

¹Батырханова Ж., ²Шайзадаева А., ³Нұржан Қ.

¹аға оқытушы, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан, Алматы қ., e-mail: zhazira.batyrkhanova79@gmail.com

^{2,3} I курс магистранттары, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан, Алматы қ., e-mail: konjgymtk@mail.ru

ТЕЛЕАРНА САЛАСЫНДАҒЫ ДИЗАЙН-ЖОБАЛАУ

Мақалада қазіргі заманғы теледидардағы дизайнның рөлі зерттелді, тележүргізуші мамандығының проблемалары мен ерекшеліктері, оның міндеттері, сондай-ақ арна рейтингісі мен аудиториясына әсері анықталды. Ақпаратты, ойын-сауықты және әлем мен адамның қарым-қатынасын алудың ең маңызды құралдарының бірі – теледидар. Интернеттің пайда болуына қарамастан, адамдар әлі теледидарға көп сенім артады. Телеарналарды таңдауға аудиторияның артықшылықтары қызығушылық тудыратын ақпарат іздеу қағидасына негізделді. Теледидарлық дизайн телеарналардың рейтингісіне тікелей әсер етеді. Бұл мақалада теледидар дизайнерінің мамандығы, болашақ мамандарды даярлау кезінде ескерілуі қажет рөлі мен міндеттері сипатталады. Теледидар адамға психологиялық әсер етеді, оған белгілі бір өмірлік құндылықтар мен мұраттар береді, оған жақсы да, жаман да үйрете алады. Сондықтан, осы күрделі, көп деңгейлі үдеріске қатыса отырып, дизайнның белгілі бір өнімді шығарғанда әлеуметтік жауапты екенін есте ұстау керек. Эстетикалық жағымды суретті пайдалану тақырыптық арналарға сәйкес келеді және тиісті графикалық өңдеуді қажет етеді. Мақалада жалпы теледизайн саласы туралы, оның орны туралы айта отырып, негізгі қызметіне тоқталу көзделді. Мақаланың теледизайн саласындағы жұмыстарға қолдануда өзіндік орны болмақ.

Түйін сөздер: телевизиялық дизайн, теледидар, компьютерлік технологиялар, дизайнерлердің кәсіптік білім беруі.

¹Batyrkhanova Zh., ²Shaizadayeva A., ³Nurzhan K.

¹senior lecturer, Al-Farabi Kazakh National University,
Kazakhstan, Almaty, e-mail: zhazira.batyrkhanova79@gmail.com

^{2,3}Master's degree, al-Farabi Kazakh National University,
Kazakhstan, Almaty, e-mail: konjgymtk@mail.ru

Design-Project in Television

The article studies the role of design in modern television, the problems and features of the television profession, its goals and influence on the channel's rating and audience. Television is one of the most important tools of information, entertainment and communication of a person with the world. Despite the advent of the Internet, people still rely on television. The advantages of choosing television channels for an audience are based on the principle of finding information that they are interested in. TV design directly affects the rating of TV channels. This article describes the roles and responsibilities of the television designer profession, which should be considered when training future professionals. Television affects people, gives them certain values and ideals. Therefore, taking part in this complex, multi-level process, one need to understand that design is socially influential in the production of a particular product. Using an aesthetically pleasing image corresponds to thematic channels and requires proper graphics processing. The article is devoted to the general television industry, its location and its main focus. The article will have its role for use in the field of television.

Key words: television design, television, computer technology, design training.

¹Батырханова Ж., ²Шайзадаева А., ³Нуржан К.

¹ст. преп., Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Казахстан, г. Алматы, e-mail: zhazira.batyrkhanova79@gmail.com,

²магистранты 1 курса, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, г.
Казахстан, Алматы, e-mail: konjygmtk@mail.ru,

Дизайн – проектирование на телевидении

В статье изучена роль дизайна на современном телевидении, проблемы и особенности работы теледизайнера, цели и влияние на рейтинг канала и аудиторию. Одним из важнейших инструментов информации, развлечений и связи человека с миром является телевидение. Несмотря на появление Интернета, люди все еще полагаются на телевидение. Преимущества выбора телевизионных каналов для аудитории основаны на принципе поиска информации, которая им интересна. Теледизайн напрямую влияет на рейтинг телеканалов. В этой статье описываются роли и обязанности профессии телевизионного дизайнера, которые следует учитывать при подготовке будущих специалистов. Телевидение воздействует на людей, дает им определенные ценности и идеалы, учит их хорошему или плохому. Поэтому, принимая участие в этом сложном, многоуровневом процессе, нужно понимать, что дизайн социально воздействует при производстве конкретного продукта. Использование эстетически приятного изображения соответствует тематическим каналам и требует правильной обработки графики. Статья посвящена общей телевизионной индустрии, ее местоположению, основной направленности. Материал статьи имеет практическую значимость в области телевидения.

Ключевые слова: телевизионный дизайн, телевидение, компьютерные технологии, профессиональная подготовка дизайнеров.

Кіріспе

Дизайн – көркемсурет және сәулет өнерінің өнеркәсіп бұйымдарының ең үздік үлгілерін жасау және заттық ортаны үйлестіру шараларын қамтитын бағытының атауы. Дизайн қызметінің ерекшелігі – әсем әрі көркем жасалған тұтыну заттары мен бұйымдардың қоршаған ортаға лайық үйлесімін жүзеге асырып, ұдайы олардың жаңа үлгілерін ойлап табу. 1928 жылы АҚШ-та пайда болды. Медиа-дизайн – жаңа байланыс ортасын қалыптастыру. Медиадизайнның ішіне веб-дизайн, арт-дизайн, ландшафт-дизайн, теледизайн кіреді. Енді осының ішінде теледизайн мәселесі төңірегінде сөз қозғайық.

«Дизайн» термині ағылшын тілінен енген. Ағылшын тілінен аударғанда дизайн – бұл ниет, жоспар, ниет, мақсат, жоба, сонымен қатар сурет салу, салу, есептеу, сызу, эскиз, сурет, композиция. Дизайнер тарихшы профессор Н.В. Воронов келесі анықтаманы береді: «Дизайн – жобалау нәтижесіне эстетикалық қасиеттерін жеткізу және олардың адам мен қоғаммен өзара әрекеттесуін оңтайландыру мақсатында ғылыми деректерді қажетті түрде қолдану арқылы орналасу әдісіне негізделген материалдық объектілер мен өмірлік жағдайларды жобалау. Дизайн «дизайн» терминімен белгіленуі мүмкін және оның нәтижесі (іске асырылған жоба), бұл анықтаманы жобалауға және оның динамикасын қамтитын компьютер шығармашылығының нәтижелерін кеңейтуге пайдалануға болады. Виртуалды ортаға көрер-

менді кіргізіп, онымен белсенді қарым-қатынас жасаудың интербелсенді мүмкіндіктері деп қарастырады. Ақпаратты, ойын-сауықты және әлем мен адамның қарым-қатынасын алудың ең маңызды құралдарының бірі – теледидар. Интернеттің пайда болуына қарамастан, адамдар әлі теледидарға көп сенім артады. Телеарналарды таңдауға аудиторияның артықшылықтары қызығушылық тудыратын ақпарат іздеу қағидасына негізделеді. Дегенмен, бір арнада орналасқан ақпарат басқа жерде қайталануы мүмкін және көрермен бірінші алған параметрді қабылдайтыны белгілі. Бұл жерде телевизиялық дизайн сияқты салыстырмалы жаңа құбылыс өз рөлін атқарады. Телеканалды графикалық қолдауды қамтитын фактор. Теледидарлық дизайн телеарналардың рейтингісіне тікелей әсер етеді. Аудиторияның негізгі бөлігі теледидар нарығындағы әртүрлілікке қарамастан, өзіне қажетті арналарды таңдайды. Көрерменді таңдау жасына, әлеуметтік мәртебесіне және жеке қасиеттеріне, сондай-ақ басқа факторларға байланысты. Олардың біреуі көрерменнің және теледидар өнімінің эстетикалық талғамымен де өлшенеді. Бұл критерий эфирдің біртұтас көрінісін қамтамасыз ететін бірнеше элементтерді қамтиды, олардың бастысы: беру нысаны, ақпарат беру сапасы, әртістердің жеке басымдылықтары, медиа-тұлғалар, кейіпкерлер, эфирдің «қабығы» дизайны. Соңғы абзац психоэстетикалық үйлесімділікті дәл анықтайтынын атап өткен жөн. Ақпараттық және жарнамалық технологияларды дамытудың

ерекшелігі қазіргі кезде дизайнердің қабілеті, графикалық дизайн құралдарын қолдана отырып, ақпараттық ағындарды дұрыс және тиімді түрде қалыптастыру, оларды көрнекі өнімнің тұтынушысының ақыл-санасы мен саналығына жеткізу ерекше маңызға ие болады (Ажгихин 2009:127).

Негізгі бөлім

Қазір телеарналар мен телеарналардың дизайнының графикалық компоненттеріне назар аударудың өзіндік мәні бар. Көрермендер көбінесе жарнамаларды, скринингтерді, «үзілістерді» сынайды, бірақ бұл элементтердің барлығы ерекше рөл атқарады және бірнеше маңызды функцияларды орындайды. Бұл функцияларға арнаны тану жатады, себебі теледидар, адам әрқашан экранда логотип болған кездегі сәтті ұстай алмайды. Жарнамалық және интерстициальдық экрандар әртүрлі арналарды шарлауға көмектеседі және оның қайсысы қаралғанын еске салады. Бұл дұрыс аудиторияны сақтауға және тартуға және арнаны есте қаларлықтай етуге мүмкіндік беретін дизайнер жұмысының нәтижесі. Тағы бір маңызды функция телевизиялық бағдарламаларды бөлу болып табылады, өйткені интерфраммалық элементтер болмаған кезде, эфир көрерменді шатастырып, теледидарды толықтай өшіруге мәжбүр етеді. Осыған байланысты, барлық маңызды бірліктер (теледидар шоу, жарнама, тақырыптар және т.б.) белгілі бір сурет жасайтын және қажетті психологиялық толқынға бейімдеген белгілі бір графикалық компоненттер жиынтығымен бірге жүреді. Мәселен, жаңалықтар бағдарламалары негізінен әрдайым геометриялық элементтерден тұратын графикалық скринсвайзерлермен және Жердің суретімен басталады, бұл маңыздылықты, айқындықты және тиісінше шығарылымдағы ақпараттың шынайылығы мен дәлдігін көрсетеді. Осылайша, тележүргізуші әуедегі бірлік брендині құруға тікелей қатысады. Бейсаналық деңгейдегі адам графикалық кескіндерді, әсерлерді қабылдайды. Тұтастай алғанда, саундтрекпен бірге, көрерменге құпия түрде әрекет ете алатын немесе оны басқа бір арнаға ауыстыруға мүмкіндік жасамайтын телеарнаның бейнесін қалыптастырады. Сондай-ақ, теледидар, теледидар дизайны адамның мінезі мен эмоцияларына тікелей әсер етеді және қоғамдағы мінез-құлқына, көрерменнің эстетикалық талғамын қалыптастыруға қатты әсер етеді, өйткені теледидар қазір біздің өміріміздің бір бөлігі болып табылады. Адам айналасында кө-

ріп отырған нәрселерден, оның өзіне қажеттісін алып, эстетикалық көріністің жалпы деңгейін қалыптастырады. Теледидар адамға әсер етеді, оған белгілі бір өмірлік құндылықтар мен мұраттар береді, оған жақсы да, жаман да үйрете алады. Сондықтан, осы күрделі, көп деңгейлі үдеріске қатыса отырып, дизайн белгілі бір өнімді шығарғанда әлеуметтік жауапты екенін есте ұстауы керек.

Эстетикалық жағымды суретті пайдалану тақырыптық арналарға сәйкес келеді және тиісті графикалық өндеуді қажет етеді. Осы бағыттың лайықты өкілдері: Discovery, My Planet, Nation Geographic, Nat Geo Wild, Animal Planet. Шетелдік өндірістің аталған арналарының көбісі отандық телевизия өнеркәсібі дамыту сатысында жұмыс жасап жатыр. Теледидар эфирлерін жобалау негізінен теледидар экраны қорғағыштарын қамтиды. Жоғары сапалы телевизиялық экрандарды пайдалану арнаның жалпы деңгейінің көптеген көрсеткіштері үшін қажет. Және жарнама берушілердің адалдық факторын негізге алуына бағытталады (Максимова 2006). Бұл телеарнаны көрермендерге жеткізудің өте маңызды элементі. Біз кітаптың мұқабасымен, трейлерлер мен сыншылардың жаңа пікірлеріне қараймыз. Телеарнадан көрермен телеарналардың бірнеше скринингтерін және әуе кеңістігін жобалауды айтып береді. Арнаның және оның мақсатты аудиториясын қалыптастыру телевизиялық экрандардың сақтағыштарына және бағдарлама таратылымының жобалануына (бағдарлама торының белгілі бір құрылысы) байланысты. Теледидардың идеясы кескіннің берілуінде жатыр. Маркетинг тұрғысынан, телевизиялық экран өнімді, таратуды, орауды және жарнаманы біріктіреді. Компьютерлік технологиялар телевизиялық дизайн сияқты таза және заманауи құбылыстың пайда болуына әкелді. Компьютерлік дәуірде эфир дизайны – «Концерт» экраны, қолжазба, циклді ауыстыру қақпағы болғанымен жалпы теледидарлық дизайн қолдауды қажет етеді.

Егер телевизиялық дизайнды компьютерлік бағдарламада дамыту сияқты телевизиялық бағдарлама деп санасақ, компьютерлік технологияның пайда болуы, өз кезегінде, өз құралдарымен, көрнекі мүмкіндіктерімен, бір жағынан, әртүрлі стильдермен, технологиялармен, екінші жағынан – авторлар мен көрермендердің тәуелділіктерімен жаңа кәсіп құрды деп айтуға болады. Бұл мамандықтың ерекшелігі қандай? Неліктен оған осындай көңіл бөлінеді? Оның мақсаты мен мағыналы мүмкіндіктері қандай? Көрермен-

нің көз алдында өндіріс процесі жиі кездеседі, себебі теледидардың негізгі идеясы – тікелей эфир. Сонымен бірге жан-жағында психологиялық – керемет әртүрлі, парадокстық, эмоционалды орта. Және бұл теледидар, Интернетте тіпті көзқараспен және идеялармен және символдармен қарым-қатынас жасаудың ең икемді құралдарымен үлкен пайдаланушыны (үкімет, корпорациялар, қауымдастық) қамтамасыз етеді (Journal of Communication 2017:445–475). Шындығында, бүгінгі күні стандартты телевизиялық экрандар 3D-анимация, объектілерді 3D-модельдеу және 3D визуализация болып табылады. Қазір теледидарлық дизайнердің негізгі жиынтығы – Adobe After Effects, Adobe Photoshop, CorelDRAW (Illustrator), 3Ds MAX немесе Cinema 4D бағдарламалары. Телеарна үшін жаңа корпоративтік түсті, жаңа логотипті және т.б. дамыту жеткіліксіз. Оларды «жандандыру», талап етілетін динамика деңгейін енгізу қажет. Бұл 3D технологиялары және олар үшін пайдаланылады. Дизайнер олардың көмегімен ең үлкен жоспарларды жүзеге асыра алады, ал жоғары дәрежеде сенімділік фантастикалық ортада нақты әлемдегі бар және жоқ объектілерді бейнелейді және осылайша болашаққа көз жеткізеді (Брабхам 2017:116]. Суретшінің телевизиялық дизайн бойынша жұмысы, 3D технологияларды терең білуімен қоса, қаріптерді жақсы білуді, логотиптерді жасауды, хабарландырулар мен жарнамалық хабарламалардың стилистикалық ерекшелігін түсінуді, тұтас арнаның дизайнының түпнұсқалығын және әрбір бағдарламаны бөлек сезінуді талап етеді. Мұның бәрі дизайнердің жұмысын баспа өнеркәсібіндегі жұмысқа қашықтан ұқсас етеді, бірақ эфир дизайны арасындағы негізгі айырмашылық мынада, барлық элементтер динамикалық түрде өзгереді және теледидар экранының уақыты мен кеңістігінде өзгереді (Гут 2017:445-475). Жасанды, гендерлік, әлеуметтік мәртебесі, даму деңгейі, болашағы және т.б. үшін аудиторияның бір бөлігін дереу азайту керек, мысалы, тарих, жаңалықтар, анимация, юмор бола отырып, арна канализациясын жасау. Мұндай жобада жұмыс істеу үшін дизайнер өзі анық түсінетін графикалық дизайнды жасайды. Телеарнаның жалпы мазмұнымен мұқият танысу керек. Осы факторлардың бәрін теледидарлық дизайнер деп санауға болады. Арнаның жобасы корпоративті сәйкестендірудің шегінен тыс жұмыс көлемінің көп екенін білдіреді. Сондай-ақ, медиа-дизайнер теледидарлық хабар тарату үрдісінің көптеген ерекшеліктерін мен шектеулерін ескеруі керек.

Мұндай шектеулер экранның өлшемі болып табылады. Экранмен жұмыс істеу кезінде телевизиялық тасымалдаушылардың ерекшеліктерін ескеру керек. Жоғарыда аталған қағидалардың бәрі жоғары оқу орындарында оқу процесінде дизайнерлерге композицияның негіздерін, кеңістіктік ойлауды және басқа да пәндерді дамытуды үйрету керек. Жоғарыда айтылғандарды негізге ала отырып, белгілі бір тұжырымдар жасауға болады. Біріншіден, теледидарлық үдерісте дизайнердің рөлі маңызды және арнаның рейтингісіне, жаңа аудиторияны ұстап қалуға және тартуға тікелей әсер етеді. Жоғарыда келтірілген зерттеуде тележүргізушінің негізгі міндеттері анықталды, олардың ішіндегі ең маңыздысы: арнаның эстетикалық көрінісін жасау, көрерменнің эфир кеңістігінде навигацияға мүмкіндік беретін навигациялық жүйені құру. Компьютерлік дизайн өнерінің шығармашылығы пәннің экрандық суретін ұйымдастырудың құрылымдық, функционалдық, динамикалық нысандарын құру және кескіннің өзін құру болып табылады. Теледидардың мазмұны болып табылатын осы мамандық бейнелеу және бейнелеу құндылығы бар символикалық сипаттамалардың динамикалық аудио-визуалды бейнелерінің тұтас кешенін пайдаланады және жасайды. Бұл суреттер арнаның өзіндік ерекшелігін, белгілі бір, әлемнің түрлі көзқарасын анықтайды. Дәл осы дүниенің көзқарастарында олардың әрқайсысының аудиторияға эмоционалдық әсері болады. Бұл – дизайнердің өзін-өзі көрсету тәсілдерінің бірі. Компьютерлік технологияның экспрессивті мүмкіндіктерін пайдалана отырып, экрандық формаға көркем бейнелерді жасау және аудару теледидарлық дизайнердің жұмысын түсіндіреді. Егер суретші телевизиялық дизайнмен айналыса бастаса, ол бұрын жұмыс істейтін бейнелермен жұмыс істеген болса, ол қоршаған әлемді және оның ішкі семантикалық ұйымын бейнелеуді қайта жасайды. Телевизиялық дизайн режиссермен тікелей байланыста жасалады. Теледидарлық дизайнер, сондай-ақ режиссер өзінің шығармасында өнердің басқа түрлерінің шығармашылық туындыларын қолдануға бағыттайды. Сондай-ақ компьютерлік графиканы және түсіруді (орынға және павильонға), сондай-ақ декорацияны жасауға арналған және анимацияға қолданылады. Негізінен ірі жобаларда, мысалы, арна дизайнында жұмыс ұжымдық болып табылады. Жұмыста бірнеше дизайнерлер, суретшілер, композитор, режиссер, копирайтер, жарнама маманы, дыбысоператоры, операторлар, түсіру тобы, әртістер (модель),

менеджерлер, бейне инженерлер, жүйе әкімшісі және өндірушілер жұмыс жасайды. Арт-директор, еркін барлық байланысты, шығармашылық, техникалық және ұйымдастырушылық мәселелері байланыстыратын – шығармашылық күш табысты жұмыс істеуі және үйлестіру үшін, шығармашылық ұжымға әрине, көшбасшы керек. Ол компьютерлік телевизия жобасының суретшісі болуы керек, ал ол жетекшілік ететін топ тамаша дизайн студиясы бола алады.

Ойталқы

Телеарна – БАҚ қана емес, оның үстіне шығармашылықтың түрі. Ендеше оның да ерекше тілі болуы заңды. Экран тілі – техникалық тәсілдер мен көркемдеу-мазмұндау әдістерінің жиынтығы. Ақпарат берудің экрандық типі телевизия мен киноға ортақ экран тілі қалыптасқан. Оны алғаш кинематографистер қалыптастырды, кино шеберлері дамытып, көрермен қабылдаған кезде телевизия енді дүниеге келген болатын. Қазір программалау саласынан біреу қазақы бірдеңе шығарса, онда болашағына сенеміз. Бірақ ол жаңалық болуы керек. Мәселен, Nokia телефондарына Symbian операциялық жүйесіне программаларды орнату жолын біреу қазақ тілінде жариялаған, көшірме екені ап-анық көрініп тұр. Және сапасыз аударма. Тағы бір көңіл аударатын жайт орысшасының өзі ағылшынның тек жүгірме аудармасы екені байқалып тұр. Кішкене аналитикалық қабілеті бар адам оны бірден түсінетін даусыз. Енді байқаған дұрыс, ағылшын тілінен екі рет трансформация болып жеткенде қанша мағына жоғалды. Міне, осыған да мән берген маңызды. Ешкімнен көшірмей, өзі тауып алып, жаңалықты кеш ашу деген фактор болады. Мысалы, геометрияда да орыс ғалымы Лобачевский параллель түзулердің қиылысатынын анықтады. Дәл сол жаңалықты Бойяи деген венгр де ашты. Екеуі жаңалықты бірінен кейін бірі жариялады. Екеуінің ашып тұрғаны бір жаңалық болса да, математикалық қауымдастық екеуінің де нұсқасын қабылдады. Венгр кеш ашса да, оныкі бәрібір жаңалық боп тұр. Себебі ол мәселені ұлттық сипатта өзінше ойлап, ешкімнің жетегінде кетпей жазды. Ал біз «Ой, оны баяғыдан бері шығарып қойған. Ол кімге қызықты болады?» деп ойлаймыз. Өзіңнің ішіңнен өткізіп барып, біздің қоғамға келетіндей нақышпен әрлеп жасаған маңызды.

Кейбір бағдарламалар мен арналар бірінші секундта-ақ өз жұмысын танытады, ал кейбіреулері диктор немесе баяндамашы хабарлағаннан кейін ғана адамдарға ой салады.

Бұл интербағдарлама кезінде ақпараттың танылуына және қабылдануына жауапты теледидарлық дизайн болып табылады. Телевизиялық дизайн жасау үлкен кинематика жұмыс істейтін заңдарға бағынады, сол технология мен техника қолданылады, уақыт өте шектеулі екенін ескерген жөн. Телебағдарламаның дизайны неғұрлым толық болса, дәлірек ол белгілі бір арнаның мәндерін көрсетеді, тұтынушылар үшін бірегей ортаны құру үшін тиімдірек теледидар жобасы жұмыс істейді.

Теледизайн арнаның немесе бағдарламаның жеке стилі, яғни «корпоративтік стиль» деп аталатын бағдарламаның даралығын ерекше атап өтуге мүмкіндік береді. Ол тұтынушыларды санасында бренд деп аталатын өнімнің ерекше қабылдауын қалыптастырады (Марченко, 2013). Теледидар өндірісінде брендтер телевизиялық өнімдердің немесе теледидар станцияларының «қосылған құны» болып табылады. Бренд осы мазмұнды белгілі бір мақсатты аудитория үшін ұсынылатынын дәлелдейді. Органикалық байланыс және динамика масс-коммуникацияға тән. Олар апта сайын, күн сайын, сағат сайын өзгереді. Тиісінше, медиа бренді сұйық және икемді болуы керек, бағдарламалық саясатқа, аудиторияға және теледидарды сипаттайтын барлық күтпеген факторларға жауап беруі керек. Сонымен қатар, ол өздігінен жеке жұмыс жасамай, келісім жасасуы керек. Бұл факторларды корпоративті сәйкестендіру теледидар бағдарламасының немесе арнасының дамуында елемеге болмайды. Медиа бренд құру барысында тұтынушы зерттелуі керек. Аудиторияны талдаған кезде, жүргізілетін жобаға қарап, мүмкіндіктерін жіберіп алған бар адамдардың кім екенін білу маңызды. Бәсекелестер туралы ұмытуға болмайды: олардың күшті және әлсіз жақтары, аудитория басты назарда болғаны абзал. Әсіресе әзірленген өнімді қарастыру, оның артықшылықтары мен ерекшелігін айқындау қажет. Маркетингтегі табысты маркетингтің құрамдас бөліктері үш аймақтың қиылысуы арқылы анықталады: тұтынушыға не қажет, бәсекелестердің әлсіз жақтарын білу, өндірілген өнімнің қандай ерекшеліктері бар. Қазіргі заманғы теледидар динамикалық, үнемі өзгеріп жатқан мазмұнды, әсерлі көрсетілімсіз өмір сүрмейді. Көрермендердің пішіні арнаның немесе бағдарламаның конструкциясы мазмұнның ажырамас бөлігі болып табылады. Ол көңіл-күйді жеткізеді, навигацияны жеңілдетеді (дұрыс орынды өз уақытында табу), мойындауды ынталандырады, ойларды және ойларды

ауызша емес түрде көрсетуге көмектеседі. ТД шоуларының дизайнында ерекше орын – бұл экран сақтаушысының дизайны. Оның ұзақтығы 5 секундтан 15 секундқа дейін, ал теледидар дизайнері бірінші сәттен бастап дыбысты ғана емес, сонымен қатар арнаны да таниды. Әрбір скринсейвер орауышпен аяқталады (ағылшын «rackshot, rack shot») – жарнамаланатын өнімнің тұрақты немесе динамикалық бейнесі (Уолнер, 2003).

Қорытынды

Біздің жағдайда бағдарламаның атауы – экран сақтаушылары үшін маңызды. Жарнамаланған өнімнің бейнесі көрерменнің ойында 2-5 секундта тіркелгені дұрыс, себебі ол телешоу туралы ақпараттандыруға бағытталған. Бағдарлама жасаған кезде, иллюстратор немесе типті дизайнер өзінің бүкіл құрамын динамикалық, қозғалыс кезінде өмір сүруі және баспа парағының заңдарынан өзгеше болатын осы қозғалыстың талаптары мен заңдарын түсінуі керек. Жазудың қарпі және оны ұсыну стилі теледидар бағдарламасында сипатталған «тарихты» болжау үшін көп нәрсе істей алады. Тұрақты қаріптерді үнемі іздеуде қаріптердің функционалды рөлі және әмбебап, көп мақсатты және икемді дизайн жүйелерінің артықшылықтары туралы есте сақтау қажет. Америкалық ғалымдар Dimand-Yaumana, Даниэль М. Оппенгеймер және Эрик В. Vaughn арқылы зерттеу мәтін қаріпті нақты әрі оңай терілетінін көрсетті (Journal of Communication 2017:111). Ғалымдардың айтуынша, оқудың қиындықтарына байланысты жайттар есте сақтауды ынталандырады. Бұл ең ерекше қаріптерді таңдау керек дегенді білдірмейді, бірақ танымал дүниеге балама іздеу керек. Таңбалауыштардағы мәтіндік ақпараттар бірнеше блокта ұсынылуы мүмкін. Бұл жағдайда әртүрлі стильдер функционалдылықта әртүрлі болып келетін ақпаратты ажыратуға көмектеседі. Қаріптердің тіркесімі кейбір шиеленісті тудырып, қызығушылықты оятуы керек. Алайда, басқа қаріптерді пайдаланбаңыз. Типографияда үйлесімділікке жету оңай емес, әсіресе кішкентай әріптер мен үлкендері арасындағы сәйкессіздікке мән беру керек. Сондықтан қаріптерді бірдей биіктікте кіші әріп таңбаларын біріктіру керек. Қаріптерді бірдей мөлшерде салыстыру әртүрлі қаріптермен терілген жапсырмалардың бірге өмір сүре алатынын көрсетеді (Марченко 2013). Жақсы комбинация – бұл бір автордың қаріптерінің комбинациясы, себебі олар жалпы пропор-

циялар, конструкция, ені мен соғу бұрышы дегендер ескерілуі керек. Теледизайн – еліміздің нарығында әлі де қалыптасып келе жатқан қызмет түрі, ал ондаған жылдар бойы халықаралық нарықта жұмыс істеп келеді. Осы саладағы фестивальдер бүкіл әлемде 50 жылдан астам уақыт бойы өткізілді (ROMAX & BDA, OMNI INTERMEDIA AWARD және т.б.).

Теледизайн – уақыт пен кеңістікте қозғалыстың дизайны. Егер графикалық дизайн тегіс болса, онда телевизиялық дизайн бірінші кезекте анимация болып табылады. Теледидарда әрқашан теледидарлық дизайнер тұрмайды. Бұл мазмұнды өндіруші мен оның тұтынушысы арасында байланыстыруға болады. Көрермен бағдарламаны күніне бір рет немесе аптасына бір рет көреді. Ол осы бағдарламаға арналған промо-бейнені жиі көреді. Оның үстіне, ол бағдарлама туралы өз пікірін экранға шығаратын жарнамалық клиппен қосады. Бағдарламаның мазмұны мен дизайнының ең ғажайып сәттерін жинау керек. Көрермендер бағдарламаның қабылдауына негізделген жаңа формаға қосылады. Арна дизайны көрнекі және дыбыстық қабылдаудың анықтығына әсер етеді. Жарнама-бағдарлама үшін құнды және жарнамамен бірге теледидар дизайны аудиториясын басқарудың маңызды құралы болып табылады. Тек нақты және үйлестірілген өзара әрекеттесуімен көрермендерді сақтап қалуға болады немесе арнаға назарын аударуға мүмкіндік болады. Зерттеу аудиториясымен стратегияны, тактиканы, шығармашылық шешімдерді, өндірісті, өндірістен кейінгі және эфирлік хабар тарату желісін қалыптастырудың жақсы дизайн-пакеті көрерменнің осы арнаға жиі ауысатынына және оны ұзақ уақытқа қадағалайтынына кепілдік береді. Бұған көрерменнің әсерлерін байыту арқылы қол жеткізіледі (Спиров 2016). Адам бағдарламаны тек ақылмен аастырып қана көрмейді, сезімге де беріледі. Бұл теледидарға да қатысты: адамдар алдымен суретке қарайды, содан кейін ғана олар мазмұн мен мәліметтерге кіреді. Көрерменнің көзі кәсіби аудиторияның жетілуіне мән бергенімен, автоматты түрде арналардың жарқылдаған сапалы өніміне мән беруге қабілетті. Сыртқы және ішкі мазмұндағы дүниелер теледидар кеңістігінде сирек кездеседі. Бұл теле-суреттің безендірілуі телекомпанияның негізгі идеясының, стилінің және жалпы ақпарат пен көңіл көтеру хабарының көрнекі көрінісі болып табылатындығымен түсіндіріледі. Бұл көрерменді жоғалтпау үшін жасалатын қадам. Сондықтан барлық үрдістерді қадағалап, «кілтпен»

болуға тырысу қажет. Жаңа үрдістер, форматтар, тәсілдер мен теледидар жобалары деген тақырыптарды телевизия эволюциясында жиі-жиі талқылайды. Біз теледидар дизайнының эволюциясы туралы жиі естімейміз, бірақ ол аудиторияны қабылдаудың логикалық тізбегінде ең бастысы болып табылады. Дизайн бөлімі телевизиялық құбылыс ретінде өзінің бағдарламаларын, соның ішінде жаңалықтарды шығару қажеттілігін түсінген кезде құрылды. Атақты Нью-Йорк дизайнері Майк Рис былай деді: «Егер сіз өзіңіз үшін бірдеңе жасауды қаласаңыз, бұл өнер-

дегі суретшінің жолы. Басқаша бұл өзін-өзі қанағаттандыру деп аталады – өнерде сіз өзіңізді шексіз қанағаттандыра аласыз. Бұл дизайн емес. Дизайн – бұл миллиондаған адамдар үшін жасалатын сүйіспеншілік және бұл оны жоғары өнерден ерекшелендіреді». Жобалаудың басты мақсаты, яғни көрерменге қызмет көрсету және режиссер, бағдарламаның авторы қойған міндеттерді орындау. Дизайн өзін-өзі көрсету формасы емес, бұл министрлік. Өте сапалы кеме. Ол элита бола алмайды, себебі бұқаралық аудиторияға арналған.

Әдебиеттер

- Ажгихин, С. Создание проектного образа в процессе разработки рекламных изображений // Преподаватель XXI век. – М., 2009. – № 3–1.
- Брабхам Д. The Deliberative Politics of the Consultative Layer: Participation Hopes and Communication as Design Values of Civic Tech Founders. // Journal of Communication. 2017 – 445–475.
- Гут К. Поиск алмаза в алмазном сырье: изучение коммуникаций и платформы в краудсорсинге // Journal of Communication. 2017 – 445–475.
- The Deliberative Politics of the Consultative Layer: Participation Hopes and Communication as Design Values of Civic Tech Founders». Journal of Communication. 2017 – 445–475.
- Максимова С. Теледизайн – это любовь, которая дарится миллионам // Газета «День». – 2006. – №220.
- Марченко, М. Графическая деятельность и компьютерные технологии в профессиональной подготовке будущих дизайнеров // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2013. – № 5 (21).
- Монетов В. Теледизайн и компьютерная технология // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. – 2006. – С. 100-107.
- Спиров, М. Два гектара телевидения, 2016.
- Телевизионные заставки, оформление эфира
- The Deliberative Politics of the Consultative Layer: Participation Hopes and Communication as Design Values of Civic Tech Founders». Journal of Communication. 2017 – 445–475.
- Ковалева О.Ю. Теледизайн на белорусском телевидении // Молодой ученый. – 2013. – №12 (59).
- Ковалева О. Ю., Токарь О. В. Теледизайн на белорусском телевидении // Молодой ученый. – 2013. – №12. – 789-791 б.
- Ковалева О. Ю., Токарь О. В. Теледизайн на белорусском телевидении // Молодой ученый. – 2013. – №12. – С. 790-791.
- Уоллнер А. 50 лет визуального дизайна // Cosac & Naify, 2003
- Электронные ресурсы:
- <https://moluch.ru/archive/59/8333/>
- <http://www.teledesignsystems.com>
- <http://tvkolibri.ru/3dgrafika4.html>
- http://reklama.rin.ru/html/u1-i0_5_7-d-t-s-pa-r-m.html
- <http://kak.ru/columns/teledesign/a4499/>
- <https://academic.oup.com/joc/article-abstract/67/4/445/4642209?redirectedFrom=fulltext>

References

- Azhgikhin, S. Sozdanye proektnogo obraza v processe razrabotki reklamnyh izobrazhenii [Creating a project image in the process of developing advertising images]. Teacher XXI century. M., 2009, № 3–1;
- Brabham D. The Deliberative Politics of the Consultative Layer: Participation Hopes and Communication as Design Values of Civic Tech Founders. Journal of Communication. 2017 – 445–475.
- Gut K. Poisk almaza v almaznom syrye: izuchenie kommunikacii b platform v kraudsorsinge [The search for diamond in rough diamonds: the study of communications and platforms in crowdsourcing]. Journal of Communication. 2017 – 445–475.
- “The Deliberative Politics of the Consultative Layer: Civic Tech Founders”. Journal of Communication. 2017 – 445–475.
- Maximova S. Teledizaim – eto luybov, kotoraya daritsa millionam [Teledizayn – this is the love that is given to millions] // the newspaper “Day”. – 2006. – №220.
- Marchenko, M. Graficheskaya deyatelnost I komputernye tehnologii v professionalnoi podgotovke budushih dizainerov [Graphic activities and computer technologies in the professional training of future designers]. Historical and socio-educational thought. 2013. No. 5 (21);

Monetov V. [Teledizayn i computernaya technology. Trudy sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo instituta kultyry.– 2006. – 100-107

Spirov, M. Dva gektara televidenya, 2016

Televisionnye zastavki, oformlenie efira

The Deliberative Politics of the Consultative Layer: Participation Hopes and Communication as Design Values of Civic Tech Founders”. Journal of Communication. 2017 – 445–475.

Kovaleva O. Yu. Teledizain na Belarusskom televisidenii. Molodoi uchonyi. – 2013. – №12 (59)

Kovaleva O. Yu., Tokar O. V. Teledizain na Belarusskom televisidenii. Molodoi uchonyi. – 2013. – №12. – 789-791.

Kovaleva O. Yu., Tokar O. V. Teledizain na Belarusskom televisidenii. Molodoi uchonyi.– 2013. – №12. – p. 790-791.

Wallner A. 50 years of visual design // Cosac & Naify, 2003

Elektronnye resursy:

<https://moluch.ru/archive/59/8333/>

<http://www.teledesignsystems.com>

<http://tvkolibri.ru/3dgrafika4.html>

http://reklama.rin.ru/html/u1-i0_5_7-d-t-s-pa-r-m.html

<http://kak.ru/columns/teledesign/a4499/>

<https://academic.oup.com/joc/article-abstract/67/4/445/4642209?redirectedFrom=fulltext>