



ҚАЗІРГІ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЯ

Іскерлік хабарламаны аяқтау





Бүгін біз бизнес-ақпаратқа қатысты дәрістерді аяқтаймыз. Өткен жолы сөзді дұрыс таңдау туралы әңгімелескен едік. Мұқият іріктеліп алынған сөздерді тиімді сөйлем түрінде құрау – шын мәнінде қуатты ақпарат әзірлеудің келесі қадамы. Сөйлем – грамматикалық тұрғыдан сөздердің өзара байланысы, мағыналық және интонациялық тұтастыққа ие тіл бірлігі.

Көлеміне қарамастан, кез келген ақпаратта бір идеялар басқа идеяларға қарағанда маңыздырақ болып келеді. Сіз оны ерекше стиль қолдану арқылы атап өте аласыз. Белгілі әдістердің бірі – маңызды идеяларға көбірек орын беру. Әлдебір ойға назар аудартқыңыз келсе, оны сипаттау үшін қосымша сөздер қолданыңыз.

Келесі сөйлемді қарастырып көрейік: Төрайым акционерлерді дауыс беруге шақырды. Төрайым позициясының маңызды екенін атап өту үшін сіз оны кеңірек сипаттап кете аласыз: Корпоративті ұйымдардың бірігуі мен бір-бірін «жұтып қоюына» қарсы күресте үлкен тәжірибесі бар төрайым акционерлерді дауыс беруге шақырды.

Бұдан да қуатты ете түсемін десеңіз, бөлек, қысқа сөйлем қоса кетуіңізге болады. Ол алдыңғы сөйлемнің маңызын аша түседі: Төрайым акционерлерді дауыс беруге шақырды. Ол корпоративті ұйымдардың бірігуі мен бір-бірін «жұтып қоюына» қарсы күресте үлкен тәжірибеге ие. Сіз, сондай-ақ ойға мән беріп, оны сөйлемнің бөлек деталі ете аласыз.

Келесі мысалда акцент адамға қойылады: Мен дауыстап оқу арқылы хаттарды бұрынғыдан да тез жаза аламын. Алайда акцентті басқаша қойсаңыз, дауыстап диктовка жасау мүмкіндігі сөйлемнің орталық бөлігіне айналады: Дауыстап оқу маған хатты бұрынғыдан да тезірек жазуға мүмкіндік береді.

Идеяны ерекшелей кетудің тағы бір әдісі (төмендегі мысалда сұраныс тудыру) – оны сөйлемнің не басында, не соңында беру:

Аздап батылсыздау: бағаны арзандатып отырмыз, бұл сұранысты арттыру үшін керек. Нық, батыл түрде: сұраныс тудыру үшін біз бағаны арзандатып отырмыз.

Қандай да бір ортақ тақырыпқа қатысты сөйлемдер абзац болып бірігеді. Оқырман әр абзацта тек бір тақырып көтеріледі және ол бірізді болып келеді, қисынды түрде байланысқан идеяларды ұсынады деп күтеді. Әр абзацтың элементтерін мұқият реттеу арқылы оқырманыңызға құжаттың негізгі идеясын түсініп, қосымша материалдың нақты бөліктерінің сол идеяны жеткізуге қалай көмектесетінін көресіз.

Абзацтар көлемі мен формасы жағынан әртүрлі болып келеді, бірақ әдетте оған келесі үш негізгі элемент кіреді: тақырыпты ашатын сөйлем; тақырыпты өрбітетін көмекші сөйлемдер; өтпелі сөздер мен фразалар.

Тақырыптық сөйлем. Сәтті абзацтағы бір тақырыпқа арналған және тақырыпты ашатын сөйлем тақырыптық деп аталады. Бейформалды, шығармашылық мәтіндерде мұндай сөйлем айқын берілмей, жасырын қалуы мүмкін. Оқырман сөздің сыңайына қарап түсіне алуы тиіс. Ал іскери хатта тақырыптық сөйлем бірден көзге түседі. Әдетте ол абзацтың бірінші сөйлемі болып келеді. Тақырыптық сөйлем оқырманға абзацтың қалған бөлігінде қарастырылатын жалпы идеяның түйіндемесін ұсынады.

Келесі мысалдар тақырыптық сөйлемнің тақырыпты қалай таныстыратынын және ойды ары қарай ашып жеткізу әдісін қалай ұсынатынын көрсетеді: Ұзақ жылдар бойы медициналық бұйымдар бөлімі қоғаммен байланыс мәселесіне алаңдаушылық танытып келді. [Абзацтың қалған бөлігінде оқырмандар осы мәселенің мән-жайымен танысады]

Затты қайтару үшін келесі ақпаратты беруіңізді өтінеміз (қос нүкте) [Қажет ақпарат туралы барлық детальдар абзацтың қалған бөлігінде беріледі]

Тақырыптық сөйлемдер оқырманға мәтінді түсінуден бөлек, әр қызыл жолдың мақсаты қандай екенін мәтін әзірлеушінің есіне салып, сол мақсатқа жетуде жолдан таймауға көмектеседі.

Шын мәнінде мәтініңіздің әсерлілігін тексерудің жақсы бір әдісі – барлық абзацтарыңыздың тек бірінші сөйлемдерінен тұратын мәтіннің жиынтық нұсқасын әзірлеу. Яғни сіз әр абзацтың тақырыптық сөйлемін алып, оларды бір жерге жинайсыз. Нәтиже ақпаратыңыздың түпкі ойын жүйелі, сенімді түрде жеткізіп тұрса, айтпағыңызды елге ұсынуда жақсы жұмыс жасағансыз.

Көмекші сөйлемдер. Абзацтардың көпшілігінде тақырыптық сөйлем бір немесе бірнеше көмекші сөйлем арқылы түсіндіруді, негіздеуді немесе толықтыруды қажет етеді. Өзара бай-



ланысқан бұл сөйлемдердің ортақ тақырыбы болуы керек және оларда тақырыпты ашуға жеткілікті нақты детальдар болуы тиіс.

Ұзақ жылдар бойы медициналық бұйымдар бөлімі қоғаммен байланыс мәселесіне алаңдаушылық танытып келді. 2014 жылдан бері жергілікті газет бөлім туралы жағымсыз сипаттағы 15 мақала жариялады. Бізге зертхана жануарларына дұрыс қарамайсыңдар дегеннен бастап аймақтағы жерасты суларын ластап жатырсыңдар дегенге дейін түрлі айыптар тақты.

Көмекші сөйлемдер тақырыптық сөйлемдерге қарағанда нақтырақ болып келеді. Олардың әрқайсысы негізгі идеяға қолдау ретінде кезекті дәлел келтіреді. Сондай-ақ олардың бәрі өзара байланысты болғандықтан, абзац біртұтас көрінеді.

Тақырыптық сөйлемнің түсінікті және адам сенетіндей ақпараты жеткілікті болса, бөтен, қатысы жоқ сөйлемдер қолданылмаса, абзац жақсы жазылған болып саналады.

Өтпелі сөздер мен фразалар. Өтпелі сөздер бір ойдың екінші оймен байланысты екенін көрсетіп, идеяларды біріктіреді. Олар, сонымен қатар, оқырманға алда не күтіп тұрғанын жеткізіп, әңгіме ауанының өзгеруінде шатасып кетпеуіне көмектеседі. Оқырманға сөйлемдер арасындағы байланысты түсінуге жәрдемдесуден бөлек өтпелі сөздер мәтіннің жатық, біркелкі болуын қамтамасыз етеді.

Құжаттың нақты қажеттілігіне байланыс өтпелі элементтер көлемі бір сөйлемнен басталып, бүтіндей абзацқа жетуі, тіпті, одан да үлкен болуы мүмкін. Өтпелі сөздерді әртүрлі орналастыруға болады:

Байланыстырушы сөздер мен шылауларды қолдану. Мысалы, «және, бірақ, немесе, алайда, сондай-ақ», т.б..

Алдыңғы абзацтағы немесе сөйлемдегі сөздерді, фразаларды қайталау. «Қор деңгейі мониторингі жүйесі құрылуы керек. Бұл жүйенің міндеті...»

Осыған дейін қолданылған зат есімге қатысты есімдікті қолдану. «Артур ханым – президенттіктен басты үміткер жандардың бірі. Оның біліктілігіне күмән жоқ».

Жұп сөздерді қолдану. «Бұл құрал минимал өндірістік қуатқа ие... Өнімнің максимал шығарылымын ол...»

Кей өтпелі сөздер алдыңғы материалға қарағанда көңіл-күйдің өзгергені туралы оқырманға хабарлайды. Яғни көңіл-күй өзгеруінің индикаторы ретінде қабылданады.

Бір өтпелі элементтер бұрын болған жайттарға мүлдем кереғар дүниелерді көрсетеді. Енді бірі себеп-салдарлық байланысты білдіреді. Үшіншілері уақыттағы өзгерістер туралы белгі береді. Төменде оқырманның сөйлемдер мен абзацтар арасында бір қалыппен көшуі үшін жиі қолданылатын өтпелі сөздер тізімі ұсынылып отыр:

Қосымша ақпарат: сондай-ақ, бұдан бөлек, сонымен қатар, қосымша айта кетер болсақ; Себеп-салдарлық байланыс: демек, солай болғандықтан, осылайша, сонымен, яғни, соның нәтижесінде; Қарама-қайшылық: әйтсе де, керісінше, ал бұл кезде, дегенмен, бір жағынан, алайда; Шарт: дей тұрғанмен, егер; Мысал: мәселен, бұл жағдайда, мысал келтіре кетсек; Уақыттың бірізділігі: бұрын, дейін, кейін, сол кезде, соның арасында, кейде; Қарқынды үдете түсу: шын мәнінде, қалай болғанда да; Түйіндеу: тоқетерін айтқанда, қорытындылай келе, түйіндей келе; Қайталау: басқаша айтқанда, осыған дейін атап өтілгендей.

Оқырманға идеяңызды жақсырақ түсінуге көмектеседі және ол сіздің артыңыздан бір пункттен екінші пунктіге еріп отырады деп санасаңыз, өтпелі сөздерді пайдалану қалай болар екен деп қарастырып көріңіз. Оларды пункттерді өзара байланыстыру үшін абзац ішінде де, жеке бір ойдан екінші ойға өтуді жеңілдету мақсатында абзацтар арасында да қолдануға болады.

Ауқымды баяндамаларда негізгі бөлімдер мен тарауларды байланыстыратын өтпелі сөздер келесі бөлімге қысқаша кірісіпе немесе алдыңғы бөлімдегі идеяларға жасалған шағын шолу болуы мүмкін.

Мысалы: Бұл өнімнің сипатын ескере келе, мәселені шешудің шектеулі жолдары ғана бар екенін айтуға болады. Осыған дейінгі бөлімде айтылғандай, біз не өнім өндірісін мүлдем тоқтатамыз, не оны жақсартамыз, не қазіргі модельде қала береміз. Әр нұсқаның өз артықшылықтары мен кемшіліктері бар, оларды келесі бөлімде қарастыратын боламыз.

Бұл абзац оқырманға мәселенің анализі (алдыңғы бөлімде айтылып кетті) аяқталғанын, құжат шешімдер мәселесі көтерілетін бөлімге өтіп жатқанын (келесі бөлімде ұсынылады) түсіндіреді.



Абзац жазудың ең дұрыс әдісін қалай таңдау керек?

Сізде абзац әзірлеуге арналған алуан түрлі әдіс бар. Олардың әрқайсысы белгілі бір идея түрін жеткізе алады. Ең кең таралған әдістердің бестігі – бұл иллюстрация, салыстыру немесе қарама-қайшылық, себеп пен салдар, классификация, мәселе және оның шешімі.

Кей жағдайда әдістерді бір абзацта біріктіру тиімді стратегия болып саналады. Алайда әдістерді біріктіргенде оқырманды жарты жолда жоғалтып алмау үшін мұқият болу керек. Сонымен қатар, ойыңызға келген алғашқы әдісті қолданар алдында, басқа қандай жолдары бар деп ойланып көріңіз. Түрлі тәсілдерді қарастырыңыз. Тіпті қай әдістің жақсы жұмыс істейтініне көз жеткізу үшін түрлі абзацтар жазып, оларды салыстырыңыз. Бір дайын үлгіні әр абзацта қолдана беруден қашыңыз. Сонда мәтініңіз қызықты болып шығады.

Ақпаратты тексеру: алғашқы нұсқаны бағалау. Ақпараттың дизайны кезеңіне өтпес бұрын өзіңіз мұқият зерттеген, жинаған және бір қалыпқа келтірген контентті бабына келтіру керек. Табысты коммуникаторлардың айтуынша, мәтіннің алғашқы нұсқасы бірден ықшам, анық және адамды сендіретіндей бола бермейді.

Мұқият тексеру өзара байланысы жоқ, нақты бір нәрсеге бағытталмаған ақпарат пен мәнді, тура айтылған, нәтижеге алып келетін ақпараттың арасындағы айырмашылықты білдіре алады.

Тексеріс міндеті тасымалдаушы мен ақпаратыңыздың сипатына байланысты әртүрлі болуы мүмкін. Ішкі аудиторияға арналған бейресми ақпаратқа, әсіресе тез жазылған мәтіндер, электронды немесе блог жазбаларына қатысты алғанда тексеріс ақпаратты жіберер немесе жариялар алдындағы жылдам бір қарап шығу түрінде жүреді. Әйтсе де, мұнда грамматика мен орфографияға ерекше мән беріңіз.

Бұл қасиет цифрлы медиада айрықша маңызды болуы мүмкін. Әсіресе аудиториямен екі ортадағы байланыстың жалғыз жолын пайдаланып отырсаңыз. Аудитория мәтін сапасынан сіздің ойыңыздың сапасын көреді. Қатеге толы ақпарат автордың ойлау қабілеті төмен екен деген сезім тудыра алады, сәйкесінше елдің шатасуына, көңілі қалуына және қымбат шығындарға әкелуі ықтимал.

Күрделі ақпараттар туралы айтар болсақ. Тексеріс жүргізер алдында алғашқы нұсқаны бір-екі күнге қалдырып қойыңыз. Кейін қайта қарап шығасыз. Осыдан соң құжаттың жалпы мақсатқа қаншалықты сай екеніне көз жеткізіңіз. Содан кейін барып жеңіл оқылатыны, түсінікті екені, қысқа да нұсқа берілгені сияқты детальдарға мән беруге болады.

Тексерісті бастар кезде мазмұнға, құрылымына, стиліне және сөз саптасына мән беріңіз. Ақпараттың құрамын бағалау үшін келесі сұрақтарға жауап іздеңіз: Ақпарат дәл берілген бе? Ақпарат аудитория үшін өзекті ме? Оқырмандар қажеттілігін қанағаттандыру үшін ақпарат жеткілікті ме? Жалпы ақпарат (оқырманға ақпаратты бағалау үшін жеткілікті дәрежеде анықтамалық мәліметтер береді) пен нақты ақпарат (оқырманға ақпаратты түсіну үшін қажет детальдар береді) арасында тепе-теңдік сақталған ба?

Ақпараттың мазмұнына көңіліңіз толса, оның құрылымын тексеріп шыға аласыз. Ол үшін келесі сұрақтарға жауап беріңіз: Барлық пунктiлер ең қисынды деген ретпен орналасқан ба? Ең маңызды идеяларға жеткілікті көңіл бөлінген бе, олар бірден көзге түсетін жерде тұр ма? Құрылымы басқа ретпен дайындалғанда ақпарат сенімдірек бола түсер ме еді? Қандай да бір пунктiлер қажетсіз қайталана ма? Детальдар қисынға сай топтастырылған ба, әлде олардың кейбірі құжат ішінде бей-берекет шашылып жүр ме?

Осыдан кейін дұрыс сөз саптасын қолданғаныңызды тексеріңіз. Ақпаратыңыз аудитория күткендей, жеткілікті дәрежеде, бірақ тым қасаң немесе академиялық ресми тілмен жазылған ба? Бәлкім маңызды тақырып үшін тым жеңіл ойдың негізінде әзірленген шығар?

Бірнеше минутты ақпараттың басы мен соңын тексеруге жұмсаңыз. Әдетте бұл – аудиторияға ең үлкен ықпал ететін бөлімдер. Кіріспенің өзекті, қызықты және оқырманның реакциясына бағытталғанына көз жеткізіңіз. Ауқымды ақпараттарда алғашқы бірнеше абзацта тақырып, мақсат және материал құрылымы туралы айтылғанына мән беріңіз.

Қорытындыны қарап шығып, оның негізгі идеяны жинақтайтынын және аудиторияға оң әсер бере алатынын тексеріңіз.

Қызмет барысында сізге басқа адамдардың жұмысына баға беру, редакциялау немесе қайта қарап шығу ұсынылуы мүмкін.



Өзгенің жұмысына кіріспес бұрын, оның артында тұрған екі есе жауапкершілік бар екенін түйсініңіз. Біріншіден, сіздің өз стиліңізде әлденені қайта жазып шығуды немесе ақпарат акцентін өзгертуді арнайы сұрамаса, басты міндетіңіз – басқа авторға оның ісінде табысқа жетуіне көмектесу екенін естен шығармаңыз. Оған өз стиліңізді тықпалаудың немесе сіздің мүддеңізге әкеліп таңудың қажеті жоқ. Басқаша айтқанда, мәтінді өзіңіз жазғандай етіп шығаруға емес, әсерлірек ете түсуге мән беріп отырғаныңызға көз жеткізіңіз.

Екіншіден, әлдебір ұсыныстар жасап, өзгеріс енгізер алдында автордың ниетін білетініңізді анықтап алыңыз. Автордың нақты не айтпағынан хабарсыз бола тұра, мәтінді редакциялауға немесе қайта қарастыруға тырыссаңыз, ақпаратты бұзып алуыңыз мүмкін. Осы дүниелерді ескере отырып, біреудің мәтінін бағалар кезде келесі сұрақтарға жауап беріңіз: Бұл құжаттың немесе ақпараттың мақсаты не? Мақсатты аудитория қандай? Аудиторияға қандай ақпарат керек? Бұл құжаттың құрылымы ақпаратты жеткілікті дәрежеде жақсы беріп отыр ма? Мәтін аудитория көзқарасын бере ме? Ақпараттың сөз саптасы аудиторияға лайық па? Оқылуын жақсартуға бола ма? Мәтін түсінікті ме? Түсініксіз болса, оны қалай жақсартуға болады? Мәтін барынша қысқа жазылған ба? Дизайн ақпаратқа сай әзірленген бе?

Айтпақшы, сіз бұл сұрақтарды өз мәтініңізді бағалау үшін де қоя аласыз.

Ақпаратыңыздың мазмұнын, құрылымын, стилін және сөз саптасын тексерген соң оның оқылуын жақсартуға көшіңіз. Кәсіби мамандардың көбі оқуға арналған алуан түрлі көптеген материалға ие, сондықтан олар сіздің құжатты барынша жеңіл және оқуға ыңғайлы етіп әзірлегеніңізді оң бағалайды. Бұдан сіз де ұтасыз: жақсы ойластырылған құжаттар әзірлейтін және аудитория уақытын құрметтейтін адам ретінде бедел қалыптастырсаңыз, ел сіздің ақпаратыңызға көбірек мән беретін болады.

Абзацтар қысқа болуы тиіс. Көлдей-көлдей мәтіндерді визуалды тұрғыда қабылдау қиын. Әсіресе шағын мобильді құрылғылардың экранында. Сондықтан абзац қысқа болуы керек.

Ойыңызды шағын бөліктерге бөліп тастамасаңыз, ұзын-ұзын абзацтар ең адал деген оқырмандарыңыздың өзін шошытып алуы мүмкін. Қысқа абзацтарда әдетте ары кетсе 100 сөз болады. Мұндай қызыл жолдарды оқу оңай. Олар мәтініңізді тартымды ете түседі. Сондай-ақ қысқа, қуатты абзац түрінде бөлек беру арқылы идеяңызды ерекше атап өтіп кете аласыз.

Алайда тек қысқа абзацтар жаза беруге де болмайды. Әсіресе, бір сөйлемнен ғана тұратын абзацтар әзірлеуде мұқият болған жөн. Бұған сирек жүгіну керек. Ол ақпараттың әсерін арттыра түсу үшін ғана қажет. Сондай-ақ абзацтарды қысқа ету үшін тақырыпты бірнеше бөлікке бөлу керек болса, өтпелі элементтер арқылы оқырманға идея соңынан еріп отыруға көмектесіңіз.

Кәдімгі сөйлемдер қолданудың тиімді балама жолы – сөздерден, есімдерден және басқа элементтерден тұратын маңызды идеялар тізімін құру. Тізім идеяларыңыздың бірізді екенін көрсетеді, олардың визуалды әсерін ұлғайтып, оқырманға негізгі сәттерді табуға көмектеседі.

Сонымен қатар, тізім күрделі тақырыптарды қарапайым етуге, негізгі сәттерді бөлек атап шығуға, парақты немесе экранды визуалды түрде бөліп көрсетуге, қарбалас оқырмандарға мәтінді жылдам шолып шығуға және оларға арасында демалып алуға мүмкіндік береді.

Тізім элементтерін сандармен, әріптермен немесе буллет-поинттармен беруге болады. Тізімде қандай да бір қисынды бірізділік немесе реттілік болмаса, яки сізге құжаттың басқа жеріндегі тізімнің нақты элементтеріне сілтеме беру қажеттілігі туындамаса, санға қарағанда буллет-поинттар қолданған жөн. Тізім басқа мәтінге дейін және кейін бос жолмен бөлініп тұрса, оны тауып, оқу оңай болады.

Тақырып пен тақырыпшалар қою. Тақырып – оқырманға келесі бөлімнің мазмұны туралы хабар беретін қысқаша атау.

Тақырыпшалар негізгі бөлім аясында кішкентай бөлімдерді көрсету арқылы тақырыпқа бағынады. Тақырып пен тақырыпшалар келесі маңызды міндеттерді атқарады: Құрылым. Тақырыптар оқырманға құжаттың қалай құрылғанын көрсетеді. Олар сәйкес пункттерді топтастыру және көлемді материалдарды қысқа бөлімдер ретінде беру үшін белгі ретінде қабылданады. Назар аударту. Ақпараттық, тартымды және кей жағдайда қызығушылық тудыратын тақырыптар оқырманның назарын аудартып, мәтіннің жеңіл оқылуын қамтамасыз етеді, сондай-ақ оқырманға өзіне керек немесе өткізіп жіберуге болатын бөлімдерді табуға көмектеседі.



Байланыстыру. Тақырыптар мен тақырыпшаларды бірге қолдану оқырманға ақпаратыңызды дұрыс түсіну үшін негізгі және көмекші идеялар арасындағы байланысты көруге көмектеседі. Сондай-ақ тақырыптар мен тақырыпшалар визуалды түрде бір идеядан екінші идеяға көшуді білдіреді.

Тақырыптар мен тақырыпшалар екі санатқа бөлінеді. Мысалы, «Шығындар» секілді сипаттамалық тақырыптар айтпағыңызды анықтайды. «Өндірістік шығындарды қысқарту үшін материалдар ағынын қайта жобалау» деген сияқты ақпараттық тақырыптар оқырманға осы тақырып жайында белгілі бір ой ойлауға мүмкіндік береді. Жақсы жазылған ақпараттық тақырыптар толыққанды болады. Яғни оқырман бүкіл құжатты қарап жатпай, тек тақырыпты немесе тақырыпшаны оқып, әңгіменің не туралы екенін түсінеді. Мысалы, «Кадр жетіспеушілігі өткен жылы компанияға \$150 000 шығын әкелді» деген тақырып негізгі ақпаратты беріп отыр және оқырман назарын аудартады.

Ақпаратыңыздың оқылуы қаншалықты жеңіл екенін тексерген соң, келесі қадам – оны барынша анық және қысқа етуге көшіңіз.

Әр сөйлемнің идеяны айқын жеткізіп тұрғанына және оқырманның оны қайта оқып жатпайақ түсіне алатынына көз жеткізіңіз. Айтпағыңыз анық болуы үшін абзацтардың, сөйлемдердің құрылымына, сөз нұсқаларына мән беріңіз.

Оқырман абзацтағы сөйлемдерді түсіне ала ма? Әр сөйлемнің мағынасы түсінікті ме? Әр сөз анық берілген бе, екіұшты ойға алып кетпей ме (яғни оқырман бұл сөзді басқаша түсініп қалмай ма)?

Аса ұзақ сөйлемдерді бірнеше қысқа сөйлемге бөліңіз. Ұзын сөйлем жазсаңыз, көп жағдайда екі түрлі ойды беруге тырысып жатырсыз немесе оқырманға тым көп дәлел келтіріп, әуреге түсудесіз.

Параллелизмді қолданыңыз. Екі немесе одан көп ұқсас идеялар болса, оларды сол грамматикалық құрылымды пайдалана отырып, параллель ретінде жүргізіңіз. Параллелизм идеялардың өзара байланысты, бірдей мәнге ие екенін және ортақ деңгейде орналасқанын көрсетеді.

Сөйлем құрылымын нақтылаңыз. Бастауыш пен баяндауышты бір-біріне барынша жақын қойыңыз. Олардың арасы тым алыстап кетсе, оқырманға не айтылып жатқанын түсіну үшін сөйлемді қайта оқуға тура келеді.

Сілтемелерді нақтылаңыз. Оқырман құжаттағы нақты пунктіге сілтеме жасасын десеңіз, жоғарыда айтылғандай анық емес сілтемелерден қашыңыз. «162-беттегі екінші абзацта айтылғандай» деген сияқты нақты көрсеткіштерді қолданыңыз.

Ақпаратыңыздың дизайн қандай болуы керек? Дизайн мәтіннің оқылуына екі маңызды әдіспен ықпал етеді. Біріншіден, мұқият іріктеліп алынған дизайн элементтері ақпаратыңыздың әсерін арттыра түседі. Ал дұрыс таңдалмаған дизайн дүниесі, керісінше, кедергі болады. Ол, мысалы, мәтін артындағы аудиторияны алаңдататын сурет, мағынасыз анимация немесе кішкентай шрифт болуы мүмкін. Екіншіден, визуал дизайн оқырмандарыңызға вербалды емес белгі беріп, олардың ақпаратты қабылдауына ықпал етеді.

Тиімді дизайн сөз саптасын белгілеп, оқырманды айтпақ әңгімеңіздің бойымен жетелеп отырады.

Тиімді құрылымға қол жеткізу үшін келесі элементтерге мұқият назар аударыңыз: Әр нәрсенің реті болуы керек. Әр ақпаратта жолдарды, шрифтерді, көлемді және бос жолдарды жүйелі қолданыңыз. Сондай-ақ тік сызықтар, бағандар мен шекаралар секілді қайталанатын дизайн элементтерін пайдаланғанда да бірізді болыңыз.

Баланс. Баланс – маңызды, субъективті мәселе. Бір құжатта түрлі элементтері белгілі бір кестеге сыйып кететін қасаң, қатаң дизайн болуы мүмкін, ал екінші құжаттың дизайны қарапайымдау, элементтері бүкіл бетте еркін орналасқан болуы ықтимал. Бірақ екеуінде де баланс жасауға болады. Сөз саптасы секілді визуалды баланс та тым қасаң, ресми немесе тым еркін болып кетпеуі керек. Ұстамдылық. Дизайнға қарапайымдылыққа ұмтылыңыз. Шрифтармен, түстермен, сәнді өрнектермен безендіремін деп, ақпаратқа артық жүк салмаңыз. «Барынша қарапайым және аз» ережесін ұстаныңыз.

Детальдар. Дизайнға, сәйкесінше ақпаратқа ықпал ететін детальдарға мән беріңіз. Мәселен, тым жайылып кеткен бағандағы мәтінді оқу қиын, сондықтан көп жағдайда мәтінді екі шағын бағанға бөлу дұрыс шешім болмақ.



Графикалық дизайн саласында арнайы дайындығыңыз болмаған күннің өзінде сіз баспа және цифрлы ақпараттарыңызды тиімдірек, әсерлірек ете түсе аласыз. Ол үшін бос орындарды, жолдарды, шрифтерді және стильдерді қалай дұрыс қолдану керек екенін түсіну қажет.