

УДК 37

## Роль инфографики в современных полиграфических изданиях и в процессе создания методических основ обучения дизайнеров в высших учебных заведениях

**Зотова Ксения Владимировна**

Аспирант, старший преподаватель,  
кафедра дизайна и медиатехнологий в искусстве;  
Московский педагогический государственный университет,  
119435, Российская Федерация, Москва, Малая Пироговская ул., 1/1;  
e-mail: ksenya\_vladimirovna\_zotova@inbox.ru

### Аннотация

В статье выделяются некоторые современные технологии в области разработки инфографики в дизайне периодических изданий, исследуется несколько основных ее жанровых спектров. Подробно разбирается такой жанр журналистики, как инфографическая статья, получивший широкое распространение в последние годы. Благодаря тому что визуализированная информация работает быстрее и нагляднее, способствуя ускорению процесса коммуникации. На примере инфографики опубликованной в журналах «IL Magazine», «National Geographic», «Инфографика», «Русский репортер» рассматривается формирование и становление информационной графики периодических изданий на современном этапе развития графического дизайна в странах Европы, Северной Америки и России.

Рассматривается использование инфографики, как метода обучения студентов-дизайнеров в ВУЗе, который позволяет на основе графических образов быстро и эффективно донести до аудитории определенную информацию. Студенты в процессе проектирования не выступают в качестве художников, в данной ситуации, они дизайнеры и журналисты, создающие понятные и логичные схемы и графики, а не приукрашенные, но запутанные структуры, формирование у студентов вузов умения создавать инфографику способствует более эффективному восприятию материала, а также развитию визуального и творческого мышления.

### Для цитирования в научных исследованиях

Зотова К.В. Роль инфографики в современных полиграфических изданиях и в процессе создания методических основ обучения дизайнеров в высших учебных заведениях // Педагогический журнал. 2018. Т. 8. № 5А. С. 528-536.

### Ключевые слова

Дизайн, инфографика, инфографическое проектирование, инновационные методы и формы обучения.

## Введение

XXI век привнес в информационный дизайн массу новых особенностей. На современном этапе развития инфографики наглядное отображение информации по средствам визуализации считается оригинальным и привлекательным решением для периодических изданий, учебников, инструкций и другой полиграфической продукции. Такой вид иллюстрирования как инфографика, завоевал множество сторонников, причина этого в том, что современное человечество ориентированно на зрительный образ. Для графического дизайна крайне актуальны проблемы передачи визуально и образно организованной информации, что способствует оперативности ее считывания для ориентации и поиска в пространстве.

## Основная часть

Современные технологии в области разработки дизайн-проекта и полиграфии дают возможность дизайнеру быстрее работать над композицией инфографики. Используя графические редакторы для верстки и обработки изображений, можно создать оригинал-макет, при этом соблюсти все технические требования и записать его в нужном технологическом формате, что упрощает разработку и дальнейшее тиражирование инфографики [Лаптев, 2016].

В данной статье мы рассматриваем несколько сфер применения инфографики, наиболее интересных для изучения со студентами, такие как, журналистика, книгоиздание и реклама. Такие же области применения инфографики, как отчетность, статистика, география и инструкции, мы опустим, так как они менее актуальны для обучающихся с точки зрения дизайна, и чаще всего решают утилитарные задачи, а не эстетические.

В газетно-журнальном дизайне инфографика разрабатывается с учётом культурного уровня целевой аудитории. В периодических изданиях инфографика многие десятилетия являлась инструментом, выступающим в качестве дополнения к текстовой информации. В последние годы ситуация изменилась: появляется такой жанр журналистики, как инфографическая статья, в которой визуальная часть контента преобладает над текстовой, по данным исследования, такой материал оказывается наиболее успешным.

Работая со студентами-дизайнерами необходимо обратить их внимание на то, что в периодике существует много разных способов подачи информации. Традиционно в периодических изданиях большее внимание фокусировалось на тексте, затем начали использовать изображение. В настоящее время все большую популярность на страницах периодических изданий завоевывает инфографика. Одним из ее функциональных преимуществ является то, что зрителям нравятся визуальные элементы, особенно, если они еще и функциональны. Инфографика, так же, как и качественная фотография, вызывают интерес читателя к статье, так как она больше привлекают внимание зрителя к полосе, чем текстовой блок. Грамотно выполненный дизайн инфографических структур улучшает внешний облик издания. Следует отметить, анализируя со студентами работы дизайнеров в области инфографики, что на первоначальном этапе своего развития, она была настолько нова, что в дизайне было приемлемо практически все, сейчас же сложились определенные правила и тенденции, по которым осуществляется ее построение [Желязны, 2016, 36].

Инфографика в настоящее время является инструментом, передающим информацию, а не является свободным искусством. Студенты, начиная свою деятельность в этой области, должны четко осознавать, что они не выступают в качестве художников, в данной ситуации, они

дизайнеры и журналисты, создающие понятные и логичные схемы и графики, а не приукрашенные, но запутанные структуры. При создании инфографических объектов, актуальными факторами являются читабельность и логический порядок изложения информации.

Изучая со студентами теоретические основы инфографики, целесообразно вспомнить как такие же проблемы, связанные с созданием четкой и ясной типографикой, решались в работах Яна Чихольда, посвященных дизайну книги [Чихольд, 2013, 205]. На современном этапе мы имеем те же тенденции в инфографики, которые мешали создавать полноценную полиграфическую продукцию в конце 19, начале 20 веков – это излишнее насыщение графическими элементами информации, которое ухудшает ее прочтение. Например, неприемлемы слишком яркие подложки, на которых пестрит текст информации, избытие излишних графических элементов также не способствует восприятию информации. Задача студента, начинающего свою деятельность в области инфографического дизайна, состоит в подаче различного рода информации или рекламы ясно и четко, ему надо усвоить, что такая установка актуальна для современного инфографического дизайна.

Рассказывая на лекционных занятиях студентам о проблемах «эффективности» журнальной графики, дизайна и его воздействия на читателя, актуально привести в качестве примера исследование американских ученых Марио Гарсиа и Пегги Старк, в 1984 году ими был снят научный фильм «Как люди читают газеты» [Miller, Garcia, Stark, 1991, 26]. Это было первое исследование по технологии Eye Track. К глазу читающего прикреплялся датчик, который точно фиксировал передвижение взгляда, отображаясь черной точкой на полосах издания. Фильм наглядно демонстрировал, что из двух видов визуальной информации, первой воспринималась изобразительная, а потом знаковая. Была выявлена следующая последовательность: первыми воспринимались иллюстрации, затем заголовки, далее подписи под иллюстрациями, подзаголовки, а потом основной текст. Причем по движению точки, можно выделить два типа восприятия: детальное и периферийное. Важно обратить внимание на то что, когда точка находилась в центре полосы, включалось периферийное зрение, воспринимающее полосу целиком, крупный шрифт, иллюстрации. Детальное, «точечное» зрение воспринимало мелкий текстовый шрифт, т.е. от общего к частному, от крупного к мелкому. Исходя из этих физиологических особенностей, в гештальтпсихологии выделяют два уровня восприятия: микро- и макроуровни, отсюда следует, что для того чтобы привлечь внимание читателя на ту или иную информацию, необходимо первоначально заинтересовать его элементами графики, которые замечаются общим, периферийным зрением [Лаптев, 2011, 20].

Создавая для студентов тематику практических работ, целесообразно включить задания по созданию текстовых таблиц, таким образом на практике студентам будет понятно, что инфографика работает быстрее и нагляднее в таблицах, способствующих ускорению процесса коммуникации. Зачастую текстовые таблицы воспринимаются в качестве своеобразных «зацепок», втягивающих потенциального читателя в материал, а также влияют на восприятие материала читателем, формируя его мнение о прочитанном.

Данное исследование оказало существенное влияние на ряд издательств, которые изменили подход к подаче материала и больше внимания стали уделять дизайну в целом и качеству передачи информации в частности.

Изучая развитие и становление информационной графики со студентами, актуально, чтобы они провели научно-исследовательскую работу, отобразив в отчетах и рефератах процесс использования инфографики ведущими европейскими изданиями, начиная с конца 80-х годов.

Возможно предложить следующие темы для исследования:

1. Возникновение специализированных агентств, использующих инфографику в начале 90-х, например, британское Graphic News.
2. Процессы возникновения мировых информационных агентства (AP, Reuters, AFP и др.) и создание специализированных служб в области инфографики.

На современном этапе развития графического дизайна практически нет журналов и газет в Европе и Северной Америке, которые не используют информационные рисунки. Инфографика достаточно популярна как в общенациональных изданиях, так и в маленьких местных газетах. В Российских изданиях инфографика начинает активно использоваться лишь в последнее десятилетие. До этого момента визуализация в российских журналах сводилась к круговой или столбиковой диаграмме. В настоящее время ситуация меняется, и дизайнеры, занимаясь инфографикой, используют различные формы визуального представления информации: карикатуры, диаграммы, иллюстрации, эмблемы или скетчи. В современных газетных полосах, а также журнальных изданиях большой объем отдается изображению, пусть и информационно насыщенному, но не тексту.

Студент, разрабатывающий инфографику для статьи, должен уделить внимание проблеме композиционно-смыслового решения между текстом и изображением. В процессе работы над проектом студенту необходимо ответить себе на следующие вопросы:

- как эффективно передать информацию читателю;
- какие необходимо создать паттерны восприятия, при которых основным приоритетом должно оставаться преодоление многословности;
- какими средствами возможно создать простое и доступное визуальное сообщение, позволяющее точно воспринимать информацию об идее, услуге или событии.

Преподавателю важно донести до студента то, что дизайн инфографики нельзя перегружать лишними элементами и большой палитрой цветов, все должно «работать» на информативность изображения. Только в этом случае инфографика сможет стать полноценным инструментом визуальной коммуникации [Рэнд, 2016, 9].

Работая со студентами, целесообразно донести до них на сколько инфографика используется и актуальна в Море. В связи с этим необходимо обратить их внимание на ряд зарубежных и российских изданий и проанализировать их. Это, например, самые известные мировые издания, такие как «The Times Newspaper», «The Wall Street Journal», «National post» и др., они конкурируют между собой, осуществляя жесткую борьбу за привлечение внимания аудитории.

Исследования социологов показывают, что среднестатистический пользователь получает за день объем информации равный 174 газетам. В связи с этим, можно предположить, что потребитель задержит свое внимание на том или ином контенте лишь на несколько секунд, поэтому современные издания непрерывно совершенствуют средства и системы информационных коммуникаций, уделяя особое внимание проведению авторских исследований и разработке уникальной инфографики.

Формируя профессиональные компетенции современных студентов-дизайнеров, необходимо донести до их сознания, что информационный дизайн выступает, как эффективное средство передачи информации, вокруг которого наращиваются все новые и новые коммуникативные слои. Данные, публикуемые издательствами, должны активно привлекать все новую и новую аудиторию, погружая читателей в изучение визуализированной статистики, делая их непосредственными ее участниками. Этому способствуют такие существующие в

настоящее время проекты, как «Счетчик мирового населения», где пользователь по дате и месту своего рождения может узнать каким по счету он родился на земле [Gray, Bounegru, Chambers, 2012, 30]. Таким образом читатель постоянно ощущает и осмысливает комплекс вербальных и визуальных контентов.

Так же отдельно полезно обратить внимание студентов на продуманный комплекс системы разработки инфографики в вышеуказанных изданиях: собранные данные, формат полосы набора, используемая гарнитура, иллюстрация.

В процессе проведения предпроектного исследования, наиболее интересными для обучаемых могут быть работы такого известного инфографа, как Дженифер Даниел, ее инфографика близка к Data-art, но таковой не является, работы для журнала «Technology» относят к постмодернистической школе графического дизайна.

Рекомендуется студентам изучить работы американца Нигельса Холмса, работающего в области информационного дизайна, занимающегося политической пропагандой. В своих иллюстрациях дизайнер, наряду с непосредственным сообщением, закладывает мощный идеологический смысл, обусловленный интересами заказчика.

Особым стилем, на который следует обратить внимание, отличаются работы Франческо Франчи, созданные для издания «IL Magazine», его стиль – это плоская графика. Данная форма подачи материала — выразительное средство для передачи информации, она не перегружена детализацией.

Интересно обратить внимание студентов на некоторые российские журналы, такие как: «Афиша», «История», «Максим», «Огонёк», которые активно публикуют на своих страницах инфографические статьи. Посредством инфографики они оформляют опросы читателей, научно-популярные статьи, а также исторические материалы. Представленные в этих изданиях инфографические находки делают их не только разнообразными, но более информационно насыщенными и визуально понятными.

Занятия инфографическим дизайном должны сопровождаться постоянным повышением уровня информированности, на тему того, что происходит в этой области. В России одним из популярных изданий данного направления можно считать журнал «Инфографика», выпускаемый в Санкт-Петербурге с 2011 по 2014 годы. На его страницах авторы экспериментировали с формой подачи данных, что было не традиционно для российских СМИ. Журнал состоял практически из иллюстраций, с помощью ярких и интересных визуализаций редакция журнала исследовала статистику в политике, юриспруденции, экономике и освещает социальные проблемы общества. В первом номере издания рассматривались темы, как потратить 10 трлн. рублей, где живут самые счастливые люди и почему бензин такой дорогостоящий. Показали «кто сколько работает, а кто зарабатывает миллиарды». В третьем номере журнала «Инфографика» редакция изучала, где играют самые дорогие футболисты и какие машины чаще угоняют, а также выявила и визуализировала данные о самых курящих профессиях, а также выяснила все о государственных чиновниках.

Многие схемы и приемы, предложенные авторами в данном журнале получили свое развитие в дизайне других отечественных изданий. В «Инфографике» впервые появляются изображения большого массива данных, когда на первое место выходит именно визуализация, так называемый Data art. Разобраться в деталях с помощью такой инфографики очень сложно, но это не её задача. Она позволяет считать информацию о тенденции. При этом главным критерием оценки становится художественная эстетика объекта, а не функциональность.

Интересно проанализировать со студентами и попробовать на практических занятиях те

наработки, в которых дизайнеры показывали на страницах журнала каким образом возможно экспериментировать с различными материалами для работы руками. В данном журнале была создана рубрика «Hand Made», в ней были представлены работы, созданные вручную: из картона, пластилина и просто физических объектов, без обработки с помощью графических редакторов. Главной целью разработчиков этого издания всегда была визуальная привлекательность оформления данных. Например, спроектированная ими инфографика - «Британские ученые доказали», содержит в себе не только большой массив данных, но она, так же, метафорична и эстетически привлекательна.

Данное издание полезно проанализировать со студентами в процессе теоретической части занятий, и оно может оказать неоценимое воздействие на дальнейшее развитие профессиональных компетенций студентов, вдохновив их на создание креативного дизайна.

Изучение аналитических, общественно-политических журналов дает возможность студентам рассмотреть каким образом документальную и событийную инфографику, отображающую актуальные проблемы, происходящие в стране и мире, например, рассмотрев журналы «Эксперт», «Коммерсантъ. Деньги», можно встретить иллюстрированную статистику на такие темы, как экономика, политика, социология.

Исследуя журнальную инфографику, невозможно не обратить внимание обучаемых на журнал «Вокруг света», который на протяжении многих лет является одним из самых популярных периодических изданий в России. В этом журнале используется большой спектр изображений статистических данных: схемы, таблицы, диаграммы, графики, но если проанализировать издания за период с 2011 по 2018 годы, то можно отметить, что доминирующее количество инфографических элементов составляют карты. Это издание показывает, каким образом карта отражает информацию, и что картография является старейшим видом инфографики.

Анализируя данное издание со студентами, целесообразно обратить их внимание на то, что с точки зрения современной инфографики, карты классифицируются на следующие основные виды: географические; фотографические; картосхемы; искажённые статистические карты; картограммы; архитектурный план.

В соответствии со своей спецификой в журнале «Вокруг света» особое внимание уделяется материалам на научные и исторические темы, что объясняет активное использование карт.

Анализируя использование инфографики в отечественных изданиях, невозможно не обратить внимание на журнал «National Geographic», который выпускается в России с 2005 года и активно использует почти все существующие жанры в инфографическом дизайне. Данное издание неоднократно было отмечено профессионалами и экспертами в области газетного дизайна и визуальной журналистики.

На примере инфографики в журнале «National Geographic» можно представить студентам несколько основных ее жанровых спектров. Инфографика здесь применяется в качестве графических реконструкций событий, в материалах о глобальных мировых изменениях, чрезвычайных происшествиях, которые обладают высокой актуальностью. Также в журнале распространены таблицы, диаграммы, графики, «таймлайны», «барчарты», 3D визуализации. Представлены отдельные инфографические статьи. Такие работы чаще всего занимают площадь полосы или целого разворота, как правило, инфографика в них является составным элементом материала, включающего журналистский текст и визуализацию.

С помощью инфографики данное издание передает информацию о том, как происходило событие, как оно развивалось во времени, кто принимал в нем участие, его географическое

местоположение. Можно на примере данного издания рассмотреть, что диктует использование в издании инфографики, как выбрать самый актуальный и доступный способ визуализации для реализации целей, стоящих перед редакцией, в данном случае реконструкции и воссоздания достоверной картины происходящего.

На страницах журнала «Русский репортер», который выпускается с 2007 года, регулярно публикуются инфографические статьи. Дизайн журнала был выполнен известным дизайнером Михаилом Аникстом, в настоящий момент это издание пользуется спросом у потребителей информации различных социальных и возрастных групп. Периодически в данном издании публикации на актуальные темы сопровождаются информационной графикой, например, для иллюстраций праздников, событий, произошедших за какой-то определенный период. С этой целью применяются различные виды календарей, которые служат для визуализации опросов, проводимых журналистами на тему того, какие праздники отмечаются в семьях, а какие им просто неизвестны и не считаются глобальными, имеющими значение для семьи и страны.

Каждый журнал располагает своей инфографикой, выражающей специфику периодического издания. Исходя из вышеизложенного можно сделать вывод, что обе точки зрения на инфографику, как на журналистский жанр, так и на дополнительный информационный элемент текст, имеют право на существование на современном этапе изучения данного направления.

### Заключение

Приведенные примеры, убедительно доказывают, что инфографика является эффективным решением проблемы передачи информации при выпуске печатных и журнальных изданий. Визуальный облик того или иного издания формируется посредством не только стиля публикаций, но и за счёт инфографического оформления. Изучение инфографических структур студентами вузов и формирование у них умения создавать инфографику способствует более эффективному восприятию материала, а также развитию визуального и творческого мышления [Кузин, 2005, 188], следовательно – актуальное направление подготовки дизайнеров в вузах.

### Библиография

1. Желязны, Дж. Говори на языке диаграмм : пособие по визуальным коммуникациям / Джин Желязны ; пер. с англ. [А. Мучника и Ю.Корнилович] —6-е изд. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2016. — 304 с. С. 36.
2. Лаптев В. В. Макротипографика/Микротипографика— СПб. : Изд-во Политехн. Ун-та, 2011. — 164 с. С 20
3. Лаптев В. В. Проектные основы инфографики. — М. : АВАТАР, 2016. — 287 с. С 9
4. Кузин В.С. Психология живописи / В.С. Кузин. — М.: Оникс 21 век, 2005. — 304 с. С 188
5. Рэнд П. Мысли о дизайне. — СПб.: Питер. 2016 —96 с.:ил. С 9
6. Чихольд, Ян Облик книги. Избранные статьи о книжном оформлении и типографике / Ян Чихольд. - М.: Издательство Студии Артемия Лебедева, 2013. - 228 с. С. 205
7. Шпикерман Э. О шрифте. - М.: ПараТайп, 2005. - 192 с.
8. Edward Miller, Mario Garcia, Pegie Stark. Eyes on the News by Edward Miller. – Poynter Institute, 1991. – с 96. С 26
9. Edward R. Tufte. Envisioning Information. Connecticut. Graphics Press, 1990 – 126 с.
10. Jonathan Gray, LilianaBounegru, Lucy Chambers. The Data Journalism Handbook: How Journalists Can Use Data to Improve the News. – O’Reilly Media, 2012. – 226 с.

---

## The role of infographic in modern polygraphic editions and in the process of creating the methodical basis of teaching designers in higher educational establishments

**Kseniya V. Zotova**

Postgraduate Student, Senior Lecturer,  
Chairs of design and media technologies in art,  
Moscow Pedagogical State University,  
119991, 1, Malaya Pirogovskaya st., Moscow, Russian Federation;  
e-mail: kseniya\_vladimirovna\_zotova@inbox.ru

### Abstract

The article highlights some modern technologies in the development of infographics in the design of periodicals, explores several of its main genre spectra. Such a genre of journalism as an infographic article, widely spread in recent years, is analyzed in detail. due to the fact that the visualized information works faster and more clearly, contributing to the acceleration of the communication process. Using the example of infographics published in IL Magazine, National Geographic, Infographics, Russian Reporter, magazines, we consider the formation and formation of information graphics of periodicals at the current stage of graphic design development in Europe, North America and Russia.

We consider the use of infographics as a method of teaching design students in the university, which allows you to quickly and efficiently convey certain information to the audience based on graphic images. Students in the design process do not act as artists, in this situation, they are designers and journalists who create clear and logical outlines and graphs, not embellished but confusing structures, the formation of the ability to create infographics in university students contributes to a more efficient perception of the material, as well as development of visual and creative thinking.

### For citation

Zotova K.V. (2018) Rol' infografiki v sovremennykh poligraficheskikh izdaniyakh i v protsesse sozdaniya metodicheskikh osnov obucheniya dizaynerov v vysshikh uchebnykh zavedeniya [The role of infographic in modern polygraphic editions and in the process of creating the methodical basis of teaching designers in higher educational establishments]. *Pedagogicheskii zhurnal* [Pedagogical Journal], 8 (5A), pp. 528-536.

### Keywords

Design, infographics, infographic design, innovative methods and forms of education.

### References

1. Edward Miller, Mario Garcia, Pegie Stark. *Eyes on the News* by Edward Miller. – Poynter Institute, 1991. – c 96. C 26
2. Edward R. Tufte. *Envisioning Information*. Connecticut. Graphics Press, 1990 – 126 c.
3. Jonathan Gray, LilianaBounegru, Lucy Chambers. *The Data Journalism Handbook: How Journalists Can Use Data to Improve the News*. – O'Reilly Media, 2012. – 226 c.
4. Kuzin, V. S. (2005) *the Psychology of painting* / V. S. Kuzin. — Moscow: Oniks 21 Vek 304 p.



- 
5. Laptev V.V. (2011) Microtypographic/Microtypographic— SPb. : Publishing house of Polytechnical Institute. UN-TA, 164 p.
  6. Laptev V.V. (2016) Project bases of infographics. - Moscow: AVATAR, 287 p.
  7. Rand, P. Thoughts on design. — SPb.: Peter. 2016 -96 p
  8. spikerman on the font. - Moscow: ParaType, 2005. - 192 p.
  9. Tschichold, Jan, the form of the book. Featured articles about book design and typography / Jan tschichold. - M.: Publishing House Of The Studio Of Artemiy Lebedev, 2013. - 228 C. P. 205.
  10. Zelazny, John (2016) Speak the language of diagrams : a guide to visual communication / gene Zelazny ; lane. from English. [A. muchnikov] —6-e Izd. - Moscow: Mann, Ivanov and Ferber 304 p. p. 36.