

ИНФОГРАФИКА КАК СПОСОБ ВИЗУАЛИЗАЦИИ ИНФОРМАЦИИ В СМИ

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь

Буслюк С. А.

Фролов А. В. – канд. техн. наук,
доцент

Цель исследования является систематизация данных об инфографике как перспективном инструменте репрезентации информации в массмедиа. В современном медийном пространстве конкуренция за внимание потребителя контента растет небывалыми темпами. С ростом количества информационных площадок эта борьба стала более изощренной. В связи с этим, главным приоритетом современных СМИ является качество представления контента. Инфографика является одним из передовых инструментов, помогающая в решении этой проблемы.

Под инфографикой понимается справочная или иллюстрированная статистическая информация, представленная различными методами визуализации: при помощи графиков, диаграмм, гистограмм, ментальных карт, временных шкал и т.д. Основная цель инфографики – информирование. При этом часто ее объекты выступают в качестве дополнения к текстовой информации, которая охватывает тему в полном объеме, и содержат некоторые визуальные пояснения, уточнения. Этот инструмент особенно хорошо работает в тех случаях когда необходимо: показать устройство или алгоритм работы чего-либо; отобразить соотношение предметов или фактов во времени и пространстве; продемонстрировать тенденцию развития объекта; компактно раскрыть составные части сложного явления; организовать большие объемы информации.

Особенность инфографики, отличающая её в информационном потоке современных СМИ от других видов медиаконтента заключается в наличии графических объектов, полезной информационной нагрузки; красочного представления; внятного и осмысленного представление темы.

Существует шесть основных правил создания инфографики: использование не более 3 контрастных цветов; слежение за сочетаемостью и уместностью шрифтов; соблюдение последовательности изложения; меньше текста; использование контрастного фона; всегда необходимо указывать источники данных. [1]

Инфографика предполагает визуализацию данных, где важную роль играет не только графическое исполнение, но и фактическая информация. Актуальность больших объемов данных и факт, что человеческий мозг в 30 раз быстрее и проще воспринимает изображения, чем текст — приводит к росту популярности визуализации данных. Инфографика изменяет традиционную журналистику, вооружая ее новыми возможностями и инструментами представления данных. Созданная в русле дата-журналистики инфографика, обобщающая цифры, сводки, статистику, делает информацию доступнее, понятнее и привлекательнее для аудитории, заставляя ее разбираться, размышлять и в конечном счете давать свой собственный контент. Развитие мультимедийных технологий позволяет журналисту или редактору на качественно новом уровне адаптировать информационный продукт под потребности, возможности и ожидания целевой аудитории.

Тенденция вытеснения традиционных печатных СМИ электронными сопровождается переходом от статичной к мультимедийной, динамичной, интерактивной инфографике. Это требует использования специальных программных инструментов. Создание инфографики стало общедоступным видом деятельности журналиста благодаря появлению специальных сервисов. Они представляют собой значительно упрощенный графический редактор с упором на иконографику и создание графиков разных типов.

Значение материалов определяют разные форматы функционирования инфографики. Эти форматы могут быть классифицированы по принципу визуализации контента на две большие группы:

а) количественная визуализация, использующаяся для организации представления количественных (числовых) данных (графики, диаграммы, гистограммы и номограммы, которые, в свою очередь, подразделяются на подгруппы: точечные, линейные, круговые и т. п.);

б) качественная визуализация для организации представления совокупности (например, иерархий) объектов и качественных данных (организационные диаграммы; диаграммы трендов; планы-графики, технологические диаграммы; рисунки и схемы, реконструкции; ментальные карты знаний, процессов, сущностей; миниатюры-пиктограммы, иконки, указатели и др.). Выбор способа/формата визуализации медийной истории напрямую коррелирует с ее содержанием. И зависит от автора-создателя инфографического сообщения. [2]

Современная инфографика представляет собой универсальный инструмент репрезентации информации в перегруженном медиамире. Она повышает эффективность восприятия за счет своей



структурированности и функциональной целостности, дает возможность сделать наглядной сложную для восприятия информацию, обобщает тенденции, факты, процессы, демонстрирует связи между объектами и их соотношения, временные шкалы и их изменения. При этом остается более визуально привлекательной, чем текст. Инфографика должна быть самостоятельной, поэтому эстетическая составляющая в ней не первична, она является следствием качественно сделанного инфографического сообщения.

Инфографика как способ подачи информации имеет ряд преимуществ: представляет собой визуализированное через графические объекты сообщение. С учетом того, что большинство современных читателей лучше усваивают информацию, воплощенную в визуальных образах, коммуникация от отправителя сообщения к получателю (читателю) становится более успешной; максимально исключает информационный шум, для нее характерна достаточность, но не избыточность сведений; любая инфографика дает концептуализацию темы, поскольку выбор образа, визуализирующего сообщение, предполагает точный отбор графических решений.

Создание инфографики предполагает ее разработку на двух уровнях: концептуальном (стратегическом) и уровне реализации (тактическом). На концептуальном этапе детально прорабатывается идея инфографики. Этап включает следующие действия: выбор темы, формулирование цели создания инфографики и определение целевой аудитории; сбор данных и материала по теме; анализ и обработка собранной информации, отбор данных и перевод их в удобный для визуализации формат; разработка графической идеи и выбор средств визуализации в зависимости от количества данных, целей формата издания.



Рисунок – 8 основных типов инфографики

На этапе реализации инфографики выполняются следующие операции: разбивка текста на отдельные составные части: время, место, числовые данные, комментарии; оценка возможности визуализации этих частей или сохранения их в текстовом формате; выбор конкретного или абстрактного образа; оценка его соотношения со стереотипами и распространенности в аудитории; стилизация изображений, создание гармонии между формой и содержанием; преобразование статистической информации в графики и диаграммы, поиск способов сочетания визуальных форм с точки зрения композиции; соотнесение событий и образов во времени при помощи исторических ориентиров (создание тайм-лайнов, выбор символического или цифрового выражения времени); систематизация данных в пространстве будущей графики (выявление причинно-следственных связей между различными частями текста, распределение событий по порядку, расстановка читательских приоритетов, подбор или составление текстовых вставок, проверка точности информации); окончательная компоновка графики (желательно создание эскиза); создание заголовка и подзаголовка (номинативных, неметафоричных); проверка и редактирование инфографики (текста, изображений, а также авторских прав).

Средства массовой информации переживают явление так называемого «визуального поворота», когда доминирование визуальной информации оказывает содержательное и структурное воздействие на все уровни медиатекста, на психологию журналистского творчества и медиапотребления. Визуализация медиаконтента привлекает внимание к журналистскому материалу, делает его более доступным пониманию и привлекательным с точки зрения формы, расширяет читательскую аудиторию, увеличивает эмоциональную нагруженность медиаобщения. Такой инструмент визуализации, как инфографика, может в привлекательной форме организовывать и представлять огромное количество данных, а также показывать значение фактов и объектов в пространстве и времени, изображать тенденции. Благодаря этому свойству она получила распространение в электронных и печатных СМИ. [4]

Список использованных источников:

1. Супер-инфографика об инфографике [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rusability.ru>.
2. Симакова С. И. Инструменты визуализации информации в СМИ: инфографика // Вестник Челябинского государственного университета. 2017. № 6 (402). Филологические науки. Вып. 106. С. 91—99.
3. Симакова С. И. Инфографика как способ визуализации журналистского контента // Знак: проблемное поле медиаобразования: науч. журнал. 2015. № 1 (15). С. 34—40.
4. Е. Г. Трушко, Ю. Ф. Шпаковский // Инфографика как современный способ представления информации // Труды БГТУ, 2017, серия 4, №1, с.111-117.
5. Симакова С. И. Инфографика: визуализация цифрового контента // Вестник ВолГУ. 2012. № 3. С. 219—226.