

Инфографика как средство (а не цель) преподнесения медиаматериала

Научный руководитель – Силантьев Константин Васильевич

Болгова Снежана Игоревна

Студент (магистр)

Санкт-Петербургский государственный университет, Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций Кафедра истории журналистики,
Санкт-Петербург, Россия
E-mail: snezhanabolgova@gmail.com

Инфографика - уже не новый, а скорее обыденный способ подачи информации, который широко применяется в разных сферах жизни, в том числе в медиа. Если ранее под информационной графикой понимали преимущественно представление схем, таблиц и графиков на газетных полосах, то сегодня значение этого термина расширилось. Как отмечает Рэнди Крам, теперь под инфографикой понимают графический дизайн, включающий в себя визуализацию данных (графики и диаграммы - примеры этого способа представления информации), использование иллюстраций, подготовку текста и изображений [1]. Когда вся эта информация складывается в цельный сюжет, т.е. работает на основную идею материала, тогда получается качественный информационно-графический продукт - иначе говоря, журналистский материал, представленный с помощью инфографики.

Отечественный исследователь периодики В. В. Тулупов обращает внимание на значимость информационной графики в журналистской практике: при восприятии читателем содержания газеты мы можем говорить, прежде всего, о визуальной коммуникации. При этом нет необходимости обучать читателя какому-то особому способу восприятия информации, он обучается посредством своей социальной практики. Но визуальные сообщения требуют системы, т.к. современный человек окружен большим количеством визуальных сообщений (в магазинах, на улицах, на вокзале, в аэропорту и т.д.) [4]. Все эти образы вокруг - отличные примеры наглядного представления информации, но это все еще не инфографика.

В средствах массовой информации, будь то газета, журнал, сетевой ресурс, блог или телепередача, инфографика должна использоваться как способ передачи информации аудитории, а не только как инструмент привлечения внимания аудитории. Выдвижение на первый план визуальной привлекательности инфографики приводит к трансформации самого понимания этого явления, когда так начинают называть буквально все материалы, где присутствует дополнительная визуализация информации - в том числе, например, крупное выделение значимой цифры или дополнение числовых данных иконками. Это примеры умелой работы журналиста или дизайнера с образами, направленности материала на коммуникацию с аудиторией, но это не инфографика.

Информационная графика в современном понимании - тесное и органичное сочетание текста, фото, графики (рисунков), схем и прочих элементов визуальных данных для составления более полного и понятного образа того, о чем говорится в тексте, для формирования истории, поскольку людям свойственно довольно быстро улавливать на рисунке общие закономерности и тенденции, выстраивать связи [1,5]. По этой причине инфографика сегодня наиболее актуальна в материалах, представляющих информацию о сложных объектах, где невозможно обойтись без визуального дополнения: в сфере научной популяризации инфографика позволяет наглядно рассказать об исследованиях и разработках (однако область применения инфографики как метода представления данных не ограничивается лишь этим). В российских медиа активному распространению инфографики

способствовали различные научно-популярные издания, такие как «Техника - молодежи», «Наука и жизнь», «Химия и жизнь», «Вокруг света», в которых информационная графика стала появляться на регулярной основе в материалах, призванных просветить читателей, открыть им новые факты [2].

Стоит отметить, что инфографика - это метод представления данных, который тесно связан с потребностями аудитории и технологическими возможностями авторов, потому сегодня важной формой становится медиаинфографика. Как замечает исследователь Я. В. Лайкова, ключевые преимущества медиаинфографики - это ее информационная емкость, интерактивность и возможность интегрирования в открытый медиатекст онлайн-СМИ [3]. Сегодня более востребованными оказываются виды инфографики, в которых читатель включен в процесс знакомства с материалом, а иногда и в процесс его создания. Наличие специальных кнопок, гиперссылок позволяет настроить режим знакомства с данными - увеличивать количество получаемой информации, управлять скоростью прочтения, трансформировать и масштабировать инфографику и др. Кроме того, медиаинфографика позволяет объединять в рамках одного произведения разные формы представления информации, дополнять ими общую историю и выстраивать ее на нескольких уровнях, давая читателю возможность уходить все глубже и глубже в материал. При этом медиаинфографика, за формой которой нет достаточного количества информации, которая соответствует выбранному способу ее презентации, как правило, неэффективна.

Тема космических исследований остается на повестке дня и актуализируется в последнее время, а значит - все чаще освещается в современных СМИ, в особенности - с использованием инфографических элементов. Такое включение читателя в процесс работы с инфографикой наиболее актуально, т.к. позволяет подробнее узнать о сложных объектах, явлениях или исследованиях, как правило, без «предстартовой» подготовки, специальные знания усвоятся в момент прочтения. Космическая инфографика, разумеется, обладает определенным уровнем восприятия, поскольку задача журналиста, автора материала (который может работать один или в тесной связи с дизайнером), не только в том, чтобы доступно рассказать читателю об объекте материала, но также просветить (а возможно, удивить) его. Излишнее упрощение может лишить материал его научно-популярной значимости. Многие характеристики, которые в виде только текста занимают площадь и требуют значительной интеллектуальной работы как автора, так и читателя, в виде информационной графики задействуют образы и их интерпретацию: зачастую увиденное понимается значительно лучше, чем подробно описанное словами, и инфографика позволяет читателю увидеть значимые части описываемого явления, выстроить взаимосвязи.

Источники и литература

- 1) Крам Р. Инфографика: визуальное представление данных; пер. с англ. Сивченко. СПб.: Питер, 2015. 384 с.
- 2) Лайкова Я.В. Инфографика в СМИ разного типа // Вестник Мос. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2014. – № 4. С. 41-53.
- 3) Лайкова Я.В. Инфографика как медиатекст в онлайн-СМИ: функции и классификация // Меди@льманах. – 2015. – № 2 (№67). С. 20-30.
- 4) Тулупов В.В. Дизайн периодических изданий. – СПб.: Издательство Михайлова, 2008, С. 98
- 5) Cairo A. The Functional Art: An introduction to information graphics and visualization. New Riders, 2012. 384 p.