

## **ІНФОГРАФІКА – САМОСТІЙНИЙ ЖАНР ЧИ ДОДАТКОВА ФОРМА КОМУНІКАЦІЇ?**

Данілова Дар'я, учениця; ЗОШ №15, Школа Журналістики СумДУ

Частіше за все, в газетах подається інформація в текстовому вигляді, яка деколи розбавлена фотографіями. Є люди, які і не проти читати суцільний текст, а є ті, в яких під час такого сприйняття інформації виникають труднощі.

Журналісти – це не тільки, ті, котрі збирають, обробляють, структурують, оформлюють та доносять до читачів інформацію, а й як одне «із»: вони не погані психологи.

Вже давно доведений той факт, що за допомогою візуальної графіки інформація сприймається значно легше та ефективніше.

Що мається на увазі під словосполученням «візуальна графіка»? Мається на увазі не звичайні малюнки, карикатури, фотографії, а інфографіка. Існує велика кількість понять інфографіки, але пропонуємо вам найлегше та найзрозуміліше. Інфографіка – це графічне візуальне подання інформації, даних або знань, призначених для швидкого та чіткого відображення комплексної інформації.

Якою ж повинна бути правильна інфографіка? По-перше, вона повинна бути зрозумілою. Створюючи візуалізацію, потрібно пам'ятати, що від того як ми подаємо її, так її і зрозуміють. Таким чином, не можна допускати перешкоджання сприйняттю інформації. Потрібно правильно підбирати кольори та шрифти. По-друге, інфографіка, як і будь-який журналістський матеріал, повинна бути інформативною та правдивою. По-третє, якщо інфографіка є доповненням текстового матеріалу, то вона повинна доповнювати та підтверджувати текст в ньому, ні в якому разі не суперечити і не бути відокремленою. Найголовніше, потрібно пам'ятати, що інфографіка полегшує сприйняття інформації, а не навпаки.

Серед функцій інфографіки виділяють [1, с. 68]:

- Інформування;
- Полегшення сприйняття інформації;
- Привернення уваги читача;
- Лаконічне поєднання великих обсягів інформації;
- Підсилення довіри до повідомлюваного.

Виникає питання. Інфографіка – це самостійний жанр чи лише додаткова форма комунікації?

Існують різні твердження, якими ми не можемо знехтувати в своїй роботі. Перше твердження: інфографіка – самостійний жанр. Так, наприклад, вважає Н. Лосева [2], яка розглядає інфографіку як самостійний жанр, як складну конвергенцію різноманітних технологій і знакових систем, що, у першу чергу, є результатом висококваліфікованої журналістської праці, який передбачає публіцистичний підхід у творчій діяльності, вміння працювати в команді, досвід роботи з інформацією. Інше твердження: інфографіка – лише додаткова форма комунікації. Так, наприклад, вважає В. Тулупов [3].

Ми розглянули приклади інфографіки у сумських виданнях «Данкор» та «Панорама», які наочно демонструють нам її функції та ознаки. Із розгляду прикладів інфографіки, які ми знайшли, можна зробити висновок, що всі вони і дійсно можуть існувати окремо від тексту. Якщо говорити про сумські видання, то ми не знайшли відокремленої від тексту інфографіки. Кожна з них може виступати, як окремий, повноцінний жанр, який відповідатиме стандартам журналістики.

Можна зробити висновок, що інфографіка як відносно новий спосіб донесення інформації до читачів є значно дієвішою ніж суцільний текст, а головне інфографіка може виступати як окремий повноцінний жанр.

Керівник: Осюхіна М. О., *керівник школи журналістики СумДУ*

1. Волинець Г. М. Сучасні тенденції використання інфографіки (на матеріалі часопису «Український тиждень») / Г. М. Волинець // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. – 2013. – № 3-4. – С. 67-72.
2. Лосева Н. Конвергенция и жанры мультимедиа / Н. Лосева // Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. – М., 2010. – С. 129-135.
3. Тулупов В. Дизайн периодических изданий : [учебник] / В. Тулупов. – СПб. : Издательство В.А. Михайлова, 2006. – 224 с.