

ИНФОГРАФИКА КАК НОВАЯ ТЕХНОЛОГИЯ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ

Е. Г. Трушко, Ю. Ф. Шлаковский

Белорусский государственный технологический университет, Минск

Приведены результаты исследований, посвященных инфографике как новой технологии представления информации. Рассмотрены варианты классификации инфографики в новостных материалах, актуальные принципы ее создания и характеристики, которые позволяют добиться успеха в создании инфографики. Дано общее описание инфографики информационного агентства БЕЛТА и портала TUT.BY.

Введение

Неудержимый рост объемов информации поставил вопрос о систематизации данных в информационном пространстве. Одним из решений в медиасфере является создание инфографики. Это способ визуализации, который помогает преподнести аудитории сложную информацию и добиться быстрого и точного ее понимания. Инфографика способна заменить значительные по объему тексты и в то же время передать всю необходимую информацию при помощи визуального отображения данных, связей, объектов. Она обладает богатым комплектом ресурсов, используемых в различных сферах массовых коммуникаций.

Актуальность настоящего исследования обусловлена недостаточным отражением в отечественной науке особенностей преобразования данных в визуальную форму, необходимостью теоретического осмысления и практического изучения визуализированного контента, а также возрастанием популярности инфографики в белорусских медиа, которые в то же время не используют весь потенциал данной формы представления данных и не могут конкурировать со многими зарубежными изданиями.

1. Понятие инфографики

Инфографика (лат. *informatio* – осведомление, разъяснение, изложение; греч. *γραφικός* – письменный) – это способ визуализации информации, который позволяет быстро и понятно представить данные читателю. Средства инфографики могут включать в себя изображения, графики, диаграммы, блок-схемы, таблицы, карты и списки.

Инфографика также определяется как область коммуникативного дизайна, в основе которой лежит графическое представление информации, связей, числовых данных и знаний [1]. В зарубежной литературе под этим термином понимают не просто визуализацию данных, а соединение графического дизайна, иллюстраций и текста с целью создания единого сюжета [2, 3].

Считается, что в современном виде инфографика появилась в 1982 г., когда начала издаваться газета USA Today. Первый ее редактор Л. Демо использовал следующее правило при создании своей газеты: «Если история начинается непонятно и трудна для понимания, это момент, когда надо использовать графику» [4]. Такой принцип стал одной из основных причин того, что через несколько лет газета вошла в пятерку самых читаемых изданий страны. По проложенному USA Today пути пошли еще несколько газет, среди которых New Yorker, Esquire.

2. Классификация инфографики

Варианты представления инфографики изменились с развитием информационных технологий: появилась возможность создавать сложные динамические, управляемые, интерактивные объекты, реконструировать события и процессы, создавать объемные структуры. Существует несколько видов классификации современной инфографики.

С точки зрения технологии выделяют такие типы инфографики, как статичная (представляет факты, числовые данные и взаимосвязи между ними в виде диаграмм, таблиц, графиков), динамичная интерактивная (отражает динамику развития или прогресс, позволяет пользователю взаимодействовать с данными) [5, 6], а также видеоинфографика.

По характеру визуализации данных выделяют две группы видов инфографики [5, 7]:

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

– представления совокупностей (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.

По принципу самодостаточности информации инфографику можно поделить на независимую и комплементарную, т. е. дополняющую другие материалы [8].

С точки зрения объекта представления выделяется девять основных типов инфографики: статистическая, таймлайн, карта, схема, иерархия, матрица, алгоритм, фото, сравнение [9].

3. Конкурсы и премии в области инфографики

Существует ряд конкурсов и международных премий, посвященных графическому дизайну и инфографике. Наиболее масштабными являются Content Marketing Awards, Kantar Information Is Beautiful Awards, HOW International Design Awards и Malofiej Awards.

Content Marketing Awards существует с 2004 г., ранее под названием Magnum Opus Awards. Целью конкурса является награждение лучших компаний, проектов и специалистов в сфере контент-маркетинга. Для инфографики в конкурсе есть три номинации: «Лучшая инфографика», «Лучшая серия инфографики» и «Лучший дизайн инфографики».

Kantar Information Is Beautiful Awards отмечает мастерство и красоту в визуализации данных, инфографике и информационном искусстве. Премия была учреждена в 2012 г. Целью создания конкурса стало стремление популяризировать искусство визуализации данных. Жюри конкурса называет победителей в 17 категориях, среди которых «Визуализация данных», «Инфографика», «Интерактивная инфографика», «Анимированная инфографика», «Журналистика данных», «Минивизуализация» и др.

Ежегодно в области графического и веб-дизайна присуждается HOW International Design Awards. Основателем премии является журнал о дизайне HOW, выходящий в США с 1985 г. Участники со всего мира могут представить работы в 19 категориях, включая плакаты, упаковку и инфографику.

The Malofiej Awards награждает лучшие инфографические работы, публикуемые в печати и онлайн по всему миру. Премия основана в 1993 г. Сообществом новостного дизайна (The Society for News Design, SND), которое ставит своей целью улучшение качества периодической печати и коммуникаций посредством совершенствования визу-

альных средств. Премия вручается ежегодно в Университете Наварры в г. Памплоне (Испания) во время проведения Всемирного инфографического саммита (The Infographics World Summit). Международное жюри выбирает произведения, достойные золотых, серебряных или бронзовых медалей среди множества работ, представленных на конкурс в каждой из номинаций.

4. Принципы создания успешной инфографики

При подготовке визуализированного материала следует учитывать, что инфографика должна обладать следующими свойствами: способностью передавать целостное содержание через систему визуальных образов; направленностью на активизацию когнитивных процессов получателя сообщения; связанностью и соподчинением вербальной и невербальной частей сообщения; доступностью интерпретации инфографики целевой аудиторией в соответствии с авторским замыслом, информативностью в сочетании с оптимальной визуальной сложностью и привлекательным дизайном.

К базовым принципам создания инфографики относятся [10]:

краткость – формулировка вопроса для инфографики в такой форме, чтобы ответ на него можно было представить в графическом оформлении;

креативность – творческий подход к созданию и оригинальный дизайн;

визуализация – широкое использование изображений, геометрических фигур, диаграмм и др.;

организация – достоверность и хорошая структурированность информации;

прозрачность – предоставление источников информации читателям для возможности глубже изучить информацию;

точность – аккуратность и соблюдение пропорциональности соотношений при визуализации данных;

актуальность – подбор целесообразного дизайна для отражения вопроса;

простота – использование оптимального количества визуальных элементов.

По результатам анализа графического портфолио газеты The New York Times, которая регулярно становится фаворитом премий в области инфографики, можно сформулировать ключевые характеристики, позволяющие добиться успеха в создании инфографики и выделить готовую работу из массы других [11]:

1. *Ясность замысла и контекста.* Определение цели инфографики или визуализации – это первый вопрос, который рассматривается перед началом творческого процесса.

2. *Конкретная целевая аудитория и уважение к читателю.* Важнейшая цель визуализации или инфографики должна состоять в том, чтобы сделать ее предмет понятным посредством обеспечения ясности без достижения излишней простоты.

3. *Исследование и подготовка данных.* В процесс создания графики должен входить анализ и обработка собранной информации, отбор данных и перевод их в удобный для визуализации формат.

4. *Визуальная индивидуальность.* Проработанная последовательная и легко узнаваемая визуальная форма позволяет доучить правила графической элегантности.

5. *Качественное техническое исполнение.* Логичность изложения, четкая структура, основной акцент на данные обеспечивает целостность восприятия, стимулирует анализ и синтез информации зрителем.

6. *Аннотации для графики.* Использование вводных частей, поясняющих текстов и заголовков помогает читателю в понимании контекста графики и интерпретации ее ключевых сообщений.

5. Программные средства создания инфографики

В последнее время все чаще можно встретить использование инфографики абсолютно разной тематики на сайтах и в социальных сетях. Желание рядового пользователя получать инфографику, а маркетологов и вебмастеров ее предоставлять объясняет существование и популярность специализированных средств для создания инфографики, которые позволяют структурировать информацию, не требуя при этом специальных знаний в дизайне.

Анализ некоторых онлайн-сервисов, предназначенных для визуализации информации и создания инфографики (Easel.ly, Cacoо.com, Infogr.am, Piktochart.com, Createlу.com, Venngage.com, Canva.com, Visme.co, Tableau), показал, что они схожи по функциональности и предоставляемым пользователю возможностям. Сервисы позволяют в режиме онлайн создавать графики и диаграммы, а также более сложные истории в виде инфографики. С помощью данных инструментов можно быстро подготовить красивую визуализацию без глубоких знаний в области дизайна.

Сервис Tableau предоставляет более широкие возможности для специалистов, профессионально работающих в области визуализации данных и бизнес-аналитики. Продукты Tableau совмещают в себе возможности Excel для построения графиков, большое разнообразие в источниках данных, а также возможность публиковать диаграммы и дэшборды в Интернете при помощи собственной платформы. Ее используют различные интернет-издания, среди которых информационно-сервисный интернет-портал «Белорусский портал TUT.BY».

6. Инфографика в белорусских медиа

Среди белорусских СМИ возможности визуализации наиболее активно использует информационное агентство БЕЛТА и портал TUT.BY. В то же время для всех изданий характерно увеличение площади, занимаемой инфографикой, а также постепенное распространение мультимедийных и интерактивных проектов.

Инфографика БЕЛТА носит новостной характер и освещает события, которые происходят в Беларуси и за рубежом. Здесь используется только статичная инфографика, содержащая небольшое количество графических элементов.

На портале TUT.BY кроме традиционной статичной инфографики применяется динамичная инфографика, которая сочетает изображения и текст со звуком, анимацией и видео, а также интерактивная инфографика, предполагающая возможность управления мультимедийным содержанием.

По типу источника информации инфографику портала TUT.BY можно разделить на новостную, аналитическую, а также инфографику-реконструкцию, в основу которой легли данные о каком-либо событии или явлении. Она может носить второстепенный характер, наглядно иллюстрируя основной текст, или являться ведущим элементом материала. Обычно в ней есть сопроводительный текст.

За 2017 г. на портале TUT.BY было опубликовано 130 материалов по инфографике, из которой 65 % работ расположены в разделе «Новости». Наиболее часто встречаются публикации с инфографикой, представляющие собой текстовый материал, который сопровождает ряд статичных диаграмм. Сюжетного изображения в нем нет, инфографику поясняют фрагменты текста. Имеются ссылки на несколько источников информации.

Заключение

В условиях переизбытка информации в современном мире высоко ценится достоверная обработанная информация. Визуальный образ, который создает инфографика, помогает представить в организованной форме огромное количество данных, облегчить понимание информации, а затем и ее воспроизведение.

Инфографика обладает «вирусным» потенциалом, позволяет читателю погрузиться в тему, заставляет рассматривать ее дольше. Благодаря этому свойству она получила распространение в электронных и печатных медиа. Создание многоплановых и сложных композиций и специальных разделов, посвященных инфографике, на сайтах медиа свидетельствует о растущем значении визуализации в журналистике.

Список литературы

1. Лаптев, В. В. Изобразительная статистика. Введение в инфографику / В. В. Лаптев. – СПб. : Эйдос, 2012. – 180 с.
2. Крам, Р. Инфографика: визуальное представление данных / Р. Крам. – СПб. : Питер, 2015. – 384 с.
3. Cairo, A. The Functional Art : An introduction to information graphics and visualization / A. Cairo. – San Francisco : New Riders, 2012. – 384 p.
4. Некляев, С. Э. Инфографика : принципы визуальной журналистики / С. Э. Некляев. // Вестник Моск. ун-та. – Сер. 10. Журналистика. – 2010. – № 4. – С. 53–66.
5. Симакова, С. И. Влияние новых технологий на визуальный контент журналистских материалов / С. И. Симакова // Вестник Челябинского гос. ун-та. Сер. Филология. Искусствоведение. – 2015. – Вып. 94, № 5 (360). – С. 163–169.
6. Ермолаева, Ж. Е. Инфографика как способ визуализации учебной информации [Электронный ресурс] / Ж. Е. Ермолаева, О. В. Лапухова, И. Н. Герасимова // Концепт : науч.-метод. электронный журнал. – 2014. – № 11. – Режим доступа: <http://e-koncept.ru/2014/14302.htm>. – Дата доступа: 25.06.2018.
7. Никулова, Г. А. Средства визуальной коммуникации – инфографика и метадизайн / Г. А. Никулова, А. В. Подобных // Образовательные технологии и общество : науч. журнал. – 2010. – Вып. 2. – Т. 13. – С. 369–387.
8. Тарасенко, П. Н. Использование инфографики на сайтах испанских интернет-СМИ / П. Н. Тарасенко // Журналист. Социальные коммуникации. – 2011. – № 2. – С. 97–98.
9. Авиденко, А. В. Инфографика как альтернативный способ подачи информации / А. В. Авиденко // Университетские чтения Пятигорского гос. ун-та. – 2016. – С. 58–62.
10. 8 принципов создания отличной инфографики [Электронный ресурс] // Infogra.ru : Лучшее для дизайнера. – 2015. – Режим доступа: <https://infogra.ru/infographics/8-printsipov-sozdaniya-otlichnoj-infografiki>. – Дата доступа: 26.01.2018.
11. Шаргаева, У. 10 уроков визуализации данных от New York Times [Электронный ресурс] / У. Шаргаева // Infographer – главный российский сайт про инфографику. – 2014. – Режим доступа: <http://infographer.ru/10-urokov-vizualizacii-dannyx-ot-new-york-times/>. – Дата доступа: 25.06.2018.