

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY VA O'RTA MAXSUS
TA'LIM VAZIRLIGI**

**O'ZBEKISTON DAVLAT JAHON TILLARI
UNIVERSITETI XALQARO JURNALISTIKA FAKULTETI
JAHON JURNALISTIKASI NAZARIYASI, AMALIYOTI VA
TARIXI KAFEDRASI**

Boboxonova Feruza Muhiddinovna

**BEZAKLI JURNALLAR DIZAYNINING AUDITORIYA
PSIXOLOGIYASIGA TA'SIRI
("JANNAT MAKON" VA "HARPERS BAZAAR" JURNALLARI
MISOLIDA)**

**5320400-xalqaro jurnalistika ta'lim yo'nalishi bo'yicha bakalavr
darajasini olish uchun**

BITIRUV - MALAKAVIY ISHI

"HIMOYAGA TAVSIYA ETILADI"
"Jahon jurnalistikasi nazariyasi, amaliyoti va
tarixi" kafedrası mudiri
_____ f.f.n., dot. N. Toshpo'latova
2012 yil "____" _____

ILMIYRAHBAR:
_____ o'qituvchi,
Y. Erkaboyeva
2012 yil "____" _____

Toshkent – 2012

HIMOYAGARUXSATETILDI:

Fakultetdekani:_____ **dotsent**A. Nurmatov

Kafedramudira:_____ **dotsent**N. Toshpo'latova

Ilmiyrahbar:_____ **o'qituvchi**Y. Erkaboyeva

Rasmiytaqrizchi:_____ **D. Do'ltayeva**

BITIRUVMALAKAVIYISHI

MAVZU: Bezaklijurnallardizayniningauditoriyapsixologiyasigata'siri
(“JannatMakon” va “HarpersBazaar” jurnallarimisolida)

DAKqarori: Bakalavr yo'nalishi 402-guruhtalabasi

BoboxonovaFeruzaningBitiruvmalakaviyishi “_____”gabaholansin.

“_____” _____2012 yil

DAK raisi:

A. Rahimov

DAK kotibi:

Y. Erkaboyeva

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY VA O‘RTA MAXSUS TA'LIM
VAZIRLIGI
O‘ZBEKISTON DAVLAT JAHON TILLARI UNIVERSITETI**

Fakultet _____

Kafedra _____

Ta'lim yo'nalishi _____

“Tasdiqlayman”
“Jahon jurnalistikasi nazariyasi, amaliyoti
va tarixi” kafedrası mudiri
f.f.n., dots. N.Toshpo'latova

(F.I.Sh, ilmiy daraja va unvoni)
“____” _____ 20__ y.

Bitiruv malakaviy ishini bajarishga

TOPSHIRIQ

(talabaniing familiyasi, ismi-sharifi (to'liq))

1. BMI mavzusi _____

2. BMI mavzusi universitetning 20__ yil “____” _____ dagi _____ -sonli buyrug'i bilan tasdiqlangan.

3. Tugallangan ishini topshirish muddati: 20__ yil “____” _____

4. Bitiruv malakaviy ishini yozish bo'yicha ko'rsatma:

a) ishning boshlang'ich ma'lumotlari _____

b) ish tarkibi: _____

v) ishning umumiy hajmi: _____ bet

g) ishning ilovasi: _____

d) ishini yozish reja-jadvalini 20__ yil “____” _____ gacha taqdim etish;

ye) ishini me'yoriy talablarga muvofiq rasmiylashtirish 20__ yil “____” _____.

6. Topshiriq berilgan kun _____

Bitiruvchi: _____

(imzo)

Ilmiyrahbar _____

(FISH, lavozimi, unvoni)

№	BMI bob va bo'limlarining nomlari	Ilmiy rahbarning F.I.SH	Topshiriq berilgan sana, imzo	
			Topshiriq berdi	Topshiriq oldi
I.	Dizayn va uni yaratishda milliy xususiyatlar va maktablar	Y. Erkaboyeva		
1.1.	Jurnallarda dizaynning o'rni, ahamiyati hamda ko'rinishi	Y. Erkaboyeva		
1.2.	Tanlangan sarlavha, rasm, rang hamda shriftlarning to'g'ri qo'llanilishi, mutanosibligi, uyg'unligi	Y. Erkaboyeva		
II	Auditoriya psixologiyasi va dizayn	Y. Erkaboyeva		
2.1.	“Jannat Makon” jurnalida milliylikning namoyishi	Y. Erkaboyeva		
2.2.	“Harpers Bazaar” va “Jannat Makon” jurnallari. O'rtadagi tafovut hamda o'xshashliklar	Y. Erkaboyeva		

№	BMI bob va bo'limlarining nomlari	Bajarish muddati	Bajarilganligi haqida ilmiy rahbar imzosi
I.	Dizayn va uni yaratishda milliy xususiyatlar va maktablar		
1.1.	Jurnallarda dizaynning o'rni, ahamiyati hamda ko'rinishi		
1.2.	Tanlangan sarlavha, rasm, rang hamda shriftlarning to'g'ri qo'llanilishi, mutanosibligi, uyg'unligi		
II	Auditoriya psixologiyasi va dizayn		
2.1.	“Jannat Makon” jurnalida milliylikning namoyishi		
2.2.	“Harpers Bazaar” va “Jannat Makon” jurnallari. O'rtadagi tafovut hamda o'xshashliklar		

MUNDARIJA

	Nomlanishi	Betlar
Kirish		3-6
Birinchi bob. Dizayn va uni yaratishda milliy xususiyatlar va maktablar		
	1.1 Jurnallarda dizaynning o'rni, ahamiyati hamda ko'rinishi	7-17
	1.2 Tanlangan sarlavha, rasm, rang hamda shriftlarning to'g'ri qo'llanilishi, mutanosibligi, uyg'unligi	18-33
Ikkinchi bob. Auditoriya psixologiyasi va dizayn		
	2.1 "Jannat Makon" jurnalida milliylikning namoyishi	34-44
	2.2 "Harpers Bazaar" va "Jannat Makon" jurnallari. O'rtadagi tafovut hamda o'xshashliklar	45-53
Xulosa		54-58
Foydalanilgan adabiyotlar va manbalar ro'yxati		59-62
Ilovalar		63-73

Kirish

Axborot bozorida nashriy ommaviy axborot vositalari o'zining bozorini rivojlantirish maqsadida tinimsiz raqobatbardoshlik qilib kelmoqda. Buni turli xil omillarda, ayniqsa nashr dizayniga qaratilgan e'tibordan bilsa bo'ladi.

Rivojlangan mamlakatlarda matbuotning jadallik bilan rivojlanishi ommaviy axborot vositalari o'rtasida jiddiy raqobatga sabab bo'lmoqda. Hozirgi kunda iqtisodiy tizimga aylanib ulgurgan nashriy ommaviy axborot vositalarining zamonaviy bozor texnologiyasiga qiziqishi o'sib borishi moliyaviy muvaffaqiyat omili bo'lgan bu maxsus tovar xizmat turining raqobat bardoshliligiga keng e'tibor qaratishni talab qilmoqda.

Ommaviy axborot vositalarining raqobatbardoshliligiga kengushuncha sifatida qarash kerak va unda tovar xususiyatlari, tovar ko'rinishlari, narx, shuningdek, axborot va reklama bozorida savdo-sotiq markasi va uslublarining harakatlanishi hamda ularning bir-biriga ta'siri kabilarni o'rganish mumkin.

Mavzuning dolzarbligi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida nashriy ommaviy axborot vositalari uchun raqobatbardoshlik omillari sirasiga, shubhasiz, mazmundorlik, axborotning ishonarliligi, tezkorlik, yo'nalish va uslub, shuningdek, sotuvni uyushtirish, reklama kabi marketing usullari ham kiritiladi. Nashrlarning dizayni ana shu omillardan muhim va asosiysi sanaladi.

Shu asosda zamonaviy bozor iqtisodiyoti sharoitida matbuot nashrlarining shakli va dizayni, raqobatbardoshlik va matbuotning o'z o'quvchilari sonini kengaytirishda muhim o'rin tutadigan omilga aylanib ulgurgan.

Zamonaviy matbuot dizayni jurnallarning tashqi ko'rinishlarini ya'ni rang, jadvallar, rasm va boshqa grafika shakllarini ishlatilishi va elektron nashrlarni sahifalashda professional usullardan foydalanish axborot yetkazishning muhim omiliga aylanib bormoqda. Zamonaviy jurnalistikada muhim hisoblangan auditoriya talablaridan kelib chiqib, faoliyat yuritish, nashriyot ishlari, gazeta va jurnallarda sahifalash talablari, jurnal sahifalarida dizayn qilish ishlari haqida bilim beriladi. Nashrda jurnalist tarqatayotgan axborot va har xil ma'lumotlarning muhlislar uchun

ta'sirchan bo'lishida dizaynning ahamiyati yuqori. Bosma nashrlarning aynan shu jihati **tadqiqotimizni dolzarbligini** ta'minlaydi.

Bitiruv malakaviy ishining o'rganilganlik darajasi. Bugungi kungacha olib borilgan nashrlar dizayni haqida tadqiq qilingan ishlar ko'pchilikni tashkil qiladi. Dizayn butun bir majmua holida jamuljam tadqiq etilmagani va ommaviy axborot vositalaridagi materiallar asosida mukammal qiyosiy tahlil qilinmaganli ihimizni mukammal o'rganish zaruratini tug'diradi.

Nashrlar dizayni bo'yicha Abdullayeva N. B. , Mo'minov F. , Lazavich. E. A. , Галкин С. И. , Вяземский Б. А. , Гребелников А. А. , Тулупов В. В. , Картер М. А. , Щостак М. И. , Киселев А. П. , Обухов Й. Л. , Гуревич С. М. , Кузмина Н. , Карен Саркисян larningnashlar dizayni bo'yicha ushbu adabiyotlardan bir qancha fikrlaridan hamda psixologiyaga oid: V. Karimova, Аникеева Н. Н, Пронина Е, Леонтов А.А, Sosnovskaya A.M. kabilarning mavzuga doir adabiyotlardan foydalanib, o'rganib chiqildi.

Bugungi kungachadizaynga oid bir necha ilmiy ishlar qilingan, ayniqsa gazeta dizayni bo'yichaСулаймонова С. Р. “Дизайн современной газеты: принципы, тенденции и закономерности” nomli dissertatsiyasi ahamiyatga molik.

Ishning metodologik asosini O'zbekistonRespublikasining Konstitutsiyasi, O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I. A. Karimovning asarlari, OAVlar bo'yicha O'zbekiston Respublikasida qabul qilingan Qonunlar, respublika va xorijiy ommaviy axborot vositalarida e'lon qilingan maqolalar tashkil etadi.

Tadqiqot obyekti. O'zbekistonda nashr etiladigan “Jannat Makon” milliy, xususiy jurnali va Rossiyada chop etiladigan “Harpers Bazaar” moda jurnalining dizayn ko'rinishlarini o'rganish hamda qiyoslash.

Tadqiqot predmeti. Bezakli jurnallarda qo'llaniladigan dizaynning auditoriyaga ta'siri jihatdan e'tibor berish kerak bo'lgan masalalarni yoritilishi, ularni o'rganib chiqish. Mavzuga oid turli xil fikrlarni oydinlashtirish, tahlil qilish jarayoni, tajribasi va kamchiliklarini ilmiy o'rganish.

Ishning maqsadi. Ilmiy ishimizning maqsadi bezakli jurnallar dizaynini auditoriyaga qay jihatdan hamda qanchalik ahamiyatligini ko'rsatish. Dizaynning ko'rinishlari jihatidan tahlil etish, xulosalar, takliflar ishlab chiqishdan iborat. Jurnal qiyofasini shakllantirishda dizaynning o'rni va ahamiyati tadqiq etish yurtimizda bosma jurnalistikaning, xususan jurnal dizayni tarixining shakllanish va rivojlanish omillarini o'rganishga yordam beradi. Bu maqsadga erishishda **qator vazifalarni** bajarish talab etiladi:

- Dizayn tushunchasiga ta'rif berish;
- Jurnallarda dizaynning tutgan o'rnini qanchalik ekanligini ko'rsatib berish;
- Dizaynning ahamiyatligini isbotlash hamda shu orqali boshqa yangi tadqiqot ishlariga ko'mak berish;
- Dizaynga e'tibor berish, uni takomillashtirish, kengroq qo'llashga doir xulosalarga kelish va turli takliflar ishlab chiqish;
- "Jannat Makon" hamda "Harpers Bazaar" jurnallari dizaynini qiyoslash, bir-biriga taqqoslash orqali uni tahlil etishdan iboratdir;

Tadqiqotning ilmiy yangiligi shu bilan belgilanadiki, bosma nashrlar orqali axborot uzatishda dizayn masalalari ilk bor ilmiy jihatdan tahlil etiladi.

- Bosma nashrlar dizaynining asoslari tahlil etildi;
- Jurnallarning bezatilish xususiyatlari tadqiq etildi;
- Bosma ommaviy axborot vositalari, jurnallar dizaynini takomillashtirish va ko'rimlilikini oshirishga asoslangan ilmiy taklif va tavsiyalar ishlab chiqildi;

Bitiruv malakaviy ishining nazariy va amaliy ahamiyati. Tadqiqot davomida yig'ilgan va tahlil etilgan adabiyotlar majmui, manbalar, nazariy va amaliy tavsiyalar dizayn borasida chuqur taassurot vujudga kelishiga sabab bo'ldi. Jurnal dizayni o'zining auditoriyasi kengayishiga qanchalik ahamiyatli ekanligi hamda jurnal dizayni o'quvchilarning estetik didini, dunyoqarashini shakllanishiga, o'stirishiga xizmat qilishini izohlash hamda dizaynga ko'proq ahamiyat berish kerakligini, uni

yanayam rivojlantirish, yuksaltirishga ko'maklashish kabilar tadqiqotning nazariy va amaliy ahamiyati hisoblanadi.

Bitiruv malakaviy ishining tuzilishi: Tadqiqot ishi kirish, ikkita bob, to'rtta bo'lim, xulosa, adabiyotlar ro'yxati hamda ilovalardan iborat.

I.BOB. DIZAYN VA UNI YARATISHDA MILLIY XUSUSIYATLAR VA MAKTABLAR

1.1 JURNALLARDA DIZAYNNING O'RNI, AHAMIYATI HAMDA KO'RINISHI

“Bizning islohotlar davomida nainki moddiy farovonlikka, ayni paytda ma'naviy yuksalishga ham erishishni o'zimiz uchun asosiy mezon deb bilganimiz umumiy taraqqiyotimizda bir tomonga og'ib ketmaslik, jamiyat hayotida suv bilan havodek zarur bo'lgan muvozanat va barqarorlikni ta'minlashda muhim ahamiyat kasb etmoqda.”¹

Bosma nashrlar ichida jurnal o'zining sifatliiligi, o'quvchilarni ko'proq o'ziga jalb qila olishi bilan ajralib turadi. Dastlabki jurnallar Fransiyada nashr qilingan. Jurnal (“journal” fransuzcha, kundalik daftar) – bosma davriy nashr hisoblanadi. Axborotni tanlash, tahlil etish va baholashning asosiy vositalaridan biri. Jurnal gazeta kabi jamoatchlik fikriga ta'sir o'tkazish yo'li bilan uni shakllantirishga xizmat qiladi, omma ijtimoiy ongiga muayyan va qadriyatlarini singdiradi. Inglizcha “magazine” , fransuzcha “revue” , nemischa “zei shchrift”, ispancha “relista” so'zlari ham jurnal ma'nosini anglatadi. Chop etilish muddati ya'ni davriyligi jihatidan jurnallar, odatda haftada, o'n kunda, ikki haftada, oyda, ikki oyda, har uch oyda, yarim yilda bir marta nashr qilinadi. Jurnallarda ijtimoiy va tabiiy voqealar, kundalik gazetalarnikiga nisbatan batafsilroq va chuqurroq tahlil qilinadi. Jurnallar mundarija yo'nalishiga ko'ra farqlanadi: ijtimoiy-siyosiy, adabiy-badiiy, ishlab chiqarish-texnikaviy, ilmiy-ommabop va boshqa jurnallar jamiyatdagi turli yoshdagi kishilarga mo'ljallanadi. So'nggi paytda ommaviy jurnal sahifalaridan amaliy san'at asarlari, uy bekalariga maslahatlar, xizmat etyudlari tobora kengroq joy olmoqda. Jurnallarning bichimi, asosan, davlatvatarmoq standartlarida belgilangan bichimlarda, hajmi va adadi ya'ni tiraji cheklanmagan holda davlat standartlari talablari asosida nashr qilinadi.²

¹Karimov.I. A. Yuksak ma'naviyat – yengilmas kuch. – Toshkent: Ma'naviyat, 2008, B.107.

²Jurnalning ham o'z andozasi bor//O'zbekistonmatbuoti.2011y. 4-son. - B.76.

Jurnal hajmi va uni bezash unsurlarini belgilashda jurnal mundariyasi va uning o'quvchilari doirasidan kelib chiqiladi. Odatda, ommaviy jurnallar adabiy-badiiy, ilmiy-ommabop, bolalar, ayollar, o'smirlar uchun hamda madaniyat, modaga mo'ljallangan nashrlar katta hajmda chiqariladi.

Dizayn (ing. "design" - loyiha, chizma, rasm) – narsalar muhitini estetik va funksional sifatlarini shakllantirish maqsadiga qaratilgan loyihalash faoliyati turlarini ifodalovchi termin.³

Dizayn - predmetli muhitning estetik va funksional sifatlarini shakllantirish maqsadida loyihalashtirish turlari. 1969yilda atamaga "sanoat ishlab chiqargan predmetlarning formal sifatlarini aniqlashni maqsad qilgan ijodiy faoliyat" ma'nosi berilgan. Bugungi reklama sohasida katta ahamiyat kasb etmoqda.

Dizayner – dizayn sohasi mutaxassisi, reklama mahsuloti, gazeta, jurnal, kitob, videokliplarni bezashda ishtirok etadi.⁴

Jurnallar, asosan, muqovasi, rangli, ichki sahifalari ofset qog'ozda chop etiladi. Nashr zamonaviy dizayn asosida bezatilgan bo'lishi shart. Har bir yangi soni nashr etilgandan so'ng, internetdagi saytiga kiritilishi lozim.

Eng dastlabki jurnallar kitoblarning ko'rinishi va tuzulishiga juda o'xshash bo'lgan. Vaqt o'tishi bilan odamlarning axborotga bo'lgan talabi ortgan sari jurnallar o'zining hajmini kattalashtirgan, uning sarlavhalari katta shriftlarda berila boshlagan, kolonkalarga bo'lingan holda sahifalangan. Jurnal esa asosiy e'tiborni tahliliy ma'lumotlarga qaratib, sahifasini ko'paytirgan. Umumiy auditoriyaga ega bo'lgan jurnallar juda kamdir, ularning ko'pchiligi maxsus tipdagi o'quvchilar, ya'ni olimlar, tibbiyot xodimlari, ayollar va h.k.lar uchun mo'ljallanadi. Jurnallarning deyarli hammasi ranglidir va unga ishlatiladigan qog'oz gazetanikiga nisbatan sifatlidir.

Ba'zi o'quvchilarga jurnallarning faqat bir xil standartda bo'lishi ma'qul bo'lar ekan. Aytish mumkinki, ularni verstka qilish uchun maxsus ko'rsatgichlardan foydalanilmaydi, faqat ba'zilar yo'nalish beruvchi shablonlarni ishlatadi xolos.

³O'zbekiston Respublikasi milliy ensiklopediyasi. 3-jild, 2002.

⁴Lug'at-ma'lumotnoma: Jurnalistika, Reklama, Publikatsiya. 1700 ta atama/Mualliflar hay'ati: F.R. Nesterenko (rahbar), M. Karem, Y.M. Mamatov avaboshq. – T.: "Zarqalam" nashr, 2003. - B.65

Avvalo, jurnalning chop qilinishidan maqsad tahririyat o'zining va o'quvchilarning manfaatidan kelib chiqqan holda ularga qiziqarli ma'lumotlarni yetkaza olishdir. Demak, jurnal dizaynidan uning maqsadini a'lo darajada bajarishiga xizmat qilishi talab qilinadi. Shunday ekan, har bir nashr o'zining ma'lum talablariga ega, bu talablar esa ularning tajribalari orqali erishilgan.⁵

Verstkasining qanday bo'lishi, jurnalning o'quvchilarining kim ekanligiga bog'liq. Mustaqillikka qadar chop etilgan jurnallarga nazar solsak, mutaxassislar chuqur ilmiy-tahliliy jurnallar uchun unchalik ham bezak berish shart emas deb hisoblashgan.

Ammo, Buyuk Britaniyada chop qilinadigan "Scientist" (ing. sayentist - olim) jurnali juda yaxshi, jiddiy bezaklar bilan ishlanadi. Bu esa "asosiysi taomning mazasida, uning idishining eski yoki yangiligida emas" deganga o'xshaydi. Vaholanki, yangi toza stol va idishda ovqat yeyish ishtahani ochadi.

Verstalshiklardan biri shunday degan: "Men hech qachon davlat standartlariga rioya qilmaganman. Xohlamaganim uchun emas – zarurat bo'lmagani uchun. Verstalshik o'zi xohlagan usulda ishlasagina professional dizaynni yarata oladi."⁶

Har bir yangi tashkil qilingan jurnalning dizaynida xato bo'lishi tabiiy, chunki bunday texnik xatolar vaqt o'tishi bilan o'quvchilarning xohishiga moslanib to'g'irlanadi. Jurnalning nomi va uning muqovasi boshqalari bilan raqobatlashganda katta ahamiyatga ega. Shuning uchun muqovasi uchun tanlanadigan rasm sifatli va mazmunli bo'lishi shart. Bular o'quvchilarni jurnalni sotib olishga jalb qiladigan elementlardir. M: "Jannat Makon" jurnalining har bir sonida jurnal muqovasi yuziga deyarli ko'pincha modellarni, san'atkorlarni, mashhur shaxslarni suratlarini qo'yishadi. 2011yilning barcha sonlarida buni ko'rish mumkin. Shuningdek, chet ellning deyarli barcha jurnallari, ruscha so'z bilan aytganda, barcha "glyansiviy" jurnallarning yuzida, albatta, biror bir mashhur shaxsning surati bilan chop etiladi. "Hello", "Harpers Bazaar" , "Ella", "Glamour" kabi jurnallar shu uslubda nashr etiladi.

⁵Тудупов В. В. Дизайн периодических изданий. Учебник.- СПб.: Изд-во Михайлов В. А. , 2008.

⁶Dadaxonov A. Kompyuterda sahifalash dizayni. Ma'ruzalar matni.

Hozirgi zamon jurnallari ommaviy axborot vositalari o'rtasidagi raqobatni hisobga olgan holda, nafaqat axboriy xususiyatini boyitishi, balki, tashqi ko'rinishiga ham jiddiy e'tibor qaratishi lozim. Jurnalni yuqori sifatda sahifalash bu – matnning boshqa vizual elementlar: shrift, fotografiya, rangli bezaklar va informatsion grafikalar bilan puxta va mantiqiy uyg'unlashuvidir.

Har xil davlat va xalqlarning kiyinishlari bir-birlaridan farq qilganidek, jurnallardagi dizaynning biror usulini eng zo'r deb aytish noto'g'ri bo'ladi, sababi, uni sahifalashda o'quvchi yoshi, ijtimoiy kelib chiqishi, qiziqishi, kerak bo'lsa dini va h.k. hisobga olinadi. Jurnallar juda rang-barang qilib bezatilishi ham kerak emas, aksincha, funksional xarakterga ko'proq e'tibor qaratilishi kerak. Yaxshi dizayn jurnalidagi axborotning o'quvchiga ko'zlangan darajada yetib borishi uchun xizmat qilishi kerak, ya'ni jurnalda dizayn bu "jarayon" u sezilmasligi lozim, undagi ma'lumotlar esa mahsulotdir. Shuning uchun dizayn bu "mahsulotning" tez va yengil "hazm" qilinishini ta'minlashi kerak bo'ladi.

Rivojlangan davlatlarda reklama beruvchilar jurnallar dizaynlarining professionallik jihatlarini ham hisobga olishar ekan, chunki sahifalangan jurnal sahifalarida o'quvchi hamma narsaga ko'z yugurtirishi kutiladi.

Nashr sahifalashda tajribaga ega bo'lgan kishi uchun jurnal dizaynini yaratish oson kechadi. Jurnal dizaynida sahifadagi obyektlarni joy-joyiga qo'yish, o'z o'rniga joylashtirish dizaynning ko'proq dunyoqarashi, didi hamda dizaynning ma'lum qoidalarga to'g'ri amal qilishiga bog'liq. Masalan, butun sahifadagi matn, grafika, jadvallarning bir-birlari bilan mos tushishi. Sahifadagi zich va bo'sh, rangli va rasmlil joylarning o'zaro uyg'unlashishi kishidan mahorat talab qiladi. Bu jihatlar muhlisda bir qarashda ta'sir qiladigan xususiyatlardir. Har xil ranglarga qo'shimcha beriladigan nur, soya va har xil effektlar matnda berilayotgan ma'lumotni to'ldirishi kutiladi. Har bir sahifada, agar u faqat oddiy matndan iborat bo'lmasa, tablitsa ishlatilgani ma'qul, chunki u hujjat elementlarining tekis va chiroyli joylashishiga yordam beradi. Masalan, sahifada juda ko'p ma'lumot bo'lsa, rasmlarni matn orasiga joylashtirish

kerak bo'lsa, ro'yxat shaklida ma'lumot beriladigan bo'lsa tablitsaning roli beqiyosdir.

Ixtisoslashuvi bo'yicha bu qoidalar turli jurnallarda turlicha. 2012-yil 1-yanvar ma'lumotiga ko'ra: O'zbekistonda jami 961ta bosma nashr bor bo'lib, ulardan 706 tasi gazeta, 255tasi jurnal hisoblanadi.⁷

255ta jurnalning har biri mavzusiga ko'ra, o'ziga xos dizayni hamda o'ziga xos uslubiga ham ega. Jurnalni sahifalashda har bir elementlarning funksiyalarini e'tiborga olish kerak. Ularning asosiylari quyidagilar:

- **Shrift.** Tadqiqotlarga ko'ra, qo'shib yoziladigan shriftni yengil va tez o'qish mumkin ekan. Jurnalni asosiy matnning shrifti iloji boricha bir xil bo'lgani ma'qul, maqsad – jurnalni o'qishni oson qilish. Asosiy matnda ishlatilgan shriftni reklama uchun umuman ishlatmaslik kerak. Shuningdek, asosiy matn shriftlari juda mayda bo'lmasligi lozim, mustaqillikka qadar jurnallarda materiallarning deyarli barchasi 8 keglada berilgan, hozirda esa bu ko'rsatgich 9 va 9.5 ga kattargan. Bu esa ko'pchilik davlatlardagi asosiy o'quvchilar qatlami 40-55 yosh o'rtasidagi ko'rish qobiliyati biroz pasaygan kishilar uchun yengillik yaratadi. Matn orasidagi intervalni eng qulay va chiroyli holatiga keltirib, material katta-kichikligidan qat'iy nazar barcha sahifada bir xil qo'llanilgani ma'qul. Matnning shrifti oq rangda, fon esa qora rangda bo'lishi o'quvchini zeriktiradi, chunki buni o'qish qiyin.

Belgilangan qoidalarga binoan, qora, qizil, yashil, ko'k, hamda malla fonga nisbatan oq rangda yozuv berilishi jurnal o'quvchilarini yo'qotib qo'yish kabi holatlariga olib keladi.

“Jannat Makon” jurnalining asosiy shrifti har bir sahifada bir xil, faqat fon turli rangda va sarlavhalar yoki shriftlar hajmi turlicha bo'ladi.

- **Jurnalning nomi.** Uning doimiy shiori, muassisi yoki uni chop qilayotgan tashkilot nomi, chop qilingan sana, tartib raqami (yillik va umumiy) va jurnal tashkil qilingan vaqti. Jurnal nomi odatda bitta yoki ikkita so'zdan iborat bo'lib, ma'lum

⁷www.api.uz.uz/IIuz/content/statistics/
23-aprel

mazmunni anglatishi kerak. Misol uchun, yoshlarga mo'ljallangan jurnal "Yosh kuch", xotin-qizlar uchun "Saodat", "Sanam", jurnalistlar uchun "O'zbekiston matbuoti", ma'lum bir madaniyat sohasi vakillari uchun esa "San'at", harbiylar uchun esa "Qonun himoyasida", "Qalqon" kabi jurnallar bo'lishi mumkin. Jurnalning nomi oldin faqat qo'lda rassomlar tomonidan bajarilgan bo'lsa, hozirda esa albatta kompyuter yordamida chiroyli va murakkab ko'rinishdagi harflar bilan ishlanmoqda. Nomlarning ko'rinishiga bo'ladigan talab: uning soddaligi, doimiyliigi va aniqligi. Jurnal nomining hajmi odatda 4-6 kolonkani qamrab oladi.

Jurnaldagi badiiy illyustratsiya chiziqlar nashrning qanday auditoriya uchun yo'naltirilishiga qarab bir-biridan farq qiladi. Masalan, san'at vakillari uchun mo'ljallangan jurnal chiroyli naqshlar bilan bezatilgan bo'lishi, ilmiy jurnalda esa jiddiy chiziqlargina ishlatilishi mumkin. Albatta, jurnalning asosiy qismi ma'no va mohiyati bo'yicha ajralib turadigan turli xil maqolalardan iborat, ularni esa shu jihatlaridan kelib chiqqan holda, har bir janrni o'ziga mos mavzudagi sahifaga joylashtirilish lozim.⁸

Ma'lumotlarga qaraganda, sog'lom inson olam haqidagi ma'lumotlarning taxminan 90 foiz ko'rish orqali olar ekan. "Ko'rish predmetlarning shakl, hajm, rang hamda ularning o'zaro joylashish xususiyatlarini qabul qilish qobiliyatidir. Inson ko'zi nur to'lqinlarining ma'lum uzunligi – 390-760 mmga yaqinini qabul qiladi". Odam axborot tarqatish, uni ishlab chiqarish uchun avval ma'lumotga egalik qilish kerak. Ko'rish orqali ana shunday jarayon amalga oshadi. Inson ko'rish orqali atrof-muhit haqidagi asosiy ma'lumotlarni olar ekan, uni muloqot jarayonida boshqa individuum bilan o'zaro almashadi, tahlil qiladi. Buning uchun eshitish va gapira olish qobiliyatlari ham zarur.⁹

Zamonaviy jurnal ko'rinishida asosiy qiziqarli va muhim materiallar parchalari jurnal sirtiga joylashtiriladi. Bunga jurnallar bozoridagi raqobat sababchi bo'lgan, bu albatta bir qarashda o'quvchilarning e'tiborini jalb qilish uchun ishlatiladi. Shunday

⁸Волкова В. В. , Ситников В. П. Дизайн и журнала.- М.:АспектПресс, 2003.

⁹Популярная медицинская энциклопедия. Гл.ред. В. И. Покровский 3-е изд.-М., 1991. – В. 229.

ekan, jurnallarning o'quvchilarga ko'proq yaqinlashishida sarlavhalarning ham ahamiyatlilik darajasi katta. Agarda maqola boshqa betda davom etadigan bo'lsa, unda o'quvchiga yo'nalish berish kerak bo'ladi, yo'naltirilgan joyda esa albatta uni muhlisni tez topishi uchun kalit so'zlar keltirilishi kerak.M: (davomi 23-betda).

- **Kolontitul.** Jurnalning ko'rinishi va o'quvchi uchun qulaylik yaratishi jihatidan sezilarli darajada ahamiyatga ega. Kolontitul – bu har bir sahifa tepasida yozilib, unda jurnal nomi, o'sha sahifaning mazmuni yoki janri, tartib raqami, gazeta soni va chop qilingan vaqt qayd qilinadi. Kolontitulga bezak berish har xil bo'ladi.

- **Ustunlar (kalonka).** Ularning soni turli xil bo'ladi, jurnallarda asosan 2tdan 4 tagacha ustunlar joylashtiriladi. Bu degani illyustratsiya va dizaynning shakliga qarab ustunlar sonlari moslashadi, ba'zan bitta ustunham bo'lishi mumkin. Tor ustunga nisbatan keng ustundagi tekstni o'qish sezilarli darajada sekin amalga oshar ekan.

Oldingi texnologiyaga nisbatan ayni vaqtda shriftlarni ishlatishda katta imkoniyatlar bor, shunday bo'lsa ham, jurnallarda muhlislarining ko'zi o'rgangan hamda ko'zni charchatmaydigan doimiy shriftlardan foydalangani ma'qul. Tajribali dizaynerlarning fikricha, ustunlar orasiga juda zarur bo'lmasa chiziq tortilmagani ma'qul.

- **Mavzusining tanlanishi.** Albatta, material mavzusining tanlanishi jurnalistdan mahorat talab qiladi, chunki o'quvchini bir qarashda qiziqtiradigan va uning qidirgan narsani topishda ko'zga tashlanadigan aynan materialning mavzusidir.

Mavzu maksimum 3 ta so'zdan iborat bo'lishi va mohiyati tushunarli, oddiy bo'lishi lozim. Mavzuning asosiy vazifasi – muhlisga maqolaning mazmuni to'g'risida tushuncha berish, shuning uchun material nomi maqola ma'nosiga aniq mos kelishi kerak. Ba'zi hollarda maqolaning sahifada joylashishiga qarab mavzuni uning o'rta qismida, chap yoki o'ng tomonida joylashtirish ham mumkin. Shuningdek, u nafaqat tekis, balki har xil ko'rinishda kiritiladi. Mavzularda ishlatiladigan shriftlar har xil bo'lishi mumkin, ammo ma'lum yo'nalishlar uchun o'z doimiy shriftlarini belgilab olgan ma'qul, masalan, yangiliklar uchun faqat bitta shrift ishlatilishi kerak. Asosiy matn shrifti kabi bu shriftlar ham reklama matnida ishlatilmasligi lozim, ular

o'quvchini psixologik tarzda ma'lum material mazmuniga yo'naltirishi kerak. Ko'pincha sarlavhalar katta ya'ni bosh harflarda yoziladi, lekin asosiy matn faqat kichik harflarda yoziladi. Tadqiqotlarga ko'ra, katta harflarda yozilgan matnning o'qilish tezligi pastroq bo'lar ekan.

▪ **Maqola** yoki boshqa turdagi materiallar oxirida muallifning ismi, familiyasi va lavozimi ko'rsatiladi. Ba'zi xorijiy davlatlarda, jurnallarda chop etilayotgan materiallar mualliflarining qaysi partiyaga a'zolidigini ko'rsatadi. Bu birinchidan o'sha partiyaning qiziqishlari qay yo'nalishdaligini va ikkinchidan boshqalarni ham o'z partiyasiga jalb qilishiga xizmat qiladi. Agarda, jurnalda chop qilingan asar muallifi bir kishidan ortiq bo'lsa, unda mualliflarning ijtimoiy statusiga qarab ketma-ketlik belgilanadi, ular ichida o'sha redaksiya xodimi ham bo'lsa u oxirida ko'rsatiladi. Berilayotgan material hajmi juda katta bo'lsa muallif mavzu tagida ham beriladi, xorijiy jurnallarda esa bu doimiy holat bo'lib, material hajmiga bog'liq emas.

▪ **Illyustratsiya** – gazeta bo'limlarini jonlantiruvchi asosiy bo'g'in hisoblanadi. Bunda fotosuratlar, rasmlar, diagramma va tablitsalar bilan materiallar boyitiladi.

Ular quyidagicha bo'linadi:

- maqola mavzusi va mazmuniga mos;
- maqola mazmuniga alohida qo'shimcha ma'lumotlar beradigan;
- materialda ta'riflanayotgan voqeaning ya'ni jarayonning tasvirlanishi;

Nashrning illyustratsiyalanish darajasi uning qaysi yo'nalishiga taaluqli bo'lishiga bog'liq. Ko'pchilik jurnalistlar illyustrativ obyektlarning sahifada ko'payib ketishi o'quvchini zeriktiradi deb hisoblashadi. Ammo, ba'zi jahonda yirik nashr hisoblanadigan gazetalar olamshumul voqealarni faqat fotosuratlar va ularga kommentariylar bilan yoritadi.

Jurnallar voqea-hodisalarni ta'sirli qilib yoritishda fotosuratlardan va chizma rasmlardan va karikaturalardan foydalanadi. Xorijiy davlatlarda chop etiladigan ko'pgina ijtimoiy-siyosiy jurnallarda siyosiy karikatura katta ahamiyat kasb etadi. Bu esa jurnaldagi maqola aytmoqchi bo'lgan narsalarning hammasini o'zida aks ettirishi mumkin. Yaxshi fotosurat jarayonni tasvirlaydi, masalan futbolchi qo'lida to'p ushlab

turgan rasmdan ko'ra uning darvozaga to'p kiritayotgan momenti qiziqarliroqdir. Fotograflarni esa bunday mahsulotlari uchun taqdirlash keyingi ishini bundanda yaxshilashga turtki bo'ladi. Chiroyli rasmlar ko'pincha sahifada yetakchi o'rinda turadi, rivojlangan davlatlarda yirik jurnallar sotuvda asosan muqovalarida odamni jalb qiladigan rasmlardan foydalanadi.

Rasmlarni joylashtirishda ranglarga ham e'tibor berish maqsadga muvofiq. Sahifalardagi barcha ishlatilgan ranglar mutanosibligi, tanlangan fon rangining bir-biriga uyg'unligi yanada odamni diqqatini tortadi. Deyarli hamma qizil – issiq va ko'k – sovuqni ifoda etishini biladi. Bular ranglardagi oddiy instiktiv xarakterlardir, ammo, biz o'zimiz sezmagan holda boshqa xil yoki aralash ranglardagi xususiyatlardan ham ta'sirlanib yurgan bo'lsak ajabmas. Ko'pgina olimlar ranglarning insonlarga ta'sirini o'rganmoqda. Mutaxassislar ranglarning noto'g'ri ishlatilishini, xuddi musiqadagi tovushlarning bir-biriga tushmasligiga o'xshatishadi. Shuning uchun odamlarning jurnaldan yuz ugurib ketmasliklari uchun, ularning psixologik xususiyatlarini hisobga olgan holda ranglarni to'g'ri tanlash juda muhimdir.¹⁰

Jurnalda materiallarning joylashtirilishida o'quvchilar psixologiyasini hisobga olish jurnal tahririyati uchun juda qo'l keladi. Ba'zi muhlislar jurnalning oxiridan boshlab o'qiydi, ba'zilari dastlab faqat sarlavhalarni yoki rasmlarni ko'rib chiqadi.

Jurnal muqovasi

Birinchi navbatda jurnalning muqovasi uchun yaratilgan dizayn o'quvchi e'tiborini jalb qilishda muhim ahamiyat kasb etadi. Muqovadagi jurnal nomi yetarli darajada uzoqdan o'qish mumkin bo'lgan kattalikdagi shriftdan foydalangani ma'qul, chunki tadqiqotchilarning fikriga ko'ra, deyarli har bir kishi jurnallarga ularning muqovasiga qarab baho berar ekan. O'rtacha hisobda haridorlar jurnalning old muqovasiga 8 sekund va orqasidagi ma'lumotlarni o'qishga 5 sekund sarflar ekan. Aytish mumkinki, muqovada chiroyli va undagi yozuvlar o'qish uchun qulay bo'lmasa sotilish ehtimoli kamayaveradi. Ular odatda rasmlarni tahrir qiladigan dasturlar yordamida ishlab chiqiladi.

¹⁰Gigart.rusayti 3-aprel

Sahifada ustunlar soni qancha kam bo'lsa, unda ishlash shuncha oson kechadi. Masalan, bitta ustunli sahifada dizaynerning ishi umuman ko'rinmaydi. Bu biror kitob yoki ko'pincha tashkilot ichida aylanadigan hujjatlarning dizayni uchun mosdir. Ammo jurnallarning ayrim sahifalariga ham buni ko'rish mumkin. M: "Jannat Makon" jurnalining 2005-yil sentabr sonining 56-57-sahifasining "Siz bilan yolg'iz" rukni ostidagi material bir ustunli bo'lib, qo'shaloq sahifa o'rtasida dizayner tomonidan berilgan bezakni ko'rish mumkin, xolos. Deyarli kamdan-kam holatlardagina jurnal sahifasida bu kabi bir ustunli materialni uchratamiz.

Ikki ustunli jurnal sahifalari chiroyli ko'rinishga ega bo'lib uni sahifalash murakkabroq bo'lishi kutiladi. Bu usul har xil tipdagi nashrlar – jurnal, ma'lumotnomalar, kataloglar va h.k.larga ishlov berishga qulaydir. Ikki kolonkaning ishlatilishi katta formatda va ko'p sahifali nashrda matnning kichik keglada joylashtirilishini ta'minlaydi. Bu katta matn uchun kamroq sahifa sarflashga yordam beradi va sahifa odatda zich va to'q ko'rinishga ega bo'ladi.

Bezak va infografika. Bu omil nashrning o'quvchi uchun o'qishli hamda o'ziga jalb qiluvchi xususiyatlaridan biri sifatida xizmat qiladi. "Yaxshi dizayn – bu yaxshi gapira olish" ga yordam beradi. Albatta, ko'rinish va chiroyli bezak matnni o'qishga chaqiradi. Tovar ko'rinishi iste'molchi talablaridan biri ekan, nashrlarning marketing siyosatida bu omil nihoyatda samaralidir. Xususan, Italiyaning "La Stampa" nashri adadining tushib ketishidek inqirozning oldi birgina dizaynini o'zgartirish orqali olindi, ya'ni birgina rangning kiritilishi yoki harflarning kattalashtirilishi, sarlavhalarning aniq va chiroyli tarzda berilishi tirajning yigirma mingdan oshishiga sababchi bo'ldi.

Format. Boshqa materiallarda bo'lgani kabi gazeta va jurnallar ham ma'lum bir uzunlik yoki boshqa xildagi o'lchov birligiga asoslangan hajmga ega. Bu birliklar orqali jurnal sahifasining formati belgilanadi. Jurnal formati sahifa satrlar nashr hajmi matndagi ustunlar soni va formatni o'z ichiga oladi. Nashr formati va o'qish uchun shart-sharoit (o'qiladigan joy ham nazarda tutiladi) tushunchasi o'zaro bog'liqdir. Agar jurnal transportda ham o'qishga mo'ljallangan bo'lsa, A4 formatdagi jurnal

o'qish uchun qulay. Bundan tashqari jurnalning ixtisoslashuviga qarab, jurnal formati turlicha bo'ladi. A5 formatda chiqariladigan jurnallar ham mavjud. Bunday kichik formatda ko'p hollarda faqat ilmiy-ma'rifiy jurnallar nashr atiladi. Bu kabi jurnallarda deyarli suratlar kam, bo'lsada oq-qora ko'rinishda, jurnal muqovasii ham oddiy bo'ladi. A4 formatdagi oynomalar rangli rasmlarga to'la, shuning uchun ular farqli ravishda katta hajmda chiqariladi. "Jannat Makon" jurnali A4 formatga yaqin deyish mumkin, ammo to'liq A4 formatda emas. Sababi, A4format uzunligi (210-297) bo'lsa, "Jannat Makon" jurnali esa 215-275mm ni tashkil etadi. Oradagi farq vertikaliga 17mm qisqa bo'lsa, gorizontaliga ko'ra 5mm uzunroq. Bu esa to'laligicha A4 formatidagi jurnal deb bo'lmaydi.

Jurnal hajmining tuzilishi nashrning tipologik xususiyatlarini belgilab beradi.

➤ Materiallarda matn bezagining miqdori va hajmi, sarlavhalarining ko'rinishi, joylashtirilgan ustunlar u yoki bu grafik shakllar, diogrammlar formatlarni yuzaga keltiradi. Format qismlari jurnalga shunday joylashtirilishi kerakki, o'qishda yengillik va tejamkorlik yaqqol ko'zga tashlanishi zarur.

➤ Jurnal formati tanlanayotganda uning xarakteri, tahririyatning iqtisodiy va texnologik imkoniyatlari, shuningdek, milliy dunyoqarashi hisobga olinishi ma'qul.

➤ Poligrafiyadan foydalanish kabi omilni nashrning qog'oz va tipografiya xizmati sifati bilan izohlash mumkinligini bilamiz. Iste'molchi – o'quvchi biror-bir nashrni sotib olayotganda, albatta, jurnal sifati, bosmaning tiniqligi va qog'ozning rangdorligi kabilarga e'tibor beradi. Shuning uchun ham, tovar ishlab chiqarishda sifatga e'tibor berishdek iqtisodiy tamoyillarga tegishli holatligini unutmaslik kerak.

➤ Jurnal dizaynini yaratganda, uni boyitish maqsadida, faqat rasmlar, ranglardan ko'p foydalanish emas, samarali, tejamli foydalanish kerak. Ortiqcha bezak, hasham ba'zan odamni g'ashini keltiradi.

1.2 TANLANGAN SARLAVHA, RASM, RANG HAMDA SHRIFTLARNING TO'G'RI QO'LLANILISHI, MUTANOSIBLIGI, UYG'UNLIGI

Hozir jahonning olis burchagida qandaydir voqea sodir bo'lsa, zum o'tmay butun dunyoga ma'lum bo'ladi. Va bu voqealar yer yuzining boshqa bir chetida darhol aks sado beradi. Bizdan uzoq-uzoq mintaqalar va hududlarda ro'y berayotgan yaxshi va yomon ishlar, ularning ta'sirlari ham hayotimizga yashin tezligida, bizdan so'rab-netib o'tirmasdan kirib kelaveradi. Zamonaviy axborot maydonidagi harakat shunchalar tig'iz, shunchalar tezkorki, endi ilgarigidek, ha, bu voqealar bizdan juda olisda yuz beribdi, uning bizga aloqasi yo'q, deb beparvo o'tirib bo'lmaydi.¹¹

Faoliyatning har qanday turida o'zgarish tez, rivojlanish yuqori, shu jumladan jurnalning dizayniga qaratiladigan e'tibor, uning sotilish tezligini oshirishga yordam beradi.

Rang inson ruhiyatiga kuchli ta'sir etuvchi vosita sanaladi. Ranglar insonga quvonch va ma'yuslik, tetiklik yoki g'amginlik, xotirjamlik yoki bezovtalik kabi tuyg'ularni uyg'otishi mumkin. Mana shularning hammasi esa dizaynerning ijodi uchun kuchli omil bo'lib, ular materialning g'oyaviy-plastik yechimida muhim rol o'ynaydi.

Tabiatdagi ranglar axromatik va xromatik ranglarga bo'linadi. Axromatik ranglarga oq rangdan to'q qoragacha bo'lgan ranglar, qolganlari esa xromatik rangga kiradi. Jurnallar dizaynida ko'pincha tarixiy mavzuda, o'tmishdan qilinadigan hikoyalar berilgan sahifaning orqasiga ko'p hollarda axromatik ranglardagi fon beriladi. M: "Jannat Makon" jurnalining 2011-yil mart sonida berilgan shoir Rauf Parfi, yana boshqa sonlardagi G'.G'ulom, Oybek haqida materiallar barchasining orqa fonida to'q ranglardan ya'ni malla, kulrang kabi ranglardan foydalanilgan. Rang tasvirda issiq-sovuq ranglarning o'zaro uyg'unligi asarning ranglar tizimi – koloritni tashkil qiladi. Shuningdek, jurnaldagi material kompozitsiyasini tashkil etuvchi unsur

¹¹Insonbaxtuchuntug'iladi: O'zbekiston Prezidenti Islom Karimovning hikmatliso'zlaridan (Tuzuvchilar: D.G'aniyev, Z. G'afurov.) – T.: "Sharq", 2001.-B. 58.

va vositalar hisoblanadi. Iliq rang yaqinlik, sovuq rang uzoqlik tuyg'usini berishi asarda masofani ko'rsatishda qo'l keladi.

Jurnallar o'quvchilarning estetik talablarini qondirishi, o'z dizaynini, milliy estetik qiyofasiga ega bo'lishi uchun jahondagi ilg'or an'analardan foydalanish kerak. Fotobezaklar esa jurnal dizaynini chiroyli qiziqarli bo'lishiga beqiyos o'rin tutadi.¹²

Fotobezak ko'rinishlari va fotojurnalistika janrlari

Fotobezak atamasi matbuot sahifalarida chop etiladigan fotosuratlar bilan birga rasmlar, matnni bezash uchun ishlatilgan turli elementlar, grafik tasvirlar va hatto sarlavha shriftlarini ham o'z ichiga oladi. Hozirgi jurnalistika amaliyotida fotosuratlar nafaqat bezak sifatida, balki mustaqil material darjasiga ko'tarildi. Fotobezaklar mazmuni va xususiyatiga ko'ra 3 guruhga bo'linadi.

- Fotosimvol (ramz) – matnning umumiy mazmuniga aloqador bo'lgan va asosan o'quvchi e'tiborini tortishda asosiy axborotni beradigan rasmlar tushuniladi. Agar seriyali maqolalar bo'lsa, fotosimvollar o'quvchi zaruriy materialni oson topishida yordam beradi.

- Press-fotografiya – materialdagi hodisaning mazmunini to'ldirish vazifasini bajaradi. U jurnalistik axborotga hayotiy dalil bo'lib xizmat qiladi.

- Mustaqil foto material– hozirgi kunda eng ko'p tarqalgan ko'rinishi bo'lib, fotosuratlar to'g'ridan-to'g'ri axborot berishga mo'ljallangan bo'ladi. Agar ikkinchi ko'rinishda matn birinchi, fotosurat ikkinchi darajali bo'lsa, uchinchi ko'rinishda ularning o'rni almashadi. Matn nihoyatda kichik ba'zan sarlavhaning o'zi bo'ladi. O'quvchi kadrlar ketma-ketligidan kerakli ma'lumotlarni oladi. Fotosuratning o'ziga singdirilgan axborotni berishdagi samaradorlik fotoreportyorning mahorati bilan birga sahifa joylashtirish va mantiqiy to'g'ri tartibda berishga ham bog'liq. Shunga ko'ra fotosuratlar o'zida ikki xil xarakterni jamlaydi.

- obektiv xarakter– fotosurat o'zida real hayotiy voqeyilikni aks ettiradi.
- subyektiv xarakter – fotoreportyorning o'sha hodisa haqidagi shaxsiy munosabati, bahosi aks etadi.

¹²Abdullayeva N.B. zamonaviy o'zbek matbuoti dizaynining estetik xususiyatlari (jurnallarmisolida). Falsafan.mon.z.ilm.daraj.olish uchun yozilgan diss.avtoreferati. – T.: NUUZ, 2010.

Fotojurnalistika janri.

Rang, rakurs, qo'shimcha bo'yoqlar, fotosuratning uslubini ko'rsatsa, qolgan barcha vazifalar janrlar zimmasiga tushadi fotosurat o'z dunyoqarashi yoki ma'lum bir xodisaga nisbatan munosabati janrlarini yuzaga keltiradi. Masalan: birgina fakt orqali fotoxabar, hodisa-fotoreportaj hayotning yorqin tasviri fotoocherkni shakllantiradi.

1. Fotoxabar – ijtimoiy voqeyilikni ma'lum bir faktini ifodalovchi, tezkor fotoinformatsiyadir.

2. Fotoreportaj - hodisani aks ettiradi va bo'lib o'tgan voqeaning haqqoniy “fobulasini” beradi.

3. Fotokorrespondensiya – ijtimoiy hayotdagi bir qator faktlarni o'zida ifodalovchi yangi texnologik mehnat tajribasi kabilar haqida ma'lumot beruvchi fotokadrlar.

4. Fotoocherk – muayyan bir hodisa, mehnat jarayonlari, mahsulotni ishlab chiqarishning tadrijiy xronikasini ko'rsatuvchi fotosuratlar ketma-ketligi.

5. Fotolavha – lirik xarakterga ega janr bo'lib, ko'pincha tabiat manzaralari beriladi.

Matbuot nashrlari sahifalarida fotosuratdan foydalanish usullari va ahamiyati.

Fotosuratlar jumallarning ajralmas qismidir. U nashr sahifasida turli vazifalarni bajaradi. Eng asosiysi nashrning badiiy texnik vositasi hisoblanadi.

Albatta, bunda fotosuratning ichki xususiyatlari hisobga olinishi kerak. Chunki u hayotdagi real faoliyatning vizual obrazli qiyofasini namoyon etadi. Fotosuratning asosiy belgilaridan biri o'ziga singdirilgan axborotni o'quvchiga tez yetkazishidadir. O'quvchi bosma satrdagi xabarlarini satrma-satr o'qir ekan, ro'y bergan voqelik uning ongida asta-sekinlik bilan shakllanadi.

Surat esa bir lahzadayoq o'quvchida dastlabki fikrni shakllantirishi mumkin. Diqqatni tez tortish, hujjatlilik va tushunarlilik fotosuratga o'ziga xos kuch beradi.

Jurnalning navbatdagi soni bilan tanishishda o'quvchi e'tiborini tortishda dastlabki omillar ham fotosuratlardir.

Fotosuratlarning turli xususiyat va janrlarga egaligi ulardan foydalanishning mos usullarini tanlashni talab etadi. Bunda fotosuratlarning nashrda ikkita ajralmas vazifa bajarishini yodda tutish lozim. Ular:

- matbuot nashri –grafik qiyofasini shakllantirishda qatnashadi.
- jurnalistik material mazmunini to'ldiradi.

Surat dizayn elementi sifatida materialni boshqalaridan farqlashga va o'quvchi e'tiborini tortishga xizmat qilsa, mazmunni to'ldirish vositasi sifatida esa axborotda ilgari surilgan fikr va bahoning suratdagi dalili bo'ladi va hayotiyligini ta'minlaydi.

Sahifada fotosuratni joylashtirishda o'sha sonning reklamalashtirilgan mavzu yo'nalishi va fotosuratning sahifadagi mos o'rniga alohida e'tibor berish lozim. Nashr dizaynining badiiy texnik elementi sifatida fotosuratlar bir qator ahamiyatga ega.

1. Fotosurat o'quvchi e'tiborini jamlash vositasi – bu nafaqat u joylashtirgan matn uchun, balki, boshqa materiallarni o'qilishi uchun ham ta'sir etadi. Qolaversa, real hayotni aks ettirgan ma'lum bir dalilda o'zini ko'rsatgan suratlar o'quvchida voqea haqidagi dastlabki tasavvurni shakllantiradi.

2.Fotosuratlar so'nggi vaqtda jurnalistika amaliyotida maxsus axborot beruvchi janr shakliga o'tgan. Bunda maxsus sarlavha bilan berilgan fotosurat yoki bir ramka ichiga olingan axborotlar hech qanday matnsiz ham biror axborot berishi mumkin.

3. Fotosuratlar dizaynida badiiy estetik vosita vazifasini bajaradi.

- ular material bilan uyg'un holda berilsa ham sahifani to'ldiradi, ham e'tiborni tortadi.

-fotosuratlarning sifati gazeta va jurnalistlarning faoliyat darajasini baholashda ham yordam beradi.

4. Fotosuratlar matbuot nashrining xarakteri, qiyofasi va turini belgilashda muhim o'rin tutadi. Jumladan: yoshlarga, ayollarga, san'atga oid jurnallarda chiqadigan suratlar ilmiy jurnallardan tubdan farq qiladi.

Amaliyotda fotosuratlarni sahifada joylashtirishning bir qator usullari mavjud ular quyidagicha tavsiflanadi.

- Bloklashtirilgan joylashtirish – fotosurat to‘plamini bir ramka ichiga qo‘yish.
- Doira shaklida joylashtirish – suratni matn atrofida joylashtirish.
- Lenta shaklida joylashtirish – suratni gorizontal yoki vertikal yo‘nalish bo‘ylab ustma-ust joylashtirish.
- Kesishgan tarzda joylashtirish – qiyoslash maqsadida 2ta umumiy plandagi kadrni joylashtirish.
- Markazlashtirilgan joylashtirish – bitta asosiy, umumiy kadrni o‘rtaga qo‘yib, yordamchi suratlarni uning atrofiga joylashtirish.

Ko‘rsatilgan ushbu usullar jurnallarning, shuningdek, materialning xarakteri, imkoniyati yoki vaziyat taqazosi bilan turlicha qo‘llaniladi. Jurnallarda ko‘pincha bloklashtirilgan yoki lenta shakldagi kabi joylashtirish uchraydi. Ayniqsa, jurnallardagi rekalamada bloklashtirish usulida joylashtirilgan rasmlarni ko‘plab uchratish mumkin. Bunga “Harpers Bazaar” jurnalidagi bir necha reklamalar hamda “Jannat Makon” jurnalidagi qo‘l telefonlari reklamalari bunga yaqqol misol bo‘la oladi.

Jurnallarda surat joylashtirishning ahamiyati va usullari yanada ko‘proq. Shuningdek, jurnalchilikda rasm, sxema va diogrammalar ham bezakli sahifalar fotosuratlar qatori dizaynning ajralmas qismi sanaladi.

Albatta, sahifada asosiy axborot matn orqali uzatiladi. Buni hech qachon esdan chiqarmaslik kerak. Chunki, hozirgi vaqtda butun bir sahifada fotosurat qatorini berish hollari uchraydi. Bu holat, ommaviy jurnallarda ko‘p kadrli fotoreportaj yoki fotoocherk deb nomlanadi. Jurnallarda fotojurnalistika janridan foydalanish faqatgina umummilliy bayramlarga va ularning namoyishiga bag‘ishlab chiqarilgan sonlarda tavsiya etiladi. Kundalik xabarlarida bu tartibdan foydalanish 2ta salbiy natijaga olib kelishi mumkin.

1. O‘quvchini axborot olishga bo‘lgan ehtiyojiga chegara tortish.

2. Nashr xarakteri va g'oyaviy yo'nalishi haqida noto'g'ri fikr uyg'otishga olib kelishi mumkin.

Matbuot dizaynining materiallari.

Sarlavhalash dizayni

Muayyan nashr dizaynining o'ziga xos uslubini ko'ruvchi xarakterli belgilar sirasiga quyidagi sarlavhalarni joylashtirish usullari ham kiradi. Chunki badiiy va grafik vositalar va usullar faoliyati aks ettiriladigan sarlavhalar o'quvchiga butun nashr yoki ma'lum material haqida ma'lumot beradi.

Nashrlarni chop etishda sarlavha kompleksi 2 usulda bajarilishi mumkin:

1. Tabiiy usul –bunda har bir material o'z mazmunidan kelib chiqibnomlanadi.
2. Rejalashtirilgan usul – nashr va uning ushbu sonida rejalashtirilgan axborot tizimi va puxta o'ylangan dizayn siyosatidan kelib chiqib nomlash. Hozirda 2-usul ko'proq ommalashgan.

Sarlavhalar kompleksini shakllantirishga umumiy tasnif

Materiallarni sarlavhalash sarlavha qismlarini mazmuni va shakllaridan xabardor bo'lishni talab etadi. Jurnal soni o'zining sifati, mazmuni, hajmi, mavzusi janr muallifi yo'naltirgan auditoriyasi va boshqa axborot xususiyatlariga ko'ra keskin farqlanadigan mustaqil materiallardan tashkil topadi. Har bir materialda ishlatiladigan sarlavha vositalari chiziq, harflar, ranglar o'zida qanday mazmun ifodalashini chuqur anglash lozim. Shuningdek, jurnal tez o'qishga mo'ljallangan, uning sarlavhasi ham ko'zga tez tashlanadigan material mazmunini o'zida jamlashi kerak. Tahririyat g'oyasi va siyosatni singdirishda sarlavhaning o'zni beqiyos. Chunki u orqali bosh maqola va bo'limlar ajratiladi. Zaruriy dalil yoki muammoga o'quvchi e'tibori tortiladi. Umuman olganda sarlavhalar quyidagi vazifalarni bajaradi.

- asarni nomlash
- zaruriy g'oya va mazmunni ta'kidlash
- o'quvchi e'tiborini tortish, reklama
- materiallarni farqlash
- materiallarni birlashtirish

Sarlavhalar faoliyati nashr tipologiyasini ham aniqlashi mumkin. Hozirgi kunda deyarli barcha adabiiy-badiiy ixtisoslashgan turli jurnallar kitoblarda qo'llaniladigan shiriftlardan foydalanadi. Jurnal materiallari esa mavzu, janr xususiyatlari auditoriyaga ko'ra nafaqat harflar, balki grafik tasvirlar orqali nomlanishi mumkin.

Sarlavha qismlarini tanlash.

Sarlavhalar turli ko'rinish va elementlardan tashkil topadi. Ularning har biri axborotni yetkazishda turli imkoniyatlarga ega. Quyidagilarni sarlavha ko'rinishlari deb baholashadi.

- asosiy sarlavha
- ostki sarlavha
- lid yoki anons
- asosiy rukn
- ostki rukn
- epigraf

Uzun gap shaklidagi sarlavhalar sarlavha ma'lumot deb yuritiladi. So'nggi vaqtda bunday sardavhalar janr voqea o'rni va vaqti muallif haqidagi ma'lumot beruvchi shaklga o'tgan. Masalan: jurnallarda "Deputat minbari" kabi ruknlar. Sarlavha asosiy xususiyatiga ko'ra 3 ga bo'linadi.

-alohida sarlavha

- "shapka"-bir guruh ma'lumotlarni umumiy nomi bo'lganrukn

-flagoviy(bayroq sarlavha) jurnalidagi asosiy materiallar umumiy mazmunini ko'rsatuvchi sarlavha.

Sarlavha elementlarini tahlil qilishda va tizimga solishda shriftlarga e'tibor berish kerak. Ilmiy jurnallar odatda oddiy matn shriftidan foydalanadi. Ma'lum bir rukn va maxsus vaziyatlarda sarlavha va shakllarni aks ettirishda foydalaniladi. Ommabop jurnallarda esa sarlavhalarda kleshe va suratlardan foydalanish, uning ajralmas qismlardan sanaladi.

Matbuot nashrlarini sahifalashda shriftlardan foydalanish

Matbuot nashrlarining hozirga qadar chop etilishi va jamiyatda o'ziga xos ta'sirga egaligi so'zning kuchli vosita ekanini ko'rsatadi. Adabiy ijoddan kuchli va ko'p o'zgarishlar kutgan kishilar boshqa odamlarning hatto matbuot qattiq nazorat ostida bo'lgan vaqtlarda ham jurnal chop etishdan to'xtamadilar yoki bu ishga yordam berdilar. Biroq hozirgi vaqtga kelib mamlakatimiz kishilari hayotida shunday yangilanishlar bo'lmoqdaki, matbuot nashrlari ham ulardan ortda qolishi mumkin emas. Jurnal yangicha bozor iqtisodiyoti sharoitida yashab qolishi uchun endi aholi e'tiborini qozonishni o'ylashi kerak bo'lib qoldi. Bugun dizaynerlar jurnalning nafaqat ichki, balki uning tashqi ko'rinishi – dizayni ustida ham bosh qotirishga majbur.

Hozirgi kunda muharrirlar ham, soha mutaxassislari ham yaxshi dizayn qanday bo'lishi kerakligi haqida turlicha fikr bildiradilar, lekin bu masalaga uzil-kesil bitta aniq javob topish mushkul. Dunyoda bir muncha mashhur dizayner Mario Garsia o'zining “Contemporary Newspaper Design” (Zamonaviy gazeta dizayni) kitobining uchinchi nashrida quyidagilarni yozadi:

“Bezak berishning yuqori sifati – bu matn bilan vizual elementlar – shrift, fotografiya, rangli bezaklar, infografika va “oq bo'shliq” larning aniq va oqilona birlashtirishdir. Va agarda, ana shu birlashtirish kerakli darajada amalga oshirilgan bo'lsa, unda har bir element o'quvchi e'tiborini tortadi va axborotni yanada ta'sirchanroq bo'lishiga erishiladi”.¹³

Yaxshi dizayn yangilik va boshqa turdagi axborot materiallarining oqilona va yoqimli tarzda uzatilishini ta'minlaydi. Dizayn – bu jarayon, tayyor mahsulot emas, shu bois u turli bachkanalikdan holi va sezilmaydigan darajada bo'lishi kerak. Dizayn jarayoni bir qator oddiy elementlar – ustunlar orasidagi bo'shliqlar, sarlavha va matn, suratlar va ularga beriladigan izoh kabilarga alohida e'tibor berish bilan boshlanadi. Shrift, sarlavha, fotosuratlar, bezak va bo'shliq kabi elementlardan doimiy ravishda mohirona foydalanish hal qiluvchi rol o'ynaydi. Chunki, ular jurnal tarkibini tuzib chiqish va uni muvaffaqiyatli bezatishda asosiy kalit vazifasini o'taydi.

¹³MarioGarsio/ContemporaryNewspaperDesign/ 15-Mart

O'quvchilar jurnal dizayniga qanchalik bog'lanib qolishsa, yangiliklarning doimiy tarzda tasvirlab borishni ham shunchalik kutadilar. Jurnalning tashqi qiyofasiga alohida e'tibor qaratish orqali o'quvchilar ishonchini qozonish mumkin.

Namunali darajada amalga oshirilgan dizayn jurnalistik materiallarni oson o'qish va tushunishga ham zamin yaratadi. Matn, sarlavha va turli qaydlar uchun shriftni to'g'ri tanlashdagi eng asosiy omil butun bir sahifa yoki uning bir qismining aniq ajratilganidir. Agar dizayn elementlari axborotni tezda va to'liq qabul qilinishiga xizmat qilmasa, har qanday yaxshi dizayn ham hech narsaga arzimay qoladi. Axborotni qabul qilishda dizayn usullari va tagzaminli ishoralari xususida bosh qotirishga ortiqcha o'quvchilarning vaqtlari ham, sabrlari ham yetmaydi. Dizaynning asosiy vazifasi o'quvchiga hayotni murakkablashtirish emas, balki yengillatishdir. Umuman, dizayner Garsia ta'biri bilan aytganda: "Yaxshi bajarilgan dizayn yangi syurprizlarga eshik ochadi." Fotosuratni kutilmagan tarzda kesish va joylashtirish, o'ziga xos sarlavha shakli yoki dramatik bezaklar o'quvchilar uchun hayratlanarli kutilmagan holat bo'lib ko'rinishi mumkin. Aynan shu narsa ularni sizning nashringizga qayta-qayta murojaat qilishlariga turtki bo'lishi mumkin. Syurpriz elementini tez-tez qo'yish imkoniyati tug'ilishi uchun jurnal dizayni ham yetarli darajada o'zgartirishga qulay bo'lishi kerak.

E'tiborni tezda o'ziga tortadigan va yengil o'qiladigan jurnal nafaqat o'quvchilar, balki reklama beruvchilarga ham yoqadi. Ular ham o'z reklamalari yo'naltirilgan kishilar e'lon matnini ko'zni quvontiradigan kontekstda ko'rishlarini xohlaydilar. Shuningdek, reklama beruvchilar o'quvchilar biror xabarni qunt bilan o'qishga tutinganlarida to'satdan reklamaga e'tibor qaratishlari yaxshi samara berishiga ishonadilar. Bundan tashqari, sifatli jurnal dizayni reklamalar qiyofasining ham yaxshi bo'lishiga xizmat qiladi.

Jurnal sahifalarida turli xil shriftlardan foydalanish tavsiya qilinmaydi. Ikki yoki uch xildagi shriftdan foydalanish maqsadga muvofiqdir. Shuningdek, tadqiqotchilarning fikricha, San-serif shrifti o'qish uchun eng oson bo'lgan shriftlardan biri ekan. Asosiy matnni faqat katta harflarda yozish katta xatodir, matndaga harflar orasini cho'zish yoki toraytirish ham uning ko'rinishini xunuklashtiradi.

Ko'p ustunli ya'ni kalonkali usulni qo'llagan holda matnni joylashtirish, sahifaning professional ko'rinishiga yordam berdi, bu shuningdek, har xil ko'rinishdagi sarlavha va rasmning joylashtirilishi uchun qulay bo'ladi. Jurnal sahifalarida ochiq joylarning bo'lishi normal holatdir. Shuningdek, sahifa chekkasidagi polya ham qancha ko'proq bo'lsa shuncha chiroyli bo'ladi. Sahifaning chiroyli ko'rinishi, undagi har bir elementni ya'ni uning tuzulishi, shriftlarning tanlanishi, ranglar, ritmika va h.k.larni o'z ichiga oladi. Uning chiroyiga e'tibor qaratganda uning o'quvchi uchun qulayli bo'lishini ham esdan chiqarmaslik kerak. Masalan, shriftning katta yoki kichik bo'lishi. Jurnallarda maqolalardagi fakt va sitatalarga keltiriladigan snoskalar o'sha sahifaning o'zida joylashtirilishi lozim.

- Sahifalash nashrning hamma sahifasi uchun bir xil ko'rinishda bo'lishi kerak, ya'ni har xil maqola uchun har xil o'lchamdagi turli shriftlardan foydalanilmaydi.
- Shriftlarning xilma-xilligi uchtadan oshmasligi shart. Bunda uchta shrift bitta qatorda joylashmasligi kerak.
- Har bir sahifa yangi qatordan boshlanishi lozim, ya'ni oldingi sahifadagi gapni davomi betning tepasiga tushib qolmasligi kerak. Buni amalga oshirish uchun sahifa oxiridagi va oxiridagi jumla 3 qatordan kam bo'lmasligi kerak.
- Yangi qator uchun chekinish o'sha qatordagi belgi soniga yoki uzunligiga bog'liq.
- Jurnal uchun maksimum ikki ustun yetarlidir.

Jurnallar hozirgi kunda ranglarni teskari o'girish usuli ko'proq ishlatiladi, ya'ni fonni ko'k rangda matnni oq rangda berish mumkin. Albatta, bu ham o'ziga xos jalb qiluvchi xususiyatga ega. Lekin ba'zi ranglar bir-biriga mos tushmay qolsa o'quvchilarning o'sha materialni o'qimay qo'yishi tayin.

Misol uchun, "Jannat Makon jurnalining 2005-yil iyun sonining 14-15-16-sahifalarida, shu yilning noyabr sonining 58-59-60-sahifalarda berilgan matnning harflar oq rangda, fon yashil rangdaligi, shuningdek, sentabr sonidagi 28-29-30-sahifalarida berilgan och sariq fondagi oq yozuvlar o'quvchini o'qishini qiyinlashtiradi, beixtiyor agar mazmunli matn bo'lsada, uni bee'tibor qoldirishi mumkin. Shunga o'xshash juda ko'p kichik, ammo jiddiy kamchiliklarni jurnalda uchratish mumkin. Bundan tashqari fon va shriftni

mavzuga qarab tanlashda ham ma'lum bir qoidalarni chetlab o'tishadi. Mazkur jurnalning shuningdek, avgust sonida chop etilgan "Siz bilan yolg'iz" ruknida chiqqan "Biz yashashda davom etamiz..." nomli maqolasi mavzusi giyohvandlikka doir bo'lgan voqeaviy hikoya ekanligi sababli, istisno tarzda qora fon ustiga oq shriftda yozuv berilgan. Sahifa hoshiyasida berilgan rasmlar ham to'q ranglarda, yozuvga mos tarzda tanlangan.

Matbuot nashrlari dizaynida shriftlar qo'llashning asosiy qoidalari

Jurnallarni zamonaviy adabiyot sifatida baholash mumkin. Adabiyotning barcha ko'rinishlari so'z kuchiga tayanadi. Shu asosda aytish mumkinki, gazeta dizaynining asosiy elementlaridan biri – bu shriftlardir.

Biz quyida aynan matbuot nashrlarida shrift qo'llashning mutaxassislar tomonidan tavsiya etilgan talablari ko'rsatilgan:

1. Asosiy matn uchun aniq bir shriftni tanlash zarur.

Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, inson ko'zi qirrador yoki kesikli shriftlardan ko'ra, ortiqcha elementlari bo'lmagan oddiy shriftlarni bir muncha tezroq o'qiydi. Odam ko'zining faoliyati bilan shug'ullanadigan olimlar shuni ta'kidlashadiki, ko'zning to'rpardasi harflarni, xuddi ular ruchka orqasidan iz qoldirayotganday tez ilg'ab olishini ta'kidlaydilar. Ko'z hamda miya ham bunday harflarni elementsizlaridan tezroq aniqlashtiradi.

Asosiy matn uchun shrift tanlashdagi bosh mezon harflarning o'qishga qulayligi belgisidir. Agar jurnalning o'zi qoniqarsiz darajada bo'lsa, unda zasechkali shriftlarni ishlatish ham hech qanday naf keltirmaydi.

Asosiy matn uchun bir muncha o'qishga qulayroq shriftni tanlashning yagona yo'li bosmaxonaning texnik imkoniyatlarini hisobga olgan holda jurnalda turli shrift namunalarini qo'yish, saralash tajribasini amalga oshirishdir. Yonma-yon qo'yilgan shrift namunalarini jurnalda chop etilsa, qaysi shrift o'qishga qulayligi va nashrning xarakteriga ham mos tushishi oson aniqlanadi. Bu jarayonga o'quvchilarni ham jalb qilish mumkin. Ularga asosiy matn uchun shrift tanlash zarurligini tushuntirish va

ushbu ishga ular ham o'z hissalarini qo'shishlari mumkinligini aytish zarur hamda yangi shrift namunalari ular e'tiboriga havola etiladi.

2. Asosiy matn uchun tanlangan yagona shriftni jurnalning barcha sahifalarida qo'llash zarur.

Bundan maqsad:

- Jurnal oson o'qiladi;
- Materialdan materialga o'tishda diqqat kamroq bo'linadi;
- Jurnal o'quvchi ko'rgan zahoti sezadigan o'z "kod"iga ega bo'ladi. Ya'ni o'quvchi sizning shriftingizni ko'rgandayoq u jurnal xabarlarini o'qiyotganini his qiladi.

3. Asosiy shriftni reklamalarda hech qachon qo'llamaslik.

Agar ushbu qoidaga amal qilinmasa o'quvchilarning fikri chalg'ib ketishi mumkin. Reklama beruvchilar uchun boshqa istalgan shriftlar tavsiya etilishi mumkin. Jurnalning asosiy shriftini faqat axborot materiallariga qo'llash orqali o'quvchilarning xolis axborotni olishga bo'lgan huquqlari ham ma'lum ma'noda himoyalangan bo'ladi.

4. O'qish oson bo'lishi uchun tanlangan shriftni yetarli darajada katta hajmda qo'llash.

Har qanday jurnal o'z o'quvchilari chop etilgan materialni oson qabul qilishi uchun zaruriy imkoniyatlarni yaratishi kerak. Agar matn juda kichik harflar bilan terilgan bo'lsa, jurnal sahifasida ko'proq ma'lumot sig'dirilishi mumkin. Lekin bu o'quvchilarda ularni mutolaa qilishida jiddiy muammo tug'dirishi tabiiy. Odatda, hozirgi aksariyat jurnallar 8 keglga terish an'ana tusiga kirgan.

So'nggi vaqtlarda Rossiyada nashrlar jurnal ixlosmandlarining o'qishiga yanada qulaylik yaratish maqsadida shriftlar hajmini 9 dan 9,5 keglgacha bo'lgan kattalikda terayotganlari ham kuzatilmoqda. Mazkur kattalikdagi shriftlar ko'rish qobiliyati bir oz susaygan, ayniqsa 40-55 yosh oralig'idagi kishilar uchun nihoyatda

mosdir. Ma'lumotlarga ko'ra, hozirgi vaqtda Rossiya va AQShda aynan shu yoshdagi kishilar ko'proq jurnal o'qishar ekan.¹⁴

5. Satrlar orasidagi masofani kichraytirish yoki kengaytirish masalasi.

Bunda ham yuqoridagi kabi tajribani qo'llash mumkin. Muayyan shrift bilan terilgan bir xil qatorlar turli intervallarda terib ko'riladi va ko'zga eng yaxshi tashlanadigani va o'qishga nisbatan qulayrog'i tanlab olinadi. Bunda odatda dizayner ma'lum bir kattalikdagi intervalni standart shaklida belgilab olishi va uni doimiy qo'llashi zarur. Maqola qisqaligi yoki uzunligiga ko'ra interval hajmini o'zgartirish jurnal dizayni sifatining buzilishiga olib keladi.

6. Tanlab olingan matn shakli elementlari – shrift, hajm va intervalni jurnalning barcha sahifalarida o'zgartirmay ishlatish.

Matn elementlarini har tomonlama sinovdan o'tkazib tanlash orqali jurnalning boshqalarnikiga o'xshamagan o'ziga xos qiyofasi yaratiladi. Mazkur dizayn ko'rinishi va uning o'ziga xosliklari tahririyatning barcha a'zolariga tanishtirilishi va kerak bo'lsa, rahbariyatdan tasdiqlatib olish zarur. Shunda maqola mualliflari va boshqa kasbdoshlarda paydo bo'ladigan turli fikrlar oldi olinadi. Ularga bu xususda har safar tushuntirish berish muammosidan qutulini.

“Jurnalist intellektual bozor rastalariga o'z ijod mahsulotlarini yetkazib beruvchi barkamol insondir”¹⁵

Jurnalistlar ham o'z maqolalarini mazkur dizaynda avvaldan ko'z oldilariga keltirib ijod qilishlari mumkin. Shrift, satrlar va intervallarning ko'rinishi, ularning davomiyligi va kam o'zgaruvchanligi jurnal va uning materiallari xarakterini belgilashda ham dastlabki tasavvurni uyg'otishini esda tutish zarur.

Sarlavhalar uchun shrift tanlash

Sarlavha – go'yo poezdning lokamativi oldinda torayib boradigan. Sarlavha – lokativni topib, tekis yo'lga – relsga qo'ydingmi, u yog'i ravon ketaveradi. Yaxshi

¹⁴www.api.com.uz/com/content/statistics/
15-aprel

¹⁵Ermatov Hamro. Demokratiya va jurnalistika/O'zbekiston matbuoti . 2009y 5-son. – B. 79.

sarlavha – reklama. O'ziga tortadi. Topib qo'yilgan bo'lsa, muallifiga ham qaramay, o'qib chiqqaningizni bilmay qolasiz. Sarlavha - bamisoli ohangrabo.¹⁶

Korolenko V. G. "Sarlavha qaysidir ma'noda mazmun haqida tushuncha bermog'i kerak" degan edi.¹⁷ Shuning uchun ham materialni tayyorlashda muallif tomonidan maqolaga qo'yilgan sarlavha ba'zida bir necha marotaba o'zgartiladi.

Sarlavhalarni joylashish usuli iloji boricha oddiy ko'rinishda bo'lishi zarur. Odatda, sarlavhalar bir xil, ba'zan ikki xil shriftda terilishi mumkin.

- **Yangiliklar va so'nggi axborot sarlavhalari imkon qadar yagona shriftda bo'lishi kerak.**

Kompyuterda shriftlarning turlari shu qadar ko'p va xilma-xilki, dizayner ularning barchasidan foydalanishni xohlashi mumkin. Biroq bu o'rinda ham ortiqcha havasga berilish yaramaydi. Barcha yangilik materiallari uchun bir xil shrift qo'llash zarur. Aynan bir xil shriftning o'zi ham tashqi ko'rinish jihatidan turli shakllarda va usullarda terilishi mumkin. Bunda shriftlar hajmini o'zgartirish, shrift bo'yog'ini to'q yoki ochroq rangda terish, kursiv yoki to'g'ri och rangdagi shrift, ingichka yoki oddiy qalinlikdagi harflar bir xil shrift ustida amalga oshirilishi mumkin.

Agar dizayner xohlasa, jurnalning boshqa rukn va bo'limlaridagi materiallar sarlavhalari uchun alohida shriftni tanlashi mumkin. Lekin bu borada ham mazkur shriftni aynan shu turdagi jurnalistik materiallar uchungina qo'llash zarurligini doimo yodda saqlash zarur bo'ladi. Shunda bu o'quvchilar uchun materiallarni saralash, tasniflash va kerakli mavzudagi maqolalarni tezda topib olishlariga o'ziga xos ishora ham bo'ladi. Shu orqali o'quvchilar materiallarning sarlavhasidanoq qaysi asar yangilik, qaysi biri jurnalning boshqa bo'limiga tegishli maqola ekanini osongina payqab oladilar.

- **Jurnalistik materiallar sarlavhasi uchun tanlangan shriftlarni reklama matnlarida qo'llab bo'lmaydi.**

¹⁶Ro'ziboy Hasan. Sarlavha sehri/ O'zbekiston matbuoti jurnali. 2009y 6-son. - B.79

¹⁷Гуревич С. М. Номер газеты. - М., 2002.

O'quvchilar sahifalarda uchraydigan har bir jurnal belgisi orqali nima deyilmoqchiligini oson tushunib olishlari kerak. Sarlavha shriftlari o'quvchilar uchun aniq mo'ljal olish belgilaridir. Bunga juda ehtiyotkorlik bilan yondashish zarur.

- **Harflar orasidagi intervalni kengaytirish yoki qisqartirish muammosi.**

Agar harflar orasidagi masofa juda kichik yoki aksincha juda katta bo'lsa, bu holat so'zni o'qish va ma'nosini tez fahmlab olishda qiyinchilik tug'dirishi mumkin. Bunda kompyuterda matnlarni terib, mos intervalni tanlab olish zarur bo'ladi. Bir marta zaruriy kattalikdagi intervalni belgilab olish kerak va uni davomiy qo'llash yaxshi samara beradi.

- **Sarlavhalarda bosh va kichik harflardan foydalanish masalasi.**

Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, odam bosh yoki kichik harflarda terilgan so'zlardan ko'ra, yirik harflar bilan yozilgan so'zlarni tez o'qiydi va tez tushunadi. Eng qizig'i, bu qonuniyat reklamalarga ham tegishlidir. Yon-atrofimizdagi uchragan reklamalarni kuzatsak, buning guvohi bo'lishimiz mumkin. Boshqa hollarda eng yirik kattalikdagi harflar asosan bosh maqolalarga ishlatilishi mumkin. Buning uchun shriftning hajmini kattalashtirish va harfni kattalashtirish kifoya.

Sarlavhalar dizaynida shuni yodda tutish kerakki, ularning kattaligi 4-8% dan oshmasligi kerak.¹⁸

➤ Tahririyat rahbarlarga sarlavhalar terishda shrift, usul, harflar orasidagi interval haqida aniq ma'lumot berishi kerak. Shunda jurnalning har bir xodimi jurnal dizaynida sarlavhalarning joylashishi va shakli bo'yicha aniq tasavvurga ega bo'ladi va ortiqcha chalkashliklarning oldi olinadi.

➤ Kichik elementlardan tortib kattasigacha e'tibor berish, auditoriyaga nisbatan hurmatni ifodalaydi. Har qanday jurnal o'z o'quvchilari chop etilgan materialni oson qabul qilishi uchun zaruriy imkoniyatlarni yarata bilishi kerak.

¹⁸PavelKolesnikov. Pravilasozdaniyaxoroshegosayta. <http://www.forum.insomestudio.com>

➤ Ranglarni to'g'ri tanlay bilish, ranglar nafaqat ijtimoiy-madaniy, estetik jihatdan, balki psixologik nuqtai nazardan ham ahamiyatga molikligini hisobga olish lozim.

II BOB. AUDITORIYA PSIXOLOGIYASI VA DIZAYN

2.1 “JANNAT MAKON” JURNALIDA MILLIYLIKNING NAMOYISHI

“Har qanday islohotning eng muhim samarasi avvalo xalqning ma’naviy-ruhiy qarashlaridagi yangilanish jarayonlari, uning ongu tafakkurining yuksalishi, mamlakatda yuz berayotgan o’zgarishlar uning hayotiga, taqdiriga daxldor bo’lganini chuqur his qilishi va shundan xulosa chiqarishi bilan belgilanadi. Biz amalga oshirayotgan islohotlarimizda ana shunday natijalarga erishish uchun barcha o’zgarish va yangilanishlarning markaziga inson va uning ham bugungi kunda ana shu jarayonlarning mohiyatida islohot – islohot uchun emas, avvalo inson uchun, uning faravon hayoti uchun xizmat qilishi kerak, degan maqsad mujassam ekanini va uning amaliy ifodasini barcha sohalarida ko’rish, kuzatish qiyin emas.”¹⁹

Axborot bozorida nashriy OAVlari tovar sifatida va raqobatbardoshlik holatini turlicha omillarda ko’rish mumkin. Rivojlangan mamlakatlarda matbuotning jadallik bilan rivojlanishi ommaviy axborot vositalari o’rtasida jiddiy raqobatga sabab bo’lmoqda. Hozirgi kunda iqtisodiy tizimga aylanib ulgurgan nashriy ommaviy axborot vositalarining zamonaviy bozor texnologiyasiga qiziqishi o’sib borishi moliyaviy muvaffaqiyat omili bo’lgan bu maxsus tovar xizmat turining raqobat bardoshliligiga keng e’tibor qaratishni talab qilmoqda.

“Jurnalistikaning eng muhim informatsion – bilish funksiyasi voqea va hodisalar mohiyati ochilishiga, aniq va ochiq ko’rinishiga, “haqiqiy” qiyofasining yaratilishiga xizmat qilishi kerak.”²⁰

Ommaviy axborot vositalarining raqobatbardoshliligiga kengintegral tushuncha sifatida qarashi kerak va unda tovar xususiyatlari, tovar ko’rinishlari, narx, shuningdek, axborot va reklama bozorida savdo-sotiq markasi va uslublarining harakatlanishi hamda ularning bir-biriga ta’siri kabilarni o’rganish mumkin.

¹⁹Karimov. I. A. Yuksakma’naviyat – yengilmaskuch. – Toshkent: Ma’naviyat, 2008. – B. 105-106.

²⁰ Ermatov Hamro. Demokratiya va jurnalistika/O’zbekiston matbuoti . 2009y 5-son. – B. 79.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida nashriy ommaviy axborot vositalari uchun raqobatbardoshlik omillari sirasiga, shubhasiz, mazmundorlik, axborotning ishonarliligi, tezkorlik ya'ni operativlik, pozitsiya va stilistika, shuningdek, sotuvni uyushtirish, reklama kabi marketing usullari ham kiritiladi. Nashrlarning dizayni ana shu omillardan muhim, asosiysi sanaladi. Yurtimizdagi bosma nashrlar ichida “Bella Terra” , “Jannat Makon” jurnallari yuqoridagilarga, jurnal dizayniga ko'proq ahamiyat beradi.

Bu esa zamonaviy bozor iqtisodiyoti sharoitida matbuot nashrlarining shakli va dizayni, raqobatbardoshlik va matbuotning o'z o'quvchilari sonini kengaytirishda muhim o'rin tutadigan omilga aylanib ulgurgan.

“Chanqoq dillarga obi-hayot – Jannat Makon.”²¹

Mamlakatimizda 2005-yildan buyon nashr etilib kelayotgan “Jannat Makon” jurnali bugungi kunda barchamizga tanish. Oybek Aliyev bosh muharrirligi ostida chiqa boshlagan bu jurnalni qo'lga olar ekan, o'quvchi muqovasini ko'riboq savol tug'iladi. Nega “Jannat Makon”? Nima uchun boshqacha nom bilan atalmagan...

Qolgan sahifalarini varaqlab, jannatlarga qiyoslangan yurtimiz – O'zbekistonning mashhur kishilari, unutilmas siymolari haqidagi, kishini o'ylashga, falsafiy fikrlashga undovchi ruknlari masalaga oydinlik kiritgandek bo'ladi. Lekin shuniyam aytish kerak, yana boshqa sahifalaridagi maqola va suratlar biroz bu fikrdan yana uzoqlashtiradi. O'z nomi bilan “Jannat Makon” jurnali birinchi bor eshitganda ko'proq milliyligimiz, yurtimizning betakror tabiati, so'lim go'shalarini eslatadi, ammo jurnalning dastlab, ayniqsa 2011-yilgi sonlaridagi muqovani ko'rgan o'quvchi moda jurnali deb ham o'ylashi mumkin.

“Jannat Makon” jurnali aslida, 2002-yildan chiqa boshlagan “Bella Terra” jurnalining o'zbekcha ko'rinishi sifatida, “Bella Terra” jurnalidan so'ng nashr etila boshlagan. Deyarli uslub bir, faqat tili o'zbek tilida. “Belle Terra” jurnali esa rus tilida chiqariladi.

²¹ Jannat Makon va siz/ Jannat Makon jurnali 2005yil, sentabr soni. – B. 7.

Avvalo, jurnal boshqa jurnallarga qaraganda, o'z dizayni bilan diqqatni tortadi. Matnlaro rang-barang suratlar mutolaadan bir oz toliqqan o'quvchiga orom beradi. To'g'ri tanlangan ranglar, ayniqsa, iste'dodli bolalarning muvaffaqiyatlari, hayotda o'z o'rnini topgan shaxslar haqidagi ruknlar jurnalni yanada mazmunli qilgan.

“Jannat Makon” jurnali rang-barang mavzularni qamrab olgan. Unda biz yurtimiz tarixi, madaniyati, uning taniqli shaxslari, kichik yoshdagi iste'dodlari, ko'pni ko'rgan piru badavlat kishilari haqida o'qishimiz mumkin. Oynomaning ruknlari ham shunga muvofiq turlicha. “Tarixdagi nomlar” , “Siyrat” , “Shaxs” , “Muvaffaqiyat darsligi” , “Manzara” , “Jannat Makon – tadqiqot” ruknlarining jurnalda o'z o'rne bor. Shu bilan birga, “Sayohat” , “Kutyure” ruknlarining har jihatdan rivojlanayotgan davlatimizda yashovchi har bir kishiga foydasi tegishi mumkin. Chunki bugun biz ham yaxshi dam olish va yaxshi kiyinish nima ekanligini juda yaxshi tushunamiz. Yana bir jihati dastlabki sonlaridagi “ Qahramonlar makoni” rukni ostida berilgan shaharlar tarixi va ularning bugungi kuni bilan tanishtirilganidir hamda to'g'ri, ko'pgina boshqa jurnallarda ham taniqli shaxslarning chiqishlari berilsada, lekin “Jannat makon” jurnalida ayni mashhur shaxslarning mashhurlik zinasiga yetib kelgunga qadar bosib o'tgan og'ir, sinovli kunlari, mashaqqati-yu zahmatlari haqidagi voqeaviy hikoyalar diqqatga sazovordir. E'tibor berib qarasak, jurnalda biror bir muammo ko'tarilmagan, A.Qahhor, P.Saidqosimov, F.Umarov, Oybek, E. A'zam yana ko'plab san'at ahllari kabilarning hayot yo'li esa qalbimizdagi og'riqli savollarga javob beradi, biz muammo sanayotgan “muammolar” ular chekkan mashaqqatlar, boshlaridan o'tkazgan qiyinchiliklar oldida g'arib ekanligini ko'rsatib qo'yadi.

“Jannat Makon” jurnali o'qib kuzatib boradigan o'quvchida dastlabki sonlaridagi materiallarini kuzata turib, jurnalning yo'nalishi aniq emasdek tuyuladi. Chunki jurnal ijtimoiy-madaniy yoxud ma'rifiy-ilmiy yo'nalishda bo'lsa, o'sha masalalarga kengroq o'rin berish lozim bo'ladi. Yana bir tomoni, jurnal bugungi bozor iqtisodiyoti davrida o'z o'quvchilarini topishi shart. Bu esa o'z navbatida yuqoridagi aniq yo'nalish bilan bog'liq. Yo'nalishdan kelib chiqqan holda jurnalda mavzularni to'g'ri tanlay olish mumkin. Masalan, ijtimoiy sohaga diqqat qaratilsa, bozor iqtisodiyotiga o'tish davrini

boshidan kechirgan mamalakatlarning yutuqlarini yoritib borishi kerak bo'ladi. Agar madaniy-ma'rifiy yo'nalish yetakchilik qilsa, yurtimiz tarixi, madaniyati bilan shug'ullangan chet ellik olimlar, mashhur kishilar faoliyatidan turkum maqolalar yoki bo'lmasa, ilg'or mamlakatlarning maorif sohasida qo'lga kiritgan yutuqlarining sabablarini tahlil qilish kerak bo'ladi.

“Jannat Makon - tadqiqot” ruknidan juda qiziqarli ma'lumotlar olish mumkin. Jurnalning dizayni chop etilayotgan jurnallar orasida “Jannat Makon” aynan o'z dizayni bilan o'quvchilar diqqatini tortadi. Undagi suratlar jurnal ruhiga mos tushgan.

“Jannat Makon” jurnali esa yuqorida sanab o'tilgan sifatlarni o'zida qamrab olgan. Jurnal yuzidagi sifatli hamda har doim o'zgarib turadigan, bir xillikdan yiroq bo'lgan rasmlar odamni o'ziga tortadi.

Matbuot nashrining badiiy-texnik dizayni o'ziga xos san'at turi hisoblanadi. To'g'ri, u san'atning asosiy turi sirasiga kirmaydi. Chunki unda mazmun birlamchi, bezak esa yordamchi vazifani bajaradi. Shu jihatdan uni amaliy san'at, xususan, grafikaning bir turi desak to'g'ri bo'ladi.

“Jannat Makon” jurnali muqovasida deyarli barchasida modellar va mashhurlarning rasmi bo'lib, modellarning egnida, albatta, milliy matomiz: adras yoki atlasdan tikilgan libos, ammo zamonaviy ko'rinishda. Bu bir tomondan ijobiy natija, ya'ni milliylik hamda zamonaviylik uyg'unligi deyish mumkin. Lekin ularning ochiq-sochiqligi jurnal nomiga zid keladi. Jurnalning 2005-yil avgust, sentabr, noyabr sonlarining muqovasidagi rasmlar bunga yaqqol misol. Suratlarni ko'rib, jurnal bilan tanishib ulgurmagan o'quvchida jurnalni modaga ixtisoslashgan deb o'ylashi mumkin, lekin jurnal nomini o'qib bu fikriga nisbatan ikkilanish paydo bo'ladi.

Oynomaning muqovasining o'zida ba'zi kamchiliklar bor. Berilgan muqovadagi suratga nisbatan fon tanlanadi. Bu esa “Jannat Makon” jurnali doimiy bir xil ko'rinishiga ega emasligini ko'rsatadi. Aslida, matbuot do'konlarida qator jurnallar orasida turganda ham “Jannat Makon”jurnalni o'z muxlisi bir qarashda topib olishi kerak.

“Jurnalning muqovasi qanday bo’lishi kerak?” deb murojaat etilgan savolga o’tkazilgan sotsiologik tadqiqot natijalariga ko’ra, 64% kishi “jurnal qalin, rasmlı, o’quvchini o’ziga tortadigan rasmlarga boy bo’lishi kerak” degan javobni bergan. Bundan ko’rinib turibdiki, jurnalning tashqi qiyofasi, uning yuzidagi tanlangan suratning ahamiyatli darajasi juda ham yuqori. 22% kishi ham jurnalning tashqi ko’rinishi judayam ahamiyatli ekanligini, shuningdek, o’quvchining estetik didini ham oshirishini bildirishgan. Qolgan atigi 14% kishigina ko’rinishiga ahamiyat bermayman degan javobni bildirgan.

“JANNAT MAKON” JURNALIDA SHAKLNING ASOSIY VOSITALARI.

Nashrda mazmun va shakl birligi

Mazmun va shakl birligi matbuot nashrlari badiiy texnik dizaynerlik mahoratida asosiy maqsad sanaladi. Dizayn qilish jarayoni jurnal materiallarining janri, tipologik va boshqa xususiyatlari bilan birga umumiy mazmun yo’nalishiga ham e’tibor berish zarur. Jurnal inson qo’li bilan yaratilgan minglab predmetlar sirasiga kiradi. Xuddi boshqa narsalar kabi ular ham nafaqat amalda foydalanishga balki tashqi ko’rinishidan ham baholanadi.

Nashrning tashqi qiyofasi:

- inson ko’zini quvontiradi
- o’quvchi e’tiborini tortadi
- o’quvchining estetik didini tarbiyalaydi

Matbuotnashrining badiiy-texnik dizayni o’zigaxossan’at turi hisoblanadi. To’g’ri, ushbu nashrning asosiy turidagi xususiyatlarini ko’rsatish uchun uning mazmun birlamchi, bezakesayordamchivazifanibajaradi. Shujihatdan uniamaliysan’at, xususan, grafikaning birturidesak to’g’ri bo’ladi.

Bugungi davrda axborot uzatishdagi samaradorlik dizayn bilan to’ldirilgan daga natijalarni beradi. Dizayn nashr o’quvchilarisoniniko’payishigayordam beradi. Matn va tasviriy materiallar ustun va sahifa lar bo’ylab joylashtirilarekan, o’zigaxostarkib yaratiladi. Buni mutaxassislar “o’qish uchun texnik sharoit yaratish” deb atashadi. Ushbu tarkib quyidagi vazifa talablariga javob berishi kerak:

- O'quvchi e'tiborini boshqarib, uni shu sonning asosiy materiallariga jalb qilish.
- O'quvchini materialning asosiy mazmuni yoki o'zini qiziqtirgan xabarni topishi uchun oz vaqt sarflashga optimal sharoit yaratish.
- Shriftlar, dizayn usullari va boshqa chop etish jarayonlari orqali materiallarning oson o'qilishi va tushunilishini ta'minlash.
- Nashrning estetik sifatiga e'tibor berish. Chunki har qanday nashr o'zida milliy dunyoqarash va madaniyatni aks ettiradi.

Shakl va dizayn, uni tashkil etuvchi unsurlar

Nashriy ommaviy axborot vositalarning iqtisodiy faoliyatida shakl va dizayn juda katta rol o'ynaydi. Nashrning shakl va dizayni qanchalik yaxshi bo'lsa, o'quvchini o'ziga shunchalik jalb qiladi, shu bilan birga o'qishlilik ortadi. Axborot bozorida nashriy ommaviy axborot vositalari raqobatbardoshligini oshirishda biz ta'riflayotgan mazkur omil quyidagilardan iborat:

To'r (modulli verstka). Qoidaga ko'ra to'r tushunchasiga modul yoki blok chiziqlari joylashuvi kiradi. To'r qulay o'qish uchun muhim rol o'ynaydi. Bu esa o'z navbatida, foydalanilayotgan harflar hajmiga ham bog'liq. Ustun kengligining oshib borishi keglning kengayishini talab qilar ekan.

Harf. Harf bosmasi nashrning butun bir auditoriya xususiyatlariga mos kelishi kerak. Ya'ni agar nashr konservativ xususiyatga ega bo'lsa, harflar Times, Garamond, Helvetika kabi jiddiy ko'rinishda bo'lishi kerak. Agar yoshlar nashri bo'lsa, standart harflar kamroq tanlanadi. Albatta, hissiyotlar ifodalanadigan bo'lsa, so'zlarning rangli harflar bilan ifodalash yaxshi natija beradi. Harf katta-kichikligi ham muhim ahamiyat kasb etadi va ularni tanlashda auditoriya ehtiyojlarini o'rganish lozim. Masalan, qariyalar uchun mo'ljallangan nashrda nisbatan kamroq hajmdagi harflardan foydalaniladi.

“Jannat Makon” jurnalini kuzatadigan bo'lsak, deyarli asosiy harflar bir xil, faqat ayrim hollarda, m: jurnalning dastlabki yillardagi iyun sonining birida ya'ni 52-sahifasi she'riyatga oid qismida harflar shakli biroz o'zgargan, fon ham mavzuga mos

tanlangan, shuningdek, sahifa chetiga lirikaga oid turli bezaklar tushirilgan. Orqa fon ustidan, matn ostida esa ko'rinmas, bir qarashda ko'z ilg'amas yana turli yozuvlar tushirilgan. Bu yozuvlar berilgan she'rga mos so'zlardan iborat. Ammo orqa fon o'zi och rangda berilgani uchun uning ustida tushirilgan yozuv xira, ko'rish qiyin. Bu holatda dizaynerning ishi o'z-o'zidan ko'rinmaydi. Shuning uchun fon rangini to'g'ri tanlash kerak bo'ladi.

Bundan tashqari 2011-yil mart sonida "Fond Forum"da uyushtirilgan maxsus reportajni yoritishda, sahifaning ayrim qismlarini pushti fonda berilgan. Sababi yoritilayotgan mavzu: "Ayollarni ko'krak saratoni bezi kasalligiga qarshi" maxsus hayriya haqida bo'lganligi va uning belgisining rangi pushti rangdaligi uchun aynan, sahifa foni aynan pushti rang berilgan. Buni dizaynerlar mavzuga mos fon tanlash mahorati deyishadi.

Rang tanlash. Agar nashr rangli bo'lsa, maqsadli auditoriyaning umumiy xohishlariga mos ranglar tanlanadi. Ilmiy jurnallarda yorqin ranglardan nisbatan kamroq foydalanilsa, bolalar, o'smirlar va ayollar jurnalida ularning xarakteri xususiyatlaridan kelib chiqib turli yorqin ranglar ishlatiladi. Rang ham dekorativ ham ma'lum bir vazifa ya'ni fotosuratlarda, infografikada, sahifa yoki material sarlavhasini ifodalashda o'quvchini matnga yo'naltirish rolini bajaradi.

Ranglar psixologiyasi: rang insondagi fiziologik jarayonlar va uning psixologik holatiga ta'sir ko'rsatadi. Har bir rangning o'ziga xos xususiyatlarini bilgan holda ma'lum bir qiyofani yaratish, his tuyg'ularni yuzaga keltirish mumkin:

- Qizil rang: olov va qon ramzi, shuningdek, energiya, urush, havf-xatar, kuch, bundan tashqari hissiy belgilar tushunchalarini ifodalaydi.

Qizil rang – miyada darhol diqqatni jam etuvchi, kayfiyatni ko'taruvchi, asab tizimiga ta'sir etuvchi rang. U boylik va hashamatdan darak beradi. Kuch-quvvat, yetakchilik ramzi. Qizil rang ko'zga yaqin bo'lgani uchun uni turli hil belgilarda, jumladan, ko'chalardagi belgilarga, internetda ba'zi yozuvlarning katta ahamiyati bo'lgani uchun qizil bilan ajratiladi. Jurnalda ham maqolaga nisbatan kuchliroq e'tibor tortish uchun, ba'zi hollarda sarlavhalarni qizil rangda berishadi.

- Pushti: xursandchilik, hissiyot va sevgi tushunchalarini bildiradi. Do'stona munosabatlarni va shuningdek, sifat belgilarida ham ishlatiladi. Quvoq, nozik, yengil, ayollarga xos rang. U bayram, yaxshi his tuyg'ular va sevgi timsolidir.
- To'q qizil: oliylik, kuchlilik, e'tibor tortuvchi va baland pog'onadagi rang hisoblanib, faollik, kuch, haddan ziyod jahl belgilarini anglatadi.
- Malina rang: yoshlik va go'zallikka qiyos etiluvchi ushbu rang ko'proq ayollarga xos noziklikni, nafosatni yodga soladi.
- Olov rang: yorug'lik ramzi. Bundan tashqari xursandchilik, o'zidan issiqlik nurini tarqatuvchi rang hisoblanadi va ko'proq o'ziga jalb qiluvchi, g'alabaga yetakluvchi rangdir. Biroq olov rang qizilga o'xshab agressivlik belgilari yo'q. Dizaynning yorqinroq chiqishi uchun ko'proq ushbu rangdan foydalanish mumkin. Chunki bu rang odamlarni o'ziga juda tez jalb qiladi.
- To'q olov rang: haqiqatni yashiruvchi, boshqalarga nisbatan haqqoniy bo'lmaslikni bildiradi.
- Qizig'ish olov rang: biroz agressiv va harakatchanlik belgisi.
- Tilla rang: obro' ramzi. Haqqoniylik va rostgo'ylik belgisi. Ushbu rang biror narsaning sifatini yuqoriligidan dalolat beradi.
- Ko'k rang: dengiz va osmon rangidir. Ushbu rang haqiqatparastlikning, jiddiylikning, to'g'rilikni va jannatning belgilarini beradi. Bu rang o'zida tinchlantiruvchi xususiyati mavjud. Shuning ushun ko'k rang tinchlik belgisi hisoblanadi. Yana bir aniq dalil, ko'k ishtahani ochar ekan. Agar ushbu rangni sariq va qizil ranglar bilan ishlatga, juda yuqori, sifatli dizaynlar qilish mumkin ekan.
- Ochiq ko'k: soflik, tinchlik belgisi.
- To'q ko'k: bilim, kuch va jiddiylikni bildiradi.
- Qora rang: mahfiylik, o'lim, kuch, yomonlik ramzi hisoblanadi. Bu rangda qo'rqinch va sirli narsalar mujassamligi bor.

- Oq: yaxshilik, soflik, nur ramzi hisoblanadi. Bu rangni qoraning antonimi deb aytsak adashmagan bo'lamiz. Psixologik jihatida shundaki, oq rang muvaffaqiyatga yetaklar ekan. Hattoki, usti oq rangli homashyo eng sifatli hisoblanadi. Bozor iqtisodiyotida oq rangli tovarlar juda qimmatli sanaladi.
- Qaymoq rang: murakkab, ammo tinchlantiruvchi, odmi rang. U his-tuyg'ularni yaqqol ifoda etmaydi.
- Yashil: tabiat rangi hisoblanadi. Yashil rangida nafsga intiluvchanlik hususiyati bor. Shuning uchun to'q yashilni ko'pgina valyutalarda uchratishimiz mumkin. Olimlarning aniqlashicha, yashil rang odam ko'zi uchun juda ham foydali emish. Chunki u ko'rish qobiliyatini o'stirardi. Yashil qizilning antonimi desak ham bo'ladi. Bunga misol ko'chalardagi qizil, sariq, yashil chiroqlar.
- Sarg'ish yashil (salatoviy): sog'lom va soflik ramzi.
- To'q ko'k: boylik ramzi.

“Jannat Makon” jurnalining istalgan sahifalarida yuqoridagi hamma

rangni ko'rish mumkin. Tarixiy, qadimiy voqealar, o'tgan davr odamlari haqidagi materiallarda ko'p hollarda to'q ranglardan: oq-qora, malla, ko'k, qoramtir, to'q qizil yoki och kulrang kabi ranglardan foydalanadi.

Intervyular agar ayollar bilan olib borilgan bo'lsa, yorqin rangda hamda turli bezak va naqshlar bilan boyitilgan.

2011-yildagi sonlarida ko'rmaymiz, ammo “Baby Terra” chop etilishidan oldin “Jannat Makon” jurnalining yozgi 2005-yildagi sonlarida berilgan bolalar uchun ajratilgan sahifada juda ko'plab rang-barang, gullar bilan qolib ichiga olingan suratlar ham bunga yaqqol misol bo'la oladi.

Hozirgi zamon ilm-fanining qadri va ahamiyati uning nechog'li amaliyotga kirib borib, tatbiqiy salohiyati ortib borishi bilan baholanadi. Psixologiyani oxirgi yillardagi taraqqiyoti ham aynan ana shu mezon talablariga javob berishi bilan harakterlanadi. Har bir faoliyatda psixologiyani bilish va uni tushunish, unga ko'ra ish tutish birinchi darajaga ko'tarilgan.

Amaliy hamda tatbiqiy psixologiya sohalarining o'ziga xos jihatlari avvalo shundan iboratki, ular jamiyatning bevosita bugungi kundagi talablari va buyurtmalariga ko'ra ish yuritadi. Jamiyatimizda esa psixologik bilimlarni bevosita amaliyotga tatbiq etishga ehtiyoj katta. Birgina O'zbekistonda kadrlar tayyorlashning milliy dasturini oladigan bo'lsak, uning bajarilishi va muvaffaqiyatli amalga oshirilishi uchun psixologiyani aralashuvi zarur. Shuningdek, jurnalning dizayni ham shu kabi psixologiya bilan birlashgan holda ahamiyatga molik. Joylarda tashkil etilgan tashxis markazlarida faoliyat ko'rsatayotgan mutaxassislar o'quvchilardagi rivojlanish tendensiyalari, aqliy o'sish omillari va iqtidoriga qarab ta'lim-tarbiyani tashkil etishlari uchun qator diagnostik tadbirlarni o'tkazishlari zarurki, bu tadbirlar oxir-oqibat real samara berishi lozim.

Ta'kidlash zarurki, tatbiqiy psixologiyadagi "samara"ni o'lchash mezonlari bilan nazariy psixologiyadagi samara tushunchalari biroz farq qiladi. Ya'ni, bu yerda bevosita buyurtmaning bajarilishi sifatiga buyurtmachining o'zi baho beradi. Shuning uchun ham amaliy psixologiyani alohida tarmog'i bo'lmish sotsial psixologiya bilimlarga amaldagi ehtiyojni uch asosiy sabab bilan tushuntirishi mumkin:

- Kichik korxona yoki yirik firmalardan tortib, toki hukumat darajasidagi idoralar ham o'z faoliyati va ulardagi zaxiradan omilkorona foydalanishning psixologik manbalarini qidirish lozimligini tushunib yetmoqdalar;
- Professional psixologlarning o'zi ham o'z ishlaridan keladigan obro'-e'tiborning amaliy sohalarida ishlay olish qobiliyatlariga bog'liq ekanligini tushunib yetmoqdalar, ya'ni, hayotda bevosita samarasi ko'rinmaydigan nazariyaning bugun hech kimga keragi bo'lmay qoldi;
- Amaliyotda ishlayotgan boshqa soha vakillari ham agar psixologik tayyorgarlikdan o'tgan bo'lsalar, ishni tashkil qilishga o'quvlari yaxshiroq va ishlari unumliroq bo'lishini tushunib yetmoqdalar, shuning uchun ham ko'plab yangi turdagi markaz va firmalar, qo'shma korxonalarda amaliyotchi psixologlar ishlamoqdalar.

Davr talabi shunday bo'lmoqdaki, u yoki bu faoliyat sohalarda odamning individual va tipologik xususiyatlarini inobatga olib ish tashkil etilsa, samarasi yaqqol ko'rinib qolganligini maxsus psixologik bilimga ega bo'lmagan xodimlar yoki rahbarlar tushunib yetmoqdalar. Shu sabab bugun iqtidorli rahbarlar va o'z ustida muttasil ishlab, o'z ish stolida Karnegi, Mayer, Vigotskiy kabi yirik amaliyotchi psixologlarning asarlarini ko'rish mumkin. Bu kitoblarda odamlar bilan samarali ishlash sirlari, o'z iqtidorini o'stirish usullari ommabop tarzda yozilgan.²²

Shuningdek, asarlar kabi jurnallar ham odamlarga ta'sir eta olishi kerak. Sotsiologik tadqiqot natijasiga ko'ra, 56% kishi onda-sonda, 17% kishi esa umuman jurnal o'qimaydi. Dizaynerning asosiy maqsadi ana shu loqayd auditoriyani o'ziga jalb etish, jurnalni o'qishga chaqirish. Odamlarni estetik didini oshirib, jurnalda berilgan axborotga qiziqtirish hisoblanadi.

2.2 “HARPERS BAZAAR” VA “JANNAT MAKON” JURNALLARI. O'RTADAGI TAFOVUT HAMDA O'XSHASHLIKLAR

²²V. Karimova. Psixologiya. O'quv qo'llanma. T. A. Qodiriy nomidagi xalq merosi nashriyoti. “O'AJBNT”markazi, 2002.

Nashrlar dizayni qator matbaa-badiiy vositalar yordamida shakllanadi. Ular orasida faqat bezak vositasi emas, shu bilan birga mustaqil mazmunga ega bo'lgan badiiy fotografiyani alohida ta'kidlash kerak. Zero, butun zamonaviy matbuot nashrlarini fotosuratlarsiz tasavvur etib bo'lmaydi. Fotografiyaning hujjatlilik, tasvirlanayotgan narsaning tasvir bilan aniqligi, bevositaligi, haqiqiyliги kabi xususiyatlari sohada katta ahamiyat kasb etadi. Ular yordamida voqea- hodisaning biror manzarasini ko'rishga muvaffaq bo'lamiz.²³

Butun dunyoga mashhur ayollarga bag'ishlangan "Harpers Bazaar" moda jurnali dastlab bundan 145yil muqaddam Amerikada chop etilgan, keyinchalik esa boshqa-boshqa davlatlar ham shu nom ostida o'zlarining ayollarga ba'g'ishlangan moda jurnalini nashr eta boshladilar.

Jumladan, Rossiyada 1996-yil mart oyidan boshlab "Harpers Bazaar" jurnalining dastlabki sonlarini chiqara boshladi. Bu jurnal ayollarga bag'ishlangan eng ajoyib, sifatli, ko'zni quvnatadigan hamda eng birinchi modaga oid jurnal hisoblangan. Bugungi kunda ham "Harpers Bazaar" jurnali eng yaxshi, eng sifatli hamda eng ommabop jurnallar sirasiga kiradi. Tiraji ham shunga mos: 120 000 tani tashkil qiladi.

"Harpers Bazaar" jurnalini o'qiydigan auditoriya 25-34yoshdagilar bo'lib, ularning ko'pchiligini ayollar tashkil etadi. Jurnal auditoriyasini 82,7%ini ayollar, 17,3%ini erkaklar, yosh jihatdan olib qaraydigan bo'lsak, 16yoshdan-19yoshgacha 10%ni, 20yoshdan-24yoshgacha 17,5% ni, 25yoshdan-34yoshgacha 32%ni, 35yoshdan-44yoshgacha 21,5%ni, 45yoshdan yuqorilar esa 19%ni, auditoriyasining saviyasiga ko'ra: oliy ma'lumotlilar 54%, o'rta ma'lumotlilar esa 46%ni tashkil etadi. Bandligiga ko'ra esa davlat ishida ishlaydiganlar 70%ni, ishlamaydigan jurnal auditoriyasi esa 30%ni tashkil etadi.

²³ Abdullayeva N. B. Zamonaviy o'zbek matbuoti dizaynining estetik xususiyatlari (jurnallar misolida). Falsafa fan.nomz.ilm.daraj.olish uchun yozilgan diss.avtoreferati. – T.: NUUZ, 2010.

Ijtimoiy kelib-chiqishi jihatdan: jurnal auditoriyasi, maxsus mutaxasislar, modaga qiziqadigan va moda bilan shug'ullanadiganlar 57%, biror-bir ta'lim dargohiga o'qiydiganlar hamda talabalar 12,5%ni, yosh onalar hamda uy bekalari esa 9% tashkil etadi. Jurnalning oladigan foydasi yiliga o'rtacha 73,2% hisoblanadi.²⁴

“Harpers Bazaar” jurnali 145yoshni qarshilagan, millionlab o'z o'quvchilariga ega dunyo modalar jurnali hisoblanadi. Bu jurnal o'zining moda hamda uslubga ko'p tarmoqli yo'nalishda e'tibor qaratishi bilan ajralib turadi. O'sha vaqtdagi moda yo'nalishidagi o'sha vaqtga mos muhim yo'nalishlarini vaqtinchalik bo'lmagan ilohiy timsoli sifatida nashr etila boshlangan. Qizlar uchun doimiy ahamiyatli bo'ladigan narsalar: kiyimlar, soch turmaklari, kiyinish uslublarini yangi, zamonaviy ko'rinishlarini taqdim etadi. Bu kabi yengil, takrorlanmas, avangard uslubni “Bazaar uslubi” deb atashadi. Bu oddiylikning bir hashami yoki hashamning oddiy bir ko'rinishi. Bu uslublar barcha ayollar, jurnal ixlosmandlari, umuman moda mutaxasislari uchun eng dolzarb, eng yangi hamda eng zamonaviydir. Jurnalda beriladigan suratlar tezkor, o'quvchini mahliyo qiladigan, bir zumlik go'zallikni hadya etadigan suratlar hisoblanadi. Jurnalda chop etiladigan qizlarning surati ularoq o'quvchi rasmlar orqali dunyo go'zalligini ko'rishlari mumkin bo'ladi.

“Harpers Bazaar” jurnali hech narsani targ'ib qilmaydi, bog'lamaydi, majburlamaydi hamda o'qtirmaydi. Boshqa jurnallarga qaraganda, bu jurnal shu jihati bilan farq qiladi. U faqat ilhom beradi. “Harpers Bazaar” jurnalining boshqa jurnallardan farq qilish tomoni ham shunda. Jurnal tahririyatida, shuningdek, saralangan mutaxasislar, Rossiyadagi, balki butun dunyodagi eng tajribali bosh muharrir, eng yaxshi fotosuratchilar

²⁴ www.bazaar.ru. Istochnik: NRS-Moskaya (16+), mart-iyul, 2009.

hamda eng yaxshi stilistlar faoliyat yuritishadi. Ular jurnallarining o'quvchilariga haqiqatdan imaxohlayotgan bo'lsalar shuni ko'rsatishga intilishadi hamda aynan shularni namoyishetishadi. Ularning fikricha: hech bo'lmaganda oyida bir jurnal o'quvchilariga, jurnalning haqiqiy ixlosmandlariga, xuddi bayram yonlarida bo'layotganligini his qilishlarini istaydi va jurnal tahririyati jon-jahdi bilan shunga harakat qiladi, bunday ta'sir etish uchun bor mahoratlarini ishga solishadi.

Poligrafiyadan foydalanish. Mazkur omilni nashrning qog'oz va tipografiya xizmati sifati bilan izohlash mumkin. Iste'molchi – o'quvchi biror-bir nashrni sotib olayotganda, albatta, jurnal sifati, bosmaning tiniqligi va qog'ozning rangdorligi kabilarga e'tibor beradi. Bu ham tovar ishlab chiqarishda sifatga e'tibor berishdek iqtisodiy tamoyillarga tegishli holatdir.

Biz deyarli modaga oid barcha jurnallarni sifatli qog'ozda ko'ramiz. M: "Harpers Bazaar", "Glamour", "Elle", "Kosmopoliten", "Hello" va h.k. Ularni boshqachasiga tasavvur qilib bo'lmaydi. Ularning sifatli qog'ozda chiqishi shart, muhim hisoblanadi. Ranglar ham shunga monand yorqin, tiniq va to'g'ri tanlanishi kerak. "Harpers Bazaar" jurnalining barcha bosh muqovadagi rasmlar sifatli. Jumladan "Jannatmakon" jurnalining ham muqovasidagi rasmlar o'ta sifatli hamda zamonaviy. Farq shundaki, "Harpers Bazaar" jurnalida berilgan suratlar jurnal uslubi, modaga oid to'g'ri tanlangan, "Jannatmakon" jurnali esa ixtisoslashuvi jihatdan milliy yo'nalishni tanlagan, biroq undagi suratlar biroz jurnal ixtisoslashuviga zid. Ochiq kiyingan qizlar surati jurnal milliy yo'nalishda ekanligiga, o'quvchida shubha uyg'otishi mumkin.

Jurnal dizaynidagi yana bir eng muhim ko'rinishlaridan biri bu illyustratsiya jarayonidir.

Illyustratsiya har xil bo'lishi kerak. Ya'ni, u nafaqat hajmi va formatiga, gorizonta va vertikal joylashtirilganligiga ko'ra, balki shakli, mazmuniga ko'ra ham turfa xil ko'rinishda bo'lishi lozim.

O'tkazilgan sotsiologik tadqiqot natijalariga e'tibor beradigan bo'lsak, 46% jurnal ixlosmandlari suratlarni bir ramka ostida joylashtirishni, 22%i esa lenta shaklda ya'ni vertikal joylashtirilgan suratlarni ma'qul deb topishgan. Demak, shu ko'rinishda joylashtirilgan rasmlar o'quvchilarga ko'proq ma'qul. Jurnal sahifalarini kuzatadigan bo'lsak ham, jurnaldagi ko'pgina rasmlar ham shu ko'rinishda joylashtirilgan.

Jurnallarda berilgan rasmlarda turli kichik, ammo sezilarli, kechirilmas xatolar mavjud:

Qo'l siqishish. Tushunarsiz sabablarga ko'ra, bir-biri bilan qo'l siqishib turgan va ayni damda kameraga qarab turgan kishilar surati hali ham nashrlarda tez-tez uchrab turadi. Aslida odamlar bir-biri bilan qo'l berishib ko'rishganda, yon-atrofga emas bir-birlariga qarab turishadi. Bunday rasmlarni hech narsa bilan oqlab bo'lmaydi, ularni matbuotda berishni ta'qiqlash kerak.

Bunday holatdagi rasmlar ko'pincha o'zimiz nashrlarda ko'rishimiz mumkin, chet el nashrlarida buni uchratish qiyin. Ammo "Jannatmakon" jurnalida bu kabi kamchiliklardan yiroq. Bunday holatlarni boshqa nashrlarda, xususan, gazetalarda uchratish mumkin. "Jannatmakon" jurnalining maxsus fotograflari mavjud. Ular bu kabi holatlarga yo'l qo'ymaydi. Shuning uchun ham "Jannatmakon" jurnalining rasmlari o'zgacha, doimiy, takrorlanadigan emas. O'tkazilgan so'rovnomada ham o'quvchilar aynan shu jihati bilan "Jannat Makon" jurnalida ajralib turishini bildirishgan.

Qator. Bunday surat voqelik tugab bo'lgandan keyin yetib kelgan suratkashning voqea ishtirokchilarini qator qilib rasmga tushirishi natijasida yuzaga keladi. Bunday surat ham jurnal yuzini ko'rmasligi kerak. Agar kishilar jamoasini suratga tushirish kerak bo'lsa, ularni rasmiyatchilikdan qochgan holda, ish faoliyati ustida rasmga muhrlash lozim. "Jannat Makon" jurnalida ish faoliyati jarayonida, faqatgina tabiiy suratga olingan rasmlarni ko'rish mumkin. Bunday rasmlar o'quvchida notabiiylik tug'dirmaydi. M: turli xil tadbirlar, "Fond Forum", "Kelajak ovozi" majlislari ustiga olingan suratlar bunga jonli misol bo'la oladi.

Menda nimadir bor. Odatda, bunday rasm, ma'lum shaxs biror-bir yutuqqa ega bo'lganda, o'sha ega bo'lgan sovrin yoki diplomini qo'lga ushlab turgan holda tushiriladi. Rasmga olinayotgan shaxs kameraga qarab, iymanib, o'zi sezmagan holda qo'lidagi yutug'ini g'ijimlab yoki tirnab turgan holatini suratkash e'tiborga olmay yoki sezmaysuratga oladi. Xatolik ham aynan shunda ko'rinadi. Aslida esa surat mazmunli chiqishi uchun yutuqni emas, o'sha yutuqqa sababchi bo'lgan zahmatli ish jarayonini ko'rsatish kerak.

“Harpers Bazaar” hamda “Jannat Makon” jurnalining qiymati yuqoriligini sababi, shu kabi rasmlarning mutlaqo yo'qligida. Ular ko'proq rivojlanib borish jarayonlariga, voqealar yetib kelgunga qadar qanday yuz berganini bir necha suratlar orqali ifodalab beradi. Hamma narsa tabiiy, xuddi jurnalni o'qiyotgan jurnalxon o'sha voqealar jarayonini o'z ko'zi bilan ko'rayotgandek bo'ladi.

Stolim ustida. Ular ko'proq rahbar shaxslarni suratga olishda ishlatiladi. Qahramon ish stolida o'tirgan holda, kameraga ma'nisiz qarab yoki telefonda gaplashib yoki hujjatlarni varaqlab va shu bilan birga kameraga ham qarab turgan bo'ladi. Haqiqatdan uzoq shu kabi suratlar qahramonni ham, jurnalni ham kulguga qo'yadi. Undan ko'ra yuqori, badiiy qimmatga ega portret rasmni yoki haqiqiy suhbat vaqtidagi rasmni qo'yish maqsadga muvofiq.

“Harpers Bazaar” jurnali modaga ixtisoslashgani uchun bu kabi rasmlarni umuman uchratmaymiz. “Jannat Makon” jurnalida “Tarixdagi nomlar” , “Taqdir” “Portret” hamda “Shaxs” kabi ruknlarida ma'lum bir qahramonni tanishtirib, uning yutuqlari, ish faoliyati, xullas u bilan bog'liq hamma jihatlarni ko'rsatadigan rasmlarni ko'plab beradi. Deyarli kamchiliklar judayam kam, sanoqli. Ammo shular jumlasidan “Jannat Makon” jurnalining 2005-yidagi sentabr sonining 10,13,14, 16,47-sahifalardagi suratlar biroz notabiiy chiqqan. Ularning birida go'yoki atrofida shogirdlari bilan o'tirgan ustoz, atrofidagi shogirdalariga ko'rsatkich barmog'i bilan kitobni ko'rsatib turibdiyu, ammo ustozning ham, shogirdlarning ham ko'zi kameraga qarab qolgan. Yoki shunga o'xshash yana bir holat: qahramon javondan kitob qidirayapti, ammo ko'zlari kameraga qaratilgan.

Bu kabi kichik, ammo kulguli xatolar jurnalning faqat dastlabki sonlarida uchraydi. Vaqt o'tgan sari jurnal faoliyati rivojlanib, malakasi ortib bu kamchiliklaridan ancha yiroqlashgan. Buni yaqin yillardagi sonlarni kuzatibdan bilsa bo'ladi. Bu kabi kamchiliklar deyarli umuman uchramaydi.

Maketlashtirish

Maketlashtirish jarayoniga ham moda o'z ta'sirini o'tkazadi. Ko'p yillar avval vertikal maket keyinchalik gorizantal, modul va ramkalilar urf bo'lgan. Ramkali maket hozir ham eng keng tarqalgan usullardan biridir. Original, o'ziga tortuvchi dizaynga ega ekanligi.²⁵ Ana shu sabablarni e'tiborga olgan dizaynerning ishi albatta samarali bo'ladi.

Tadqiqotlarga ko'ra, sahifadagi elementlarini o'quvchi quyidagi ketma-ketlikda qabul qiladi:

- Asosiy bosh rasm
- Eng katta sarlavha
- Sahifaning yuqoriga o'ng burchaki
- Rasmlil istalgan maqola
- Hamma maqolalar: sarlavhalar o'lchamiga qarab

Har qanday o'quvchini ko'zga yarq etib tashlanadigan maqola yoki illuystratsiyasi bo'lmagan nashr o'zidan bezdiradi. Bunday maketlar zerikarli hamda o'qishni ham qiyinlashtiradi.

Sahifalash jarayonida o'sha mamlakatga tegishli bo'lgan madaniy omillar va boshqa omillarni inobatga olish lozim. Ammo istalgan davlatda va istalgan jurnal uchun qabul qilsa bo'ladigan qoidalar mavjud:

Sahifani verstka qilishdan oldin unda qanday maqola va suratlar joylashtirilishini tasavvur qilib ko'rish kerak. Birinchi qadam mavjud muammolarni anglashdir. Shundagina yechimlar topiladi. Sahifani ishlab chiqishdan oldin dizayner unda nimani joylashtirishni xohlayotgani emas, dizayner qanday natijani ko'zlayotgani muhim hisoblanadi.

²⁵ Gorod" elektronniy dokumentasii po kompyuternim i texnologiyam//<http://www.cltforum.ru/>"

Agar reklama e'lonining hajmi yoki tuzilishi noqulay bo'lsa, uni boshqa joyga ko'chirish yo'llarini axtarish kerak. Odatda, reklama beruvchilar jurnalning ayni ma'lum bir sahifasida reklamasi joylashtirilishi uchun qo'shimcha haq to'laydi.

“Jannat Makon” jurnalining ko'pincha orqasida taqinchoqlar, turli brendlar reklamasi beriladi. Buni so'nggi yillardagi sonlarida ko'rish mumkin. Masalan, 2011-yil mart oyidagi sonida: “Gepard”, “Mango” va h.k. Jurnalning o'rtasida esa aloqa kompaniyalari “Ucell” , “MTS” , bundan tashqari “Uzbekistan AIRWAYS”, “Artel” kompaniyasi mahsulotlari hamda dori reklamalarini ko'rish mumkin. Jurnal o'rtasida berilgan reklamalar o'quvchining axborot olish huquqlarini buzilishiga olib keladi. Ayniqsa, tugallanmagan maqola keyingi betda berilgan, ammo orada butun bir sahifada “Ferveks” dori reklamasi joylashtirilgan. Bu o'quvchiga majburlab singdirishga qaratilgan, e'tiborini majburan tortish uchun qo'yilgan reklama hisoblanadi. Bunday holatlarda chet ellning reklamani jurnalning oxiri betida berish uslubini qo'llash maqsadga muvofiq bo'ladi. Undan tashqari reklamaga tanlangan rang, orqasidagi fon noto'g'ri tanlangan, yana ko'zni charchatadigan uslubda berilgan. Dizayner ularni ham hisobga olishi kerak bo'ladi. Reklamani ko'chirish kerak bo'lgan hollarda reklama beruvchilar bilan qaytadan kelishib, gaplashib ko'rish kerak. Reklama uchun narxlar, ularni o'zgartirib turish, ustama va chegirmalar belgilash tahririyat menejerlari tomonidan belgilanadi.²⁶ Har bitta sahifada aniqlash kerak bo'lgan bir narsa: matn va suratlarning formati hamda hajmidir.

Fotosuratlarni iloji boricha kattaroq qilib berish va boshqa illustratsiyalar uni to'sib qo'ymasligiga e'tibor qaratish kerak.

Har bir sahifa vizual fokuslangan bo'lishi kerak, agar unda bir xil o'lchamdagi bir necha surat joylashtirilsa, fokus bo'lmaydi. O'quvchi sahifadagi asosiy materialni qidirib, diqqat bo'ladi, bunday vaziyatdagi eng to'g'ri yo'l material uchun mos suratni topish va unga sahifada yetarlicha joy ajratish.

“Jannat Makon” hamda “Harpers Bazaar” jurnallaridagi joylashtirilgan rasmlarga razm salsak, sahifada tanlangan rasmlar ham gorizonta, ham vertika yo'nalishda

²⁶Lazarevich. E. A. Dizayn periodicheskiz izdaniy/Pod red. M.:2000. – B. 52.

joylashtirilgan. Ayniqsa, “Jannat Makon” jurnalida “Style uz” haftaligi yoritilgan sonida bir qancha suratlar sahifada turlicha joylashtirilganni ko’rish mumkin. “Harpers Bazaar” jurnali esa o’z-o’zidan ma’lumki, bu kabi joylashtirilgan rasmlarni har sonida uchratish mumkin.

Suratlarni matn o’rtasida joylashtirish kerak. Suratlar bir qancha funksiyalarni bajaradi. Birinchidan, u matn oralig’iga yorug’lik olib kiradi. Ikkinchidan, matnni qismlarga bo’ladi. Bu ayniqsa, sahifa markazida ro’y bersa, natija yaxshiroq bo’ladi

“Harpers Bazaar” jurnalida matn judayam kam, moda jurnali bo’lganligi bois barcha e’tibor suratlarga qaratilgan. Jurnalda biror bir voqea jarayonlarini ham bir nechta rasmning rivojlanib borish bosqichida ko’rsatib, o’quvchiga rasm orqali osongina tushuntirib qo’ya qoladi.

Sahifaning bosh sarlavhasi (butun sahifaga qo’yilgan rukn nomi) boshqa sarlavhalardan 40 foiz kattaroq bo’lishi kerak. Bosh maqola boshqalardan ajralib turmasa, ularning borligidan ma’no qolmaydi. Mazmunan bir biriga yaqin kichik maqolalarni jamlab, bir guruhga yig’ish kerak. Qisqa yoki hajmidan qat’iy nazar umuman bir-biriga mos, mavzusi jihatdan yaqin va boshqa shunga o’xshash materiallarni guruhlash lozim. Ular hammasi bir joyda bo’lsa, o’quvchiga ham oson bo’ladi.

“Harpers Bazaar” jurnalida rukn chap betning yuqorisida beriladi. Bu ham o’ziga xos bir jurnalning o’z uslubi hisoblanadi.

Majlisida ma’ruza qilgan davlatimiz rahbari I. Karimov “Ommaviy axborot vositalari faoliyatining iqtisodiy asoslari to’g’risida”gi Qonun yaratilishining ahamiyati haqida alohida to’xtaldi. Haqiqatda ham, jamiyatni erkinlashtirish va bozor munosabatlariga o’tish jarayonlari har qanday yuridik maqomdagi ommaviy axborot vositalari oldiga ana shu jarayonlariga moslashish, xususan, ommaviy axborot vositalarining iqtisodiy asoslarini ta’min etishning bosh omillaridan hisoblanmish auditoriyani kengaytirish borasida ahamiyatsiz omilu, ahamiyatsiz masalaning o’zi yo’qligini ko’rsatadi.

Bu jihatdan esa nashrlar dizayni ko'rinishini oshirish, dizaynerlar faoliyatini kengaytirish, ularning malakalrini oshirish kerak bo'ladi.

XULOSA

Auditoriyamanfaatlariksetganjurnalistikadajamiyatdemokratlashadi, fuqorolikjurnalistikataaraqqiyetishiuchunzaminhozirlanadi. Insonningijtimoiy-fiziologikqobiliyatlarinamoyonbo'lganinteraktivjurnalistikabugungikundaommaviyax borotvositalaritarraqqiyotiuchunemas, balkioddiyinsonmanfaatlarigaxizmatqiluvchi xabarotrasriningyangijurnalistikasiko'rini shgaaylanadi. Buesajurnalistika, shuningdek, uningbirbo'lagibo'lganbosmaommaviyaxborotvositalariauditoriyatalablaridankelibch iqqanholdafaoliyatuyritsamaqsadgamuvofiqbo'ladi. Shuningdek, dizayngae'tiborbukishilargaestetiktarbiyaberib, ularniestetikdidinioshirishgahizmatqiladi.

Ta'lim-tarbiyaningboshqashakllarikabiestetiktarbiyahamo'zdiqqat-e'tiboriniyakkaodamgavaijtimoiyguruhgaqaratadi. Estetiktarbiyahamumuminsoniyyamilliyqadriyatlariniqarortoptirishgaxizmatqiladi. Estetiktarbiyainsonongiga, his-tuyg'ulariga, tasavvuriga, e'tiqodiga, dunyoqarashiga, hatti-harakatlariga, xulq-atvorigata'siro'tkazishnio'zoldigamaqsadvavazifaqilibqo'yadi.

O'zbekistonmustaqildavlatsifatidaqarortopayotganhozirgipaytdadizayngaoid, unio'rganishgaqaratilganbirnechainstitutlar, kollejlartashkiletilgan. Estetiktarbiyaga, dizayngabo'lganahamiyatbugungikundayanadaortibbormoqda.

Tadqiqotimizjarayonidanashrlardizaynigaxosbo'lganbirnechaxususiyatlarni, o'zigaxosliklarni, auditoriyasinio'rganib, shubilanbirgamilliyateriallarnashretadiganobyektimiz "JannatMakon" vaRossiyadachopetiladiganayollargabag'ishlangan "HarpersBazaar" jurnallariningdizaynko'rinishlaridagiayrimjihatlarnitahlilqilibquyidagixulosalargakel dik.

Birinchidan

matbuotnashrlaribo'lganjurnallarommaviyaxborotvositalariningturmushdankengo'rin

olishin atijasidabadiiyaxborothajmininghamkeskinortibborishiestetiktarbiyaahamiyati ningtezsur'atlardao'sishinita'minlaydi.

Jurnallarko'rinishiharqandayauditoriyavakiliuchuno'taahamiatlidir.

Dizaynerlarjurnalyo'nalishi, ixtisoslashuvidankelib-
chiqibmosdizaynnitopaolishivaqo'llashilozim. Jurnal dizayni,
ichidagimateriallardanko'raahmiyatlihisoblanadi. Sababi,
o'quvchinijurnalbirginamuqovasibilanhamqiziqitiraolishimumkin.

Ikkinchidan— mustaqillikdanso'ngxususiy nashrlarsonikundan-
kungako'payibbormoqda. Aynipaytdachopetiladiganxususiyjurnallarni,
birnechayillaroldinnashretilganjurnallarbilantaqqoslaydiganbo'lsak,
mavzuningtanlanganligi, zamonbilanuyg'unlashtirilganligi, mazmun-
mohiyativaengasosan, dizaynko'rinishlaribilananchafarqqiladi. Xususan,
“JannatMakon” jurnalio'zusalubigaega,
yangichako'rinishdaegaekanligiquvonarliholdir.

Chunkimilliyjurnallarxalqqakimligini, o'tmishinieslatish, ayniqsa,
mentalitetnisaqlabqolishuchunjudamuhim. Milliyjihatlargahamzamonaviyyondashish,
buturdagijurnallarninashrqilishdanoodatiylikminglabo'quvchilardakattaqiziqishuyg'o
tadi.

Shuninguchunhamqaysiyo'nalishdanashrtayyorlashdanqat'iynazarmavzuniqiziqarliro
qvauditoriyaqiziqishlariniinobatgaolganholdatayyorlashanchaginasamaralinatijanibe
radi.

Uchinchidan – “Jannat Makon” jurnali o'zining ma'lum yo'nalishini tanlab olishi
kerak. Sababi, jurnalda beriladigan materiallar mavzusi turlicha. Bir-biriga bog'liqlik
yo'q. Bir sonida tashkil etilgan rukn o'rniga, keyingi sonda umuman boshqa
mavzudagi material beriladi.

“Jannat Makon” jurnalini dastlabki sonlarini kuzatadigan bo'lsak, unda
bolalarga bag'ishlangan, ular chizgan suratlar, ularning erishgan yutuqlari bilan
tanishtirilgan va bu mavzuga ko'plab sahifa ajratilganini ko'rish mumkin.
San'atkorlar hayoti, adabiyot, she'riyat, tarixiy voqealar, “Fond Forum”, “Kelajak

ovozi” yangiliklari, interyerlar, tabiat, moda, xullas, bir-biridan uzoq bo’lgan mavzularni yoritilganligini ko’rish mumkin.

Shuniyam aytib o’tish kerak, “Jannat Makon” jurnali yaqin yillardagi barcha sonlarni kuzatadigan bo’lsak, biroz yuksalishni sezamiz. Jurnal yil davomida o’z kamchiliklarini ko’rib, o’zgartirishlar kiritayapti. Hozir ham aniq yo’nalishni topib olgan deyolmasakda, ijobiy tomonga siljishni ko’rishimiz mumkin.

Ixtisoslashuv jihatdan “Harpers Bazaar” o’z yo’nalishiga ega. Oynoma ayollarga bag’ishlangan bo’lib, unda mavsumiy moda, liboslar to’plami, yangicha soch turmagi turlari, nimaiki ayollarga bog’liq bo’lgan barcha mavzuda materiallar yoritiladi.

To’rtinchidan – “Jannat Makon” jurnali ilk bor ko’rgan odamda o’z nomi bilan milliycha tasavvur uyg’otishi aniq. Ammo jurnalni varaqlab ko’rgandan keyin o’quvchida jurnalga nisbatan boshqacha qarash paydo bo’ladi. Sababi, jurnal yuzi milliylikni tarannum etadi, ammo ichida zamonaviy, chet elning uslubi, o’zga nafasni sezish mumkin. Jurnal nomiga yo’nalishini moslashi yoki ixtisoslashuviga ko’ra nomini o’zgartirsa maqsadga muvofiq bo’lardi.

Beshinchidan – jurnal dizaynida birinchi masala muqovaga qaratiladi. Jurnal yuziga qo’yilgan surat sifatli hamda tiniq bo’lishi kerak. “Jannat Makon” va “Harpers Bazaar”, har ikkala jurnalning ham yuzida, albatta, o’sha sonning eng yaxshi rasmi tanlab olinadi va qo’yiladi. Buni tasdig’ini jurnal muqovalaridagi suratlardan ham bilsa bo’ladi.

“Jannat Makon” jurnali yuzidagi ayrim suratlar, umuman jurnal yo’nalishiga zid. Ochiq kiyingan qizlar surati yoki biror bir aniq mazmunni bermaydigan tushunarsiz suratlar. 2011-yil sentabr soni, 2005-yil avgust va noyabr sonlardagi muqovalar bunga yaqqol misol bo’la oladi. Bu suratlar jurnal kamchiligini yaqqol ko’rsatib qo’ya qolgan va jurnal nomiga ham zid hisoblanadi.

Oltinchidan – “Jannat Makon” jurnalining yutuqli tomoni shundaki, jurnalda beriladigan suratlar tabiiy, noodatiy, ko’rishli fotosuratlar hisoblanadi. O’quvchi

jurnalni o'qib chiqa olmasada, aynan, ana shu suratlarni tomosha qilish uchun ham sotib oladi.

“Jannat Makon” jurnalining maxsus fotograflari bo'lib, ular jurnalist bilan, albatta, birga material yaratish uchun voqea joyiga birga boradi. Tajribali suratkash esa ayni o'sha joyning o'zida boshqa nashrlarda uchramaydigan mazmunli rasmni tayyorlaydi. “Jannat Makon” jurnalida samarali faoliyat yuritayotgan fotograflar Ernest Kurtveliyev, Armen Avakyanni ishlarini ko'rib, ishini yuqori baholaydi.

Jurnalning yutuqli tomoni ham tajribali suratkashga ega bo'lganlikda, sababi jurnalning qariyb yarmidan ko'proq qismini suratlar tashkil etadi.

Yettinchidan - jurnal o'qishli bo'lishida shriftlarning ahamiyati katta. “Jannat Makon” jurnalining asosiy shrifti bor ya'ni jurnal San Serif shriftida yoziladi. Bu yuqorida aytilganidek, o'quvchi o'qishi uchun qulay.

Qiziqarli, ko'ngilochar materiallarda boshqalariga o'xshab qolmasligi, ajralib turishi uchun shriftlar biroz o'zgartiriladi: yiriklashtiriladi, rangli, shakldor holga keltiradi va shu orqali material mazmunini ochib berishga o'z hissasini qo'shadi. Bundan tashqari jiddiy materiallarda asosiy shriftning o'zi qoladi, faqat rangi, sarlavha bo'lsa hajmi o'zgartiriladi.

“Jannat Makon” jurnalda tanlangan har bir shrift diqqatga sazovor.

Sakkizinchidan – ranglardan to'g'ri hamda unumli foydalanish kerak. Ba'zan ko'plab ranglar qorishmasi ham o'quvchini yo'qotib qo'yishga olib kelsa, ham jurnal xarajati oshishi, narxining ko'tarilishiga sabab bo'ladi. Fonlardagi noo'rin tanlangan ranglar shular jumlasidandir.

Dizayner ranglarni boricha ishlata bilishi emas, muhimi, to'g'ri va o'rinli sarflay olishi kerak. Dizaynerning bor mahorati ham aynan ana shunda - tejamli va o'ta bejirim ko'rinishdagi nashr dizaynini yaratish.

To'qqizinchidan - dizaynerning dunyoqarashi keng, tasavvur va yangilik yaratish qobiliyati kuchli bo'lishi kerak. Har bir jurnal dizaynerlari yiliga, mavsumga yoki fasllarga qarab yangicha jurnal imidjini yaratishi, jurnalni boyitishi, jurnal uchun

yangiliklar olib kirishi lozim. Shunda nashr o'quvchilarni zeriktirmay, bir xillikdan uzoqlashtiradi, jurnalga nisbatan qiziqishini yanada orttiradi.

O'ninchidan – yurtimizda dizaynga ixtisoslashgan institut hamda kollejlarda mavjud. Ular uy, maketlar, turli xil bezaklar dizayni ustida ishlashadi, o'rganishadi. Ammo nashrlar dizayni, ommaviy axborot vositalarida ishlaydigan, hamda shu sohada chiroyli dizayn yarata oladigan dizaynerlar yetishtirib chiqaradigan maxsus fakultet yoki magistrlik yo'nalishi yo'q.

Ommaviy axborot vositalari jamoatchilikka kuchli ta'sir ko'rsata olar ekan, bu borada o'z mutaxassislariga ega, professional dizaynerlar bo'lishi kerak bo'ladi.

Bugungi davr odamlari e'tiborga, yangilikka, go'zallikka o'ch. Atrofdagi hamma chiroyli narsalar inson e'tiborini tortadi. Did bilan qilingan har bir ijod mahsuli o'z muhlislarini topmay qo'ymaydi.

Tadqiqotimizni yakunlar ekanmiz, ma'lum bo'ldiki, bosma nashrlar, ya'ni aynan jurnallar dizayni o'quvchiga ma'lumot uzatishda asosiy rol o'ynaydi va jurnalistika samadorligini aniqlashda, nashrlar adadini oshirishda muhim omillardan biri bo'lib hizmat qiladi.

Adabiyotlar ro'yxati

1. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi. – T.: O'zbekiston, 2000.
2. O'zbekiston Respublikasining “Ommaviy axborot vositalari faoliyatining iqtisodiy asoslari to'g'risida”gi Qonuni.
3. O'zbekiston respublikasining “Reklama to'g'risida”gi Qonuni.
4. Karimov I. A. Bizdan ozod va obod Vatan qolsin. – T.: O'zbekiston, 1996.
5. Karimov I. A. Bizning bosh maqsadimiz-jamiyatni demoklashtirish va yangilash, mamlakatni modernizatsiya va isloh etishdir. – T.: O'zbekiston, 1998.
6. Karimov I. A. O'zbekiston buyuk kelajak sari. – T.: O'zbekiston, 1998.
7. Karimov I. A. O'zbekiston XXI-asrga intilmoqda. – T.: o'zbekiston, 2000.
8. Inson baxt uchun tug'iladi: O'zbekiston Prezidenti Islom Karimovning hikmatli so'zlaridan (Tuzuvchilar: D.G'aniyev, Z. G'afurov.) – T.:Sharq, 2001.
9. Karimov. I. A Yuksak ma'naviyat – yengilmas kuch. – Toshkent: Ma'naviyat, 2008.
- 10.Karimov I. A. Eng asosiy mezon – hayot haqiqatini aks ettirish. - T.: O'zbekiston, 2009.
- 11.O'zbekiston Respublikasi milliy ensiklopediyasi. 3-jild, 2002.
10. Bayimbetov B. , Kompyuterda sahifalash dizayni/http://www.ziyonet.uz,

11. Zamonaviy jurnalistika. Toshkent. «MRS-Tashkent»
12. Lug'at-ma'lumotnoma:Jurnalistika, Reklama, Pablik Rileyshnz:1700ta atama/Mualliflar hay'ati: F. R. Nesterenko (rahbar), Karem M. , Mamatova Y. M. va boshq. – T.: Zar qalam, 2003.
13. Kuzmina N. Fotoapparatni to'g'ri tanlang. – M., 2006.
14. Anikeeva N. N. Jamoalardagi psixologik muhit.-T., 1992.
15. Karimova V. Ijtimoiy psixologiya asoslari.-T., 1994.
16. Karimova V. Psixologiya. O'quv qo'llanma. - T.: A. Qodiriy nomidagi xalq merosi nashriyoti. "O'AJBNT" markazi, 2002.

Chet tilidagi adabiyotlar ro'yxati

17. Вяземский Б. А. , Урлауб М. Техническое оформление газеты. – М., - Л., 1933.
18. Вяземский Б. А. Техника оформление газеты. – М., –Л., 1948.
19. Попов В. В. , Гуревич С. М. Производство и оформление газеты. – М.: Изд-во Моск. Ун-та, 1975.
20. Нестеренко Ф. П. Нфучно-технический прогресс и печать. – Т. : Узбекистан, 1981.
21. Муминов Ф. А. Техника средств массовой информации и пропаганды (оформления периодических изданий). – Т.: ТашГУ , 1986
22. Киселёв А. П. От содержания – к форме. – М.: Изд-во Моск. Ун-та, 1975.
23. Киселёв А. П. Оформление периодических изданий. Подред. - М., 1988.
24. ТабашниковИ. Н. Газетаидизайн. –Тюмень:Софтдизайн, 1994.
25. Картер. Почему следует задуматься охорошемдизайне газет? - Киев, 1996.

26. ЛазаревичЕ. А. Дизайн периодических изданий. Подред. - М., 2000.
27. Уильямс Р. Недизайнерская книга о дизайне. Основы дизайна и типографики для новичков. - СПб.:ИД “ВЕС”, 2002.
28. ГребелниковА. А. Работа в прессе. - М., 2002.
29. ГуревичС. М. Номергазеты. - М., 2002.
30. Картер М. Современный дизайн газет.<http://www/internews/ru/books/design/> 2003.
31. Галкин С. И. Техника и технологияСМИ: художественное конструирование газеты и журнала. Учебное пособие. – М.: АспектПресс, 2005.
32. СосновскаяА. М. Журналист: личност и профессионал. – М., 2005.
33. Скоробоготко В. Газета ставит цвет.[//Журналист](http://Журналист). - М., 2008.
34. Немов П. С. Психология. Кн. 1. -М., 1994.
35. Леонтов А. А. Психология общения. – М., 1998.
36. Пронина Е. Психология журналистского творчества. – М., 1998.
37. Пронина Е. Прикладная сотсиальная психология. – М., 1999.
38. Немов П. С. Прикладная психодиагностика. – М., 1999.
39. Крилова А. Психология. Учебник. Под ред. – М., 1999.
40. Garsia M. contemporary newspapers design a structural approach. – New Jersey, 1991.

Avtoreferatlar

42. AbdullayevaN. B. Zamonaviyo’zbekmatbuotidizayninigestetikxususiyatlari (jurnallarmisolida). Falsafa fan.nomz.ilm.daraj.olish uchun yozilgan diss.avtoreferati. – T.: NUUz, 2010.

43. Сулаймонова С. Р. Дизайн современной газеты: принципы, тенденции и закономерности.

Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук. – Т.: UDK-07, 2011.

Internet saytlari

44. www.api.uz/uz/IIuz/content/statistics/

45. www.hqh.ru

46. www.rosdesign.com/design/gazetofdesign.html

47. www.gigart.ru

48. www.bazaar.ru

49. www.designmagazine/http

50. www.journal@bcc.com.uz

51. www.faststart.ru

52. www.internet-techlogies.ru

53. www.biz.nnov.ru

54. <http://jweber.ru/web.html>

55. www.jannatmakon@terrargroup.uz