

Секция «Журналистика»

Инфографика как мультимедийный текст СМИ

Лайкова Яна Владимировна

Аспирант

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, журналистика,
Москва, Россия*

E-mail: yanal88@mail.ru

Ключевыми характеристиками современной редакции как печатного, так и электронного издания являются мобильность, универсальность, интерактивность и мультимедийность. Увеличивающиеся с каждым днем скорость и объем передачи данных влекут за собой потребность в качественной и быстрой коммуникации СМИ и аудитории. Сегодня журналисты не отдают предпочтение какому-либо одному способу коммуникации, напротив, по возможности объединяют в своих материалах текстовую, визуальную и звуковую составляющие. Этому способствуют прогресс компьютерных технологий и развитие цифровых устройств.

Мультимедийность текста СМИ подразумевает следующие параметры:

- наличие гипертекстовых ссылок;
- возможность индивидуализировать текст – настроить его «под себя»;
- общение с пользователями посредством комментариев к материалу, в социальных сетях на странице издания и т.д.;
- интерактивность и использование контента, получаемого от аудитории;
- голосование.

Мультимедиаязык – язык, сочетающий в себе изображение, звук и текст, - открывает новые реалии взаимодействия журналиста и читателя.

Человек, который предпочитает линейное восприятие информации фрагментарному, сегодня может создавать свой порядок прочтения материала, используя навигацию по тексту с помощью гиперссылок, переходов по страницам как печатной, так и электронной полосы. Интерактивность предлагает свободу выбора информации. Человек выстраивает свою логику перемещения по тексту, а значит, уже создает свой текст, то есть происходит индивидуализация журналистики.

Мультимедиазация СМИ отразилась и на такой области журналистики, как инфографика. Инфографика - это визуальное представление данных с помощью их систематизации, введения алгоритма и схемы прочтения. Она может быть самостоятельным материалом или частью журналистского текста – своеобразным маркером, привлекающим внимание читателя к публикации. Особенностью инфографики является ее информационная насыщенность.

Инфографика представляет собой статичную или динамичную схему, в создании которой участвуют журналист и дизайнер. Преимущество этого мультимедийного продукта в том, что можно показать, к примеру, реконструкцию события или описание предмета методом послойного отображения данных. В этом случае инфографика состоит из ряда кадров, которые «пролистывает» читатель. Этот метод визуализации обладает всеми чертами интерактивного материала. У читателя есть возможность отметить понравившуюся инфографику, прокомментировать ее, создать свое повествование, формируя последовательность просмотра кадров.

Несомненно, мультимедийных возможностей при создании инфографики у электронных СМИ гораздо больше, чем у печатных. Здесь играет роль наличие звука и внедрение видео-изображений, прокрутка страницы по вертикали и горизонтали (то есть, по сути, неограниченная площадь для творчества). Однако газеты и журналы также успешно развивают инфографику: создаются макеты и шаблоны для быстрой и комфортной работы дизайнеров, идет работа над 3-d изображениями, имитирующими реальность, выстраиваются сложные схемы навигации по «инфографическому повествованию». Происходит процесс конвергенции, опыт печатных СМИ перенимается электронными изданиями и наоборот. Журналисты, дизайнеры, инфографы работают одновременно для обеих версий издания – для печати и интернета, проявляя навыки специалистов с интегральными компетенциями.

Литература

1. Веласко Хуан. «Национальная инфографика» Хуана Веласко. URL: <http://www.design-management.ru/articles/articles/?id=313>.
2. Качкаева А.Г. Журналистика и конвергенции: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. М., 2010. 200 с.
3. Концевой М. Интерактивная журналистская инфографика: феномен, тенденции, инструментарий. Электронная библиотека БГУ.
4. Маклюэн М. Понимание медиа. М., 2007.