

ӘОК 702.12.03

## **ИНФОГРАФИКАЛЫҚ ДИЗАЙНДЫ ЖОБАЛАУДЫҢ НЕГІЗГІ ҚАҒИДАЛАРЫ**

**Әмірхан Гүлзат Арманқызы**

*gulzat.amirhan@mail.ru*

Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ Сәулет-құрылыс факультетінің студенті,

Нұр-Сұлтан, Қазақстан

ғылыми жетекшісі – Бегімбай К.М.

Қазіргі таңда ақпарат кеңістігі мен оның мүмкіндігі қандай шексіз болса, оған деген сұраныстың да еселей түскендігі белгілі жағдай [1]. Заманауи кезеңде қауіптілікті алдын алу мәселесінде, ақпаратты тиімді ұсынушы әдіс ретінде инфографиканың маңызы зор. Бүгінде оқиғаны айтуға көмектесетін жаңа қызықты әдіс ретінде инфографика құралын айтуымызға болады. Инфографика (қысқартылған ақпараттық графика) – типография, дизайн және таза қиялдың буданы ретінде қарастыруымызға болады. Инфографиканы жазбаша оқиғаға қосымша ретінде, сондай-ақ, жекеше түрде де пайдалануға болады. Инфографика – мәселені шешуге арналған, өйткені бұл алушыға қажетті ақпаратты сығудың және жеткізудің ыңғайлы әдісі. Оның жартысынан көбі бейнеден тұрады, бұл оны көрнекі, түсінікті, жарнамалық коммуникацияның тиімді құралы етеді [2].

Инфографиканы өнерге сенімді түрде жатқызуға болады, өйткені құру статистикалық мәліметтерді, инженерлік сызбаларды немесе қызметтік белгілерді қызықты пішінге айналдыра алатын шығармашылық принципті білдіреді [3].

Негізгі бөлім

Инфографиканы жобалау сыртқы көзге оңай көрінгенмен, оны жобалау күрделі жұмыстардың бірі болып табылады. Ғаламтор желілерінде инфографиканы жобалаудың бірнеше қағидалары сақталмаған нұсқаларын жиі кездестіруге болады. Жақсы дизайн бұл инфографиканы алдыңғы қатарға жетелейтін бірден бір құбылыс болып табылады. Инфографикалық дизайнды жобалаудың қағидалары төменгідей жіктеледі [4]:

*1.Ең бірінші орында нақтылық*

Нақтылық – бұл кез келген инфографиканы жобалаудың ең маңызды аспектісі. Ал қалған қағидалар екінші орында. Инфографикадағы көрнекілік – сандармен тікелей байланысты болуы қажет. Қандайда болмасын инфографиканың күші – бұл ақпараттың басынан аяғына дейінгі нақты байланысын құрайды. Мақсатты аудиторияға инфографиканы анық әрі көрнекі түрде жеткізу арқылы сіз оқырмандарға хабарламаны оқуға көмек көрсетіп қана қоймай, заттық ортадағы өзіңіздің дәрежеңізді көрсетуге мүмкіндік аласыз.

Егерде көрнекі мәтінде сіз қандай да бір қателік жіберетін болсаңыз, оқырман сіздің инфографикада көрсетілген ақпараттарыңыздың бәріне сенімсіздікпен қарайтын болады. Бір ғана дұрыс жасалмаған диаграмманың өзі кереғар көзқарас туындатып, басқа сапалы жасалған инфографиканың еш маңызы болмай қалады. Мысал ретінде, дөңгелек диаграммаларды қолдану кезінде нақтылық жетіспеуін жиі кездестіреміз.

Егер дөңгелек диаграмманы пайыздық көрсеткіштері бойынша үш бөлікке бөлетін болсақ, толығымен 100 пайызға сәйкес келуі қажет. Мысалы: алма 70 пайыз, апельсин 63 пайыз және жүзім 69 пайыз деп қарастырайық. Бұл үшеуін бір дөңгелек диаграммада орналастыру қате болып табылады. Сондықтан мұндай ақпараттарды жеке-жеке бағаналы диаграммаларда орналастырған жөн.

## 2. Көрнекілік алаңы

Визуалды көрнекілікті жобалаушыларға объектінің өлшемі, оның биіктігіне емес, оның алып жатқан орнына тікелей байланысты екендігін білген маңызды. Себебі, сандық көрсеткіштер бір өлшемді, ал экран бетінде немесе қағаз бетінде екі өлшемді екендігін ескерген жөн. Осы жағдайда дизайнерге мектеп бағдарламасында өткен геометрия пәнінің еске түсіру қажет. Кейбір пішіндерге олардың алаңдарына тура пропорционал болатын өлшемді берген маңызды. Ақпараттарды көрнекілеудің математикалық жағынан түсіндірудің қарапайым көрінісі – бағаналы диаграммалар. Бағаналы диаграммаларды қолданған кезде олардың ені тұрақты, ал ұзындықтары өзгеріп отырады. Егер диаграмманың ұзындығын ғана өзгертер болсақ, онда тіктөртбұрыштың көлемі оған тура пропорционалды түрде өзгеріп отырады. Тік төртбұрыштың көлемі – оның ені мен биіктігінің көбейтіндісіне тең.

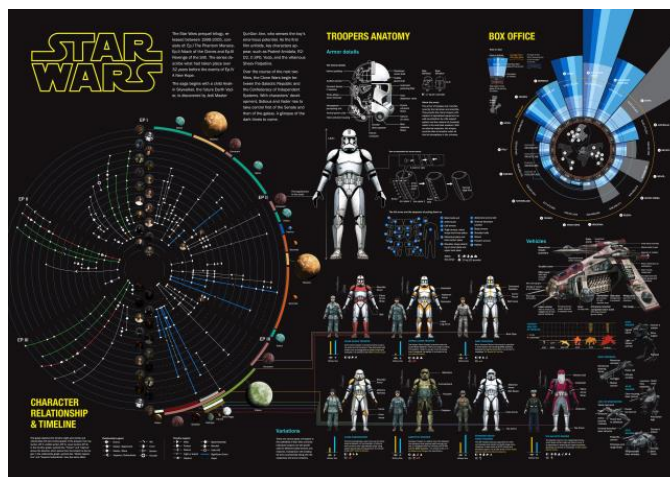
## 3. Қызықты тақырыпты таңдау

Көптеген компаниялар инфографиканы жобалау кезінде қызықты тақырыпты таңдау қиынға түседі. Жақсы инфографика қызықты болуы қажет, себебі өзекті емес тақырыптарға оқырман назар аудармайды.

Шын мәнінде сапалы инфографикада белгісіз, жаңа, бұрын соңды жарияланбаған ақпараттар және мақсатты аудиторияны қызықтыратын тақырыптар болғаны жөн.

## 4. Үрдістегі тақырыптар

Қазіргі таңда үрдістегі тақырыптарға деген термин қалыптасқан. Онымен байланысты кез келген инфографика бірден көзге түседі. Алайда қазіргі таңда ғаламдық өзгерістерге байланысты тақырыптар жылдам өзгеріп, алмасып отырады. Қазіргі таңда әлеуметтік желілерге, 1-суретте және 2-суретте көрсетілген «Жұлдызды қаһармандар» сериалына, қаһармандарға [5] немесе айфонға [6] байланысты инфографикалар кең танымалдыққа ие. Себебі мұндай тақырыптар ғаламтор желілерін жиі қолданушылар арасында өте өзекті. Көптеген компаниялар үрдістегі тақырыптарды қолдана отырып, брендке немесе бизнеске қатысы жоқ тақырыптарды пайдалану арқылы инфографикалар жасайды.



Сурет 1 «Жұлдызды қаһармандар» сериалына арналған инфографика [5]

Бұл оларды мақсатты аудитория арасында танымалдылыққа ие болуына негіз болады. Алайды үрдістегі тақырыптардың тез арада өздерінің өзектілігін жоғалтатындығын есте сақтаған жөн.



Сурет 2 «Айфон» мобильді құрылғысына арналған инфографика [6]

### 5. Ерекше тақырыптар

Назар аудартудың маңызды әдістерінің бірі – ерекше тақырыптар болып саналады. Егер компания инфографиканы жасау арқылы мақсатты аудиторияны эмоционалды деңгейде назар аударта алатын болса, мұндай ақпараттар ғаламтор желілілерінде тез таралуға мүмкіншіліктері зор.

### 6. Бес секундтық қағида

Инфографиканы жобалау барысында дизайнер инфографиканың «негізгі хабарламасын» анықтап алғаны жөн. Негізгі хабарлама – бұл оқырманның инфографикамен танысу барысында түсінуге және есте сақтауға қажетті негізгі ақпарат көзі болып табылады. Сапалы инфографика бір ғана өзекті хабарлама негізінде көрнекі ақпарат пен иллюстрацияларды жобалауға тиіс. Бұл қағида бойынша келесі ережелерді ұстану керек: ақпарат 5 секунд шамасында әсер қалдыру қажет және инфографиканы адамға мидың шектеулерінен тыс мүмкіндіктерін кеңейтуге көмектесетін құрал ретінде қарастыра отырып, ерекше әсер қалдыратындай дизайнды ойластыра білу қажет [7].

### 7. Максималды деңгейдегі көрнекілік деңгейі

Күрделі ақпаратты оқырмандарға қабылдауға жеңіл болуы үшін келесі көрнекілеу құралдарының барлық нұсқаларын пайдаланған тиімді: ақпараттарды көрнекілеу, диаграмма, графика, таңбалар және иллюстрация.

Инфографиканы жасауға барысында келесі қағидаларды ұстану қажет:

- оқырмандардың назарын аударту;
- оқырмандардың ақпаратты қабылдауға байланысты уақыт мөлшерін азайту;
- деректерді бір-біріне салыстыра отырып көрсету;
- негізгі хабарламаны әсерлі етіп көрсету;
- басқа тілдегі оқырмандарға ақпаратты қолжетімді ету.

Кез келген инфографиканың негізгі мәні – күрделі ақпараттарды көрнекі құралдардың көмегімен қабылдауды жеңілдету, яғни оқырмандарға қызықты етіп жеткізу. Бұл мақсатқа жету үшін инфографиканы жобалаушы ақпаратты максималды түрде жеңілдетуі қажет.

### 8. Мәтіндік мазмұнды минимализациялау

Егер сіз мәтіндік мақаланы JPG пішімінде сақтай отырып, оны инфографика ретінде ұсынатын болсаңыз, ондай ақпаратты ешқандай оқырман басынан аяғын дейін оқымайды, себебі үлкен көлемдегі мәтіндер көздің тез шаршауына алып келеді. Инфографикаға қызығатын оқырман, ақпаратты қабылдауға ыңғайлы әрі қарапайым көрнекі дизайнға арқа сүйейді. Осы арқылы инфографика басқа дәстүрлі мақалалардан немесе блоктағы хабарламалардан ерекшеленеді.

#### 9. Ақпараттық дерек көздердің болмауы

Көптеген инфографикаларда ақпараттың қайдан алынғандығы туралы мәліметтер кездеспейді. Егерде ақпараттың қайдан алынғандығы көрсетілмеген жағдайда, инфографикада берілген ақпараттың шынайы екендігі күмән тудыруы мүмкін.

#### 10. Нақты емес дерек көздер

Кейбір кезде инфографикада ақпарат алынған жер көрсетілгенімен, ақпараттық көздерді іздеу барысында, оны таба алмай жатады. Бұл ақпараттық дерек көздерінің мүлде болмауымен тең.

#### 11. Компания логотипі

Инфографиканың нақты қай компанияға немесе мекемеге тиесілі екендігін білу үшін міндетті түрде логотип болуы қажет. Себебі оқырман инфографиканың нақты мекеменің жасағаны туралы ақпарат алады. Оған мысал ретінде, 3-суретте көрсетілгендей, Қазақстан биоалуантүрлілікті қорғау ұйымының (АСБК) «Жасыл әлем» атты электрондық журналында Қазақстан жерінде мекен ететін ақбөкендерге арналған инфографикалық жинағындағы «АСБК» ұйымының логотипін мысалға алуымызға болады.



Сурет 3 «Жасыл әлем» атты электрондық журналындағы ақбөкендер инфографикасы [8].

#### 12. Лицензия және авторлық құқық

Инфографиканы авторлық құқықпен қорғалатындығы туралы ескерту жасау үшін, оны инфографикада копирайт туралы ақпарат беру қажет. Инфографиканы құрастыру барысында жалпы қолданылатын графиктерді қолданамыз.

Жалпы қолданылатын графиктер – бұл гистограммалар, сызықтық диаграммалар, бағаналы диаграммалар, дөңгелек карталар және т.с.с. Кейбір мәліметтер түрлерін тиімді беру үшін оқ диаграммалары, көпіршікті диаграммалар, тығыздық учаскелері, жылу

карталары, пиктограммалар, радар карталары, шашырау, күн диаграммалары және ағаш карталары қолданылуы мүмкін [9].

Бүгінгі күні ақпараттар легін мақсатты аудиторияға ойдағыдай жеткізіп, оның дұрыс қабылдап, неғұрлым ұзақ есте сақтауын қамтамасыз ету өте маңызды. Ақпаратты мәтінмен ғана беру дерек алушының оны ойдағыдай қабылдауын қамтамасыз етпейді. Осы бағытта жүргізілген психологиялық ғылыми сынақтардың қорытындыларына сүйене отырып анықтағанмыз – ақпараттың тез әрі қызықты болуының бірден-бір басты шарты оны визуалды көрнекілік әдісін қолдана отырап бере білу керек [10].

Жоғарыда айтылғандарды қорытындылай келе айтарымыз – ақпараттандыру дәуірінде адамның өзіне қажетті мағлұматты қажетті көлемде және жылдам қабылдап, барынша ұзақ есте сақтауы үшін оларды жүйелендіріп, реттеп нақты мағнасын ашатын мәтін мен оны бейнелейтін визуалды көрнекі тәсілдермен үйлестіре отырып берген тиімді болып табылады. Оның осы күндегі ең қолайлы тәсілі – инфографикалық дизайнды оңтайлы қолдана білу.

### Қолданылған әдебиеттер тізімі

1. Ниязова Г.Ж., Миндетбаева А.А., Марипов Ш.А.. Цифровая трансформация образования и исследования возможности создания цифровых учебных контентов // Вестник Академии Педагогических Наук Казахстана. – 2020. - № 5 (97). – С. 5-13.

2. Шарина А.М. Особенности восприятия инфографики как нового инструмента коммуникаций в интернете российской и зарубежной аудиториями // Интернет-маркетинг. – 2015. – №1. – С.26-34. URL: <https://grebennikon.ru/article-6ez4.html>

3. Лаптев В.В. Проектные основы инфографики. – М.: Аватар, 2016. –287 с.

4. Крам Р. Инфографика. Визуальное представление данных. – Санкт-Петербург: Питер, 2015. – 384 б.: ил.

5. <https://www.behance.net/gallery/49036555/Star-Wars-infographic>

6. <https://tinhte.vn/thread/2712863>

7. Шарина А.М. Особенности восприятия инфографики как нового инструмента коммуникаций в интернете российской и зарубежной аудиториями // Интернет-маркетинг. – 2015. – №1. – С.26-34. URL: <https://grebennikon.ru/article-6ez4.html>

8. Сайгаки на Устюрте (acbk.kz)

9. Cairo A. (2012). Infographics and Visualizations as Tools For the Mind. Retrieved from Infographics and Visualizations as Tools For the Mind - Rock Content

10. Бегімбай К.М. Графикалық дизайн. Оқулық. – Алматы: Эприграф, 2017. 178 б.