий мазмунига қараб янгиланиб туради.

Газета дизайнини шакллантирилишининг аҳамиятли жиҳатлари. “Нурлы жол” газетасида мақолалар олдига қўйиши бунда мақоланинг мазмунини ҳам акс эттириб туради, баъзи жойларга расмлар қўйилади, матн камлиги учун. Масалан: “Нурлы жол” нинг 8 декабрь 2011 йил 98-сонида “Ата заънның аясында” номли мақоланинг 2та расм берилган, чунки сарлавҳа хажми кам берилган.”Нурлы жол” газетасининг биринчи саҳифасига Ўзбекистон Республикаси президенти И.А.Каримовнинг қарорлари ва сиёсий, иқтисодий, тамойиллари. 2- бетига парламент, жамият ҳаётига оид материаллар, таълимот ҳақидаги материаллар бериб борилади. 3 бетга қишлоқ ҳаётига оид, ўқитувчилар Тиббиёт соҳасига оид мақолалар чоп этилади. 4- бетга Адабиётга, истеъдод, спорт бўйича материаллар берилади. Газетанинг юқори томонидан пастга қараб колоналар қўйилади. Бунда таҳририят ходимлари, таҳририят тўғрисидаги маълумотлар, телефон рақамлари, манзили берилади. Ҳафтада икки марта чиқадиган газетанинг бир сонида бағдарлама яъни кўрсатувлар дастури, еске алу ёхуд хотира, табриклар, мысқылдар ёки латифалар, топишмоқлар берилади. Ҳар бир байрамда 3-4чи бетларда байрамга мақолалар, қизиқарли маълумотлар берилади.

Матбуот нашрларининг ҳозирга қадар чоп этилиши ва жамиятда ўзига хос таъсирга эгаллиги сўзнинг кучли восита эканини кўрсатади. Адабий ижоддан кучли ва кўп ўзгаришлар кутган кишилар бошқа одамларнинг ҳатто матбуот қаттиқ назорат остида бўлган вақтларда ҳам газета чоп этишдан тўхтамадилар ёки бу ишга ёрдам бердилар. Бироқ ҳозирги вақтга келиб мамлакатимиз кишилари ҳаётида шундай янгилинишлар бўлмоқда, газеталар ҳам улардан ортда қолиши мумкин эмас. Матбуот янгича бозор иқтисодиёти шароитида яшаб қолиш учун энди фақат ахборот бериш билан чекланиб қолмай, аҳоли эътиборини қозонишни ўйлаши керак бўлиб қолди. Бугун муҳаррирлар газетанинг нафақат мазмун-мундарижаси, балки унинг ташқи кўриниши – дизайни устида ҳам бош қотиришга мажбур бўлмоқдалар.



Ҳозирги кунда муҳаррирлар ҳам, соҳа мутахассислари ҳам яхши дизайн кандай бўлиши кераклиги ҳақида турлича фикр билдирадilar, лекин бу масалага узил-кесил битта аниқ жавоб топиш мушкул. Дунёда бир мунча машҳур газета дизайнери Марио Гарсиа ўзининг Contemporary Newspaper Design /Замонавий газета дизайни/ китобининг учинчи нашрида қуйидагиларни ёзади:

“Газетага безак беришнинг юқори сифати – бу матн билан визуал элементлар – шрифт, фотография, рангли безаклар, инфографика ва “оқ бўшлиқ”ларнинг аниқ ва оқилона бирлаштиришдир. Ва агарда ана шу бирлаштириш керакли даражада амалга оширилган бўлса, унда ҳар бир элемент ўқувчи эътиборини тортади ва ахборотни янада таъсирчанроқ бўлишига эришилади”.

Яхши дизайн янгилик ва бошқа турдаги ахборот материалларининг оқилона ва ёқимли тарзда узатилишини таъминлайди. Дизайн – бу жараён, тайёр маҳсулот эмас, шу боис у турли бачканаликдан холи ва сезилмайдиган даражада бўлиши керак.

Дизайн жараёни бир қатор оддий элементлар – устунлар орасидаги бўшлиқлар, сарлавҳа ва матн, суратлар ва уларга бериладиган изоҳ кабиларга алоҳида эътибор бериш билан бошланади. Шрифт, сарлавҳа, фотосуратлар, безак ва бўшлиқ каби элементлардан доимий равишда моҳирона фойдаланиш ҳал қилувчи роль ўйнайди. Чунки улар газета таркибини тузиб чиқиш ва уни муаввафақиятли безатишда асосий калит вазифасини ўтайди.

Ўқувчилар газета дизайнига қанчалик боғланиб қолишса, янгиликларнинг доимий тарзда тасвирлаб боришни ҳам шунчалик кутадилар. Газетанинг ташқи қиёфасига алоҳида эътибор қаратиш орқали ўқувчилар ишончини қозониш мумкин.

Намунали даражада амалга оширилган дизайн журналистик материалларни осон ўқиш ва тушунишга ҳам замин яратади. Матн, сарлавҳа ва турли қайдлар учун шрифтни тўғри танлашдаги энг асосий омил бутун

бир саҳифа ёки унинг бир қисмининг аниқ ажратилганидир. Агар дизайн элементлари ахборотни тезда ва тўлиқ қабул қилишинига хизмат қилмаса, ҳар қандай яхши дизайн ҳам ҳеч нарсага арзимаётган қолади. Ахборотни қабул қилишда дизайн усуллари ва тағзаминли ишоралари хусусида бош қотиришга ортиқча ўқувчиларнинг вақтлари ҳам, сабрлари ҳам етмайди. Дизайнернинг асосий вазифаси ўқувчига ҳаётни мураккаблаштириш эмас, балки енгиллатишдир. Умуман, дизайнер Гарсиа таъбири билан айтганда, яхши бажарилган дизайн янги сюрпризларга эшик очади. Фотосуратни қўйилмаган тарзда кесиш ва жойлаштириш, ўзига хос сарлавҳа шакли ёки драматик безаклар ўқувчилар учун ҳайратланарли қўйилмаган ҳолат бўлиб кўриниши мумкин. Айнан шу нарса уларни сизнинг нашрингизга қайта-қайта муружаат қилишларига туртки бўлиши мумкин. Сюрприз элементини тез-тез қўйиш имконияти туғилиши учун газета дизайни ҳам етарли даражада ўзгартиришга қулай бўлиши керак.

Эътиборни тезда ўзига тортадиган ва енгил ўқиладиган газета нафақат ўқувчилар, балки реклама берувчиларга ҳам ёқади. Улар ҳам ўз рекламалари йўналтирилган кишилар эълон матнини кўзни қувонтирадиган контекстда кўришларини хоҳлайдилар. Шунингдек, реклама берувчилар ўқувчилар бирор хабарни қўнғ билан ўқишга тутинганларида тўсатдан рекламага эътибор қаратишлари яхши самара беришига ишонадилар.

Бундан ташқари, сифатли газета дизайни рекламалар қиёфасининг ҳам яхши бўлишига хизмат қилади.

#### **Фойдаланилган адабиётлар рўйхати**

1. Қаримов И.А. Энг асосий мезон – ҳаёт ҳақиқатини ақс эттириш. Т.: “Ўзбекистон”, 2009.
2. Ф.Мўминов. Техника средств массовой информации и пропаганды (оформление периодических изданий). – Ташкент.: ТошГУ. 1986.
3. Ф.Мўминов. Журналистика самарадорлиги. Ташкент, ТошДУ. 1996.
4. Б.Байимбетов. Интернет учун материал тайёрлаш хусусиятлари. Маъруза матнлари. 2005
5. Я.Федотова. Массовая информация стратегия, производства и тактика потребления. М. : МГУ. 1996 й.

