



## ІНФОГРАФІКА: СУЧАСНИЙ ЗАСІБ ЦИФРОВОГО КОНТЕНТУ

*Бокарева Ю.С., старший викладач, кафедра МСТ ХНУРЕ*

*Дейнеко Ж.В. к.т.н., доцент, кафедра МСТ ХНУРЕ*

*Черемський Р.А., студент, кафедра МСТ ХНУРЕ*

З розвитком комп'ютерних технологій та Інтернету значно зростає обсяг інформації, яка з'являється у сучасних засобах масової інформації (ЗМІ). Для підвищення привабливості, переконливості та наочності інформації виникла потреба у її візуалізації [1]. Одним із засобів такої візуалізації є інфографіка – довідкова або ілюстрована статистична інформація, представлена різними методами візуалізації: за допомогою графіків, діаграм, гістограм, ментальних карт (mind map – карти пам'яті), часових шкал (один із основних принципів анімованої інфографіки) тощо.

Мета цієї роботи – окреслити поняття та схарактеризувати різновиди інфографіки, дослідити особливості її використання у сфері сучасної комунікації. У роботі на яскравих прикладах сучасних засобів масової інформації продемонстровано переваги інформаційного дизайну при передачі інформації, що містить цифрові позначення, розглянуто наповнення сучасних друкованих та електронних видань цифровим контентом у діахронному аспекті, повною мірою досліджено можливості «витіснення» числової інформації з тексту в інфографіку [1].

Під час дослідження визначено основні переваги використання цифрових позначень. По-перше, чіткі кількісні показники надають повідомленням фактичну точність і достовірність, сприяють ефективній реалізації інформаційної функції ЗМІ. По-друге, при обробці цифрових даних необхідно враховувати особливості сприйняття відповідної інформації читачем і намагатися підтримувати рівновагу між цифрою та словом. По-третє, при розгляді емоційної функції використання цифр у текстах видань і контенті сайту, стає очевидним, що цифрові позначення виступають як засіб впливу на читача та найактивніший «подразник уваги». По-четверте, сьогодні спостерігається ще одна особливість «включення» цифрових позначень у сучасний текст – це ігровий принцип, який часто є основою сучасного світосприйняття [2, 3]. Завдання інфографіки – використовуючи різноманітні засоби графічного дизайну, активізувати повноцінне сприйняття інформації.

Усі графічні матеріали та знаки, які використовує інфографіка, можна умовно розподілити на такі три категорії:

– графіки, таблиці, діаграми, які потребують мінімальних графічних зусиль і мінімального планування. Головними критеріями таких матеріалів є правильність заданих параметрів, а також достовірність і повнота інформації;

– логічні схеми, карти та реконструкції (зображення, які ілюструють конструкцію чого-небудь);

– графічні розповіді, які являють собою складні інформаційні пакети. Такі матеріали здебільшого використовують у комплексі з друкованими пакетами документів і самостійно.

Для дослідження інфографіки обрано ряд популярних вітчизняних та закордонних періодичних видань – журнали та газети, а також Інтернет ресурси – сайти та форуми з різноманітною тематикою (рис. 1). Як засвідчує проведене дослідження, у журнальних статтях, на відміну від газетних, наявна інфографіка всіх типів. В Інтернеті, з його багатими технічними можливостями, вона може здобути нові виміри, тому й використання інфографіки особливо помітне, оскільки сайти великих виробників новин орієнтовані на потреби всієї журналістської спільноти, а отже, – чутливі до сучасних та ефективних нововведень.



Рисунок 1 – Подання різноманітної інформації, поєднаної наявністю цифрового контенту, вдало і повноцінно передається за допомогою інфографіки

Отже, витіснення графікою текстових форматів у різних виданнях є очевидною вимогою часу, яка відповідає загальним процесам у розвитку медіа-сфери і характерна для всіх видів ЗМІ, де є візуалізація. Посилення інтересу до застосування інфографіки в ЗМІ є наслідком викликаного зростанням обсягів медіа-повідомлень постійного ущільнення інформації, що в певний момент закономірно призводить до переважання графіки над текстом. Таким чином, для сучасного покоління споживачів як медіа-продукції, так і сучасних видань наочно і схематично викладені відомості є найбільш доречним форматом, що й стає додатковою причиною популярності інфографіки на сьогодні.

### Список літератури

1. Антонов, А.В. Информация: восприятие и понимание / А.В. Антонов. – Киев: Наукова думка, 1988. – 240 с.
2. Техника и технология СМИ: печать, телевидение, радио, Интернет / В.В. Тулупов и др. – СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2006. – 320 с.
3. Никулова, Г.А. Средства визуальной коммуникации – инфографика и метадизайн / Г.А. Никулова, А.В. Подобных // Международный электронный журнал КНИТУ «Образовательные технологии и общество» (Educational Technology & Society). – 2010. – Т. 13, № 2. – С. 369-387.