

дадатак «МП плюс» на чатырох старонках, прысвечаны Вілейшчыне, чамусьці поўнасю праігнараваў роднае слова. Трэба адзначыць, што ў гэтым нумары, дзе некалькі старонак цалкам на роднай мове, якраз беларускамоўных матэрыялаў нашмат больш, чым у іншых нумарах. Аднак, пазнаёміўшыся з артыкулам на шостай старонцы «История в фотографиях», у якім некалькі разоў упамінаецца Якуб Колас, разумееш, што мова выкладу выбіраецца рэдакцыяй адвольна, выпадкова. Для пацвярджэння прывядзем лід гэтага артыкула: «Масштабный культурно-исторический проект «Война и мир. Беларусь помнит» стартовала с выставки в Государственном литературно-мемориальном музее Якуба Коласа». Па-першае, калі *праект*, то стартаваў, па-другое, у абранні мовы для артыкула з неаднаразовым упамінаннем імя класіка ў Дзень роднай мовы – пэўная некарэктнасць. Бессістэмнае, неабачлівае выкарыстанне білінгвізму ў СМІ не на карысць выданню, значна перашкаджае ўспрыманню інфармацыі, расейвае ўвагу рэцыпіента, павялічвае колькасць памылак у тэксце.

Трэба адзначыць, што ў большасці выпадкаў супрацоўнікі рэдакцыі выяўляюць высокі ўзровень валодання абедзвюма дзяржаўнымі мовамі, хоць аналізу гэтага пытання варта было б прысвяціць асобны артыкул.

ИНФОГРАФИКА В РЕГИОНАЛЬНЫХ ПЕЧАТНЫХ СМИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В. В. Бондарчик

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
Bondarchik@bsu.by*

В тексте анализируется опыт использования инфографики в региональных печатных СМИ Республики Беларусь. Основываясь на результатах исследования визуальной составляющей государственных региональных газет Беларуси, автор указывает на две тенденции: отсутствие инфографики собственного авторства в большинстве изданий и восприятие ее лишь как декоративного элемента. Отмечается, что для перехода от поверхностного понимания к функциональному использованию информационной графики необходимо осознанное отношение к данному способу визуализации контента со стороны творческого коллектива редакций региональных изданий.

Ключевые слова: инфографика; визуализация; информационный дизайн.

INFOGRAPHICS IN THE REGIONAL PRINT MEDIA OF THE REPUBLIC OF BELARUS

V. V. Bondarchik

Belarusian State University,

9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus

Corresponding author: V. V. Bondarchik (Bondarchik@bsu.by)

The experience of using infographics in the regional print media of the Republic of Belarus is analysed. Based on the research results of the visual component of the state regional newspapers in Belarus, the author indicates two trends: the lack of infographics of their own authorship in most editions and its perception only as a decorative element. It is stated that in order to move from a superficial understanding to the functional use of information graphics, a conscious attitude to this method of visualizing content by the creative team of the regional press is necessary.

Key words: infographics; visualization; information design.

В условиях постоянно увеличивающихся объемов информации и борьбы за внимание аудитории в современных средствах массовой информации актуализируется такой способ визуализации контента, как инфографика, который направлен на то, чтобы донести до читателя сложную информацию в наглядной, удобной для восприятия форме [1, с. 110].

Однако исследование визуальной составляющей государственных региональных газет Беларуси за 2019 год показывает, что собственная инфографика в этих изданиях практически не встречается. В основном опыт использования информационной графики на полосах региональных изданий складывается из публикаций инфографики производства БЕЛТА. Стоит отметить, что довольно часто инфографикой номинируют в агентстве работы, представляющие иллюстрированный текст. Использование в региональных изданиях инфографики БЕЛТА стало тенденцией, которую нельзя отнести к положительному феномену, содействующему развитию информационного пространства региона. Во-первых, в результате такой практики не происходит адаптация информации для целевой аудитории (очевидно, что потребности целевых аудиторий телеграфного агентства и региональной газеты могут отличаться). Во-вторых, редакциями региональных СМИ инфографика агентства воспринимается как эталон работ в сфере информационного дизайна, что может приводить к автоматической публикации с ошибками и ошибками. Например, в газете «Голас Веткаўшчыны» (02.05.2019, с. 5) опубликована инфографика БЕЛТА «1 мая» с «таймлайном», на

котором размещены ключевые исторические события. Проблема заключается в следующем: на изображении 1895 год следует за 1900-м, что нарушает хронологию.

Исследователь истории русской инфографики Владимир Лаптев в своей монографии отмечает, что «для многих в журналистике инфографика – это всего лишь художественное оформление издания» [2, с. 17]. Проведенный нами анализ позволяет говорить о том, что и в белорусских региональных печатных СМИ также наблюдается тенденция понимать под инфографикой только элемент оформления полосы, который необходим для привлечения внимания. Так, в газете «Навіны Камянеччыны» (16.02.2019, с. 4) размещена собственная визуализация «Наличие общего количества скотомест для коров (по проекту) на МТФ с доильными залами». Работа подписана как инфографика, но фактически это набор «цифрофактов»: пиктограммы коров с числовыми значениями внутри. Получается, что визуализирована характеристика, а не величина. Пиктограммы безусловно иллюстрируют материал, могут привлекать внимание читателя, но сами по себе не делают информацию более понятной и легко считываемой. Посмотрев на подобную графическую подачу информации, мы не можем сходу ответить, например, на какой молочно-товарной ферме скотомест для коров больше всего. Это было бы значительно проще сделать, если бы значения были ранжированы (от большего к меньшему), а заголовок изменен с назывного на транзитивный. Схожая ситуация наблюдается и в газете «Польмя» (14.08.2019, с. 2), в которой размещена иллюстрация «Жніво–2019: уборка зерневых і зернебабовых культур», где на листьях подсолнуха (одинаковых по размеру) количественная информация прописана текстом, а не визуализирована.

Встречаются на страницах региональных изданий и диаграммы, однако их тип не всегда подобран верно. Исследователи отмечают, что с широким распространением компьютерных технологий «за минуты можно сделать то, на что раньше требовались часы кропотливой работы» [3, с. 8]. Такая доступность инструментария (сегодня существует целый ряд бесплатных онлайн-инструментов, которые позволяют нарисовать диаграмму в несколько кликов) приводит к ситуациям, когда график на полосе появляется, потому что это современно и модно, но не имеет ни информационной, ни эстетической ценности и вместо того, чтобы помогать читателю разобраться в обилии цифр, еще больше его путает. Например, в газете «Добрушскі край» (04.05.2019, с. 2) для визуализации данных используется круговая диаграмма из семи секторов. При этом не учтено, что полоса черно-белая – из-за чего сектора сложно

различить, а тем более сравнить. Более того, диаграмма деформирована при верстке, соответственно, искажает отображаемую информацию. И главное – наличие данной визуализации в материале совершенно нецелесообразно: понять, что именно читателю хотели сообщить с помощью диаграммы, очень сложно даже после прочтения текста.

Проведенный анализ позволяет сделать выводы, что в газетах регионов за небольшим исключением либо нет инфографики собственного авторства, либо она создается лишь как декоративный элемент. Для перехода от такого поверхностного понимания к функциональному использованию информационной графики необходимо осознанное отношение к данному способу визуализации контента со стороны сотрудников региональных изданий. Во-первых, от руководителей редакций требуется понимание, что инфографика – это не просто иллюстрация, а результат аналитической работы журналиста, требующей интеллектуальных усилий и времени. Во-вторых, необходима готовность журналистов (и других сотрудников редакции) повышать свою квалификацию, серьезно относиться к базовой теоретической подготовке в сфере визуализации, поскольку работа над любой инфографикой начинается с четкой формулировки информационного посыла, в зависимости от него выбирается подходящая диаграмма и только потом создается визуализация.

Библиографические ссылки

1. Градюшко А. А. Основы творческой деятельности веб-журналиста : учеб. метод. пособие. Минск : БГУ, 2019. 239 с.
2. Лаптев В. В. Русская инфографика. СПб. : Изд-во Политехн. ун-та, 2018. 399 с.
3. Желязны Д. Говори на языке диаграмм / пер. с англ. М. : Институт комплексных исследований, 2004. 220 с.

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В РАЙОННОЙ ПРЕССЕ: ОПЫТ «МАЛАДЗЕЧАНСКОЙ ГАЗЕТЫ»

А. Д. Борейко

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
boreyko.nastia@gmail.com*

Статья посвящена организационной деятельности районной прессы на примере «Молодечненской газеты». Автор рассматривает традиционные формы организационно-массовой работы редакции, взаимодействие с ауди-