

**Особенности реализации инфографики в российских онлайн-СМИ: издания  
общего профиля и специализированные**

**Научный руководитель – Кузьмина Анна Михайловна**

*Свистун Андрей Алексеевич*

*Студент (магистр)*

Санкт-Петербургский государственный университет, Институт "Высшая школа  
журналистики и массовых коммуникаций Санкт-Петербург, Россия

*E-mail: svistun.andreika@yandex.ru*

В эпоху цифровизации наблюдается тенденция развития электронных информационных технологий. СМИ все чаще отдают предпочтение интернет-ресурсам вместо традиционных, к примеру, газет и журналов. Это связывается с высокой скоростью распространения информации и простотой ее потребления аудиторией.

С ростом объема передаваемых данных СМИ закономерно стремятся сделать этот процесс более эффективным. По мнению исследователя М.А. Фроловой: «Важнейшим условием успешного и точного понимания информации является простота ее изложения, адекватные содержанию информации языки и формы представления» [п1]. Одним из методов выполнения этой задачи является визуализация информации с помощью инфографики. Однако формы и способы её применения требуют детального изучения.

Теоретическая основа исследования опирается на работы отечественных и зарубежных специалистов в области медиакоммуникаций, дизайна и визуализации данных, включая труды М.А. Фроловой, В.В. Лаптева, Г.А. Никуловой, А.В. Подобных, Э. Тафти и др.

Методологическую стратегию работы составляет синтез сравнительно-исторического анализа, на теоретическом уровне, и метода case-study. Эмпирическую базу сформировали российские онлайн-СМИ различных типов, отобранные согласно рейтингу «Медиалогии» за декабрь 2025 года.

Вопрос классификации интернет-СМИ не имеет однозначного решения. В рамках данного исследования мы опираемся на типологию А.Б. Носика, позволяющую релевантно проанализировать специфику инфографики в проектах с различной тематической направленностью [п4]. Для кейс-анализа были отобраны СМИ общего профиля (ТАСС, «Ведомости») и специализированные ресурсы («Чемпионат», «Вокруг света»).

Анализ эмпирического материала показал вариативность подходов к визуализации информации. В ТАСС инфографика применяется системно: авторы лаконично и логично реализуют ее потенциал для решения коммуникативных задач. Выбор визуальных образов в рассмотренном материале «Хроника событий Курской битвы» [п6] (карты, таймлайны, диаграммы) для отражения хода событий позволяет передать максимальный объем необходимых данных при минимальной затрате времени. При этом графика не искажает исходные сведения, ссылаясь на проверенные источники. Однако прослеживаются и недостатки: отдельные графические элементы требуют текстовой расшифровки, а мультимедийный потенциал задействован не в полной мере.

В «Ведомостях» инфографика выступает не иллюстративным дополнением, а смысловым ядром аналитических материалов. Подобный подход трансформирует даже событийный репортаж в формат журналистского расследования, как в статье «Как Владимир Путин отвечал во время „Итогов года“: инфографика» [п2]. Эффект объективности достигается за счет измеримых показателей и точной подачи сложных данных. Нередко визуальный ряд здесь выполняет основную коммуникационную функцию, позволяя аудитории понять суть публикации без прочтения текста. Инфографика издания отличается

достоверностью, стилистическим единством, высокой смысловой нагрузкой и интеграцией с мультимедийными элементами.

На ресурсе «Чемпионат» инфографика служит инструментом наглядной репрезентации спортивной статистики в интерактивном формате. Она позволяет аудитории оценить результаты, динамику игры и расстановку сил при том, что текстовая составляющая сохраняет роль основной формы подачи, но отображается на отдельной странице. В большинстве случаев это относится к новостным материалам об итогах футбольных матчей, как в статье «„Ливерпуль“ рассыпался на маленькие кусочки. Получили дома 0:3 от аутсайдера» [п5]. Вместе с тем, такой способ визуализации информации несет и существенные риски: обилие элементов может затруднять восприятие и необходимость дополнительных пояснений.

В «Вокруг света» инфографика не используется как самодостаточный носитель информации, что явно отражено в материале «Лондон, Париж: топ-30 самых посещаемых туристами городов Европы (инфографика)» [п3]. Здесь визуализация выполняет вспомогательную функцию, выступая иллюстративной опорой для развертывания основного нарратива. Текст остается первичным звеном, а графические элементы лишь наглядно дублируют или сопровождают авторские тезисы, не играя решающей роли в передаче смысла. Стоит также отметить, что инфографика здесь зачастую заимствована из сторонних источников.

Резюмируя результаты проведенного кейс-анализа, можно заключить, что различия в подходах к использованию инфографики в отечественных онлайн-СМИ обуславливаются их тематической специализацией и особенностями целевой аудитории.

### Источники и литература

- 1) Фролова М.А. История возникновения и развития инфографики // Вестник Пермского государственного гуманитарно-педагогического университета. Серия: Информационные компьютерные технологии в образовании. 2014. №10. С. 135.
- 2) Куренев Д. Как Владимир Путин отвечал во время «Итогов года»: инфографика // «Ведомости». 2025. URL.: <https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2025/12/21/1164861-kak-vladimir-putin>
- 3) Лондон, Париж: топ-30 самых посещаемых туристами городов Европы (инфографика) // «Вокруг света». 2025. URL.: <https://www.vokrugsveta.ru/travels/london-parizh-top-30-samykh-poseshaemykh-turistami-gorodov-evropy-infografika-id6590567/>
- 4) Носик А.Б. СМИ в Интернете как бизнес и предприятие. // Русский Журнал, 2001. URL: <http://www.russ.ru/netcult/cathedra/20010213nosik.html>
- 5) Телингатер Г. «Ливерпуль» рассыпался на маленькие кусочки. Получили дома 0:3 от аутсайдера // «Чемпионат». 2025. URL.: <https://www.championat.com/football/article-6253196-liverpul-nottingem-forest-0-3-obzor-matcha-12-go-tura-apl-goly-murillo-avona-gibbs-ujt-statistika-22-noyabrya-2025.html>
- 6) Хроника событий Курской битвы // ТАСС. 2025. URL: <https://tass.ru/infographics/9899>