

## **ІНФОГРАФІКА ЯК ЗАСІБ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОГО КОНТЕНТУ ОНЛАЙН-ВИДАНЬ**

**Решету́ха Тетяна Васи́лівна,**  
кандидат наук із соціальних комунікацій,  
викладач кафедри журналістики,  
Тернопільський національний педагогічний університет  
імені Володимира Гнатюка

Сучасне інформаційне суспільство характеризується стрімкою інтенсифікацією інформаційних потоків, коли розповсюдження, використання, узагальнення і маніпулювання інформацією становить значну частину економічної, політичної та культурної діяльності. За таких умов неминуче настає перенасичення інформацією, коли людина не здатна відібрати навіть потрібні їй факти. У результаті у сучасного реципієнта формується так зване «кліпове мислення», як результат захисту людини від перевантаження інформациєю, тобто сприйняття повідомлення, фрагменти якого індивід вибирає за значущістю чи візуальною привабливістю [3, с. 22]. Відтак зміщуються акценти сприйняття і на перше місце виходять візуальні канали сприйняття інформації. В першу чергу це стосується повідомлень, що містять великі масиви даних, цифр, показників, що притаманно економічній журналістиці.

Численні дослідження підтверджують, що людина 90% інформації сприймає через зоровий аналізатор, адже 70% сенсорних рецепторів знаходяться в очах. Близько половини нейронів головного мозку людини задіяні в обробці візуальної інформації, відтак продуктивність праці людини на 17% є вищою, якщо вона працює з візуальною інформацією, окрім того, на 4,5% вона краще запам'ятовує деталі візуальної інформації [4].

Інфографіка – один із засобів візуалізації – призначена для швидкого і чіткого відображення комплексної інформації для підвищення можливості зорової системи людини бачити моделі і тенденції. Традиційно до жанрів найпростішої інфографіки зачисляють таблиці, графіки, карти, діаграми, гістограми тощо. Більш складна інфографіка може комбінувати текстові блоки, фотографії, карти, таблиці, діаграми, реконструкцію подій, навіть

комікси, все, що може допомогти створити повноцінну графічну розповідь [1]. Основна мета інфографіки – подати інформацію в такий спосіб, щоб вона краще сприймалася пересічним рецепієнтом або спонукала фахівця зробити власні висновки не з тексту, а саме із зображення [3, с. 138].

Першими інфографіку як успішний інструмент інтерпретації економічних показників почали використовувати медіа. «Інформаційна графіка» або «інфографіка» утвердилась як новий жанр журналістики у 1980-х рр. Офіційно інфографіка як явище виокремилася з виходом 15 вересня 1982 р. номера «USA Today» Інформаційні малюнки в 1990-х стали фішкою таких видань, як «New York Times» і «Guardian» [2, с. 163].

Особливо важливо використовувати інфографіку для подання інформації з великою кількістю числових масивів, починаючи від статистичних даних, доходів і видатків бюджету за різними статтями, видатків уряду та органів місцевого самоврядування і до прорахунків «індексу борщу» чи традиційних щорічних «Скільки коштує зібрати першокласника до школи?». Бізнес-технологи стверджують, що широке використання графіків, діаграм і схем є надійним способом справити враження, звернути увагу на ключові моменти при аналізі економічної інформації.

Аналіз використання інфографіки як засобу візуалізації економічної інформації онлайн виданнями «Українська правда» та «Дзеркало тижня» (червень–жовтень 2020 року) засвідчив, що навіть найбільш якісні українські медіа не використовують її можливості на повну.

Усього за означений період було опубліковано 117 статей на економічну тематику у онлайн виданні «Українська правда» та 135 аналогічних матеріали у «Дзеркалі тижня». Інфоргафікабула використана у 40 публікаціях у «Дзеркалі тижня» та 71 публікації в «Українській правді», що на 50% більше, ніж у «Дзеркалі тижня».

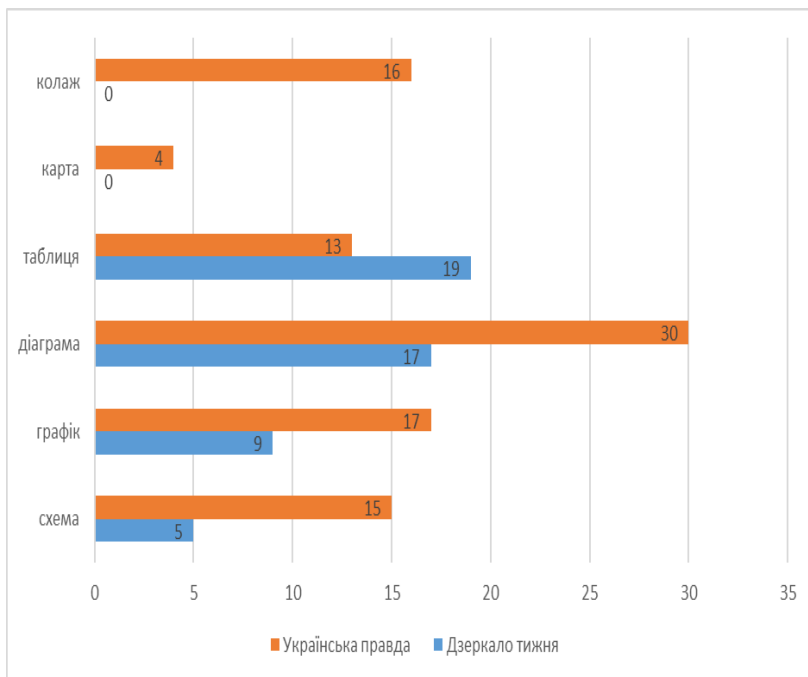


Рис. 1. Види інфографіки у статтях онлайн-видань  
«Українська правда» та «Дзеркало тижня»

Аналіз видів інфорграфіки показав, що найчастіше використовуються різні типи діаграм (стовпчаста діаграма, гістограма, секторна та кільцева діаграми, рідше точкові діаграми). Вони складають 30 випадків (42,2%) від загальної кількості інфографіки в «Українській правді» та 17 випадків (42,5%) у «Дзеркалі тижня». Різні типи графіків зустрічаються у 17 випадках (23,9%) у публікаціях «Української правди» і 9 випадках (22,5%) у «Дзеркалі тижня».

Проведене дослідження показало, що «Українська правда» лідує за частотою використання, різноманітністю та якістю виконання інфографіки.

Сьогодні інфографіка стає невід'ємною частиною медійного контенту, особливо насиченого числами та

статистичними даними. З одного боку, вона дає можливість подати інформацію про певні події чи явища сконцентровано, з іншого – увиразнює текст, робить його більш привабливим для реципієнта. Із зростанням кількості даних, що потребують аналізу чи узагальнення, зростатиме і роль графічного подання такої інформації. Якісна інфографіка, грамотно інтегрована у текст, не тільки увиразнює його, але й привертає увагу реципієнтів, яких лякають «великі тексти» і які за інших умов не наважилися б на його прочитання.

### Література

1. Волинець Г.М. Сучасні тенденції використання інфографіки (на матеріала часопису «Український тиждень»). *Соціальні комунікації*. 2013. № 3–4 (15–16). С. 67–72.
2. Лаптев В. В. Изобразительная статистика : введение в инфографику. Санкт-Петербург : Эйдос, 2012.
3. Шевченко В.Е. Форми візуалізації в сучасному журналі : монографія. К. : Видавець Паливода А. В., 2013. 340 с.
4. Why you brain craves infographics? URL : <https://neomam.com/interactive/13reasons/>