

ИНТЕРАКТИВНЫЙ ИНФОГРАФИЧЕСКИЙ КОНТЕНТ САЙТА «RIA.RU» И ЕГО СУЩНОСТНАЯ СПЕЦИФИКА*

Дается типология инфографического контента, оценивается его информативный потенциал. Отмечаются типичные ошибки и недочеты в использовании интерактивной инфографики. Производится комплексный анализ журналистских материалов сайта РИА «Новости», содержащих интерактивную инфографику. Наблюдения и выводы, сделанные в процессе анализа эмпирического материала, представляют ценность как для теоретиков, исследующих визуальный контент журналистских материалов, так и для практикующих специалистов в области создания интерактивной инфографики, в особенности для онлайн-изданий.

К л ю ч е в ы е с л о в а: визуальный поворот; визуальный контент; инфографика; интерактивная инфографика; РИА «Новости»; сайт «RIA.ru».

В условиях визуального поворота в информационной сфере увеличение образности медийного пространства становится закономерным и даже неизбежным. Количество и качество форматов визуального представления информации растет, происходит их усложнение, подходы к подаче визуальных сообщений становятся все более творческими, тексты дополняются или замещаются картинками, происходит их диффузное взаимопроникновение.

Современная журналистика предлагает множество форм визуализации, в зависимости от темы, идеи, назначения статьи, специфики ее целевой аудитории и пр. (см., например, [1, 2]).

Инфографика с ее уникальными возможностями — способностью реализовать комплексную репрезентацию информации, сжато передавать большие массивы данных, четко обозначать их суть, концептуализировать тему, а также давать аудитории возможности выбора при потреблении инфографических сообщений — является сегодня одним из наиболее любопытных медиафеноменов, требующих активного исследования. В рамках нашей статьи рассмотрим интерактивную инфографику, а именно ее роль в визуализации журналистских материалов. В одной из работ С. И. Симакова и В. В. Федотовский отмечают, что «интерактивность — это топовый тренд в сфере инфографики последних

* Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда, проект № 18-18-00007.

СИМАКОВА Светлана Ивановна — кандидат филологических наук, доцент, заведующая кафедрой журналистики и массовых коммуникаций Челябинского государственного университета (e-mail: simakovi@mail.ru).

ТОПЧИЙ Ирина Владимировна — младший научный сотрудник учебно-научного центра медиаобразования факультета журналистики, магистрант кафедры журналистики и массовых коммуникаций Челябинского государственного университета (e-mail: mm-is@mail.ru).

© Симакова С. И., Топчий И. В., 2018

лет. <...> Вообще, интерактивностью называется способность медиа реагировать на действия пользователя, поэтому интерактивной инфографикой называется та инфографика, которая так или иначе взаимодействует с читающим ее человеком, помогая ему и облегчая восприятие» [3, 18].

Цель исследования, результаты которого представлены в данной статье, формулируется следующим образом: комплексный анализ материалов сайта РИА «Новости», содержащих интерактивную инфографику, их систематизация, типологизирование, выявление механизмов визуализации информации по различным темам, определение степени эффективности использования потенциала интерактивной инфографики и выявление ошибок и недостатков при ее создании сотрудниками РИА «Новости».

Эмпирическая база нашего исследования включает в себя массив инфографических медиаматериалов (323 единицы), представленных на официальном сайте РИА «Новости» (входит в структуру МИА «Россия сегодня») за период с июня по декабрь 2017 г., отобранных методом сплошной выборки и составивших фон исследования. В свою очередь, из этого массива в процессе вторичного отбора была выделена группа материалов, квалифицированная нами как уникальная (неповторяющаяся) интерактивная инфографика, в количестве 37 единиц, которые были подвергнуты детальному анализу.

Переходя к анализу основного массива инфографического контента, отметим, что интерактивная инфографика, содержащаяся на сайте «RIA.ru» (в интересующий нас период), была представлена различными темами:

- *внешнеэкономический и политический блок*: «Санкции против России и ответные шаги» (URL: <https://ria.ru/infografika/20170901/1501426774.html>), «“Большая двадцатка” в цифрах» (URL: <https://ria.ru/infografika/20170706/1497087791.html>), «Рейтинг стран Европы по стоимости бензина» (URL: <https://ria.ru/infografika/20170720/1498845018.html>), «Пять лет совместных учений США и Южной Кореи» (URL: <https://ria.ru/infografika/20170821/1500798718.html>) и др.);
- *внутренняя политика* — прежде всего, выборы: «Выборы глав регионов России 2017. 10 сентября — единый день голосования» (URL: <https://ria.ru/infografika/20170908/1502082115.html>), «Единый день голосования в России 10 сентября 2017 года» (URL: <https://ria.ru/infografika/20170901/1501554323.html>);
- *война и оборона*: «Ракетный паритет» (URL: <https://ria.ru/infografika/20170821/1500560227.html>), «Битва за Сирию. Освобождение Дейр-эз-Зора» (URL: <https://ria.ru/infografika/20171010/1506555308.html>), «Афганистан после ввода войск ISAF с 2001 по 2017» (URL: <https://ria.ru/infografika/20171109/1508494074.html>) и др.;
- *спорт и туризм*: «Биатлон. Гид по олимпийскому виду спорта» (URL: https://rsport.ria.ru/winter2018_info/20171024/715525881.html), «Горнолыжные курорты России» (URL: <https://ria.ru/infografika/20171211/1510524318.html>), «Всероссийский навигатор по детскому отдыху 2017/2018» (URL: https://ria.ru/sn_childhood/20171107/1507227460.html);
- *Москва — реновация*: «Все дома реновации» (URL: <https://ria.ru/infografika/20170614/1496473098.html>), «Четыре реновации Москвы. Как

менялось массовое строительство в столице» (URL: <https://ria.ru/infografika/20170926/1504861809.html>), *недвижимость*: «Цены на квартиры в Москве по месяцам» (URL: https://realty.ria.ru/multimedia_infographics/20171011/407543915.html) и др.;

- *образование*: «Лучшие университеты мира по трудоустройству выпускников — 2018» (URL: https://ria.ru/abitura_world/20170911/1502469067.html), «Лучшие школы России — 2017» (URL: https://ria.ru/sn_edu/20171004/1506060903.html);

- *социальная сфера и производство*: «Люди сильных профессий. Как работают российские металлурги и горняки» (URL: <https://ria.ru/infografika/20170907/1501492383.html>);

- *космос*: «Спутники: 60 лет на орбите» (URL: <https://ria.ru/infografika/20171004/1506094925.html>);

- *культура*: «“Игра престолов”: дождалась» (URL: <https://ria.ru/infografika/20170715/1498532209.html>), «Царь моря. Крым глазами Айвазовского» (URL: <https://ria.ru/infografika/20170728/1499295154.html>) и др.;

- *история — революция*: «Великая русская революция» (URL: <https://ria.ru/revolution/>), «Хлеба и денег! Экономика России накануне революции» (URL: https://ria.ru/revolution_postup/20170801/1499494382.html), «Выступление генерала Корнилова / Преступление генерала Корнилова» (URL: https://ria.ru/revolution_postup/20170907/1500461814.html) и др., *Великая Отечественная война*: «Крепость Сталинграда. Война среди руин» (URL: <https://ria.ru/infografika/20170717/1498534112.html>) и др.;

- *ДТП*: «Сколько людей становятся жертвами ДТП в России?» (URL: https://ria.ru/tv_society/20161120/1481721304.html) — эта инфографика была создана значительно раньше исследуемого нами периода, но активно в нем использовалась;

- *другие более мелкие тематические направления*: например, «Рейтинг трезвости российских регионов» (URL: <https://ria.ru/infografika/20171127/1509696354.html>) и др.

Конечно, подобное тематическое деление всегда в некоторой степени условно, поскольку, например, инфографика «Царь моря. Крым глазами Айвазовского» не только элемент культуры, но и политики: в связи с присоединением Крыма актуальной стала его популяризация. Военные сюжеты могли бы быть включены в сферу внутренней или внешней политики и т. д. Но нас в данном случае интересует другое. Представленная нами типология как нельзя лучше иллюстрирует многообразие тематики интерактивной инфографики на «RIA.ru» (эта иллюстративность и требует подобной дробности в выделении тем). Мы можем отметить, что инфографика создается на значимые темы (так называемые «вечные» или подолгу не уходящие с повестки дня СМИ), имеющие хороший потенциал для визуализации. При этом позже инфографика может включаться и в новостные сюжеты, как в случае с видеoinфографикой «Сколько людей становятся жертвами ДТП в России?».

Отметим также, что в анализируемый нами период на сайте было достаточно много исторической инфографики. 2017 г. — это, как известно, год столетия

революции. Эту тему РИА «Новости» не только не стали обходить стороной, но и сделали элементом брендинга.

Впрочем, нужно отдавать себе отчет в том, что у разных тем, сюжетов (в рамках этих тем) различный визуализационный потенциал, и визуализируются они, соответственно, по-разному. Так, например, интерактивность инфографики «Федеральная сетевая компания единой энергетической системы» (URL: <https://ria.ru/economy/20170623/1497169065.html>), «Единый день голосования в России 10 сентября 2017 года», «Пять лет совместных учений США и Южной Кореи», «Горнолыжные курорты России» сводится только к перелистыванию страниц. Потребитель просто листает «презентацию», как сборник статичной инфографики на ту или иную тему, и не более того. С одной стороны, такой подход позволяет вместить большие объемы информации в одну инфографику, не испугав потребителя огромным массивом сведений (он может отказаться от просмотра на любом из слайдов), с другой, очевидно, что такой уровень интерактивности является предельно низким. И если читателя не заинтересовала тема, такой интерактивностью вовлечь его в потребление материала тем более невозможно. Низкий уровень интерактивности демонстрирует и инфографика «Лучшие университеты мира по трудоустройству выпускников — 2018». Она «упаковывает» в таблицу топ-100 университеты с точки зрения трудоустройства выпускников. Максимум, что в ней можно сделать, это кликнуть по вузу, чтобы оказаться на странице последнего. Крайне низок уровень интерактивности и у видеоинфографики «Как росла столица» (URL: <https://ria.ru/video/20170909/1502127577.html>), В данном случае интерактивность связана с нажатием кнопки мыши при запуске сюжета. Это, конечно, очень немного с точки зрения интерактивного взаимодействия, но видеоинфографика притягательна сама по себе, у нее еще есть некоторый временной запас до того момента, когда она надоест аудитории и ей потребуются кардинальные изменения формата. Пока же можно назвать ее условно интерактивной.

Гораздо более высокий уровень интерактивности имеет инфографика «Рейтинг стран Европы по стоимости бензина». Ее организующим центром выступает интерактивная карта Европы, сопровождаемая списком европейских стран, который, в зависимости от показателей («цены на Аи-95», «цены на дизельное топливо», изменения цен), трансформируется в линейную (полосовую) диаграмму. В инфографике легко найти интересующую информацию по щелчку кнопки мыши на карте или перемещаясь в верхней линейке-навигаторе.

Наиболее высокий уровень интерактивности показывает материал «Всероссийский навигатор по детскому отдыху 2017/2018», который представлен в виде таблицы, включающей 252 программы детского отдыха. Здесь предоставляется возможность выбрать регион, цену, сезон, наличие или отсутствие условий для инвалидов и пр., т. е. подобрать таким образом оптимальную программу для своего ребенка. Однако визуальное оформление «навигатора» оказывается непрозрачным до такой степени, что заставляет задуматься, инфографика ли это вообще? В результате отличная идея оказывается плохо реализованной. Блеклые цвета, мелкие иконки, неудачный шрифт делают этот материал «проходным», он не «цепляет» глаз, к нему не хочется возвращаться.

Обратимся к формам репрезентации анализируемой нами интерактивной инфографики. Отталкиваясь от специфики инфографического контента РИА «Новости», разделим его по признаку сочетаемости инфографики с другими компонентами журналистского материала на:

— одиночную интерактивную инфографику, которая, в свою очередь, может а) являться смысловым центром журналистского материала, б) дополнять текстовую информацию;

— многосоставную интерактивную инфографику как совокупность статичных инфографических компонентов;

— интерактивную инфографику как элемент набора инфографических компонентов, где некоторые являются интерактивными, а некоторые — статичными;

— инфографику как часть мультимедийной статьи или сноуфолла.

В зависимости от вида инфографики в представленной классификации различаются и формы ее репрезентации. Так, одиночная инфографика на «RIA.ru» зачастую оказывается представленной в виде карт, например, «Санкции против России и ответные шаги»: в данном случае карта сопровождается списком, переходы по которому выделяют цветом те или иные сегменты карты; в виде интерактивных карт, например, «Все дома реновации», или их сочетания, например, «Битва за Сирию. Освобождение Дейр-эз-Зора» содержит оба вида карт. Также в этом сегменте встречаются графики — «“Большая двадцатка” в цифрах», анимация — «В Крым за 10 минут. Почему вы полюбите мост через Керченский пролив» (URL: <https://ria.ru/infografika/20160704/1458275906.html#top>). Кроме того, в единственном числе нам встретилась инфографика, отображающая процесс и перспективу («Люди сильных профессий. Как работают российские металлурги и горняки»), показывающая стадии процесса производства металла: от добычи угля и руды до металлургического производства (с возможностью пощелкать по агрегатам, цехам, представителям профессий и получить о них дополнительную информацию). Ну и, наконец, в этом ряду можно указать нестандартные инфографические форматы. В частности, материал «Человек-оркестр: собери участников фестиваля “Спасская башня”» (URL: https://ria.ru/spasskaya_bashnya/20170809/1500046159.html) представляет собой нечто среднее между игрушкой и инфографикой. Международный военно-музыкальный фестиваль «Спасская башня» ежегодно собирает более полутора тысяч музыкантов, военных и артистов. И представленный материал призван научить отличать волынщиков от барабашиков, а карабинеров от тирольских стрелков. РИА «Новости» предлагают собрать фигурку музыканта из составных элементов. В случае, если удастся сделать это правильно, появляется окошко, рассказывающее об этом музыканте подробно.

Многосоставная интерактивная инфографика как совокупность статичных инфографических компонентов по большей части представлена инфографическим контентом с низким уровнем интерактивности, как правило, это сборники статичной инфографики самых разных типов. В частности, инфографика «Единый день голосования в России 10 сентября 2017 года» включает в себя несколько статичных карт (отмечены регионы, где проходят выборы депутатов, а также высших должностных лиц и глав муниципальных образований административных

центров и др.) и таймлайн, посвященный истории единого дня голосования. Таким образом, многосоставная инфографика, интерактивность которой заключается лишь в необходимости ее перелистывать, как правило, включает в себя множество форм репрезентации статичной инфографики. Это могут быть схемы, карты, диаграммы, графики и др. — все то, что позволяет с разных сторон рассказать о теме инфографического сообщения.

Интерактивная инфографика как составная часть (одна, две, три и т. д.) инфографического меню в материале выглядит несколько иначе. Так, например, материал «Афганистан после ввода войск ISAF с 2001 по 2017» объединяет три карты, две из них интерактивны: 1) карта, демонстрирующая изменение территорий, подконтрольных Талибану и ИГИЛ с 2001 по 2016 г.; 2) карта, рассказывающая об изменении посевных площадей опийного мака. В то время как третья карта, посвященная минеральным ресурсам Афганистана, интерактивной не является. Однако в целом статья (со всей совокупностью инфографики) представляет собой довольно качественное осмысление вопроса об изменении в Афганистане ситуации с талибами и наркопроизводством с момента ввода сил международной коалиции.

Интерактивная инфографика как часть мультимедийного материала (истории, рассказанной с помощью нескольких мультимедийных средств) или сноуфолла (под которым мы понимаем длинный рассказ, сопровождаемый фотогалереями, аудио- и видеороликами, оформленный с помощью параллаксной верстки) — особая тема. Так, топовым продуктом «RIA.ru» в 2017 г. стала мультимедийная история «Великая русская революция» — объемный материал, объединивший более трех десятков сноуфоллов и сумевший рассказать о событиях столетней давности при помощи анимированных сюжетов, видеохроники, архивных фото, инфографики и, конечно, больших текстов очеркового плана. Можно смело утверждать, что столь масштабный проект является элементом конструирования бренда РИА «Новости». Это формат престижа, созданный в том числе для того, чтобы продемонстрировать собственные возможности, так как создание этой мультимедийной истории, несомненно, потребовало огромной производственной базы, внушительных ресурсов и большого количества временных затрат (проект создавался практически на протяжении года). Он изначально был рассчитан на резонанс, в том числе и в медийном сообществе, которому постоянно нужно на кого-то равняться. Таким образом, завершая анализ мультимедийного проекта «Великая русская революция», необходимо отметить, что он достаточно активно использует инфографику, представляя ее в различных форматах репрезентации (карты, графики, облака тегов, таймлайны, диаграммы и пр.), однако уровень ее интерактивности в целом нельзя назвать высоким, поскольку он сводится лишь к процедуре «прокрутки» материалов колесиком мыши. Эта прокрутка, в свою очередь, активирует инфографику, но при этом она сама остается недоступной для изменения со стороны пользователя.

Итак, подводя итоги выполненного анализа, отметим, что интерактивная инфографика является важным компонентом инфографического контента сайта РИА «Новости». Она фактологична, содержательна, грамотно визуализирована, часто

интересно подана, но при этом содержит и недочеты. В частности, не вся интерактивная инфографика РИА «Новости» открывается. Так, инфографика «Биатлон. Гид по олимпийскому виду спорта» не открылась ни на одном из имеющихся у нас устройств. Мультимедийный проект «Великая русская революция» не всегда удобен при навигации. Далеко не все материалы проекта позволяют вернуться на главную страницу, таймлайн «Поступь революции» при просмотре сноуфоллов и возврате из них всегда «отскакивает» назад и пр. В некоторых инфографических сообщениях визуальная красота оттесняет на второй план информативность, что делает такие материалы неудобными для восприятия и вызывает раздражение. В частности, инфографика «Сирия: путь к победе» (URL: <https://ria.ru/infografika/20171211/1510402487.html>) представлена в виде спирали, и только если кликнуть на ее сегменты, можно посмотреть хронологию событий войны в Сирии. Адекватную последовательность событий можно выстроить только в том случае, если материал просто «скроллить». Если же медиапотребителю придет в голову мысль нажать на сегменты инфографики, последнее, что ему удастся сделать, — это выстроить события в хронологическом порядке. После активации элементов инфографики спираль начинает раскручиваться и закручиваться. В результате теряется всякая логика, рушатся взаимосвязи. Неудачной, с нашей точки зрения, является и инфографика «Расследование “вмешательства” РФ в американские выборы» (URL: <https://ria.ru/infografika/20171201/1510052056.html>), представляющая собой дерево связей. Для ее создания наверняка была проделана титаническая работа. Однако чтобы воспринять эту инфографику, медиапотребителю придется потрудиться не менее ощутимо. Множественность связей, накладывающиеся друг на друга цвета, блеклые иконки переходов на другие вкладки отпугивают потенциальную аудиторию, подавляют желание разобраться в инфографике.

Впрочем, справедливости ради, признаем, что ошибки совершаются всеми, кто хоть что-нибудь делает. В данном случае они единичны. И не портят общего весьма благоприятного представления об интерактивном инфографическом контенте, представленном на сайте. Мы уверены, что продолжение работы в данном направлении принесет немало творческих открытий и будет способствовать созданию по-настоящему интересной, креативной, грамотной инфографики.

1. Симакова С. И. Влияние новых технологий на визуальный контент журналистских материалов // Вестн. Челяб. гос. ун-та. Филология. Искусствоведение ; вып. 94. 2015. № 5 (360). С. 163–169.

2. Симакова С. И. Тенденции визуализации журналистского контента в современных СМИ // Вестн. Сев.-Осетин. гос. ун-та им. К. Л. Хетагурова. 2015. № 3. С. 213–218.

3. Симакова С. И., Федотовский В. В. Инфографика: прошлое, настоящее, будущее // Знак: проблемное поле медиаобразования : [науч. журн.] (Челябинск). 2016. № 3 (20). С. 13–25.