

Рябинина Варвара Евгеньевна

**ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО ИЗУЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ГРАФИКИ:
ОПРЕДЕЛЕНИЕ, ФУНКЦИИ, ТИПОЛОГИЯ И ЗНАЧЕНИЕ В СОЦИАЛЬНОМ И ЭКОЛОГИЧЕСКОМ
АСПЕКТАХ**

В статье исследуется круг вопросов, связанных с особенностями взаимодействия современного человека с окружающей визуально-коммуникативной средой. Главное внимание уделяется осмыслению явления инфографики, рассматриваются её функциональные основы, а также предлагается классификация данного явления с точки зрения функциональной нагрузки. Раскрывается понятие "социальной инфографики", изучаются её основные признаки, определяется роль в современном мире.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2015/6-2/42.html

Источник

**Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и
искусствоведение. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2015. № 6 (56): в 2-х ч. Ч. II. С. 153-155. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2015/6-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: hist@gramota.net

Список литературы

1. **Биографический фонд** [Электронный ресурс] // Социологический институт Российской академии наук в Санкт-Петербурге. URL: <http://www.si.ras.ru/index.php?pid=101&lid=1&PHPSESSID=0aab7529573be5f41491fe3d62228163> (дата обращения: 31.03.2015).
2. **Божков О. Б., Дивисенко К. С.** Электронная база данных Биографического фонда: краткий анализ материалов // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. 2007. № 3. С. 60-62.
3. **Здравомыслова Е., Ткач О.** Генеалогический поиск как приватизация прошлого // Пути России: существующие ограничения и возможные варианты / под общ. ред. Т. Е. Ворожейкиной. М.: МВШСЭН, 2004. С. 197-205.
4. **Ильин В.** Драматургия качественного полевого исследования. СПб.: Интерсоцис, 2006. 256 с.
5. **Интервью ветеранов** [Электронный ресурс] // Наша общая Победа. URL: <http://www.41-45.ru> (дата обращения: 31.03.2015).
6. **История моей семьи в XX веке:** мат-лы науч.-исслед. работы студентов кафедры культуры и дизайна РГСУ в рамках изучения дисциплины «Прикладная культурология» / ред. Т. В. Пушкарева. М.: Bookvika.ru, 2014. Вып. 1. 53 с.
7. **Конкурс для старшеклассников. Человек в истории – XX век** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.memo.ru/s/6.html> (дата обращения: 31.03.2015).
8. **Нитхаммер Л.** Вопросы к немецкой памяти. М.: Новое издательство, 2012. 536 с.
9. **Нора П.** Поколение как место памяти / пер. с фр. Г. Дашевского // Новое литературное обозрение. 1998. № 30. С. 48-72.
10. **Право на имя: биографика XX века** [Электронный ресурс] // Чтения памяти Вениамина Иоффе. URL: <http://memorial-nic.org/component/k2/item/258-project-.html#6&Itemid=424> (дата обращения: 31.03.2015).
11. **Проект «Семейная память о советском прошлом»** [Электронный ресурс] // ВКонтакте. URL: <https://vk.com/club67161829> (дата обращения: 31.03.2015).
12. **Региональный центр устной истории в г. Воронеж** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.historyvoice.ru/?file=kor1.php> (дата обращения: 31.03.2015).
13. **Томпсон П.** Голос прошлого. Устная история / пер. с англ. М.: Весь мир, 2003. 368 с.

FAMILY MEMORY OF THE SOVIET PAST: RESULTS OF SCIENTIFIC-EDUCATIONAL PROJECT

Pushkareva Tat'yana Vital'evna, Ph. D. in Philosophy, Associate Professor
Russian State Social University
ap-bib@yandex.ru

In the article the main results of a scientific and educational multimedia project “Family Memories of the Soviet Past” are revealed. Within the framework of the project the collection of transcripts and photographs devoted to the Soviet everyday life in different regions of the former USSR is initiated; scientific hypotheses are formulated; thematic electronic communication platform for young people is organized. The multimedia scientific-educational project in the scientific tradition of “oral history” is introduced as an effective means of the formation of the research competencies of future culture experts for the first time.

Key words and phrases: family memory; oral history; applied culturology; memory studies; scientific-educational project; multimedia project.

УДК 7.012.185

Искусствоведение

В статье исследуется круг вопросов, связанных с особенностями взаимодействия современного человека с окружающей визуально-коммуникативной средой. Главное внимание уделяется осмыслению явления инфографики, рассматриваются её функциональные основы, а также предлагается классификация данного явления с точки зрения функциональной нагрузки. Раскрывается понятие «социальной инфографики», изучаются её основные признаки, определяется роль в современном мире.

Ключевые слова и фразы: визуально-коммуникативная среда; визуальная экология; графический дизайн; инфографика; информационная экология; массовая культура; социальная инфографика; социальная ответственность.

Рябина Варвара Евгеньевна

Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия имени А. Л. Штиглица
zadernovskaya@gmail.com

**ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО ИЗУЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ГРАФИКИ:
ОПРЕДЕЛЕНИЕ, ФУНКЦИИ, ТИПОЛОГИЯ И ЗНАЧЕНИЕ
В СОЦИАЛЬНОМ И ЭКОЛОГИЧЕСКОМ АСПЕКТАХ[©]**

В последнее время в современном информационном пространстве наблюдается тенденция к осмыслению различных процессов и явлений современной проектной культуры с точки зрения социальной значимости. Поэтому постановка целей и задач, а так же оценка воздействия результатов проектирования с точки зрения

улучшения качества жизни современного человека становится приоритетной темой. Это, в частности, актуально и для графического дизайна как явления антропоориентированного по своей природе, что в свою очередь актуализирует изучение различных его проявлений как действенного инструмента трансформации окружающего общественного пространства. Кроме того, мышление современного человека, обусловленное осознанием целостности и взаимосвязанности всех процессов на планете, во многом определяет развитие экологического подхода ко всем областям деятельности человека.

Экологическая направленность современного дизайна, его ориентированность не столько на повышение уровня комфорта пребывания человека в среде, сколько на достижение максимально сбалансированных отношений между человеком и окружающей средой (в широком понимании этого слова) неоднократно отмечена различными исследователями. Так, например, по словам И. Б. Шитиковой, «сегодня “экологический” дизайн – это утверждение принципов экологической этики и ориентация на гармонизацию отношений человека с окружающим миром» [6, с. 46]. Такое понимание дизайна, в свою очередь, подразумевает повышение внимания дизайнеров к вопросам социальной направленности. А поскольку «жизненное пространство в наибольшей степени демонстрирует единство человека с окружающей средой и соответствует понятию экологии как взаимодействия субъекта и окружающей» [5, с. 375], для дальнейшего утверждения и развития экологических ценностей важно обращать пристальное внимание на взаимодействие человека с окружающей средой во всех её проявлениях.

При этом необходимо отметить, что в жизни современного человека все более и более важную роль начинает играть визуально-коммуникативное пространство, которое также нуждается в организации в соответствии с законами этики, эстетики, функциональности и экологичности. А в совокупности с общим повышением социальной ответственности функциональные основы различных явлений современного дизайна необходимо рассматривать с позиций экологической допустимости и социальной значимости.

Обращаясь к проблемам современной визуально-коммуникативной среды, перенасыщенной информацией различного характера, необходимо отметить, что она в последние несколько лет переживает период массового распространения информационной графики путем её практического применения в дизайне и рекламе. В то же время наблюдается относительная ограниченность теоретического осмысления сущности данного явления. Между тем инфографика, в силу своих особенностей, позволяет удовлетворять самые различные потребности общества, поэтому её роль в окружающем медиа-пространстве очень велика и многозначна.

В единственном на сегодняшний день фундаментальном отечественном научном исследовании, посвященном теоретическим основам инфографики, С. В. Остриков, основываясь на изучении множества существующих трактовок данного понятия, характеризует инфографику как «вид коммуникативного дизайна, в основе которого лежит способ передачи информации (сообщений, сведений и иных данных) изобразительными и/или вербально-графическими средствами, которые используются изолированно или комплексно, сочетая любые виды графики» [3, с. 21]. Несмотря на то, что, по большому счёту, с этим определением можно согласиться, ему присуща сильная обобщённость, в результате которой не затрагивается вопрос функциональных характеристик инфографики. А они важны по той причине, что функциональность является основой дизайна и определяющим понятием в вопросах дифференциации его от других видов творческой деятельности и, как следствие, необходимой составляющей, которая позволяет максимально полно охарактеризовать инфографику как вид дизайн-проектирования.

Понимание инфографики как области коммуникативного дизайна, порождает последующую классификацию, основанную на разнице видов информирования. Так С. В. Остриков на этом основании выделяет семь типов инфографики: сравнивающая, разъясняющая, регулирующая, структурирующая, иллюстрирующая, фактографическая, визуализирующая [Там же, с. 99]. И хотя подобная классификация является важной для понимания структурной основы инфографики, её не достаточно для того, чтобы определить то место, которое занимает инфографика в современном визуально-коммуникативном пространстве и выявить ту *функциональную нагрузку*, которая на нее возложена.

Поскольку целью дизайна, в числе прочего, является «оптимизация функциональных процессов жизнедеятельности человека в среде» [4, с. 90], то необходимо рассматривать функциональные основы инфографики не только с точки зрения способа информирования, как это делалось в основном до сих пор, но и с точки зрения её функции в социуме и роли, которая она выполняет в процессе налаживания коммуникационных взаимосвязей между человеком и окружающей визуальной средой. На этом основании можно выделить следующие *функции* инфографики: коммерческая, просветительская, развлекательная и социальная. А так же, опираясь на данные функции, следующие *типы* инфографики.

1. Рекламной (коммерческой) можно назвать все виды информационной графики, задачей которых является демонстрация и продвижение какой-либо услуги, товара или же описание процесса с целью последующего привлечения клиентов для достижения коммерческой выгоды.

2. К научной (специализированной) относятся те виды информационной графики, задачей которых является разъяснение, как правило, скрытых от глаз или трудно представимых процессов или явлений, а так же донесение до аудитории специализированных данных с целью повышения осведомленности в конкретных вопросах.

3. Развлекательная инфографика выступает как одна из актуальных форм инфотейнмента, её задачей является не столько информирование, сколько развлечение.

4. К социальной относится такая инфографика, которая, являясь неотъемлемой частью информационного пространства, помогает решать насущные коммуникационные проблемы современного человека.

Анализируя данные типы инфографики, особенно актуальным представляется уделить внимание вопросу социальной инфографики, поскольку она предоставляет реальные возможности для упрощения взаимодействия человека с информационным пространством путем формирования специфической визуально-коммуникативной системы, основанной на минимизации графических средств необходимых для достижения необходимого результата. А поскольку, как известно, «наполняющие визуальную среду информационные потоки, несут определенное содержание, обладают определенной интенсивностью, темпо-ритмическими характеристиками и включают информационный шум – различные визуально представленные психологические загрязнители, что влияет как на физическую, так и на психологическую безопасность человека» [1, с. 28], то их сокращение и рациональное использование делают социальную инфографику явлением в дизайне, которое по своей сути удовлетворяет требованиям информационной и визуальной экологии.

Кроме того можно предположить, что социальная инфографика должна обладать рядом признаков, позволяющих выделить её в ряду других примеров инфографики. К числу признаков, по которым инфографика может быть классифицирована как социальная, в таком случае относятся:

- непосредственная связь с сохранением жизни и здоровья человека, освещение круга вопросов, связанных с обеспечением нормальной и стабильной жизнедеятельности (например: инструкции по безопасности);
- обеспечение невербального контакта между людьми различных национальностей (например: знаки визуальной коммуникации, международный язык символов);
- обеспечение невербальной коммуникации в условиях, являющихся стрессовыми для психики (например: эвакуационные схемы, сигнальные аварийные системы);
- решение определенного круга задач, связанных с упрощением коммуникации между различными общественными и государственными структурами и широкими слоями общества (например: визуализация правительственных регламентов);
- обеспечение коммуникации для людей с ограниченными физическими возможностями (например: схемы передвижения, специальные знаки, системы предупреждения).

Совокупность перечисленных характерных особенностей определяет роль социальной инфографики в современном мире, – в контексте общего усиления роли дизайна как инструмента повышения качества жизни она является универсальным способом создания эффективной коммуникации для большого числа потенциальных пользователей. А поскольку «насыщенность информационного пространства социума требует от человека физического и психического перенапряжения в связи с восприятием, оценкой, переработкой и использованием информации» [2, с. 3], то в рамках развития современного экологического сознания можно отметить, что социальная инфографика – это такая инфографика, которая, являясь важным компонентом жизни современного общества, удовлетворяет параметрам информационной и визуальной экологии. А её цели напрямую направлены на удовлетворение базовых потребностей человека, защищая его от излишне негативных влияний, которые несёт неправильно организованная визуально-коммуникативная среда.

Список литературы

1. **Виноградов П. Н.** Визуальная культура личности: генезис, структура, функции // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. Психолого-педагогические науки (психология, педагогика, теория и методика обучения): научный журнал. СПб., 2010. № 136. С. 26-38.
2. **Дамбаева Г.-Х. Б.** Информационные процессы в системе «Человек – Общество – Природа» (философско-методологический анализ): автореф. дисс. ... к. филос. н. М., 2003. 22 с.
3. **Остриков С. В.** Теоретические основы и принципы инфографического дизайна: монография. М.: Московская государственная художественно-промышленная академия им. С. Г. Строганова, 2014. 208 с.
4. **Панкина М. В.** Экологическая парадигма дизайна // Академический вестник УралНИИпроект РААСН. Екатеринбург, 2012. № 2. С. 90-92.
5. **Панкина М. В., Захарова С. В.** Экологический дизайн как интегрирующее содержание профессиональной подготовки дизайнеров и специалистов в области экологического образования // Фундаментальные исследования. Екатеринбург, 2012. № 6. Ч. 2. С. 373-377.
6. **Шитикова И. Б.** Экологическая ориентация дизайна в перспективах развития современной науки и техники // Современные наукоемкие технологии. М., 2007. № 1. С. 45-46.

PECULIARITIES OF MODERN STUDY OF INFORMATIONAL GRAPHICS: DEFINITION, FUNCTIONS, TYPOLOGY AND MEANING IN SOCIAL AND ECOLOGICAL ASPECTS

Ryabinina Varvara Evgen'evna

*Saint-Petersburg Art and Industry Academy named after A. L. Stieglitz
zadernovskaya@gmail.com*

The article examines a number of issues connected with the peculiarities of the interaction of the modern man with visual-communicative environment. Special attention is paid to the comprehension of the phenomenon of infographics, its functional foundations are examined, and also the classification of this phenomenon is proposed from the standpoint of functional load. The notion of “social infographics” is revealed, its main features are studied, and the role in the modern world is determined.

Key words and phrases: visual-communicative environment; visual ecology; graphical design; infographics; informational ecology; mass culture; social infographics; social responsibility.