

Соколова Ю.В.

Екатеринбург, Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина

ИНФОГРАФИКА КАК ПРОДУКТ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА: ПРОБЛЕМА ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОНЯТИЯ

Статья посвящена проблеме определения понятия «инфографика» в контексте графического дизайна. В статье описываются различные подходы к определению, дается собственная интерпретация, анализируются примеры инфографики.

Ключевые слова: дизайн, визуализация, инфографика, визуализация данных, информационный дизайн.

Article is devoted problems of definition «infographics» in the context of the graphic design. In article describes the different approaches to the definition, given new interpretation, infographics examples are analyzed.

Keywords: design, visualization, infographic, data visualization, information design.

Научно-технический прогресс привел к трансформации информационного пространства. Стремительно возрастают объемы информации, набирают обороты новые каналы ее распространения. Общество постиндустриальной, информационной эпохи испытывает потребность в эффективных способах обработки и представления данных. В связи с этим становится актуальным информационный дизайн, способный решить проблему путем визуализации знаний. Один из подходов визуализации — инфографика, стремительно набирающая популярность в СМИ, рекламе, бизнесе, образовании, навигации городов и др.

Несмотря на распространенность указанного инструмента, единое мнение о роли дизайна в создании инфографики не

сформировано, отсутствуют понимание ее сущности. В результате многие визуализированные данные оформляются «по наитию», а значит, выполняют свою функцию неэффективно.

Для анализа инфографики как продукта дизайна (как результата процесса проектирования графического представления информации) необходимо рассмотреть различные подходы к определению понятия в современном научном знании.

Существует несколько подходов к определению понятия. Ряд формулировок подчеркивает использование в инфографике знаков различных семиотических систем. Например, Ж.Е. Ермолаева характеризует инфографику как синтетическую форму организации информационного материала, включающую в себя, во-первых, визуальные элементы, а во-вторых, тексты, которые поясняют эти визуальные элементы [5]. В соответствии с этим принципом строится понимание феномена инфографики в контексте журналистики. Ряд исследователей говорит об ИГ как о новом жанре журналистики: «Инфографика используется в качестве дополнения и иллюстрации журналистского текста, либо как самостоятельный материал» [8. С. 222].

Этот подход приближает нас к понятию «креолизованного текста». Креолизованный текст, по Е.Е. Анисимовой, это «сложное текстовое образование, в котором вербальные и иконические элементы образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое, нацеленное на комплексное прагматическое воздействие на адресата» [1. С. 17]. Структура креолизованного текста складывается из вербальных и невербальных компонентов. К невербальным компонентам относятся изобразительно-графические: шрифт, размер, цвет, звук, композиция и т. д. Они выполняют информативно-экспрессивную функцию, выступают в тесной взаимосвязи с вербальным компонентом — текстом.

Итак, данный подход представляет нам инфографику как совокупность визуальных и текстовых компонентов.

Другой подход к трактовке понятия представляет ИГ как некое средство визуализации информации.

К такому пониманию относится подход Т.В. Соловьевой: «Инфографика — это визуальное представление цифровой,

графической и вербальной информации» [9. С. 76]. Данное определение, несмотря на его популярность, нельзя назвать исчерпывающим, так как оно охватывает и другие средства визуализации данных (например, знаки, символы, иллюстрации).

В. Лаптев определяет инфографику как «область коммуникативного дизайна, в основе которой лежит графическое представление информации, связей, числовых данных и знаний» [6. С. 7]. Данная трактовка приближает нас к пониманию инфографики как элемента дизайна.

Эдвард Тафти — известная персона в сфере информационного дизайна, которого называют «отцом современной информационной графики», говорит об инфографике как средстве информационного дизайна. Э. Тафти собраны многочисленные примеры инфографики, а также разработана концепция ее визуальной аргументации. «Именно Э. Тафти наметил пути использования инфографики в образовательной практике, как одного из эффективнейших инструментов информирования, опровергая бытовавшие тезисы о том, что графика нужна только не думающим читателям и что количественная статистическая информация «скучна» [7. С. 375]. Несмотря на значительный вклад данного исследователя в разработку теоретической базы феномена, его определение инфографики не дает нам представления о том, какие продукты информационного дизайна мы можем считать инфографикой, а какие — нет.

Более подробно феномен раскрывает бельгийский ученый Поль Луи говорит об инфографике как о «переводе чисел в форму рисунка, эскиза или проясняющего плана или иллюстрации» [7. С. 374]. С другой стороны, современная инфографика представляет в визуальном формате не только количественные, но и качественные данные, что в данной формулировке не учтено.

В исследованиях данной сферы отмечается когнитивный потенциал визуализации: «визуализация всегда считалась мощным инструментом познания, т. е. средством, предназначенным для организации и облегчения процесса познания» [4. С. 17].

А.А. Вербицкий отмечает, что один из основополагающих признаков визуализации, так называемая «сворачиваемость». Иными словами, по сравнению с вербальным сообщением, визуализация более сжатая [3].

Методы визуального структурирования информации на данный момент очень распространены, поэтому в науке принимаются попытки их классификации. Исследователи данного направления В.Н. Бодров и В.В. Магалашвили указывают на необходимость разграничения понятий «визуализация информации» и «визуализация знаний». Под первым термином следует понимать графическое представление абстрактных данных. Понятие «визуализация знаний» включает в себя саму цель передачи данных — стимуляцию когнитивных процессов [2].

По нашему мнению, трактовка инфографики должна быть приближена к подходу «визуализации знаний», так как оно основывается на свойствах человеческого интеллекта — способности находить и объяснять связи между различными объектами, проводить аналогии и делать умозаключения. Данный подход расширяет представление об инфографике, подчеркивает функциональную роль графического дизайнера в процессе ее создания — с помощью графических средств, выраженных в ассоциативных визуальных образах, не только в лаконичной форме передать информацию, но стимулировать когнитивные процессы воспринимающего.

Упор на функциональность в данном определении приближает нас к понятию дизайнера, сформулированному Томасом Мальдонадо в 1969 г. на конгрессе ICSID: «Дизайн является творческой деятельностью, целью которой является определение формальных качеств промышленных изделий. Эти качества включают и внешние черты изделий, но главным образом структурные и функциональные связи, которые превращают изделия в единое целое, как с точки зрения потребителя, так и с точки зрения изготовителя».

Согласно данному определению, дизайну опирается на принципы единства структурных, функциональных связей, а также эстетических качеств продукта. Цель графического дизайнера, в свою очередь, это создание графической среды, наиболее полно соответствующей утилитарным и эстетическим потребностям человека.

С учетом изученных подходов, попытаемся вывести собственное определение:

Инфографика — это продукт графического дизайнера, содержащий набор графических и текстовых элементов и свя-

зей между ними, используемый для передачи информации, раскрывающий причины и цели этих связей в контексте передаваемого знания.

Данное определение раскрывает цель инфографики — представление массива информации в лаконичной визуальной форме, легкой к усвоению и запоминанию, которая достигается за счет визуальных образов, некой метафоричности представления материала, а также за счет структурной и функциональной целостности.

Исходя из этого, инфографика как продукт графического дизайна должна опираться на следующие принципы:

- системность,
- лаконичность,
- структурированность и логичность организации информации, обусловленная функцией,
- образность,
- эстетическая привлекательность.

Проанализируем несколько примеров визуализации информации с позиции выведенного понятия на основе выведенных принципов инфографики.



1) Пример инфографики «Ваш идеальный выходной» [10].

Лаконичность: Визуальное решение затрудняет прочтение информационного сообщения. Пиктограммы перегружены, трудны к восприятию.

Системность: Отсутствует логическая и визуальная связь меж-

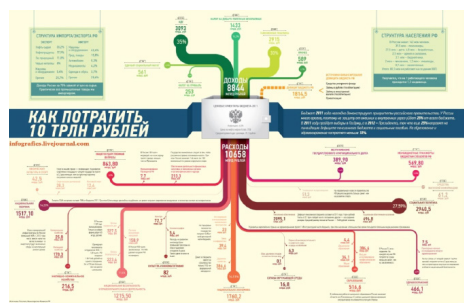
ду пластами данных (плат с результатами опроса + пласт «как блоггеры провели выходные») и графическими элементами.

Структура и логика нарушены. Цель инфографики читается не сразу. Не прочитывается взаимосвязь «планов» и «реальности». Неочевиден смысл цифровых данных над символическими отображениями видов деятельности. Предположительно, количество респондентов или же их процентное соотношение: первое число — количество людей, планировавших данный вид деятельности, второе — количество людей, осуществивших эти планы. Не ясно общее количество респондентов. Использование визуального подкрепление чисел в виде заполнения тем же цветом определенного сегмента круга логически не соответствует реальности (например, 54% занимает меньше половины круга).

Образность/аллегоричность: Виды деятельности проиллюстрированы, но не несут в себе метафоричности.

Эстетическая привлекательность: Контрастный фон, повторяющийся элементы иллюстрации утяжеляет визуальный ряд, отвлекает от основной информации.

Итак, данное изображение, хоть оно и содержит в себе графические и текстовые элементы, нельзя назвать инфографикой. В данном примере нарушены или отсутствуют смысловые связи между элементами, поэтому визуализированная информация сложна к восприятию, не прослеживается взаимосвязь между различными пластами данных.



2) Инфографика «Как потратить 10 трлн рублей»: визуализация распределения бюджета РФ за 2011 г. [11].

Лаконичность: Данный пример — ИГ высокого разрешения, т. е. предполагается для использования на виртуальном или бумажном носителе для продолжительного изучения. Несмотря на значительный объем статистических данных, легка к восприятию. Присутствует цифровая дифференциация.

Системность: В единую визуальную и информационную схему организован значительный массив как качественных, так и количественных данных. Факты, представленные в текстовом варианте, подкрепляют количественные показатели и отражают остросоциальные вопросы формирования бюджета.

Структура и логика: Легко проследить взаимосвязь данных. Количественная информация поддается сравнению визуально.

Образность: Ветки проходят через воронку символическую воронку «Ценовая политика». Цветовое решение блоков соответствует цветовому восприятию зеленых и красных оттенков в положительном/отрицательном ключе соответственно.

Эстетическая привлекательность: Соблюдена композиция и эстетическая гармония. Визуальное решение лаконично и единообразно.

Данную работу можно назвать примером качественной и проработанной ИГ, созданной с учетом всех обозначенных принципов.

Итак, согласно выводам работы, процесс создания ИГ с точки зрения дизайнера приносит в проект систематичность, структурное и визуальное единство, функциональную значимость каждого элемента. Следовательно, подход к пониманию ИГ как продукта графического дизайна является наиболее эффективным.

Список литературы

1. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) / Е. Е. Анисимова. — М. : Academia, 2003. — 168 с.
2. Бодров В.Н., Магалашвили В. В. Ориентированная на цели визуализация знания // Международный журнал «Образовательные технологии и общество». 2008. Т. 11, №1. — С. 420-433.
3. Вербицкий А.А. Активное обучение в высшей школе: контекстный подход / А.А. Вербицкий. — М. : Высш. шк., 1991. — 207 с.

4. Гаврилова Т.А., Гулякина Н.В. Визуальные методы работы со знаниями: попытка обзора // Искусственный интеллект и принятие решений. 2008. № 1. – С. 15-21.

5. Ермолаева Ж.Е., Лапухова О.В., Герасимова И.Н. Инфографика как способ визуализации учебной информации // Концепт. 2014. № 11. – С. 26-30.

6. Лаптев В.В. Изобразительная статистика / В.В. Вербицкий. – М. : Эйдос, 2012. – 180 с.

7. Никулова Г.А., Подобных А.В. Средства визуальной коммуникации – инфографика и метадизайн // Образовательные технологии и общество. 2010. №2. – С. 369-387.

8. Симакова С.И. Инфографика: визуализация цифрового контента // Вестник ВУиТ. 2012. № 3. – С. 219-226.

9. Соловьева Т.В. Инфографика в медийном и учебном текстах // Вестник НовГУ. 2010. №57. – С. 76 – 79.

10. Потапов Е. Ваш идеальный выходной [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://infographer.ru/critic-2013-07-12/> (дата обращения: 27.02.16).

11. Как потратить 10 трлн рублей [Электронный ресурс] // Архив журнала «Инфографика». № 1 // Режим доступа: <http://infographicsmag.ru/journal/> (дата обращения: 06.03.16).

Сусарова К.С.

Екатеринбург,

*Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина*

ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ ДЛЯ ЛЮДЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

В статье ставится вопрос о необходимости использования средств визуальных коммуникаций для людей с ограниченными возможностями.