

УДК 070:004.738.5

**Г. С. Зуева**

Пензенский государственный университет (Российская Федерация)

**ИНФОГРАФИКА В ИНФОРМАЦИОННОМ АГЕНТСТВЕ «ТАСС»:  
ФОРМАТЫ, ЦЕЛИ, ФУНКЦИИ**

Инфографика является одним из самых актуальных медиаформатов на сегодняшний день. В данной статье на основе анализа мультимедийных спецпроектов государственного информационного агентства России «ТАСС» за 2019 и 2020 гг. делаются выводы о расширении функционала инфографики как способа визуализации информации в интернет-СМИ и предпринимается попытка обозначить роль интерактивной инфографики в реализации стратегии вовлечения пользователя сайта в чтение лонгридов. Также инфографика изучается как элемент геймификации в интернет-СМИ на конкретных примерах из информационного агентства «ТАСС» и рассматривается как инструмент иммерсивного воздействия. Оценка качества изученной инфографики базируется на критериях информационной ценности и актуальности, читабельности, дизайна, способов визуализации данных и использования интерактивных возможностей.

**Ключевые слова:** инфографика, интернет-СМИ, ТАСС, геймификация, иммерсивная журналистика.

**Для цитирования:** Зуева Г. С. Инфографика в информационном агентстве «ТАСС»: форматы, цели, функции // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт- и медиатеchnологии. 2021. № 1 (243). С. 34–39.

**G. S. Zueva**

Penza State University (Russian Federation)

**INFOGRAPHICS IN THE TASS RUSSIAN NEWS AGENCY:  
FORMATS, AIMS AND FUNCTIONS**

Now infographic is remaining to be one of the most relevant media formats in media practice. This paper studies contemporary multimedia projects by TASS Russian News Agency (2019–2020). The author draws conclusions about functional expansion of infographic as a method of data-visualization in internet-media, giving special attention to marking the role of interactive infographic in creating the media strategies, that can inspire everyone to read longreads and work with them. Also in this article infographic is studied as a gamification element in internet-media and as a tool of immersive journalism. The analysis of TASS publications is accompanied by case studies. An assessment of the quality of infographics based on the following criteria: information value, readability, design, relevance, visualization method and using of interactive possibilities.

**Key words:** infographic, internet-media, TASS Russian News Agency, gamification, immersive journalism.

**For citation:** Zueva G. S. Infographics in the TASS Russian News Agency: formats, aims and functions. *Proceedings of BSTU, issue 4, Print- and Mediatechnologies*, 2021, no 1, pp. 34–39 (In Russian).

**Введение.** В настоящее время интернет-СМИ являются самым развивающимся сегментом медиаиндустрии. Декан факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова Е. Л. Вартанова отмечает: «Перестав читать газеты и отвернувшись от телевидения, молодая аудитория ушла в интернет и социальные сети, отдавая предпочтение онлайн-контенту» [1, с. 1]. Одним из средств представления информации в интернет-СМИ и уже давно актуальным трендом современной медиасреды является инфографика, которая, согласно исследованиям Я. В. Лайковой, позволяет «адаптировать данные под потребности и ожидания целевой аудитории с точки зрения как содержания, так и технологий» [2, с. 41].

Как известно, инфографика может выступать и как часть медиатекста, и как самостоятельный жанр. Именно во второй ипостаси она, по наблюдениям Е. К. Рева [3, с. 219], чаще всего функционирует в сети интернет. Поэтому в качестве материала нашего исследования были выбраны примеры из специального раздела «Инфографика» в интернет-СМИ за 2019–2020 гг. Под «интернет-СМИ» мы понимаем те, задачей которых является «выполнение функций средств массовой информации в сети интернет» [4, с. 602], руководствуясь общими принципами журналистики.

**Основная часть.** Обратимся к примерам из государственного информационного агентства

России «ТАСС», где публикуется инфографика, соответствующая классификации, приведенной в статье С. И. Симаковой и А. П. Енбаевой [5]:

– инфографика в онлайн-СМИ, как правило, составная – представляет собой сложную иллюстрацию, состоящую из разнородных элементов, объединенных общим замыслом;

– преимущественно – не метафорическая, а буквальная: данные визуализированы с использованием реалистичных образов;

– инфографика основана на описании фактов – данных, полученных в результате теоретического изучения.

Также необходимо отметить, что инфографика в выбранном интернет-СМИ представлена в различных технических форматах, выделяемых, в частности, в исследовании Д. А. Горбачева [6, с. 94–95]:

– статический вариант пользователь может сохранить как файл изображения;

– масштабируемую инфографику можно увеличить и рассмотреть более детально;

– кликабельный формат позволяет разграничить общую и дополнительную информацию, для получения которой надо перейти по специальной ссылке;

– видеоинфографика в интернете имеет больше возможностей, чем на телевидении: ее можно просматривать неограниченное количество раз и отправлять в социальные сети;

– анимированная инфографика создается в интернете в формате GIF или HTML-кода;

– интерактивная инфографика сочетает в себе преимущества всех вышеперечисленных: она позволяет пользователю самому управлять отображением данных благодаря технологиям Flash, JavaScript и HTML.

По определению С. И. Симаковой, интерактивная инфографика – это особый тип инфографического контента, который «демонстрирует эволюцию от статичных картинок до насыщенного интеракцией содержания со сложными переходами, элементами анимации, видеовставками <...>, это новый уровень создания увлекательных историй, убедительных концепций, качественно организованных данных <...> с высоким уровнем вовлечения» аудитории [5, с. 132]. Следовательно, присутствие такого рода инфографики в интернет-СМИ призвано положительно влиять на его узнаваемость и тем самым обеспечивать лояльность читателей.

Объектом исследования мы выбрали СМИ, в котором качество инфографики является приоритетной задачей. Контент ТАСС соответствует базовым критериям оценки, сформулированным Е. Г. Трушко и Ю. Ф. Шпаковским [7, с. 31–32].

1. Информативность инфографики позволяет аудитории извлечь из нее достоверную и интересную информацию.

2. Достоверность обеспечивается указанием ссылок на источники информации.

3. Легкость понимания материала обеспечивает его простая композиция.

4. Инфографический контент воспринимается целостно за счет четкой структуры.

5. Дизайн инфографики выполнен с учетом правил колористики и типографики: удобочитаемым является оформление по принципу контрастности текста и рисунков с фоном.

6. Темы инфографики являются актуальными для аудитории новостных интернет-СМИ.

7. Материалы не перегружены текстом, цифрами и рисунками (графическим мусором считается все, что можно удалить с изображения, не лишая его информативности).

Главной отличительной чертой инфографики в интернет-СМИ является интерактивность. Благодаря этой особенности, как отмечают исследователи И. С. Карпикова и В. В. Артамонова [4, с. 603–604], инфографика становится элементом геймификации: читатель получает возможность по своему усмотрению управлять медиапродуктом, а это в свою очередь позволяет интернет-изданиям привлекать новых пользователей с учетом интересов разных групп аудитории. Масштабирование, просмотр инфографики в режиме слайд-шоу, голосования, тесты и другие интерактивные приемы позволяют выделить материалы с инфографикой в интернет-СМИ в отдельную рубрику либо обозначить как специальный проект.

Редакция ТАСС выделяет инфографические материалы в особую категорию контента. За 2019 г. в рубрике «Инфографика» данного СМИ было опубликовано 11 лонгридов [8], над каждым из которых работали команды журналистов и графических дизайнеров.

Тематически можно поделить эти материалы на четыре группы: военная, историческая, литературная и трендовая.

Инфографика на военную тематику в ТАСС в 2019 г. была представлена лонгридами о стратегическом ракетном комплексе «Ярс», подводной лодке-истребителе «Ясень» и сверхзвуковом ракетоносце-бомбардировщике Ту-160. В каждом из них присутствуют движущиеся 3D-модели военной техники, схемы устройства с размерами и характеристиками, цифры и диаграммы, касающиеся экипажа и мощности техники, а также карты мест, где используется объект, таймлайны-хроники его разработки и иллюстративная графика соотношения его размеров с привычными нам предметами. Текстовая часть каждого лонгрида представлена описаниями техники

и цитатами российских военных. Все три материала дают полное представление о ракетном комплексе, бомбардировщике и подводной лодке для той части аудитории, которая не разбирается в военной технике. Наглядность и интерактивность позволяют авторам лонгридов удержать внимание читателя.

Исторические лонгриды с инфографикой в ТАСС в 2019 г. были посвящены освоению Луны советскими космонавтами («Луна. Первый контакт»), первым географическим картам («Меркатор. О дивный плоский мир») и Полтавской битве («Полтава, Карл!»). Актуальность данных проектов – календарная: каждый из них посвящен годовщине исторического события.

В лонгриде о первой советской станции на Луне представлена 3D-модель поверхности спутника Земли, фотографические карты, движущаяся модель лунного глобуса, на котором отмечены миссии разных стран вплоть до 2019 г. Точки соотносятся с таймлайном, где отмечено время появления станций, а кликнув на каждую из них на глобусе, можно прочесть краткую справочную информацию. Также в материале представлена движущаяся 3D-модель космического аппарата и анимированная траектория полета «Луны-2».

Карту Герарда Меркатора XVI в. в посвященном ей материале ТАСС можно рассмотреть в деталях благодаря технологиям масштабирования. Для читателей инфографики авторами лонгрида приведена инструкция: «Изучайте карту, меняя ее масштаб. Чтобы перейти к следующему описанию, листайте вниз или нажмите [стрелку вниз]. Кликните на значки и тексты, подсвеченные красным, чтобы увидеть их содержание» [9]. При движении по карте появляются всплывающие окна с пояснениями. Далее в материале приведена статичная инфографика с проекциями Меркатора, которые используются и при создании современных карт.

В лонгриде «Полтава, Карл!» приведены не только статичные тематические карты исторических событий и схема расположения войск, как в учебниках, но и сравнительные диаграммы, которые тоже статичны, однако позволяют более наглядно представить соотношение сил на поле боя.

Таким образом, основная цель исторических лонгридов в «ТАСС» – просветительская. По качеству контента их можно приравнять к научно-популярным статьям, где роль популяризатора играет в том числе и формат интерактивной инфографики, вовлекающий аудиторию в рассматривание изображений и чтение текста.

Подобную цель преследовали также авторы лонгрида «Три графика об Анне Ахматовой», который представляет собой научное исследование

на стыке литературоведения и математики. Авторы сделали замеры эмоционально-оценочных слов в лирике поэта и составили интерактивные графики, показывающие, как менялось настроение произведений, какие слова А. Ахматова использовала чаще всего в стихотворениях и поэмах. Материал также имеет календарную актуальность: он посвящен 130-летию со дня рождения поэта.

Еще четыре материала ТАСС в рубрике «Инфографика» за 2019 г. можно отнести к «трендовым статьям» [10, с. 86], потому что их темы затрагивают явления, связанные с повседневной жизнью россиян. Эти лонгриды посвящены истории рунета, главному выпускному страны «Алые паруса», сдаче донорской крови и переработке мусора.

Первые два материала – «Котификация рунета» и «На всех парусах» – отличаются ретроспективным характером, но, на наш взгляд, их нельзя в полной мере отнести к историческим, потому что речь идет главным образом о современных реалиях. В лонгриде «Котификация рунета» содержится статическая инфографика, выдержанная в едином стиле цветового (оранжевый, желтый, зеленый, серый), шрифтового и образного (с помощью нарисованных кошек) оформления. В лонгриде представлены диаграммы, графики, иллюстративная и числовая инфографика.

Авторы материала «На всех парусах» предлагают читателю движущийся таймлайн с историей выпускного бала на бриге «Россия» в Санкт-Петербурге, статичные цифры и карты, касающиеся мероприятия.

Еще два «трендовых» лонгрида посвящены социальным темам. Это большие исследования, состоящие из нескольких тематических блоков – так называемых «глав». «Немалой кровью» – история о том, для кого сдавать донорскую кровь, как она используется, сколько россиян сдают кровь и как часто. Ответы на эти вопросы представлены в виде статических и интерактивных диаграмм. Например, чтобы узнать число донаций на 1000 человек по регионам, нужно кликнуть на соответствующую клетку в тепловой диаграмме. Интерактивное облако тегов со списком причин, названных людьми, еще не ставших донорами, при наведении курсора выдаст их число в процентах. Если просматривать материал долго, то анимированная капельница покажет, что за время чтения текста вы могли бы сдать, например, 450 мл крови.

Лонгрид «Пути отходов» состоит из семи глав и рассказывает о том, куда попадает мусор после того, как мы от него избавляемся. Авторы материала используют статическую числовую

инфографику, карту, площадную диаграмму, иллюстративную графику для визуализации данных экологических организаций, а процесс переработки мусора показывает анимированный конвейер.

Таким образом, инфографика в трендовых историях ТАСС преимущественно статическая, интерактивных средств в ней используется меньше, чем в других тематических разновидностях лонгридов. Возможно, это объясняется тем, что данные материалы предназначены для широкой аудитории, и для стимулирования ее интереса достаточно актуальной темы.

В 2020 г. редакция ТАСС не публиковала инфографику в одноименной рубрике сайта. Эти материалы стали частью большого раздела «Спецпроекты» [11], где размещаются проблемные мультимедийные статьи социальной или научно-популярной тематики. За 10 месяцев 2020 г. ТАСС подготовил 82 спецпроекта. Большинство материалов раздела представляют собой дайджесты «главных фото недели» и публикуются систематически, еженедельно. Остальные тексты – это лонгриды, состоящие из текста и статичных или анимированных иллюстраций и оснащенные интерактивными технологиями (пролистывание вниз-вверх с постепенным разворачиванием статьи, стрелки-переходы, слайд-шоу и т. д.). У них может быть даже стандартное название – «Спецпроект о...» (генетических технологиях; поисковых собаках; о будущем ядерной энергетики и т. д.).

Компонентом 16 таких мультимедийных статей наряду с иллюстрациями и текстом выступает инфографика. Например, она присутствует в «Спецпроекте о технологиях, которые меняют нашу жизнь» об искусственном интеллекте. В лонгриде использованы элементы иммерсивной журналистики [12]: он погружает читателя в среду виртуального города будущего, где есть жилые здания и зоны отдыха (городская инфраструктура, дома), больница, супермаркет, офис и школа. Кликнув на каждое из соответствующих зданий на улице, по которой ездят анимированные автомобили, можно прочитать о новых технологиях в этой области.

Еще два подобных лонгрида с инфографикой посвящены энергетике. В материалах «Ядерный рециклинг. Настоящее и будущее» и «Сила природы. Кто и как развивает ветрогенерацию в России» представлены 3D-модели частей ядерного реактора и ветряной мельницы, интерактивные таймлайны с историей развития энергетической отрасли и диаграммы циклического процесса производства энергии, а также статическая числовая инфографика.

В 2020 г. ТАСС продолжает публиковать спецпроекты на военно-оборонную тематику.

Два материала – «Истребитель СУ-57» и «Атомный богатырь “Петр Великий”» построены аналогично лонгридам о ракетах и подводных лодках 2019 г., только в спецпроекте об атомном крейсере наряду с инфографикой присутствуют еще и видеофрагменты, что позволяет обеспечить более полный эффект присутствия на объекте.

Три спецпроекта с инфографикой ТАСС в 2020 г. были посвящены социальной тематике. Лонгрид «Нефть, газ и медные трубы» рассказывает о 90-летней истории Российского государственного университета нефти и газа имени И. М. Губкина. Материал представляет собой интерактивный таймлайн, которым пользователь может управлять как вертикально (пролистывая вверх и вниз), так и горизонтально. Процесс чтения текста и рассматривания иллюстраций в данном случае напоминает постепенное разворачивание большого журнального вкладыша, свернутого по формату издания в несколько раз, только вместо бумажного листа – монитор компьютера или мобильного устройства.

Также к материалам на социально значимую тему можно отнести два лонгрида 2020 г. в формате трендовых историй: «Карьера для зумера: ожидание и реальность» и «Как причинить максимум добра?». Первый материал построен аналогично тем, что «ТАСС» уже делал в 2019 г.: история рассказывается по главам. С точки зрения инфографики лонгрид о выборе профессии для выпускников школ поколения Z интересен использованием минимального количества приемов интерактивной визуализации. В частности, помимо статических диаграмм и списков, здесь присутствует интерактивный график рассеивания, где профессии распределены по популярности, необходимости получения высшего образования и отраслям. На интерактивном линейном графике ниже показано, как меняется интерес школьников к тем же профессиям. Далее идут еще три графика рассеивания, на которых отражена востребованность специалистов разных видов деятельности, уровень конкуренции и зарплат в каждой из них.

Данный материал показывает, что для структурирования большого объема информации не всегда требуется использование разнообразных форм инфографики. Интерактивные возможности позволяют включить в один и тот же график несколько параметров, среди которых заинтересованная часть огромной аудитории интернет-СМИ выберет тот, который ей наиболее важен, и будет рассматривать его как отдельно, так и в контексте прочих. Лонгрид «Как причинить максимум добра?» обнаруживает похожую тенденцию: там также присутствует интерактивный

график рассеивания, показывающий, сколько человек можно спасти от смертельных заболеваний с помощью благотворительных фондов. Также в материале представлены статические столбиковые и круговые диаграммы, упорядочивающие данные по доле россиян, так или иначе занимающихся благотворительностью.

Базовые форматы инфографики также сопровождают спецпроекты ТАСС на трэвел-тематику. Там присутствуют как обычные географические карты (текст «Большая норильская экспедиция. Дневник»), так и интерактивные карты. Например, в материале «Куда поехать или полететь в 2020-м» читатель может увидеть, какие страны мира открыли границы для россиян, а какие – нет. Кликнув на открытые страны, можно прочитать условия пребывания туристов по ссылкам на справочные ресурсы.

Самый развернутый лонгрид в ТАСС посвящен литературному событию. Материал «Круги Данте» рассказывает о жизни итальянского поэта, со дня рождения которого в 2020 г. исполнилось 755 лет, а также о его главном произведении – «Божественной комедии». Читатель может выбрать одну из этих двух тем, кликнув на соответствующую кнопку в начале мультимедийной статьи, либо прочитать весь текст, листая вперед и чередуя главы: жизнь – творчество. Авторы материала отдают предпочтение использованию статичной иллюстративной графики, картам и схемам, которые изображают каждый уровень – ад, чистилище, рай, и самые важные, по мнению авторов, круги. Процесс чтения лонгрида, оформленного в оранжево-коричневых тонах, сродни рассматриванию средневековой рукописи или пролистыванию старинной книги: полностью погружает в мир Данте Алигьери.

Одним из усовершенствованных форматов спецпроектов ТАСС можно назвать интерактивный тест, который представляет собой, в сущности, инфографику на основе принципа алгоритма. Информационное агентство опубликовало в 2020 г. четыре таких материала. Первый

из них – «Звук дороги» отвечает всем требованиям мультимедийности: сопровождается не только плавной сменой слайдов, на которых размещена иллюстрированная графика и вопросы с вариантами ответов, но и аудиозаписями к вопросу, без прослушивания которой невозможно выбрать правильный вариант. Следовательно, здесь инфографика снова, хотя и отчасти, становится инструментом иммерсивного медиавоздействия. То же касается материала «Русская Балтика», который можно пройти от лица трех персонажей – двоих путешественников: девушки (по Калининградской области) и юноши (по городу) либо чайки (по морскому побережью). Перемещение от вопроса к вопросу происходит анимированным шагом или перелетом соответственно.

**Заключение.** Таким образом, проанализировав материалы ТАСС с инфографикой за 2019 и 2020 гг., мы пришли к выводу о том, что данный медиаформат в материалах интернет-СМИ претерпевает определенную эволюцию в плане усиления технических возможностей репрезентации. Цель инфографики как части лонгридов-спецпроектов в настоящее время не сводится исключительно к визуализации данных. Она становится одним из главных инструментов вовлечения пользователя сайта в чтение текста: удерживает его внимание с помощью интерактивных возможностей, элементов геймификации – т. е. игры, и иммерсивных технологий погружения в особую реальность. Характерными чертами инфографики ТАСС являются: единый выдержанный стиль, простые, привычные всем цвета и формы. Продуктивные форматы – 3D-модель, диаграмма, график, цифры, таймлайн, карта. При этом динамичная графика, которая призвана «максимально “втянуть” в свою атмосферу читателя» [13] за счет эффектной подачи материала, не всегда необходима ТАСС для достижения этого результата. Первостепенная роль в удержании читательского интереса по-прежнему отводится качественному текстовому и иллюстративному контенту.

### Список литературы

1. Вартанова Е. Л. СМИ и журналистика – отражение не только своего времени, но и своего общества // МедиаТренды. 2019. № 9 (72). С. 1.
2. Лайкова Я. В. Инфографика в СМИ разного типа // Вестник Московского университета. 2014. Сер. 10. № 4. С. 41–52.
3. Рева Е. К. Особенности инфографики в журналах «Русский репортер» и «Эксперт» // Известия Пензенского государственного педагогического университета имени В. Г. Белинского. 2011. № 23. С. 219–223.
4. Карпикова И. С., Артамонова В. В. Привлечение аудитории к цифровым СМИ с помощью элементов геймификации // Вопросы теории и практики журналистики. 2018. Т. 7, № 4. С. 599–614.
5. Симакова С. И., Енбаева А. П. Интерактивная инфографика в типологии инфографического контента // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2018. № 1 (27). С. 129–136.

6. Горбачев Д. А. Технические форматы инфографики в интернете // Коммуникация в современном мире // Проблемы массовой коммуникации: материалы Всерос. науч.-практ. конф. Воронеж, ВГУ, 2016. С. 94–95.
7. Трушко Е. Г., Шпаковский Ю. Ф. Результаты сравнительного анализа инфографики по критериям качества // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт- и медиатехнологии. 2019. № 1 (219). С. 29–35.
8. Инфографика [Электронный ресурс] // ТАСС: сайт. URL: <https://infographics.tass.ru/> (дата обращения: 10.05.2020).
9. Доница Д., Фехретдинов Т. О дивный плоский мир [Электронный ресурс] // ТАСС: сайт. URL: <https://merikator.tass.ru/> (дата обращения: 10.05.2020).
10. Колесниченко А. В. Практическая журналистика: 15 мастер-классов. М.: Изд-во «Аспект Пресс», 2017. 112 с.
11. Спецпроекты [Электронный ресурс] // ТАСС: сайт. URL: [https://tass.ru/specialprojects?\\_ga=2.188896483.953779667.1604559389-722552599.1602516644](https://tass.ru/specialprojects?_ga=2.188896483.953779667.1604559389-722552599.1602516644) (дата обращения: 05.11.2020).
12. Иммерсивная журналистика: подходы к теории и проблемам образования / А. В. Замков [и др.] // Современные информационные технологии и ИТ-образование. 2017. Т. 13, № 1. С. 166–172.
13. Литвинова А. Красивые медиапроекты, основанные на больших данных [Электронный ресурс] // Журналист: сайт. URL: <https://jrnlst.ru/media-projects-big-data> (дата обращения: 05.11.2020).

### References

1. Vartanova E. L. Media and journalism are not only reflections of the time, but also reflections of the society. *MediyaTrendy* [MediaTrends], 2019, no. 9 (72), p. 1 (In Russian).
2. Laykova Ya. V. Infographics in media of different types. *Vestnik Moskovskogo universiteta* [Bulletin of Moscow University], 2014, series 10, no. 3, pp. 41–52 (In Russian).
3. Reva E. K. Particularities of the infographics in the journals The Russian Reporter and The Expert. *Izvestiya Penzenskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta imeni V. G. Belinskogo* [Proceedings of Penza State Pedagogical University named after V. G. Belinsky], 2011, no. 23, pp. 219–223 (In Russian).
4. Karpikova I. S., Artamonova V. V. Attracting audience to digital media using gamification elements. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki* [Theoretical and Practical Issues of Journalism], 2018, vol. 7, no. 4, pp. 599–614 (In Russian).
5. Simakova S. I., Enbayeva A. P. Interactive infographic in the typology of the infographical content. *Znak: problemnoye pole mediaobrazovaniya* [Sign: problematic field of media education], 2018, no. 1 (27), pp. 129–136 (In Russian).
6. Gorbachev D. A. Technical formats of infographic in the Internet. *Communikatsiya v sovremennom mire: materialy Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii "Problemy massovoy kommunikatsii"* [Communication in the Modern World: collection of scientific papers of the All-Russian Scientific and Practical Conference "Problems of the Mass-Communication"]. Voronezh, 2016, pp. 94–95 (In Russian).
7. Trushko Ye. G., Shpakovskiy Yu. F. Results of comparative analysis of infographics by quality criteria. *Trudy BGTU* [Proceedings of BSTU], issue 4, Print and Mediatechnologies, 2019, no. 1 (219), pp. 29–35 (In Russian).
8. Infographics. *TASS* [TASS]. Available at: <https://infographics.tass.ru/> (accessed 10.05.2020).
9. Donina D., Fekhretdinov T. *O divnyy ploskiy mir* [It's a flat, flat world]. Available at: <https://merikator.tass.ru/> (accessed 10.05.2020).
10. Kolesnichenko A. V. *Prakticheskaya zhurnalistika: 15 master-klassov* [Practical Journalism: 15 Workshops]. Moscow, Aspect Press Publ., 2017. 112 p.
11. Special Projects. *TASS* [TASS]. Available at: <https://tass.com/specialprojects> (accessed 05.11.2020).
12. Zamkov A. V., Krashennikova M. A., Lukina M. M., Tsynareva N. A. Immersive journalism: approaches to theory and problems of education. *Sovremennyye informatsionnyye tekhnologii i IT-obrazovaniye* [The modern informational technologies and IT-education], 2017, vol. 13, no 1, pp. 166–172 (In Russian).
13. Litvinova A. *Krasivyye mediaproyekty, osnovannyye na bol'shikh dannykh* [Beautiful media-projects based on big-data]. Available at: <https://jrnlst.ru/media-projects-big-data> (accessed 05.11.2020).

### Информация об авторе

**Зуева Галина Сергеевна** – кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры «Журналистика». Пензенский государственный университет (440026, г. Пенза, ул. Красная, 40, Российская Федерация). E-mail: [gz90@yandex.ru](mailto:gz90@yandex.ru).

### Information about the author

**Zueva Galina Sergeevna** – PhD (Philology), Senior Lecturer, the Department of Journalism. Penza State University (40, Krasnaya str., 440026, Penza, Russian Federation). E-mail: [gz90@yandex.ru](mailto:gz90@yandex.ru)

Поступила 15.12.2020