

УДК 007 : 304 : 070

Усата О.М.¹

¹ студ. гр. СН-325, НУ «Запорізька політехніка»

ІНФОГРАФІКА ЯК СПОСІБ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЇ (НА ПРИКЛАДІ НАЦІОНАЛЬНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО АГЕНТСТВА «УКРІНФОРМ»)

Сучасний користувач мережі щодня споживає десятки гігабайтів контенту, через що в безперервному інформаційному потоці часто не помічає головного. У зв'язку з цим на допомогу приходить візуалізація, оскільки великі масиви даних можна оформити стисло, представити графічно, що дозволяє аудиторії легко сприймати, аналізувати та інтерпретувати журналістські матеріали.

Існують різні форми візуалізації журналістського контенту: ілюстрації, фотографії, аудіо-/відеоматеріали, анімація, однак перспективним та порівняно новим типом презентації даних у сучасних ЗМІ є інфографіка, яка є синтетичним жанром, що представляє собою єдність тексту й зображення. Інфографіка привертає увагу до журналістського матеріалу, робить його більш зрозумілим і привабливим із погляду форми, розширюючи читачку аудиторію. Інформаційне агентство «Укрінформ» активно використовує інфографіку, однак особливості її функціонування, політематичність і структурні елементи залишаються малодослідженими, що й зумовило актуальність наукової розвідки.

Об'єкт дослідження – інфографіка на сайті національного інформаційного агентства «Укрінформ». Вивченням інфографіки як способу візуалізації інформації займалися такі дослідники: С. Симакова, Є. Смірнова, С. Юфікіна, О. Швед.

«Укрінформ» – державне інформаційне агентство, джерело інформації про суспільне життя в Україні та за кордоном. Із травня 2019 року мультимедійна платформа іномовлення створює інфографіку, яка розміщується на сайті в окремій рубриці. Вона публікується як цілком самостійний матеріал («Як відрізнити нітратний кавун»), а також може бути складовою іншої публікації («Зміїне нашествя? Дурниці. Це ми все більше втручаємося в їхнє середовище». Аналітика). Під зображенням зазвичай розміщений текст, який дублює інформацію викладену в інфографіці («Поради для безпечної відпустки», «Оскар: претенденти на головну кінопремію») або текст-роз'яснення («Музичні відкриття 2019 року», «92 премія «Оскар»: переможці»). Дослідниця О. Швед зазначає: «сутність інфографіки виходить за межі лише ілюстрування: вона є синтетичною формою організації журналістського матеріалу, повідомлення, яке включає в себе, по-перше, візуальні елементи, а по-друге, тексти, які пояснюють ці візуальні елементи» [1].

Візуалізація даних (графічне представлення інформації) допомагає зацікавити користувача, до того ж візуальний матеріал швидше проникає у свідомість людини, викликає певні асоціації та відповідно краще запам'ятовується. Однак, неправильне її оформлення може навпаки заплутати, тому створити якісну інфографіку під силу не кожному професійному журналісту, оскільки це не тільки виклад основної інформації, а і приваблива картинка, яка зацікавить та приверне увагу користувача, тому часто вимагає об'єднання зусиль журналіста та дизайнера (контент-мейкера).

Інфографіка проходить два етапи створення: концептуальний (стратегічний) та етап реалізації (тактичний). Її основна функція – інформувати, тобто спочатку правильна, структурована, достовірна та лаконічна подача інформації, а потім дизайн – естетична функція (не менш важлива).

Фактично візуалізувати інформацію можна з будь-якої галузі, чим вдало користується «Укрінформ». Інформаційне агентство висвітлює широкий спектр тем і в такий спосіб робить інфографіку на сайті політематичною: 1) кіно («Оскарівські рекордсмени»); 2) спорт («Спортивні тріумфи України за 28 років Незалежності»); 3) політика («Президентська команда», «Склад нового Кабінету Міністрів»); 4) освіта («Основні зміни у правописі»); 5) економіка («Показники проєкту Державного бюджету на 2020 рік», «Як економити електроенергію»); 6) медицина («Як убезпечити себе від

зараження коронавірусом»); 7) культура («Музичні відкриття 2020», «10 видатних українок»).

Інфографіка представлена у вигляді: 1) інструкції («Як спілкуватися у мережі: правила цифрового етикету», «Як стати наставником», «Якщо вашу вулицю перейменували»); 2) дерева рішень («Сповідальник змін клімату: що має зробити Україна у 2030, щоб зробити достатній внесок у спільну боротьбу з катастрофою»); 3) списку («Масниця 2020: де і як відсвяткувати»); 4) карти («У Києві облаштували 41 зону для відпочинку»); 5) візуалізованої статті («Нове у законопроекті «Про працю»); 6) блок-схеми («Що дасть нам закон про землю»); 7) таймлайну («Оскарівські рекордсмени»); 8) алгоритму («Як визначити коронавірус на початкових стадіях», «Правила бюджетної мандрівки»); 9) географічної карти («Держлісагентство: за перше півріччя відтворено майже 36 тисяч гектарів лісів»); 10) статистики («Професії, за якими розмір заробітної плати є найбільшим серед усіх професій»).

Отже, інфографіка є ефективним та креативним способом презентації журналістських матеріалів, роблячи їх інформаційно насиченими та максимально зрозумілими. Їй притаманні наочність, конкретність, аналітичність, схематичність, практичність. Інфографіку можна переглядати на сайті агентства та в соціальних мережах і месенджерах (Facebook, Twitter, Telegram). Через висвітлення широкого кола тем – інфографіка стає цікавою для різної аудиторії, надаючи інформацію у вигляді статистичних даних, графіків, схем, карт, списку, алгоритму тощо. Отже, інфографіка як вид журналістської творчості є перспективним способом візуалізації інформації, який стрімко розвивається та активно використовується ЗМІ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Швед О. Інфографіка як засіб візуальної комунікації в сучасній журналістиці. *Гуманітарна освіта в технічних вищих навчальних закладах*. 2014. Вип. 30. С. 305–312.