

Інфографічний документ як інструмент підвищення якості електронного документообігу

Таранюк-Русанівський Кирило

*Кафедра інформаційних комунікацій та бібліотекознавства
Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, Київ, Україна
rusanivsky@gmail.com*

The paper reviews infographic as graphic visual representations of information, data or knowledge intended to present information quickly and clearly. The author shortly describes historiography, methods of creation and types of infographic. In addition to this, the paper indicates the meaning of infographic in records management.

Ключові слова: інфографіка, інформація, графічний дизайн, візуалізація, електронний документообіг.

В умовах стрімкого та постійного зростання обсягів інформації важливим пріоритетом є передача повідомлень в лаконічній, стислій і привабливій формі, здатних викликати емоційний відгук в аудиторії. Науковці та практики безперервно працюють над створенням доступних, зрозумілих форм і засобів візуальної комунікації. Результатом спроб ущільнення інформації є виникнення *інфографіки* як окремого типу зображення та документа, що дозволяє сприймати й аналізувати великі обсяги даних та знань в організованій формі, у т. ч. для підвищення якості електронного документообігу. Інфографічний документ, який будується на основі базових принципів композиції і колористики складається з комбінації коротких текстових заголовків і повідомлень, піктограм, малюнків, фотографій, таблиць, блоків, схем, формул, геометричних фігур, карт, анімації та інших графічних елементів.

Основоположниками інфографіки як науки є американські вчені Едвард Тафті та Пітер Саліван, які незалежно один від одного проводили значну кількість дослідів. Внесок Едварда Тафті у розвиток візуалізації даних та

інформаційної графіки полягає у створенні концепції інфографіки. Науковець вказав на необхідність застосування таких принципів побудови графіки як точність, достовірність, масштабність, ефективний візуальний дизайн, структурованість, блоковість, категоріальність, лаконічність. Пітер Саліван є одним з тих авторів, хто наполягав на використанні інфографіки у газетах. Варто згадати Олдоса Хакслі, який займався дослідженням візуальної комунікації та теорій, пов'язаних із зоровим сприйняттям [2]. Затребуваною стала праця американця Марка Смікікласа «Інфографіка. Комунікація та вплив за допомогою зображень» [5], у якій автор підсумовує всі попередні напрацювання в цій сфері та дає практичні рекомендації зі створення інформаційних ресурсів інфографіки. Серед інших зарубіжних дослідників цієї тематики присвятили свої праці С. Некляев [3], Г. Нікулова [4], У. Еко [8], які деталізують особливості використання інфографіки в різних наукових сферах і мають прикладний характер практично в усіх галузях.

Історія сучасної інфографіки починається з 1982 року, коли у США була заснована нова національна газета – USA Today. З того часу інфографіку почали використовувати світові та українські медіа. Оскільки інфографічні документи знаходять позитивний відгук у читачів, впливають на думку суспільства та якісно відображають значні обсяги даних, що швидше запам'ятовуються, вони плавно поширюються і на інші галузі знань [6] і можуть мати практичне застосування в електронному документообігу.

Метод створення інфографіки вимагає об'єднання зусиль особи, яка збирає, аналізує і систематизує матеріал та дизайнера, який ці відомості візуалізує. Створення професійного інфографічного документа передбачає володіння автором основ композиції, психологією мистецтва, кольоровою теорією, інструментами створення зображення в програмному забезпеченні «Adobe Photoshop CS»/«Adobe Illustrator CS» та мати креативне мислення.

За формою представлення інфографіка буває:

- статичною (у вигляді одного або кількох нерухомих зображень);
- динамічною (у вигляді короткометражного анімаційного фільму);
- інтерактивною (дозволяє отримувати результати на запит користувача в рамках певної теми в режимі реального часу на веб-сторінці).

За характером візуалізації даних види інформаційної графіки можна розділити на дві великі групи – кількісну та якісну. Для організації подання кількісних (числових) даних використовуються графіки, діаграми, гістограми і номограми, які, у свою чергу поділяються на підгрупи (точкові, лінійні кругові і т. п.). Для організації подання якісних даних використовуються численні типи схем, карт, зображень і їх послідовностей [1].

Отже, інфографіку можна вважати таким самим універсальним інструментом, як і технології хмарних обчислень чи соціальні мережі, використання якого можливе в усіх сферах виробництва (у т. ч. документаційне забезпечення управління). Представлений тип графічної інформації може наочно, лаконічно, чітко та структуровано продемонструвати переваги переходу з паперового на електронний документообіг, відобразити поточний стан документообігу у формі звіту для прийняття рішення керівником, підвищити продуктивність роботи електронного документообігу на основі статистичних даних. Гнучкість інфографіки дає змогу створити серію презентаційних матеріалів, у які можна закласти великі обсяги даних для навчання персоналу функціональним можливостям документообігу.

ЛІТЕРАТУРА

- [1] Види инфографики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://goo.gl/oP5iMB>. – Загл. с экрана. – Описано: 30.03.2017.
- [2] Гладун О. Візуалізація інформації: інфографіка / О. Гладун // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Мистецтвознавство. Архитектура. – 2012. – № 4. – С. 11-14. – Режим доступа: <https://goo.gl/XQ64h1>. – Назва з екрана. – Опис зроблено: 30.03.2017.
- [3] Некляев С. Э. Инфографика: принципы визуальной журналистики // Современное журналистское образование: технологии и особенности преподавания. – Москва : Медиа-Мир, 2008. – С. 130-133.
- [4] Никулова Г. А. Средства визуальной коммуникации – инфографика и мета дизайн [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://goo.gl/48m0dl>. – Загл. с экрана. – Описано: 30.03.2017.
- [5] Смикиклас М. Инфографика. Коммуникация и влияние при помощи изображений / М. Смикиклас. – Санкт-Петербург : Питер, 2013. – 153 с.
- [6] Швед О. В. Инфографіка як засіб візуальної комунікації в сучасній журналістиці / О. В. Швед // Гуманітарна освіта у технічних вищих навчальних закладах. – 2014. – Вип. 30. – С. 305-313. – Режим доступа: <https://goo.gl/IjP42Z>. – Назва з екрана. – Опис зроблено: 30.03.2017.
- [7] Цуканова Г. О. Инфографіка як ефективний візуальний складник рекламного повідомлення / Г. О. Цуканова // Наукові записки Інституту журналістики. – 2013. – Т. 50. – С. 129-133. – Режим доступа: <https://goo.gl/yGG4uA>. – Назва з екрана. – Опис зроблено: 30.03.2017.
- [8] Эко У. От Интернета к Гутенбергу: текст и гипертекст. Отрывки из публичной лекции Умберто Эко на эконом. факультете МГУ 20.05.1998 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://goo.gl/KVfu7c>. – Загл. с экрана. – Описано: 30.03.2017.