

## 10-laboratoriya ishi: Kompleks vizual kontent yaratish.

**Maqsad:** Talabalarda infografiya tushunchasi, uning dizayndagi ahamiyati va yaratish bosqichlarini o'rgatish, amaliyotda mustaqil infografiya ishlab chiqish ko'nikmalarini shakllantirish.

Vizual darhol e'tiborni tortadi va foydalanuvchilarning 99 foizi avval rasm yoki videoga e'tibor berishadi, shundan keyingina maqola yoki postni o'qiydilar. Biz klip fikrlash va axborot shovqini asrida yashayapmiz: ko'pchilik uzoq matnlarni sezmaydi, yorqin kulgili memlar va qiziqarli videolarni afzal ko'radi.

Bundan tashqari, vizual quyidagi marketing muammolarini hal qilishga qodir:

- Rasmlar va videolar bir zumda e'tiborni tortadi va yangiliklar oqimi orasida haqiqatan ham muhim ma'lumotlarni ajratib ko'rsatishga yordam beradi. Albatta, agar sizning rasmingiz yuqori sifatli bo'lsa va video ma'lum bir semantik yukni ko'tarsa;
- Vizual murakkab g'oyalarni sodda qilib, maqsadli auditoriya bilan aloqa qilish jarayonini soddalashtirishga yordam beradi. Masalan, grafikalar va diagrammalar shaklida siz juda katta hajmdagi ma'lumotlarni iloji boricha qulay shaklda uzatishingiz mumkin;
- Reklamadagi vizual tarkib faollikni sezilarli darajada oshiradi. Ijtimoiy tarmoqlarda foydalanuvchilar postlarni faolroq baham ko'rishadi, yoqtirishadi va bunday materiallarga sharhlar yozadilar. O'z navbatida, bu qamrovni sezilarli darajada oshiradi, ya'ni qo'shimcha reklama xarajatlarisiz yangi mijozlarni jalb qilishga yordam beradi. Masalan, salqin mem yoki rolik bir necha soat ichida virusga aylanishi mumkin va siz tom ma'noda mashhur bo'lib uyg'onasiz;
- Vizualdan foydalanish maqsadli auditoriya bilan hissiy aloqani kuchaytiradi, shuningdek potentsial mijozlarga ta'sir qiladi. Video va tasvirlar ma'lum bir kayfiyatni yaratishga imkon beradi, bu foydalanuvchilarni zavq va hayratga, quvonch va kulgiga olib keladi. O'z navbatida, bu brendga sodiqlikni oshirishga yordam beradi;

Vizual-bu sizning korporativ identifikatingizning ajralmas qismi. Hech bo'lmaganda aviasales yoki Vizit ijtimoiy tarmoqlarini eslang, ular deyarli bir zumda internetda tirnoq va memlar shaklida "tortib olinadi". Bu vizual kompaniyani raqobatchilardan qanday qilib ijobiy ajratib turishining yorqin namunasidir, bu hatto to'liq reklama kampaniyalarisiz ham foydalanuvchilarni "quloqqa" majbur qiladi.

### Vizual tarkib turlari: fotosuratlardan memlarga qadar

Xo'sh, vizuallarning qaysi turlari biznesni yanada sezilarli bo'lishiga va maqsadli auditoriya e'tiborini jalb qilishga yordam beradi?

### Fotosuratlar va rasmlar

Bu saytdagi maqolalar va ijtimoiy tarmoqlardagi postlarni tasvirlashga imkon beradigan eng keng tarqalgan format. Shunday qilib, sizning mahsulotlaringizning professional fotosuratlarini foydalanuvchilarga tanlov to'g'risida qaror qabul qilishga yordam beradi va sahnalashtirilgan fotosuratlar ma'lum his – tuyg'ularni etkazishdir. Bundan tashqari, zamonaviy texnologiyalar sun'iy intellekt yordamida tasvirlarni yaratishga imkon beradi: bu faqat kelgusi yillarda rivojlanadigan veb–dizayn tendentsiyalaridan biridir.

## **Infografika**

---

Bajarilgan buyurtmalar soni, mamnun mijozlar soni, kompaniyangizga qo'ng'iroqlar statistikasi va brendlar "biz haqimizda" deb nomlangan alohida bo'limga olib borishni yaxshi ko'radigan boshqa ma'lumotlar saytning vizual tarkibining ajralmas qismiga aylanishi kerak. Birinchidan, hech narsa haqiqiy raqamlar kabi ishonch darajasini oshirmaydi, ikkinchidan, bu uzoq matnlarsiz muvaffaqiyatlaringizni namoyish etishning vizual usuli.

## **Video va animatsiya**

---

Harakatlanuvchi piktogramma va effektlar saytga tashrif buyuruvchilarning e'tiborini muhim ma'lumotlarga qaratishga yordam beradi, ko'rish chuqurligi va ishtirokini rag'batlantiradi. Bundan tashqari, ular sizning manbangizning umumiy dizayn kontseptsiyasiga dinamikani qo'shadilar.

Video formatini e'tiborsiz qoldirmang: qisqa videolar ijtimoiy tarmoqlarda virusli reklama uchun ajoyib vositadir.

## **Matn**

---

Hatto idrok etish uchun eng katta va eng qiyin maqola ham vizual shaklda taqdim etilishi mumkin: shunchaki asosiy tezislarni kartalarga olib boring, foydalanuvchilarga "karusel" deb nomlangan narsalar bilan tanishish imkoniyatini bering va bunday materialning konversiyasi bir necha bor oshadi.

## **Memlar va grafik hazil**

---

Reklama tarkibidagi ushbu turdagi tarkib sizning materiallaringizning virusli tarqalishiga yordam beradi. Memlar foydalanuvchilarni tabassum qiladi, bunday materiallarni baham ko'rishga undaydi, ya'ni ular sizning brendingizni tan olish, sodiqlikni shakllantirish va qamrovni oshirish uchun ishlaydi. Memlar yaratish-bu maqsadli auditoriyani, hazil tuyg'usini va yangiliklar kun tartibini tushunish qobiliyatini nozik tushunishni talab qiladigan butun san'at. Zoomerlar orasida jonli javob berishi mumkin bo'lgan tasvir har doim ham keksa avlod vakillari uchun tushunarli emas. Agar siz ushbu turdagi kontent bilan tajriba o'tkazayotgan bo'lsangiz, korporativ axloqni ham unutmang.

## **Grafik elementlar**

---

Piktogramma va rasmlar matn tarkibini vizual ravishda alohida bloklarga ajratishga yordam beradi, shu bilan birga sizning brendingizning yagona vizual uslubini yaratadi.

## **Agar sizning maqsadingiz sotish bo'lsa**

Vizual tarkibni sotishning asosiy maqsadi potentsial mijozning e'tiborini jalb qilish va uni konvertatsiya qilish – sotib olish harakatlarini amalga oshirishga undashdir. Va agar sotilayotgan matnli taklif bilan hamma narsa aniq bo'lsa - u aniq, aniq bo'lishi va harakatga chaqiruvni o'z ichiga olishi kerak bo'lsa, unda bu turdagi vizual bilan nima qilish kerak? Marketingda unga alohida talablar qo'yiladi. Vizual quyidagi xususiyatlarni sotadi:

## **Ishonchlilik va realizm**

Agar mahsulot haqida gapiradigan bo'lsak, foydalanuvchi barcha tafsilotlarni ko'rib chiqishi kerak. Shunday qilib, kiyim-kechak uchun potentsial xaridor uni tasavvur qilishi uchun modellarni turli burchak va pozitsiyalarda namoyish etish muhimdir.

## **Jozibadorlik**

"Matritsa" blokbasterini va olovli qizil libosdagi xonimni eslang, uni kulrang olomonga qarshi o'tkazib yuborib bo'lmaydi? Bu sotiladigan vizual kontent ishining mukammal namunasidir. Bu iste'molchini nafaqat tanishish istagini uyg'otishi, balki jozibali bo'lishi, egalik qilish istagini rag'batlantirishi kerak. Bunday vizual hissiyot darajasida ishlaydi, foydalanuvchilarni bir qarashda sevib qoladi.

## **Xaridorlarning og'rig'ini yopish**

Agar siz sport poyafzallarini sotsangiz va modellaringizni uzoq yugurishdan keyin ham charchamaydigan modellar sifatida joylashtirsangiz – buni vizual qator bilan namoyish eting. Hech narsa sotuvni mijozning o'z ehtiyojlarini tan olishdan ko'ra oshirmaydi. Shunga o'xshash muammoni va uning vizual echimini ko'rib, foydalanuvchi mahsulotning afzalliklari haqida matnni o'qib chiqqandan ko'ra, sotib olishni afzal ko'radi.

## **Vizual bilan ishlash uchun eng yaxshi 5 ta xizmat**

Sifatli tarkibni yaratish maxsus vositalardan foydalanishni talab qiladi. Biz siz uchun har qanday ijodiy g'oyalarni amalga oshirishga yordam beradigan eng mashhur saytlarni to'pladik.

## **Midjourney**

Matn so'rovlari orqali har qanday tasvirni yaratish uchun eng ilg'or neyron tarmoq. Sizga qanday vizual kerakligini ayting va natijani bir necha soniya ichida oling. Uni mukammal qilish uchun siz kompozitsiyani, soyalarni o'zgartirishingiz va

tafsilotlarni qo'shishingiz mumkin. Odamlar bilan rasmlarni yaratishda ehtiyot bo'ling: AI rasmga qo'shimcha oyoq-qo'llarni qo'shishni yaxshi ko'radi va bunday ingl.



# Midjourney

## Luma

---

Agar kecha sizga qisqa video kerak bo'lsa va uni suratga olishga vaqt yo'q bo'lsa, sun'iy intellektni hayratda qoldiring. Luma-bu 5 soniyagacha davom etadigan oyiga 30 tagacha bepul videolarni yaratishingiz mumkin bo'lgan qisqa videolarni yaratish uchun rivojlangan neyron tarmoq. Bu erda siz boshlang'ich va yakuniy ramkani o'rnatishingiz mumkin, va neyron tarmoq qolgan hamma narsani o'ylab topadi.



## Canva

---

Xizmat Rossiyaning tark etganiga qaramay, hech qanday SMM-shchik usiz yashay olmaydi. Canva vizual vositalar uchun eng keng vositalarni taklif etadi: bu erda siz grafikalar va infografikalar, plakatlar va taqdimotlarni yaratishingiz mumkin. Hatto bunday tarkibni yaratishda minimal tajribaga ega foydalanuvchilar ham xizmatni o'zlashtirishlari mumkin: intuitiv interfeys sizga bir necha soniya ichida xizmatning imkoniyatlarini tushunishga imkon beradi.



## Adobe Spark

Kompaniyaning korporativ identifikatorida vizual kontent yaratish uchun oddiy va tushunarli vositaga muhtoj bo'lganlar uchun platforma. Foydalanuvchilar o'z bloglari uchun postlardan tortib to'liq marketing materiallariga qadar turli maqsadlar uchun yuzlab tayyor shablonlardan birini tanlashlari mumkin. Bu erda siz video bilan ishlashingiz mumkin: matn qoplamalari, effektlar va boshqa elementlarni qo'shing. Mobil ilovaga ega bo'lish sizga yo'lda ijod qilish imkonini beradi.



# Adobe Spark

## Figma

Barcha ishlab chiquvchilar va dizaynerlarning sevimlisiz qayerda? Figma butun jamoa tomonidan vizual ustida ishlash uchun qulaydir: postlaringiz uchun rasmlar yarating, logotipni tahrirlang, korporativ identifikatsiya bilan tajriba o'tkazing va veb-saytingizda yoki ijtimoiy tarmoqlarda tayyor grafiklardan foydalaning.



# Figma

## Vizual tarkibni yaratish: maslahatlar va xakerlar

Vizual tasvirni yaratishda faqat ijodkorlik etarli emas: foydalanuvchilarning e'tiborini jalb qilish, uni ushlab turish va konversiyani oshirish uchun quyidagi tavsiyalardan foydalaning:

- **Uchdan birining qoidasini qo'llang.** Har qanday rasmdagi kompozitsiya uyg'un ko'rinishi kerak. Ikkita vertikal va ikkita gorizontal chiziqlar yordamida

ramkani 9 ta teng qismga bo'ling va asosiy elementlarni ularning kesishmasida joylashtiring.

- **Ranglar uyg'unligini unutmang.** Bir-biriga mos keladigan soyalardan foydalanib, siz estetik jihatdan jozibali tarkibni osongina yaratishingiz mumkin. Rang qoidalari va rang g'ildiragiga e'tibor qarating va kontrastlarni unutmang.
- **Murakkablashtirmang.** Dizayndagi minimalizm nafaqat uzoq vaqt davomida o'z ahamiyatini yo'qotmaydigan tendentsiya, balki oxirgi iste'molchiga ma'lumotni osonroq etkazish usulidir. Minimal elementlar, oz miqdordagi matn va cheklangan miqdordagi soyalar foydalanuvchiga asosiy narsaga e'tibor qaratish va unga nimani etkazmoqchi ekanligingizni tushunishga imkon beradi.
- **Ijtimoiy media tendentsiyalarini e'tiborsiz qoldirmang.** Shunday qilib, Vkontakte dizaynerlarga qisqa kliplar tendentsiyasini belgilaydi va Telegram kanallarida foydalanuvchilar ma'lumotni uzoq matnli xabarlarga qaraganda kartalar shaklida yaxshiroq qabul qilishadi.
- **Vizualingizni turli platformalar va qurilmalarga moslashtiring.** Tasvirlar kompyuter ekranida ham, smartfonning kichik displeyida ham bir xil darajada yaxshi ko'rinishiga ishonch hosil qiling. Kompaniyaning veb-saytida ham, ijtimoiy tarmoqlarida ham ishlatilishi mumkin bo'lgan tarkibni yaratishga harakat qiling. Bu nafaqat vaqtingizni tejaydi, balki brend xabardorligini ham oshiradi.

Taptop konstruktori yordamida veb–resursingizni yaratish orqali siz vizual tarkib bilan cheksiz tajriba o'tkazishingiz mumkin. Uning xususiyatlari sizga har qanday rasm va videolarni yuklash va tahrirlash, shuningdek sichqonchani bir necha marta bosish orqali murakkab animatsion effektlarni sozlash imkonini beradi. Bundan tashqari, o'zingizning xostingingizga ega bo'lish sizga videolarni to'g'ridan-to'g'ri saytga, uchinchi tomon serverlariga yuklamasdan joylashtirish imkonini beradi. Bu sizning saytingiz tezligini kafolatlaydi va odatda foydalanadigan server ma'murlari tomonidan video tarkibni o'chirishdan saqlaydi.

### **Amaliy topshiriqlar:**

#### **1-topshiriq. Oddiy infografiya yaratish**

- Canva (canva.com) yoki Adobe Illustrator dasturini oching.
- “Infographic” shablonidan foydalaning.
- 3 ta asosiy bo'limdan iborat **“Sog'lom turmush tarzi”** mavzusida infografiya tuzing.
  - 1-bo'lim: To'g'ri ovqatlanish
  - 2-bo'lim: Jismoniy faollik
  - 3-bo'lim: Dam olish

#### **2-topshiriq. Diagrammali infografiya**

- Microsoft PowerPoint yoki Google Slides dasturidan foydalaning.
- “O'zbekiston aholisining internetdan foydalanish statistikasi” mavzusida diagramma asosida infografiya tuzing.
- Diagramma (ustun yoki doira diagramma) va piktogrammalardan foydalaning.

#### **3-topshiriq. Timeline (xronologiya) infografiyasi**

- Adobe Illustrator / Canva / PowerPoint dasturida “Timeline” shablonini tanlang.
- “Kompyuter texnologiyalari rivojlanish bosqichlari” mavzusida infografiya yarating.
  - 1960-yillar – Birinchi kompyuterlar.
  - 1980-yillar – Shaxsiy kompyuterlar.
  - 2000-yillar – Internet va mobil texnologiyalar.
  - 2020-yillar – Sun’iy intellekt va raqamli transformatsiya.

### **Tarqatma materiallar (talabalar uchun)**

#### **□ Infografiya yaratishda qo‘llaniladigan vositalar:**

- **Canva** – onlayn, ko‘plab bepul shablonlar mavjud.
- **Piktochart** – interaktiv infografiya yaratish mumkin.
- **Adobe Illustrator** – professional vektorli grafik muharrir.
- **Microsoft PowerPoint / Google Slides** – oddiy va tezkor infografiya uchun.

#### **□ Infografiya yaratish bosqichlari:**

1. Maqsad va mavzuni tanlash.
2. Ma’lumotlarni yig‘ish va qisqartirish.
3. Infografiya turini aniqlash (diagramma, timeline, xarita, jarayon).
4. Shablon tanlash yoki nol asosidan chizish.
5. Ranglar uyg‘unligini tanlash (3–4 asosiy rangdan foydalanish).
6. Shriftlarni to‘g‘ri qo‘llash (asosiy sarlavha uchun katta shrift, matn uchun oddiy shrift).
7. Piktogramma va ikonlardan foydalanish.
8. Yakuniy dizaynni saqlash va taqdim etish.