

УДК 659.13

СТОРИТЕЛЛИНГ В ИЗОБРАЖЕНИЯХ

© Бадаева А.Д., Ахматова И.В.

*Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева, г. Самара, Российская Федерация*

e-mail: badaeva.anna2004@gmail.com

В современном мире информация сопровождает нас повсюду, и мы постоянно сталкиваемся с множеством данных, которые, так или иначе, необходимо проанализировать, упорядочить и визуализировать.

Инфографика – это графическое представление данных, которое позволяет наглядно и в доступной форме донести информацию до любой аудитории. Она может быть различной формы, наполнения и использоваться в самых разнообразных областях – от журналистики и маркетинга до науки и медицины. Инфографика является эффективным инструментом для создания убедительных и визуально привлекательных сообщений, позволяет улучшить восприятие информации за счет использования образов, цвета, форм, шрифтов, графиков и диаграмм [1].

Принцип доступности инфографики предполагает, что люди с абсолютно разными возможностями могут воспринимать визуальные образы. Концепция общедоступности, применительно к визуализации, сообщает о том, что дизайн должен быть понятен людям с разной квалификацией. Инфографика может быть как официальной и серьезной, так и более легкой и игровой.

Создание правильной визуализации требует тщательной подготовки и планирования. Кроме того, нужно учесть все потребности пользователя. Таким образом, можно отметить следующее: создавая визуализацию данных, в первую очередь необходимо изучить свою целевую аудиторию и контекст, в котором будут использоваться графические объекты.

Зачастую визуальные образы в качестве доступной потребителю информации используются в рекламе и маркетинге. Маркетинговый прием, когда информацию о бренде или продукте преподносят в форме историй, называется сторителлинг. Для привлечения внимания потребителя создаются уникальные истории или рассказы, которые объединяют товар или услугу с определенным персонажем или событием, таким образом вызывая положительную эмоциональную реакцию, увеличивая узнаваемость и повышая запоминаемость бренда. Изображения, яркие визуальные образы в сторителлинге помогают продавать продукт или услугу, развлекают и обучают, делятся успехом или опытом. Сторителлинг, как одна из форм инфографики, поясняет сложные понятия наглядными примерами [2].

В общем и целом визуализация на основе данных и визуальных образов способствует наглядному представлению информации, делает ее более доступной и понятной разным сегментам аудитории. В этой сфере дизайнер, развивая навыки работы с инфографикой, может найти и реализовать свой собственный стиль, используя современные цифровые технологии.

Библиографический список

1. История инфографики // Presium Blog: [сайт]. URL: <https://presium.pro/blog/types-of-infographic> (дата обращения: 03.06.2023).
2. Гордовский Д. Что такое сторителлинг, для чего он нужен и как написать интересную историю // Calltouch Blog: [сайт]. URL: <https://www.calltouch.ru/blog/chto-takoe-storitelling-dlya-chego-on-nuzhen-i-kak-napisat-interesnuyu-istoriyu> (дата обращения: 03.06.2023).