

УДК 7.05:766

АНАЛІЗ СКЛАДОВИХ ЕЛЕМЕНТІВ ІНФОГРАФІКИ

Студ. К.В. Бурсак, гр. БДweb-16
Науковий керівник доц. О.С. Васильєва
Київський національний університет технологій та дизайну

Мета і завдання. Метою мого дослідження є визначення, що інфографіка являється актуальною та затребуваною галуззю дизайну на сьогоднішній день для представлення інформації у різних сферах діяльності. Моє завдання полягає у тому, щоб дослідити рівень розвитку та основні складові елементи інфографіки на основі аналізу теоретичних джерел та реклами. А також визначити її основні переваги, а саме транслявання інформації в більш зручному вигляді в порівнянні з текстовим еквівалентом та зрозуміле широкому колу глядачів подання матеріалу за допомогою знаків та символів, що можуть бути зрозумілі різномовним глядачам у різних країнах.

Об'єкт та предмет дослідження. Інфографіка сьогодні – це потужний інструмент для створення рекламних та соціальних роликів. Її використовують там, де складну інформацію потрібно висвітлити швидко, зрозуміло, візуально точно, а головне доступно для всіх. Визначення основних інфографічних складових, що найкраще запам'ятовуються та доносять суть поданої інформації до глядача, є важливим питанням, що поліпшить ефект рекламного або освітнього відео-продукту та надасть змоги якісної подачі інформації та новацій у вирішенні дизайнерських задач.[1]

Методи та засоби дослідження. Робота базується на комплексному підході, що дозволяє дослідити як базові засоби інфографічного дизайну, так і анімаційні засоби створення проекту — рекламного ролика. Мистецька складова предмету дослідження потребувала використання методів формального й образно-стилістичного аналізу. Графічно-аналітичний метод застосовано для візуалізації результатів дослідження.

Наукова новизна та практичне значення отриманих результатів. Наукова новизна здобутих результатів полягає в тому, що в роботі вперше:

- теоретично обґрунтовано й структуровано композиційні засоби проектно-художнього інструментарію інфографіки для створення мультимедійних продуктів, зокрема таких, як рекламний ролик;
- визначено й класифіковано графічні засоби та прийоми у проектно-художньому інструментарії;

Практичне значення полягає у можливості використання здобутих результатів для подальших досліджень у цьому напрямі, а також використання фахівцями у практичній діяльності.

Результати дослідження. Інфографікою можна назвати будь-яке співвідношення тексту та графіки, створене задля того, щоб викласти ту чи іншу історію, інформацію або факт. Інфографіка працює там, де потрібно показати механізм та алгоритм якоїсь роботи, співвідношення предметів та фактів в часі і просторі, продемонструвати тенденцію, показати як що виглядає, організувати великі обсяги інформації.

Своїй появі інфографіка як наука, що використовує візуальні форми та засоби передачі інформації, завдячує американським вченим Едварду Тафті та Пітеру Салівану. Провівши незалежно один від одного значну кількість дослідів та опрацювавши велику базу даних, науковці прийшли до висновку, що через знакові засоби візуалізації, якими є графіка, ілюстрації, дизайн, анімація, карти-схеми,

електронні ресурси, відеосюжети тощо можна прочитати або побачити закладені в них великі обсяги інформації. Внесок Едварда Тафті у розвиток візуалізації даних та інформаційної графіки полягає у створенні концепції інфографіки та розробці великої кількості наочних прикладів. Науковець також вказав на необхідність застосування таких принципів побудови графіки як точність, достовірність, масштабність, ефективний візуальний дизайн, структурованість, категоріальність, лаконічність, блоковість. [2]

На основі даних досліджень найбільш яскраві та ефективні засоби створення інфографічної реклами можна поділити на декілька категорій з відповідними підпунктами: візуальні засоби: кольорові, текстурні, шрифт, графічні, композиційно-пластичні, анімаційні; аудіо; сюжет; [3]

Не дивлячись на те, що інфографіка може застосовуватися практично в будь-якій дисципліні, на думку Джона Боттома, її можна розділити на три різні категорії:

- числа в зображеннях: найбільш поширена категорія, котра дозволяє зробити числові дані легкозрозумілими;
- розширений список: статистичні дані, лінії часу, просто набір фактів, який може бути візуалізованим;
- процес і перспектива: слугує для візуалізації складного процесу чи надання перспективи; [1]

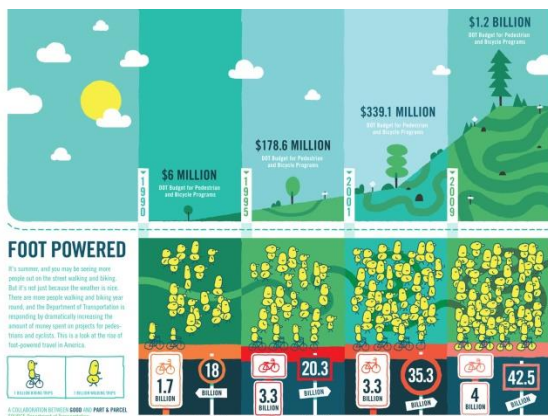


Рисунок 1 – Приклад інфографіки

Сьогодні однією з найпоширеніших форм інфографіки є іконка. Це елемент графічного інтерфейсу, невелике зображення, що репрезентує застосунок, файл, теку, вікно, компонент ОС, пристрій, тощо.

Висновки. Виявлено, що інфографіка визнана як тренд сучасної комунікації та використовується у різних медіа напрямках. Визначено складові, які є важливими при створенні інфографічного дизайну – знаково-символічне зображення, зв'язок символів та змісту, логіка та послідовність подання інформації

та динаміка елементів зображення. Знаючи та правильно використовуючи їх, можна з легкістю піднести важкозрозумілу інформацію в свіжій візуальній манері. Інфографіка розвивається швидкими темпами разом з розвитком комп'ютерних технологій, що говорить про актуальність даного дослідження.

Ключові слова. Інфографіка, шрифт, графіка, візуальне сприйняття, інформація, реклама.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Мурашко М. В. Принципи візуального сприйняття інформації в дизайні рекламного ролику / М. В. Мурашко // Аркадія. — Одеса, 2015. - № 4 (45). — С. 88-89.
2. Гаврилюк А. М. Інфографіка як інноваційний засіб поширення туристичної інформації/ А. М. Гаврилюк// Державне регулювання комунікаційного забезпечення туристичної індустрії в Україні : автореф. дис... канд. наук з держ. управління : спец. 25.00.02 / А. М. Гаврилюк – Київ, 2011. — С. 45.
3. Данилець А. Инфографика в рекламе [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.proza.ru/2013/01/13/1123>. – Назва з екрану