

# ПЕЧАТЬ В ЦЕЛОМ. КНИГОВЕДЕНИЕ

---

УДК 655.5(075.6)

**В. И. Куликович, А. Ф. Тышкевич**

Белорусский государственный технологический университет

## **ИНФОГРАФИКА СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОГО ЖУРНАЛА «ОТДЕЛ КАДРОВ»**

Статья посвящена анализу инфографики современного периодического издания (журнала «Отдел кадров»). Дана общая характеристика инфографики как развитого типа журнальной публикации. Рассмотрено назначение инфографики на современном этапе периодической печати, ее структура и актуальные принципы. Произведена классификация инфографики по видам и функциям в зависимости от критерия систематизации типов данных, а также рассмотрены ее недостатки и ограничения, которые могут снизить эффективность восприятия информации и оттолкнуть аудиторию от рассматриваемой темы.

Определены критерии инфографики современного периодического издания и произведен анализ информационной графики журнала «Отдел кадров» согласно данным критериям. Приведены разработанные рекомендации по усовершенствованию подачи тексто-графического материала, которые могут быть использованы в практике работы технических редакторов и дизайнеров.

**Ключевые слова:** инфографика, визуализация, визуальная коммуникация, дизайн, периодическое издание, графическая история, схема, график.

**V. I. Kulikovich, A. F. Tyshkevich**

Belarusian State Technological University

## **INFOGRAPHICS OF THE MAGAZINE FOR SPECIALISTS “HUMAN RESOURCES”**

This article analyzes the infographics of the modern periodical (magazine “Human Resources”). It gives the general characteristic of infographics as a developed type of magazine publishing. The designation of infographics at the present stage of the periodical press, its structure and the relevant principles are considered. The infographics is classified taking into consideration its types and functions depending on the criteria of systematization of data types. The article analyses limitations and restrictions that may reduce the effectiveness of information perception and alienate the audience from the topic.

The criteria of the infographics of contemporary periodicals are defined; the analysis of information graphics of journal “Human Resources” was performed according to the criteria. Developed recommendations are given to improve the delivery of text and graphics material that can be used in the practice of technical editors and designers.

**Key words:** infographics, visualization, visual communication, design, periodical, graphic history, scheme, chart.

**Введение.** Сегодня информационная графика является популярным и востребованным направлением в журналистике. Считается, что период становления этого направления приходится на 80-е гг. XX в., когда ежедневная американская газета «USA Today» стала использовать элементы визуализации. Такая стратегия издания, вызвавшая широкий резонанс и даже неодобрение в Европе, стала привлекать все большее число читателей, а вместе с этим и повышать информационно-графическую культуру потенциальной аудитории. Тенденция сопро-

вождать журналистский текст иллюстративным материалом стала динамично развиваться во всем мире.

Основная цель инфографики — сделать журналистское произведение более точным, аргументированным, глубоким.

**Информационная графика** — это такой способ подачи информации, который позволяет представить значительный объем сведений в сформированном виде, удобном для читателя.

Актуальность статьи обусловлена тем, что постоянное увеличение количества фактов, ха-

ракетное для современного мира, вынуждает человека приспособляться к такой ситуации и изменять способ работы с информацией.

Целью статьи является анализ инфографики журнала «Отдел кадров», а также разработка рекомендаций по ее усовершенствованию.

Для достижения цели необходимо решить следующие задачи:

- ✓ рассмотреть структуру и актуальные принципы инфографики;
- ✓ выявить классификацию ее объектов;
- ✓ определить функции, назначение и ограничения инфографики;
- ✓ проанализировать инфографику журнала, выявить ее характерные черты;
- ✓ разработать рекомендации по усовершенствованию подачи информационных фактов.

Теоретическая значимость исследования заключается в следующем:

- ✓ осуществлен теоретический анализ инфографики как способа подачи текстово-графической информации;
- ✓ выявлены и систематизированы основные критерии построения объектов инфографики;
- ✓ определены особенности информационной графики журнала «Отдел кадров».

**Основная часть.** Главным признаком, позволяющим включить визуальный объект в подмножество информационной графики, является его способность представлять большой объем разнообразной информации в организованном виде, удобном для восприятия, или являться средством указания на действие или значение других видов информации [1].

Объект инфографики, как правило, состоит из информационно емких фрагментов, каждый из которых изначально имеет связи с множеством других фрагментов.

Актуальные принципы инфографики:

- ✓ предварительная обработка информации по структурированию количественных или качественных данных;
- ✓ наличие элементов развития, связывания или соподчинения информационных блоков;
- ✓ выраженная направленность на активизацию когнитивных процессов потребителя информации;
- ✓ наличие одного или нескольких критериев, объединяющих фрагменты инфографики в конкретном объекте.

Идейной основой инфографики является схематизация — графическая организация данных, связанная с облечением идей разной степени сложности в форму рисунка, схемы, таблицы или диаграммы. В качестве исходных данных выступают результаты наблюдений, измерений, размышлений.

По характеру визуализации данных многочисленные виды информационной графики можно разделить на две большие группы по критерию систематизации типов данных — группы количественной и качественной визуализации [2]:

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

✓ для организации представления совокупности (например, иерархий) объектов и качественных данных используют многочисленные типы схем, карт, изображений и их последовательностей, а именно организационные и технологические диаграммы, диаграммы трендов, планы-графики, схемы, рисунки, миниатюры и др..

Разнообразие видов инфографики и возможности их применения определяется многообразием ее функций. Основные функции информационной графики можно объединить в три блока [3]:

- ✓ иллюстративные (оригинальность, привлекательность, компактность визуальных данных и др.);
- ✓ когнитивные (структурирование и систематизация информации, связь образного и абстрактного, целостность восприятия и др.);
- ✓ коммуникативные (инструкция к действию, маркировка значений фрагментов, визуальная рекомендация и др.).

Информационная графика облегчает восприятие информации путем объединения элементов в целое. Она не только предоставляет критерии для такого объединения, но и задает вектор экспертного мышления (например, оценка тенденций, выявление аналогий, сравнение по различному набору параметров), позволяя при этом самостоятельно отбирать и выделять критерии и параметры.

К отрицательным последствиям применения инфографики относятся:

- ✓ примитивизация представлений об объекте;
- ✓ возможность эффектного приукрашивания действительности;
- ✓ искажение или утаивание значимой информации.

Инфографика обладает богатым комплектом ресурсов, полезных и целесообразных в самых разных сферах массовых коммуникаций. Инфографика в журнале для специалистов — это прежде всего профессиональная журналистская работа, требующая хорошо координируемого командного взаимодействия, навыков

сбора информации, обработки и анализа данных. Она также зарекомендовала себя в печатной прессе как универсальное средство передачи социально значимой и социально интересной информации [4].

Журнал «Отдел кадров» визуализирован не полностью. Основная часть информационно-графического материала (около 90%) представлена на тематических страницах «Секреты управления персоналом». Однако в последние годы издания журнала прослеживается тенденция к размещению объектов информационной графики (диаграммы, схемы, графики зависимостей и т. д.) на основных страницах.

Инфографика, которая лежит в основе инфографики журнала, можно разделить на следующие типы:

- ✓ статистика — данные обзоров рынка, результаты опросов общественного мнения;
- ✓ процессы — производство чего-либо, обслуживание клиентов;
- ✓ идеи — понятия, теории;
- ✓ хронология — ход событий, графики, расписания;
- ✓ география — месторасположение, показатели по регионам;
- ✓ структура — составные части, компоненты, списки;
- ✓ иерархия — организационная структура, оценка потребностей;
- ✓ взаимосвязи — внешние, внутренние.

Основными жанровыми спектрами инфографического материала журнала являются графические истории (комиксы) и диаграммы.

Отдельные объекты инфографики, такие как графические истории (комиксы), стали частью фирменного стиля журнала.

По своей природе комиксы могут выражать мысли уникальным образом, недоступным для других форм передачи данных. Юмористическая составляющая графических историй делает читателя частью процесса обмена информацией. Комиксы превосходят многие другие информационные средства по простоте изложения. Сжатость до объема одной простой мысли, которую действительно легко донести до адресата, становится особенно ценной в контексте издания для специалистов.

В значительной мере в журнале используется инфографика для визуализации статистических данных и результатов исследований. Инфографика делает очевидными те выводы, которые не так четко видны, если используются только цифры. Так, с помощью диаграмм на страницах журнала передаются результаты опросов, проведенных на официальном сайте, а также приводятся другие статистические данные, позволяющие проследить распределение

данных по категориям. Основные виды — круговая (секторная) диаграмма, а также столбчатая и линейчатая.

Любое изображение представляет собой интерпретацию идей или данных. Совокупность усилий редактора и дизайнера должна быть направлена на актуализацию сути информации, которая содержится в инфографике, с помощью различного рода акцентов, чтобы инициировать эту интерпретационную деятельность, подтолкнуть читателя к определенным выводам.

Примером такой актуализации может служить графическая формула, сочетающая в себе графико-текстовые блоки.

Начиная с 2013 г. в журнале появляется информационная графика, занимающая весь разворот. При этом такую инфографику нельзя назвать сложной, она не перегружена смыслом, а отражает лишь одну идею. Например, в № 4 за 2014 г. размещены результаты ежегодного рейтинга «Наиболее привлекательные страны для экспатов». Так, центром визуализации служит изображение карты мира, на которой располагаются информационные блоки, различающиеся по размеру в соответствии с результатами рейтинга. Данная инфографика не только показывает итоги исследования, но и демонстрирует распределение стран-лидеров рейтинга по карте мира.

**Заключение.** Создание качественной инфографики предполагает ее разработку на двух уровнях: концептуальном (стратегическом) и уровне реализации (тактическом) [5].

Уровень концепции:

- ✓ формулирование цели создания инфографики и определение аудитории, для которой она предназначена;
- ✓ сбор определенного количества данных, материала по теме;
- ✓ анализ и обработка информации;
- ✓ выбор доступной визуализации.

Уровень реализации:

- ✓ разбивка текста на элементарные составные части;
- ✓ оценка возможности их визуализации;
- ✓ стилизация изображений;
- ✓ преобразование статистической информации в графики и диаграммы;
- ✓ компоновка пространства графики;
- ✓ окончательная сборка графики;
- ✓ создание заголовка и подзаголовка;
- ✓ проверка и редакция инфографики.

При создании инфографики необходимо придерживаться определенных правил:

- ✓ использовать точные и проверенные данные;
- ✓ при необходимости адаптировать информационные факты, сделав их максимально понятными для читателя. Например, если суммы

в долларах подвержены инфляции, если цифры даны на душу населения или являются конкретными, если цифры округлены, необходимо создать разъясняющие примечания;

✓ информационных фактов должно быть столько, сколько это нужно для того, чтобы рассказать историю, инфографика не должна быть перегружена большим количеством информации;

✓ при создании дизайна всех заголовков, подзаголовков, блоков объяснения, цифр необходимо учитывать удобочитаемость шрифта;

✓ иллюстрация или визуальное обыгрывание образов в инфографике не должны препятствовать пониманию информации из-за того, что они слишком сильно бросаются в глаза или создают перегруженный фон;

✓ в подписях к иллюстрациям нужно аккуратно (даже минимально) использовать цвет (кроме случаев, когда это абсолютно необходимо для понимания). Цвет, как и любой элемент инфографики, должен применяться функционально;

✓ читатели вначале просматривают изображения и читают подписи под ними, а затем обращают внимание на остальное. Поэтому размещение на полосе иллюстрации должно служить ориентиром для усвоения материала;

✓ чтобы избежать блокировки процесса чтения, не следует размещать информационную графику в середине колонки;

✓ полоса должна иметь визуальный центр, из которого будет двигаться взгляд читателя. Центр создается с помощью визуальных кон-

трастов, например, от большого к маленькому, от темного к светлому и т. д.;

✓ если на странице размещается несколько объектов инфографики, доминирующим должен быть лишь один, а их расположение не должно нарушать визуальное равновесие;

✓ при наличии нескольких текстовых блоков необходимо использовать линейки и пустое пространство, чтобы отделить различные виды информации;

✓ использование шрифтового ресурса, который останавливает на себе взгляд читателя (например, элементы большого кегля, которые находятся в различных частях полосы);

✓ иерархия иллюстративных объектов, подсказывающая читателю, с чего начать (к примеру, создание иерархии с помощью шрифтовых контрастов);

✓ использование отдельных образных объектов (руки в различных положениях, будильник, карандаш и др.). Преимущество таких объектов в ассоциативности, которую эффективнее использовать как метафору;

✓ при визуализации следует постоянно следить за тем, чтобы информация оставалась понятной. Не стоит использовать сразу все данные. Инфографика поможет выделить одну-две идеи, наиболее важные или имеющие отношение к теме.

Таким образом, применение данных рекомендаций на практике позволит улучшить информационную составляющую информационной графики и грамотно использовать пространство полосы.

### Литература

1. Смикиклас М. Инфографика. Коммуникация и влияние при помощи изображений. СПб.: Питер Пресс, 2014. – 150 с.
2. Никулова Г. А., Подубных А. В. Средства визуальной коммуникации – инфографика и метадизайн // Образовательные технологии и общество. 2010. № 2 (13). С. 369–387. (Народное образование. Педагогика).
3. Некляев С. Э. Инфографика: принципы визуальной журналистики. Современное журналистское образование: технологии и особенности преподавания. М.: Медиа-Мир, 2008. – 248 с.
4. МакВейд Дж. Графика для бизнеса. М.: КУДИЦ-ПРЕСС, 2007. 208 с.
5. Тулупов В. В. Дизайн периодических изданий. СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2008. 224 с.

### References

1. Smikiklas M. *Kommunikacija i vlijanie pri pomoshhi izobrazhenij* [The infographics. Communication and influence with the help of image]. St. Petersburg: Piter Press Publ., 2014. 150 p.
2. Nikulova G. A., Podubnyh A. V. Means of visual communication – the infographics and Metadesign. *Obrazovatel'nye tehnologii i obshchestvo* [Educational Technology and Society], 2010, no. 2 (13), pp. 369–387 (Education. Pedagogy) (In Russian).
3. Nekljaev S. Je. *Infografika: principy vizual'noj zhurnalistiki. Sovremennoe zhurnalisticheskoe obrazovanie: tehnologii i osobennosti prepodavanija* [The infographics: the principles of visual journalism. Modern journalism education: teaching technology and features]. Moscow, Media-Mir Publ., 2008. 248 p.
4. MakVejd Dzh. *Grafika dlja biznesa* [Business Graphics]. Moscow, KUDIC-PRESS Publ., 2007. 208 p.
5. Tulupov V. V. *Desijn periodicheskikh izdaniy* [Design periodicals]. St. Petersburg, Izd-vo Mihajlova V. A. Publ., 2008. 224 p.

### Информация об авторах

**Куликович Владимир Иванович** — кандидат филологических наук, доцент, исполняющий обязанности заведующего кафедрой редакционно-издательских технологий, Белорусский государственный технологический университет (220006, г. Минск, ул. Свердлова, 13а, Республика Беларусь). E-mail: kulikovich@belstu.by

**Тышкевич Анастасия Федоровна** — студентка факультета издательского дела и полиграфии, Белорусский государственный технологический университет (220006, г. Минск, ул. Свердлова, 13а, Республика Беларусь). E-mail: taf.street@gmail.com.

### Information about the authors

**Kulikovich Vladimir Ivanovich** — Ph. D. Philology, assistant professor, head of the Department of editing and publishing technologies, Belarusian State Technological University (13a, Sverdlova str., 220006, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: kulikovich@belstu.by

**Tyshkevich Anastasija Fedorovna** — student of the Publishing and Printing Faculty, Belarusian State Technological University (13a, Sverdlova str., 220006, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: taf.street@gmail.com.

*Поступила 19.03.2015*