

УДК 004.031.42:004.92:004.738.5

Студ. А. Н. Щербакова  
Науч. рук. ассист. Т. П. Брусенцова  
(кафедра информатики и веб-дизайна, БГТУ)

## **ИНТЕРАКТИВНАЯ ИНФОГРАФИКА В СОВРЕМЕННОЙ ИНТЕРНЕТ СФЕРЕ**

В настоящее время инфографика все больше и больше набирает обороты, занимая важное место в печатных и интернет СМИ. Она помогает публике понять значение информационного сообщения и его смысл более быстрым и понятным способом.

Инфографика (infographics) — визуальное изложение сложных данных в очень простой и привлекательной форме с помощью креативных и визуально привлекательных изображений.

Инфографика вызвана помочь автору доступно донести сложную информацию и большой объём данных читателю. С помощью инфографики пользователю удобнее и легче воспринимать информацию.

Появилась инфографика в 1982 году как результат эволюции в информационной сфере, постоянно развивалась, стала одним из самых модных, актуальных и влиятельных видов визуальной коммуникации и получила огромное распространение. Инфографика применяется там, где сложные данные должны быть представлены быстро и четко. Это значительно облегчает процесс разработки и восприятия нужной информации.

Далеко не каждое изображение с данными можно назвать инфографикой. Необходимо соблюдать определенные правила при ее создании, в противном случае можно получить иную интерпретацию той информации, которую вы хотели донести, и несоответствующую ожиданиям реакцию аудитории на нее.

Можно выделить четыре основных правила, которых рекомендуется придерживаться при создании инфографики. Это содержательность, смысл, легкость восприятия и аллегоричность.

Из всех правил содержательность является первоначальным и самым важным.

Вторым правилом инфографики является смысл. На этапе проектирования и создания инфографики его легко потерять. Например, из-за несогласованности действий команды проектировщиков и разработчиков. Если дизайнер при создании инфографики увлечется визуализацией, то это может привести

к полному изменению смысла сообщения, которое хотел передать аудитории автор.

Третьим правилом является легкость восприятия. Оно, в большей степени, относится к визуальной составляющей, а здесь легко допустить много ошибок. Так, если рассмотреть пример создания инфографики в виде диаграмм, то основным вопросом при разработке дизайна является правильный подбор ее типа. Например, разницу между 52% и 62% на круговой диаграмме различить практически невозможно. А вот столбчатая гистограмма для этих целей отлично подходит.

Аллегоричность является четвертым правилом создания инфографики. Привлекательная возможность инфографики – превратить скучную, комплексную информацию в графическую аллгорию, с помощью которой даже непрофессиональная аудитория мгновенно сможет понять суть посылки, тематику и основную идею.

Для создания инфографики могут использоваться таблицы, диаграммы, различные графические элементы и т.д.

Вершина качества инфографики – интерактивная инфографика. Она позволяет представить большой объем разношерстной информации в организованном виде, который будет удобен для просматривающего. Существует несколько видов и определений интерактивной инфографики.

Первое: интерактивная инфографика – это инфографика, которая предполагает участие читателя в управлении отображаемыми данными. Интерактивность создается с применением технологий Flash, JavaScript или HTML 5.

Второе: любая инфографика, которая позволяет в онлайн режиме изменять данные, отображаемые в графической форме. Пример интерактивной инфографики представлен на рисунке 1 (рисунок 1).

Данная инфографика представляет собой интерактивную карту мозга, которая стимулирует пользователей нажимать на рисунок мозга и читать о функциях его отделов. Данная информация могла бы занять слайдов 30, однако интерактивная инфографика позволяет представить это одним изображением.

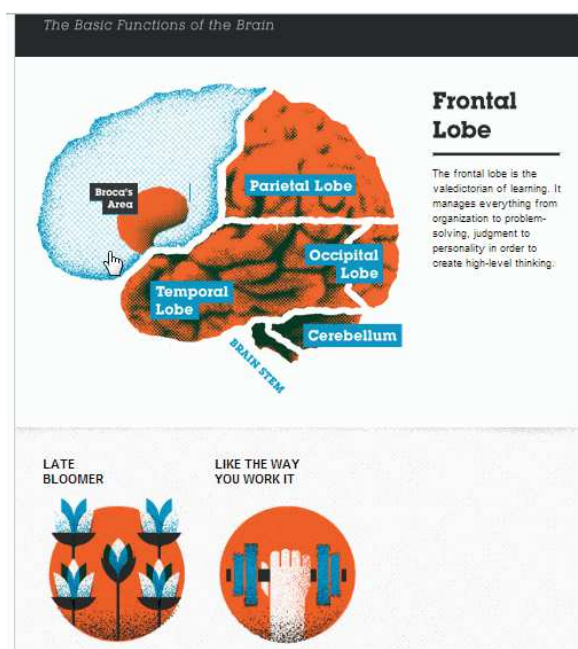


Рисунок 1 – Пример интерактивной инфографики

Есть три главные ступени для успешного создания инфографики в печати и в интернете:

- 1) четко понимать, что за тип информации будет представлен: пространственный, хронологический, количественный или смешанные комбинации;
- 2) представлять себе соответствующий образ информации как единого целого, то есть гораздо больше, чем совокупность карт, схем, чертежей и диаграмм;
- 3) выбрать нужный тип презентации – статический, динамический или интерактивный.

Руководствуясь этапами создания инфографики, была создана инфографика для сайта БГТУ: «Как попасть в санаторий-профилакторий БГТУ?».

1 этап – выбор темы.

Студенты БГТУ постоянно задаются вопросом «Как попасть в санаторий-профилакторий БГТУ?», поэтому в качестве темы была выбрана данная.

2 этап – сбор информации.

Сбор информации зависит от темы. В качестве информационного источника использовался сайт БГТУ.

3 этап – построение «скелета» инфографики (блоков текста с предполагаемой информацией). Информация была разбита на 4 блока.

4 этап – разработка графического эскиза.

5 этап – художественное оформление инфографики.

В результате получилась работа, представленная на рисунке 2 (рисунок 2).

## Как попасть в санаторий-профилакторий БГТУ?

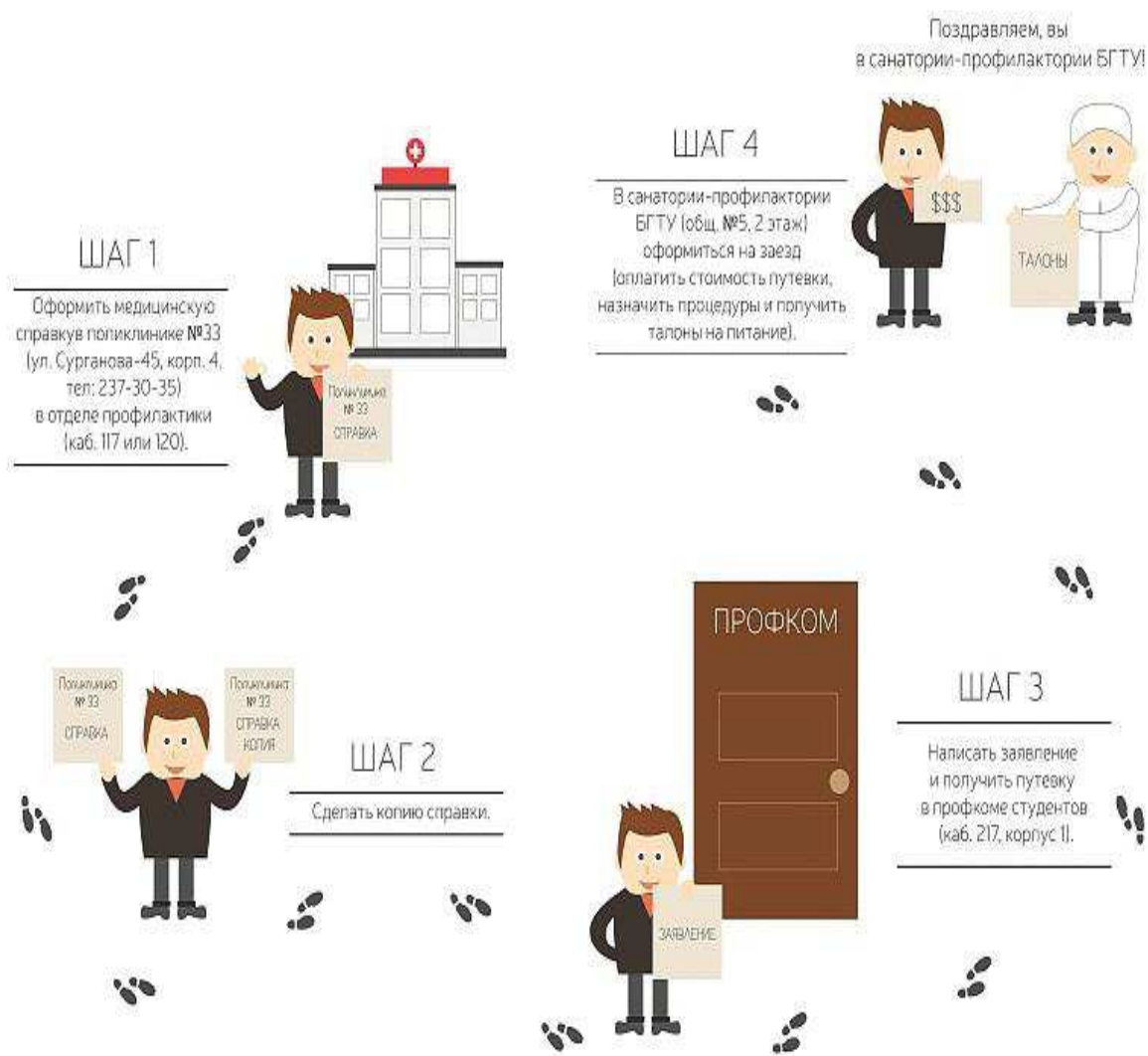


Рисунок 2 – Инфографика «Как попасть в санаторий-профилакторий БГТУ»

Инфографика позволяет представить большой объем текстовой информации в графическом виде, что облегчает восприятие и понимание материала, ведь известно, что мозг на 90% воспринимает визуальную информацию, а скорость обработки графики в 60 тысяч раз быстрее скорости обработки текста.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Интерактивная инфографика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://comagency.ru/interaktivnaja-infografika>. – Дата доступа: 11.04.2017

2. Этапы создания инфографики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://infogra.ru/lessons/6-etapov-sozdaniya-infografiki>. – Дата доступа: 10.04.2017

УДК 004.738.5

Студ. В.Ю. Тонкович

Науч. рук. ассист. Т. П. Брусенцова  
(кафедра информатики и веб-дизайна, БГТУ)

### **РАЗНОВИДНОСТЬ БЛОГОВ. РАЗРАБОТКА ДИЗАЙНА БЛОГА**

Блог (англ. *blog*, от *web log* — интернет-журнал событий, интернет-дневник, онлайн-дневник) — веб-сайт, основное содержимое которого — регулярно добавляемые записи, содержащие текст, изображения или мультимедиа. Для блогов характерны недлинные записи временной значимости, упорядоченные в обратном хронологическом порядке (последняя запись сверху). Отличия блога от традиционного дневника обуславливаются средой: блоги обычно публичны и предполагают сторонних читателей, которые могут вступить в публичную полемику с автором (в комментариях к записи или своих блогах).

Есть разные виды ресурсов. Их различают по способам оплаты, по авторству, содержанию и по целям создания.

По способу оплаты все блоги делят на:

- автономные;
- созданные на бесплатной платформе.

Если в перспективе получение заработка — лучше создавать ресурс автономный, то есть на платном хостинге.

По авторству интернет-дневники делят на:

- корпоративные;
- коллективные;
- авторские.

Авторский, личный блог ведет один человек. Автор делится своими мыслями или собственным опытом.

Правила ведения и форма коллективного блога установлены группой участников, которые пишут посты для него. Такие сообщества постоянно развиваются, расширяя аудиторию читателей и авторов. Ценной информацией делится эксперт, новые посты