

ИНФОГРАФИКА КАК ТРЕНД В ЗАРУБЕЖНОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ ДАННЫХ (НА ПРИМЕРЕ БРИТАНСКИХ И АМЕРИКАНСКИХ МЕДИА)

С. Н. Гикис

Институт международных отношений Пятигорского государственного университета

Поступила в редакцию 14 ноября 2018 г.

Аннотация: в данной статье рассматривается мейнстрим современной журналистики — инфографика, исследуется контент и специфические черты инфографических проектов в британских (*The Telegraph, The Times, The Guardian, The Daily Mirror*) и американских (*The USA Today, The Wall Street Journal, The New York Times, The Washington Post*) изданиях. Выявляется ресурсный потенциал инфографики, определяется дальнейшее направление в развитии журналистики данных.

Ключевые слова: инфографика, журналистика данных, визуализация, лонгрид, сторителлинг.

Abstract: *this article discusses the leading mainstream of modern journalism — infographics, explores the content and specific features of infographic projects in the UK (The Telegraph, The Times, The Guardian, The Daily Mirror) and American (The USA Today, The Wall Street Journal, The New York Times, The Washington Post) media outlets. This article reveals the resource potential of infographics, and determines the further direction in the development of data journalism.*

Keywords: *infographics, data journalism, visualization, longread, storytelling.*

Инфографика занимает большое место в исследовании современных специалистов в области журналистики и массовых коммуникаций [1–6], но использование инфографики в системе зарубежных медиа в настоящее время является малоизученным. Особенно интересен данный тренд в британских и американских газетах, где инфографика присутствует в различных тематических разделах, причем как в стандартных, так и в нетипичных формах.

В британской прессе, для которой характерно деление на медиа по политической направленности (консервативные, центристские, либеральные, лейбористские), частота использования инфографики также зависит от этой характеристики. За исследуемый пятилетний период (2013–2018 гг.) реже всего инфографика появлялась на страницах консервативной прессы и, в частности, в газете *The Telegraph*, где ей были присущи следующие черты:

— *представление данных на инфографике в виде лонгридов* (например, 2 февраля 2016 г. в газете *The Telegraph* была опубликована инфографика «Азиатский банк инфраструктурных инвестиций», посвященная этому новому банку [7]. Она состояла из десяти блоков: название банка на фоне фотографии его здания; сведения о церемонии открытия; вступление из четырех блоков с информацией о полном наименовании, капитале, назначении и штаб-квартире; сведения о 57 основателях — на фоне карты показано их количество по частям света; направления инвестиций в виде пиктограмм; текстовая информация о росте капитала; вертикальная блок-схема

управленческой структуры; справка о главе банка; хроника создания банка в виде непрерывной линии с ключевыми датами и событиями на ней и последний раздел — горизонтальная блок-схема с тремя вариантами ожидаемой прибыли от этого банка. В виде обычной статьи та же информация могла бы занять разворот газеты, однако в данном случае ее уместили на одной иллюстрации, пусть даже длинной, которую читателю нужно было прокручивать несколько раз. В виде подобных лонгридов *The Telegraph* публиковала также инфографики, посвященные развитию экономики Китая (по полугодиям), способам обеспечения будущего детей жителями Великобритании, пенсионным накоплениям работающих пенсионеров, безопасным покупкам в Интернете и пр.);

— *акцент на экономическую и экономико-социальную инфографику, адресованную разным слоям населениям и объединяющую сведения о разных государствах* (в основном о крупных экономиках Китая, США);

— *использование приемов сторителлинга, когда информационные блоки выстроены в хронологической либо аналитической последовательности и в совокупности производят впечатление законченной истории* (в качестве примера можно назвать инфографику «Связь с НТИМ», посвященную занятости специалистов в четырех областях (наука, технологии, инженерные должности и математические расчеты) [7]. На ней подробно показано, как рос этот сектор экономики в США, Великобритании и Европейском союзе по отдельности, продемонстрированы основные тренды за пять лет в мире в целом, текущее состояние занятости, наиболее значимые события по-

следнего года и прогноз для НТИМ с контрольными датами 2020 и 2023 гг.);

— *использование фотографий* — причем как отдельных людей, чья биография кратко освещалась в инфографике, так и сюжетных фотоснимков, на которых была показана какая-либо ситуация — в этом случае инфографика заменяла собой репортаж (пример: инфографика «42 часа страха в Гуандуне», иллюстрирующая статью о призывах к смертной казни для преступников, занимающихся торговлей детьми в Китае и рассказывающая историю похищенного китайского мальчика, которого полиции удалось вернуть матери спустя 42 часа. На этой инфографике, имеющей вид хроники событий, использовались три разных фотографии — с уличной камеры видеонаблюдения, в полицейском участке и дома после возвращения ребенка) [7]).

Практически с той же частотой, что и The Telegraph, инфографику публиковала центристская британская газета The Times. Оправдывая статус уважаемого издания, она обращалась к графическим форматам визуализации данных в основном при подготовке статей по социально-экономической проблематике (так, в виде инфографики представлялись данные исследований на темы: «Делает ли богатство людей счастливее?», «С кем нам наименее комфортно говорить о деньгах?»); отчетная горизонтальная инфографика в 2014 г. была посвящена проблеме алкоголизма в Ирландии — потреблению, вреду для здоровья, доходам от продажи алкоголя в бюджет). В единичных случаях в виде инфографики представлялись сведения о прогнозе погоды (на неделю, на месяц), а также сведения о спортсменах. В частности, 23 марта 2017 г. здесь была опубликована инфографика «Льюис Хэмилтон» о пилоте «Формулы-1», на инфографике он был изображен в полный рост, а справа от него журналист разместил данные о его участии в гонках [8].

В отличие от The Telegraph и The Times, в основном публиковавших инфографику эпизодически и по особым поводам, либеральная газета The Guardian с 2009 г. считает визуализацию данных одним из ключевых направлений своей работы, а потому инфографика в ней появляется на регулярной основе для демонстрации сведений из разных сфер общественной жизни и для разной аудитории (в частности, в газете The Guardian существует как отдельное направление «Инфографика для детей»; для профессионалов массмедиа журналистами газеты было подготовлено 144 публикации о том, как эффективнее работать с инфографикой в рамках журналистики данных). Информационными поводами для инфографики в газете The Guardian могут быть праздники (к примеру, инфографика «Существует ли формула идеального свидания?» была опубликована в 2014 г. в День святого Валентина), спортивные состязания, выборы, вручение между-

народных премий (таких как Нобелевская), стихийные бедствия, принятие бюджетов в разных странах мира; инфографика востребована для демонстрации статистических данных, как правило, в этом случае информация наносится на географическую карту соответствующей территории, участки карты раскрашиваются в разные цвета [9].

В качестве особого направления в газете The Guardian следует выделить инфографический цикл по тематике летних Олимпийских игр в Лондоне. Журналисты подготовили серию объемных и содержательных инфографик и поместили их в специальный раздел на сайте издания («Данные об Олимпиаде в Лондоне — 2012») [9]. В него, в частности, вошли: инфографика в виде фотографий спортсменов, установивших самые стойкие рекорды, с пояснениями к ним; инфографика-таблица с расписанием состязаний; сложная трехблочная географическая инфографика с размещением олимпийских объектов на карте Великобритании, на карте Лондона и на панорамном плане Олимпийского парка; чертежная инфографика, демонстрирующая назначение каждого яруса Центрального олимпийского стадиона; чертежная инфографика, показывающая структуру смотровой башни в Олимпийском парке; инфографика из мини-рисунков ключевых олимпийских объектов с указанием их принадлежности; инфографика в виде трехуровневой круговой диаграммы, посвященной олимпийскому бюджету; инфографика с указанием доходов и убытков от проведения Олимпийских игр для бюджетов семи стран; сложная инфографика с картами, фотографиями и блоками данных на тему обеспечения безопасности Олимпийских игр. Данный инфографический цикл остается одной из наиболее посещаемых страниц на сайте The Guardian даже спустя шесть лет после Олимпийских игр. Во всех его инфографиках использовались одни и те же приглушенные цвета, шрифт, светлый фон; практически везде цвет основного текста — черный, к ключевым данным внимание привлекалось полужирным шрифтом и курсивом. Обращает на себя внимание и то, что любая из перечисленных инфографик цикла, даже содержащая значительный объем данных, тем не менее по размеру не превышала размер экрана, ее не нужно было прокручивать читателю (в отличие от инфографик в газетах The Telegraph и The Times).

Ведущее лейбористское издание — The Daily Mirror — разделяет идеи Лейбористской партии Великобритании, оспаривающей у руководящей партии консерваторов право на власть, а потому и его журналисты стремятся подавать информацию в максимально привлекательном виде, постоянно расширяя свою аудиторию. Инфографика в The Daily Mirror публикуется в различных формах, в том числе и в интерактивном виде, что не свойственно другим британским газетам и является элементом фирменного стиля The Daily Mirror. Образцы такой инфографики

объединены на сайте издания в отдельный раздел, где можно увидеть следующие виды форматов:

— *интерактивная инфографика в виде видеороликов* (сочетание текста и пиктограмм, в основном на медицинские темы);

— *обзорная интерактивная инфографика в виде flash-анимации* (например, пользователь видит календарь на год, в котором отдельные цифры выделены красным: при нажатии на каждое число появляется короткое информационное сообщение о важном событии, датированном этим днем);

— *структурная интерактивная инфографика в виде flash-анимации* (в частности, на инфографике «Инаугурационное собрание 8-го парламента» помимо фотографии и текста о последних выборах читатель мог увидеть на схеме партийную структуру нового, восьмого по счету, парламента Шри-Ланки, где каждый цвет соответствовал одной из шести партий. При нажатии на одну из семи цифр рисунок менялся и показывал структуру каждого из предыдущих семи парламентов, т.е. фактически эта инфографика объединила в себе восемь разных инфографик);

— *портретная интерактивная инфографика в виде flash-анимации* (так, после выбора кабинета министров в 2015 г. The Daily Mirror опубликовала инфографику «Государственные и исполнительные министры национального правительства», на которой разместила небольшие портреты всех 42 назначенных министров; при нажатии на любой из портретов появляется мини-инфографика с указанием полного имени этого министра, его должности, партийной принадлежности, округа, числа проголосовавших за него);

— *обучающая поэтапная интерактивная инфографика в виде flash-анимации* (например, инфографика «Как голосовать на общих выборах 2015 г.»; читателю предлагалось нажимать на пиктограммы и читать появляющиеся описания каждого этапа участия гражданина в выборах. Пиктограммы предварялись анонсом предстоящих выборов в 15-й парламент в виде короткого информационного сообщения);

— *отчетная спортивная интерактивная инфографика в виде flash-анимации* (как правило, публиковалась перед полуфиналами и финалами крупных спортивных состязаний, на такой инфографике демонстрировались общие сведения о финалистах с их портретами и показателями; при нажатии на портрет открывалось еще несколько инфографик, посвященных пути к финалу выбранного спортсмена или спортивной команды);

— *биографическая интерактивная инфографика в виде flash-анимации* (могла объединять в себе как сведения об известной личности с момента его рождения, так и подробно описывать этапы его карьеры. К примеру, 24 марта 2015 г. в The Daily Mirror была опубликована инфографика, посвященная фельдмаршалу С. Фонсеке, на которой можно было увидеть его

портрет, новость о присуждении ему звания фельдмаршала, хронологию присуждения ему воинских званий с описанием заслуг для каждого из них (появлялось при нажатии на соответствующую дату), сведения о наградах) [10].

В целом можно констатировать, что обращение к интерактивной инфографике в The Daily Mirror было обусловлено стремлением журналистов уместить значительный объем информации на одной картинке, объединить в ней несколько статей, с одной стороны, и составить у читателя общее впечатление о длительном процессе, с другой.

Подобно британским медиа, популярные американские издания в рассматриваемый период также регулярно обращались к инфографике, однако в большинстве из них заметна тематическая специализация. Так, самая массовая газета в США The USA Today сосредоточилась на подготовке спортивной инфографики в нескольких вариантах:

— *личностная инфографика с фотографией в полный рост и спортивными данными одного спортсмена* (в газете The USA Today есть серия таких инфографик, посвященных рекордам ведущих игроков Национальной футбольной лиги);

— *отчетная инфографика, посвященная показателям обсуждения конкретных спортивных тем в социальных сетях* (на ней можно увидеть, какие спортсмены чаще всего упоминались в сетях Twitter, Facebook, Instagram за прошедшую неделю);

— *статистическая игровая инфографика, посвященная одному спортивному состязанию и объединяющая различные показатели действий соперников;*

— *анонсная инфографика со сведениями обо всех командах чемпионата и расписанием игр* [11].

Вторая по популярности после The USA Today американская газета The Wall Street Journal, представляющая собой специализированное деловое издание, закономерно предлагала читателям в качестве инфографики экономические данные, причем в большинстве случаев — в виде различных диаграмм. Для нее характерны регулярные сравнения графиков и числовых показателей, частое использование лонгридов, причем если в британских газетах The Telegraph и The Times в основном публиковались узкие лонгриды с 1–2 элементами в строке, то в газете The Wall Street Journal одна строка могла включать до 5–8 элементов (блоков информации, графиков, пиктограмм), вследствие чего такая инфографика выглядела как отчет для профессионалов отрасли. В качестве примера можно привести инфографику «Шторм, который переформатировал экономику США», опубликованную 6 сентября 2013 г. На ней объединена информация о пятилетнем влиянии экономического кризиса на экономику США, что в совокупности составило пятьдесят информационных блоков (в их числе три карты, двадцать три графика, двадцать гистаграмм) [12].

Для еще одной популярной американской газеты The New York Times была характерна инфографика по политической проблематике, в основном — в виде пиктограмм, демонстрирующих распределение мест в различных органах государственной власти США. Второе важное тематическое направление этой газеты — социальная инфографика, демонстрирующая уровень бедности среди разных социальных групп, показатели безработицы и социальной мобильности (также по группам).

От трех перечисленных изданий отсутствием такой выраженной тематической специализации отличается газета The Washington Post, журналисты которой демонстрируют творческий подход и в выборе тем (от президентских выборов до премьеры очередного фильма из серии «Звездных войн»), и в том, как представлять данные. Помимо традиционных инфографик в виде диаграмм, таблиц, графиков и пиктограмм, в газете можно увидеть инфографику в виде скетчей (нарисованную от руки на обычной старой бумаге и сфотографированную для размещения на сайте), со вставками в виде фотографий объектов и людей, социальную инфографику в виде олимпийских колец (разного размера, демонстрирующих показатели, не связанные со спортом). В 2018 г. во время чемпионата мира по футболу в России журналисты Л. Тьерни, Р. Фишер-Бау и Т. Меко объединили в одной статье несколько инфографик, демонстрирующих предпочтения американских болельщиков по городам США, при этом каждой команде-участнице чемпионата соответствовала своя матрешка, раскрашенная в цвета ее национального флага [13].

В целом, подводя итоги, можем сделать вывод о том, что в зарубежной журналистике данных инфографика сохраняет актуальность, демонстрируя развитие по трем основным направлениям: увеличение объема данных, сторителлинг, охват тематических областей, для которых ранее инфографика была не характерна. В инфографике все в большей степени используются фотоизображения политических и общественных деятелей, персонажей фильмов, рисунки и шаржи, что положительно влияет на ее запоминаемость. В будущем можно ожидать усиление этой тенденции, постепенного превращения инфографики из информационно-аналитического в развлекательный формат публикации журналистских данных.

Институт международных отношений Пятигорского государственного университета

Гикис С. Н., кандидат педагогических наук, доцент кафедры конфликтологии, связей с общественностью и журналистики

E-mail: gikissvetlana@mail.ru

ЛИТЕРАТУРА

1. Лаптев В. В. Инфографика: основные понятия и определения / В. В. Лаптев // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. — 2013. — № 184. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/infografika-osnovnyye-ponyatiya-i-opredeleniya> (дата обращения: 14.11.2018).
2. Куликович В. И. Инфографика специализированного журнала «Отдел кадров» / В. И. Куликович, А. Ф. Тышкевич // Труды БГТУ. — 2015. — № 9. — С 82–86.
3. Рева Е. К. Особенности инфографики в журналах «Русский репортер» и «Эксперт» / Е. К. Рева // Известия ПГПУ им. В. Г. Белинского. — 2011. — № 23. — С. 219–223.
4. Симакова С. И. Инструменты визуализации информации в СМИ: таймлайн / С. И. Симакова // Вестник ННГУ. — 2017. — № 4. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/instrumenty-vizualizatsii-informatsii-v-smi-taymlayn> (дата обращения: 14.11.2018).
5. Тулупов В. В. Изобразительная журналистика в газете / В. В. Тулупов. — Воронеж: Кварта, 2012; его же: Техника и технология медиадизайна. Пресса. — М.: Аспект Пресс, 2018.
6. Юфкина С. Б. Инфографика как конвергентный жанр в современных СМИ / С. Б. Юфкина // Огарёв-Online. — 2015. — № 19 (60). — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/infografika-kak-konvergentnyy-zhanr-v-sovremennyh-smi> (дата обращения: 14.11.2018).
7. Официальный сайт The Telegraph. — Режим доступа: <https://www.telegraph.co.uk> (дата обращения: 08.10.2018).
8. Официальный сайт The Times. — Режим доступа: <https://www.thetimes.co.uk> (дата обращения: 08.10.2018).
9. Официальный сайт The Guardian. — Режим доступа: <https://soulmates.theguardian.com> (дата обращения: 08.10.2018).
10. Официальный сайт The Daily Mirror. — Режим доступа: <http://www.dailymirror.lk/infographics> (дата обращения: 08.10.2018).
11. Официальный сайт The USA Today. — Режим доступа: <https://touchdownwire.usatoday.com> (дата обращения: 08.10.2018).
12. Официальный сайт The Wall Street Journal. — Режим доступа: <https://www.wsj.com> (дата обращения: 08.10.2018).
13. Официальный сайт The Washington Post. — Режим доступа: <https://www.washingtonpost.com> (дата обращения: 09.10.2018).

Institute of International Relations of the Pyatigorsk State Linguistic University

Gikis S. N., PhD in Pedagogics, Assistant Professor, Chair of Conflict Management, PR and Journalism

E-mail: gikissvetlana@mail.ru