

Бузинова Анна Алексеевна,
старший преподаватель
Кафедра медиадизайна и информационных технологий
Журналистика, очная форма, 3 курс
5 семестр
2016-2017 уч. г.

ДИЗАЙН И ПРОЕКТИРОВАНИЕ ИНФОГРАФИКИ В СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА

Спецкурс

Курс предназначен для бакалавров, обучающихся на 3 курсе. К моменту обучения студент обладает базовыми знаниями в области теории и практики журналистики, в частности, знает полиграфическую терминологию, знаком с азами дизайнерского дела.

Инфографика сегодня активно встраивается в поток информационных продуктов, функционирующих на медиарынке, а порой превращается в самостоятельный жанр — в печатных изданиях и на телевидении появляются рубрики, предлагающие читателю инфографические иллюстрации, некоторые СМИ вообще отказываются от традиционных текстов в пользу инфографики. Стоит отметить, что появление в повседневной жизни человека мобильных устройств и интернета изменило характер процессов, отвечающих за восприятие. Увеличилась частота обращения к информационным ресурсам, количество информации, циркулирующей в коммуникационном пространстве, возрастает с каждым днем. Современная аудитория предпочитает сжатый, компактный контент большим массивам информации, а инфографика как нельзя лучше подходит под это описание.

Таким образом, можно говорить о том, что инфографика является устойчивым трендом в области коммуникационных технологий, является востребованной и не должна быть оставлена без внимания, когда речь идет об инструментарию журналиста. Цель спецкурса «Дизайн-проектирование инфографики для современных медиа» – научить студента понимать принципы эффективной и эффектной визуализации информации в соответствии с поставленными задачами с использованием современных средств и инструментов визуализации.

На теоретических занятиях спецкурса студент знакомится с историей происхождения инфографики, теоретическими основами визуализации данных, основами семиотики, типологиями современной инфографики, принципами работы с визуальной информацией в современной действительности.

Работа на занятиях поможет правильно ориентироваться в видах и жанрах инфографики, знать и понимать, какими средствами и инструментами можно оперировать при проектировании инфографики, правильно выбрать вид визуального представления информации, научиться подбирать шрифты и работать с цветовой палитрой. Кроме того, занятия предполагают освоение практических навыков сбора и систематизации материала для работы, а также развитие навыков эскизирования и визуального мышления.

Авторские публикации по теме спецкурса

1. Бузинова А. А. Инфографика в визуальных PR-текстах: типология, приемы проектирования // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. Сер. 9. 2014. С. 189-199.

2. Бузинова А. А. Инфографика как визуальный контент современного PR-текста // Современная медиасреда: творчество и технологии. СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2014. – С. 7-16.

План лекций

Тема 1. Инфографика: теория и история. Инфографика в науке и в сфере коммуникаций, актуализация инфографики, процесс визуального восприятия. История инфографики: картография, инфографика в математике, первые инфографические иллюстрации, Ч. Минард, У. Плейфер, Ф. Найтингейл.

Тема 2. Визуализация информации: главные средства и инструменты визуализации. Графика, фотографика, типографика. Знаки и символы как основа инфографики.

Тема 3. Информационная перегрузка, человек информоядный. Big data и история вопроса. Распознавание образов, язык контекста, эффект превосходства изображений.

Тема 4. Storytelling. Видение, основа истории, суть проблемы, заключение, работа с композицией истории. Медийные форматы инфографики, инфографика и storytelling.

Тема 5. Онлайн-инфографика, специфика форматов, типы онлайн-инфографики, PR и реклама и инфографика.

Тема 6. Интеллектуальная собственность и дизайн инфографики: creative commons, торговые марки, изображения и иллюстрации, профессиональная ассоциация дизайна, авторское право и инфографика.

Тема 7. Виды и типы инфографики. Основные дизайнерские приемы визуализации данных. Разбор примеров. American best infographics, Malofej.

Тема 8. Бизнес-инфографика как инструмент внутрикорпоративных коммуникаций, специфика жанра. Визуальное мышление, плюсы и минусы, применение в журналистике.

Тема 9. Процесс дизайн-проектирования: подготовка к работе, сбор и анализ данных, систематизация материала, эскизирование. Основные принципы исследовательской и дизайнерской деятельности в процессе проектирования инфографики.

Тема 10. Особенности работы над проектом в сфере дизайна инфографики: работа с данными, оценка результатов работы, рекомендации и разбор ошибок. Ресурсы для создания инфографики онлайн.

Тема 11. Диаграммы: виды и типы диаграмм, специфика работы с каждым типом, разбор примеров и ошибок. Wall street journal guide to information graphics.

Тема 12. Главные инструменты работы с инфографикой: графические редакторы пакета Adobe. Композиционные принципы, пространство листа. Цвет и типографика в инфографике. Дизайн-редактирование.

Тема 14. Обсуждение тем курсовых работ, разбор домашнего задания. Утверждение тем курсовых работ.

Самостоятельная работа в присутствии преподавателя

Занятие 1. Подбор материала для инфографики по теме, согласованной с преподавателем, разработка плана работы над проектом, распределение обязанностей в группе.

Занятие 2. Создание инфографической иллюстрации, групповая работа, работа в графических редакторах.

Вопросы к зачету

1. Инфографика в научной сфере и в сфере коммуникаций.
2. Актуализация инфографики, терминология.
3. Процесс визуального восприятия.
4. История инфографики.
5. Приемы визуализации информации.
6. Средства и инструменты визуализации информации.
7. Процесс дизайн-проектирования.
8. Типографика в инфографике.
9. Цвет и композиция в инфографике.
10. Творческие и технические аспекты работы над дизайн-проектом инфографики.

Текущий контроль (зачет)

Для успешного завершения спецкурса студент обязан посетить все занятия. В случае посещения всех занятий и выполнения всех заданий зачет проходит в устной форме: студенту предлагается выбрать один вопрос из предлагаемого списка по желанию. В случае пропуска 1 или 2 занятий – студент обязан отработать самостоятельно материал по предложенным преподавателем презентациям, литературе и видеоурокам, самостоятельно выполнить все пропущенные практические задания, зачет также проходит в форме собеседования по вопросам к зачету, но вопрос для ответа выбирает преподаватель. В случае пропуска 3 и более занятий – зачет проводится в форме собеседования по всем темам занятий.

Критерии оценки (зачет)

Форма проведения зачета – собеседование по вопросам к зачету. На подготовку ответа студенту дается 20 минут.

Оценка «зачтено» ставится, если студент ответил на 60% вопросов при собеседовании и посетил при этом более 8 занятий.

Оценка «незачтено» ставится, если студент ответил на менее чем 60% вопросов при собеседовании по темам занятий вне зависимости от его посещаемости занятий.

Список основной литературы

1. Бергер А. А. Видеть – значит верить. Введение в зрительную коммуникацию. М., 2005.
2. Крам Р. Инфографика. Визуальное представление данных. СПб., 2015.
3. Лаптев В. В. Изобразительная статистика. СПб, 2012.
4. Лауэр Д., Пентак С. Основы дизайна. СПб., 2014.
5. Рэнд П. Дизайн: форма и хаос. М., 2013.
6. Уйат Я. Редактируем дизайном. М., 2011.

Список дополнительной литературы

1. Бузинова А. Визуальный контент современного PR-текста // Электронный научный журнал Факультета Журналистики МГУ им. Ломоносова «Медиаскоп». 2013. URL: <http://mediascope.ru/node/1412>
2. Ерошкин В. Ф. Шрифт и шрифтовая композиция как фактор регуляции восприятия текста в системе визуальных коммуникаций. Омск, 2012.
3. Кисин Б. М. Графическое оформление книги. М., 1946.
4. Кричевский В. Типографика в терминах и образах. Кн. в двух томах. М., 2000.
5. Лаврентьев А. Н. История дизайна. М., 2008.
6. Мильчин А., Чельцова Л. Справочник издателя и автора. М., 2014.
7. Пономаренко С. В. Пиксел и вектор. СПб., 2002.
8. Ратковски Н. Разреши себе творить. М., 2013.
9. Робертс Л. Сетки. Креативные решения для графических дизайнеров. М., 2009.
10. Рунге В.Ф. Основы теории и методологии дизайна. М., 2003.
11. Франк Я. Дневник дизайнера-маньяка. М., 2006.
12. Barnard M. Graphic design as communication. L.: Routledge, 2006.
13. Berry J. dot-font: Being a typographer. 2010. URL: <http://www.creativepro.com/article/dot-font-being-a-typographer>
14. Edward Tufte. Beautiful Evidence. 2006, Cheshire, CT: Graphics Press.
15. Edward Tufte. Envisioning Information.
16. Edward Tufte. The Visual Display of Quantitative Information.
17. Edward Tufte. Visual Explanations: Images and Quantities, Evidence and Narrative.
18. Harris A. Image. Switzerland: AVA Publishing SA, 2005. 256 p.
19. Meggs P. B. Type and Image. NY: Van Nostrand Reinhold Inc., 1992. 208 p.

Перечень иных информационных источников

1. <http://infographicsnews.blogspot.ru/>
2. Journalism in the age of data // Stanford University online course. 2013. URL: <http://datajournalism.stanford.edu/>
3. Мастер-класс А. Скворцова http://www.youtube.com/watch?v=IJa-gF1l_M4#t=3623
4. Видеокурс портала Brainwashing по визуализации информации. <http://brainwashing.pro/dataviz-online>
5. <http://newspaperdesign.ru/>
6. <http://www.innovationsinnewspapers.com/>
7. <http://visualjournalism.com/>
8. <http://www.historyshots.com/>
9. <http://www.johngrimwade.com/>
10. <http://www.maxgadney.com/>
11. <http://www.informationisbeautiful.net/>
12. <http://5wgraphics.com/>
13. <http://www.thefunctionalart.com/>