

*Н. Ю. Илларионова (Россия, Самара)
Научный руководитель И.В. Ахматова*

ИНФОГРАФИКА КАК ОСНОВА ЦИФРОВОГО МЕДИАКОНТЕНТА

В настоящей работе инфографика рассматривается как основа современного цифрового медиаконтента. Изучена история ее развития и периоды становления. Определены основные подходы к созданию информационной графики. Определено понятие «Chartjunk» (схема-хлам) и его отличие от информационной графики. Выявлено главное отличие между понятиями «Chartjunk» и «инфографика». Определены основные стилевые тенденции в цифровой медиаиндустрии.

Ключевые слова: *визуализация информации, дизайн, изображение, инфографика, цифровые публикации.*

Современный дизайн цифровых публикаций все больше отдает предпочтение простому и понятному для восприятия оформлению. Легче всего этого добиться с помощью представления некоторой части текста в виде графического контента, *инфографики*. Она облегчает понимание сложной информации путем ее простой визуализации посредством схематического изображения.

История инфографики началась с наскальной живописи и пиктографической письменности. Все это ничто иное, как *праинфографика*. Однако, в действительности, данные изображения представляли собой всего-лишь сюжетные фрагменты, передающие реальную или, нередко, воображаемую действительность, и не несли скрытого смысла [1, с. 1-2].

Первым, кто попытался передать сложную информацию в доступном варианте был Леонардо Да Винчи. Он начал сопровождать изображения своих опытов и изобретений краткими текстовыми пояснениями, и именно поэтому Да Винчи считают родоначальником поясняющей инфографики, которая наиболее близка к современному представлению о ней [4, с. 112-117].

В СМИ передача информации посредством информационной графики вошла в обиход сравнительно недавно, но уже успела добиться большой популярности среди дизайнеров. Первое появление инфографики в печатной прессе (американская газета «USA Today»; английская – «Daily Courant», с которой связывают дату рождения вспомогательной инфографики в СМИ, 1702 г.; «The Times») вызвало довольно неоднозначную реакцию. С точки зрения консервативной публики графическая передача информации выглядела чересчур просто и «одноразово». Другие же оценили оригинальность и простоту восприятия информации при использовании данного метода. Также использование инфографики в печати значительно сокращало занимае-

мое статьей место и увеличивало количество информации, помещаемой на страницах издания [2, с. 130-133].

На сегодняшний день инфографика стала неотъемлемой частью любой публикации. Она является универсальным способом разьяснения или передачи сложной информации. Видов инфографикимножество: графически представленные зависимости измеряемых величин от параметров, схемы, диаграммы, номограммы, иерархии и графы, карты, иллюстративные инструкции, пиктограммы и прочее. Их объединяет способность структурировать и упрощать огромное количество текстовой информации и как можно нагляднее доносить ее до понимания потребителя [3, с. 375-376].

Безусловно, помимо информативной составляющей инфографика несет в себе эстетическую функцию. Стильно оформленная информативная графика не только полезна, но и привлекательна для читателя, поэтому существует два подхода к ее созданию:

1. *исследовательский* – подход, при котором для инфографики характерен минималистский характер, когда всё несущественное для передачи информации должно быть опущено, а сама информация должна быть передана максимально точно;

2. *сюжетный, повествовательный* – для данного типа инфографики характерны яркие красочные иллюстрации, которые не только передают суть информации, но также удерживают внимание читателя.

Первый тип инфографики обычно используется в деловой среде: в научных работах, анализе данных, бизнес-аналитике. В медиасфере же чаще всего используют второй тип. Он позволяет завлечь читателя красочной картинкой и удержать его внимание на издании. Чаще всего этот метод используется в журналах, блогах, рекламных материалах.

Также важно осознавать, что не вся предоставленная графическая информация может являться инфографикой. В 1980-х годах в английском языке появилось слово «Chartjunk» (схема-хлам) для обозначение графических элементов, в которых на самом деле нет нужды, так как они не помогают лучше понять информацию, а иногда просто отвлекают внимание читателя от текста. Отличить инфографику от подобного «мусора» довольно легко: если убрать текст с изображения, информационная графика остается понятна, тогда как «Chartjunk» перестает иметь хоть какой-то смысл.

В современных реалиях, когда стремление к уходу от текстовой передачи информации достигло своего пика, визуализация контента занимает огромную нишу в цифровой медиаиндустрии. В своих работах журналисты и дизайнеры стремятся к минимализму, полному сокращению ненужных деталей и переходу на информационную графику. Только она может наиболее полно передать всю суть огромной публикации в одном изображении.

ЛИТЕРАТУРА

1. Инфографика: шаг вперед, два назад? Статьи студии «Воробей», 2009 // Дизайн и верстка полиграфической продукции: сайт URL: <http://www.vorobeistudio.ru/articles/20090525> (дата обращения: 20.05.2020).
2. Некляев С.Э. Инфографика: принципы визуальной журналистики // Современное журналистское образование: технологии и особенности преподавания / Под ред. Е.Л. Вартановой. – М.: Медиа-Мир, 2008, С. 130-133.
3. Никулова Г.А., Подобных А.В. Средства визуальной коммуникации – инфографика и метадилайн // Международный электронный журнал КНИТУ «Образовательные технологии и общество» (Educational Technology & Society). – 2010. – Т. 13. № 2. – С. 369–387.
4. Уоллэйс Р. Мир Леонардо. 1452-1519 / Пер. с англ. М. Карасевой. – М.: ТЕРРА, 1997. – 192 с.