

УДК 769.91

ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ ИНФОГРАФИКИ НА ТЕРРИТОРИИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Ашимова Айнур Мураткызы

ashimova.2494@mail.ru

Студент пятого курса кафедры «Дизайн и инженерная графика» архитектурно-строительного факультета, ЕНУ им. Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан

Научный руководитель – Н.А. Юлдашева

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 полученных знаний. Один из подходов визуализации – это инфографика, стремительно набирающая популярность в СМИ, рекламе, бизнесе, образовании, навигации городов и др.

Владимир Лаптев - кандидат искусствоведения, специалист в области теории графического дизайна, исследователь его истории. Член союза дизайнеров России, определяет инфографику как «область коммуникативного дизайна, в основе которой лежит графическое представление информации, связей, числовых данных и знаний. Используется для быстрой и четкой передачи вербальной информации с формированием связанных с ней визуальных образов». Данная трактовка приближает нас к пониманию инфографики как элемента дизайна.

Опираясь на определение В.В. Лаптева вытекает следующее понятие инфографики. Инфографика или визуализация данных—это графический способ передачи информации, знаний, целью которого является быстро и четко преподнести сложную и объемную информацию в более понятном образе, это одна из форм графического и коммуникационного дизайна. Средствами инфографики помимо изображений являются графики, диаграммы, блок-схемы, таблицы, карты, списки [1].

Газета USA Today одними из первых стали использовать сочетание графики и текста в 1982 году. За несколько лет газета вошла в пятерку самых читаемых изданий страны. Одним из наиболее заметных и востребованных читателями нововведений USA Today стали детальные, хорошо прорисованные картинки с поясняющими комментариями — инфографика. Американские читатели быстро поняли и приняли преимущества такого способа передачи информации — инфографика передавала сообщение быстрее, чем текст. Причиной этому является феномен название которого «Эффект превосходства образа». Обосновывается этот феномен тем, что визуальная информация запоминается и воспроизводится быстрее, так как по сравнению с изображениями эффективность запоминания текста низка потому, что мозг воспринимает его как множество крошечных картинок [2].

Зарождение инфографики на территории Республики Казахстан началось еще во времена советского союза, в первом институте визуализации данных. ИЗОСТАТ был всесоюзным институтом изобразительной статистики советского строительства и экономики, Отто Нейрата пригласили в Москву для создания института в 1931 году.

В 1920-х Нейрат создаёт «Социально-экономический музей», и иллюстратором Гердом Арнтцем и с Мари Рейдемейстер Нейрат создаёт Isotype — символический способ представления количественной информации при помощи легко поддающихся толкованию изображений. Нейрат и его коллеги разработали пропорциональные символы для представления демографической и социальной статистики разных стран и иллюстрации изменений в этих статистических данных в XIX и начале XX столетия, чтобы помочь неграмотным или неспециалистам понимать социальные изменения и видеть неравенство. Эта работа оказала сильное влияние на картографию и графический дизайн. Isotype был также визуальной системой отображения количественных характеристик, относящейся к виду, позднее отстаиваемого Эдвардом Тафти [3].

Если говорить об инфографике и ее развитие на территории нашей страны, можно сказать что на данный момент мы находимся в начале пути, всесферы жизни только сейчас переходят на визуальное представление информации для своей аудитории. В основном в Казахстане инфографику используют для передачи статистических данных,

Сегодня инфографика вывело свое развитие на новый уровень, тем более, инфографику начинают использовать акулы бизнеса для повышения лояльности и интереса к своим компаниям. Одна из более-менее популярных работающих инфографик сделанных на территории Республики Казахстан, это инфографика «КСК Как это работает?», сделанная агентством «Инфографика», также этим же агентством была создана инфографика в виде инструкции по усыновлению и сбору документов для данной процедуры, данный вид инфографики является одним из популярных среди заказчиков на территории нашей страны. Развитие инфографики также зависит от качества подготовки графических дизайнеров в РК. В основном подготовку специалистов в данном направлении ведут частные компании, ведущие обучающие курсы. Подготовка высоко квалифицированных дизайнеров заслуживает особого внимания, в связи с набирающей популярностью инфографики.

Ряд основных преимуществ инфографики:

1. **Время.** Инфографика экономит наше время. Информация очень быстро воспринимается на глаз - информативно, наглядно и точно. Инфографику можно прочесть за 5 минут, по сравнению с обычным текстом, на который мы тратим 20 минут драгоценного времени. Круто!

2. **Конкретика.** Инфографика не льет “воду” и дает только “фильтрованную” информацию. Только факты без оценочных мнений и давления на читателя.

3. **Легко воспринимать.** 90% людей на земле визуалы, и поскольку вся информация визуальная, то нужно совершенствовать мост между глазом и информацией. Таким образом эволюция оформления текста пришла к логическому завершению в видео нашей инфографики.

4. **Вирусность.** Так как инфографика сама по себе привлекательна, у нее в 3 раза больше шансов по переотправке другим людям, чем у простого текста.

5. **Всемирное покрытие.** В нашем мире все чаще и чаще публикуется в онлайн виде. Нужно лишь нажать одну кнопку и инфографика будет в сети, тогда как печатные медиа-компании ограничены в такой роскоши.

Инфографику можно разделить на 4 основных типа.

1. **Статичная инфографика** состоит из фактов, чисел, различных данных, которые взаимосвязаны и зависимы друг от друга. Выглядит состоящей из довольно простых форм, таких как графики, диаграммы, таблицы и т.д.

2. **Динамичная инфографика** проецирует развитие, прогресс, динамичное развитие. Преимущественно применяется для графической визуализации различных социальных и экономических показателей. В такой инфографике часто используются смелые, нестандартные изображения, крупный и яркий шрифт. Самое главное здесь, показать динамику, постоянное развитие и движение.

3. **Инфографика-инструкция** является визуализацией некой последовательности действий, необходимых для обучения, либо разъяснения какого-либо материала. Благодаря

такой визуализации существует возможность доступного понимания каких-либо процессов. Обширное применение получает в виде инструкций для чего-либо. Объяснение разнообразных устройств, принципы работы также относятся к данному типу. Многие компании используют инфографику-инструкцию в виде различных схем для объяснения принципов работы.

4. Видеоинфографика предоставляет возможность наглядно и доступно донести какую-либо информацию благодаря современному технологическому прогрессу. В результате зачитывания зрителем в большей мере запоминается та, или информация. Данный вид инфографики может содержать множество направлений. При однократном просмотре зрители могут запомнить и усвоить более 80% информации. Этот относительно новый вид инфографики в настоящее время невероятно популярен [4].

Все эти типы могут содержаться и в одной инфографике. Они могут переплетаться между собой, взаимосвязываться, и в результате формируют органичное, единое целое.

Список использованных источников

1. Статья Соколовой Ю. В «Инфографика как продукт графического дизайна: Проблема определения понятия»
2. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Инфографика>
3. Статья Екатерины Ушахиной [<https://blog.mann-ivanov-ferber.ru/2014/07/30/luchshe-tysyachi-slov-pochemu-vizualnaya-informaciya-zapominaetsya-bystree/>];
4. Дипломная работа Иманмадилова Мираса Абайхановича.