

УДК 004.584

ІНТЕРАКТИВНА ІНФОГРАФІКА В ГЕЙМДИЗАЙНІ

Федоренко Н. О.

к. мист., доцент каф. ДІД Лугова Т.А.

Одесский Национальный Политехнический Университет, УКРАИНА

АНОТАЦІЯ. Стаття присвячена дослідженню інтерактивної інфографіки як перспективного виду візуалізації даних в геймдизайні. Сформульовано основні принципи інтерактивної інфографіки та запропоновано її застосування в геймдизайні.

Вступ. У ХХІ столітті інфографіка стала загальноновизнаним медіатрендом, який знайшов своє застосування в бізнесі, сфері масових комунікацій, навчанні, ігровому дизайні тощо. Мережа все більше насичується контентом такого типу. Інфографіка набуває форми мультимедійності – графіки можна доповнити зображеннями, медіа- та аудіофайлами. Крім цього розширюється зміст та види інфографіки – це вже не тільки набір таблиць, графіків, гістограм та діаграм, а й відеоінфографіка, анімована та інтерактивна.

Мета роботи - проаналізувати основні характеристики та принципи інтерактивної інфографіки та з'ясувати можливості її застосування в геймдизайні.

Основна частина роботи. Інтерактивність (від англ. interaction - «взаємодія») – це топовий тренд останніх років в галузі інфографіки та один з тих факторів, які допомагають вирізнути якісний інфографічний продукт на тлі інших робіт нижчої якості. Інтерактивною називається та інфографіка, яка так чи інакше взаємодіє з людиною, допомагає і полегшує її сприйняття. У сфері інфографіки інтерактивність може варіюватися від просто анімації до ступенів, близьких до кастомізації (процес адаптації та налаштування продукту під окрему аудиторію, об'єднану певними особливостями) і таким, що відповідають принципам індивідуального підходу і фільтрації даних [3].

Інтерактивність першого виду відрізняється простим полегшенням читання інфографіки шляхом, наприклад, «підсвічування» фрагментів графіків, що виділяє користувач, демонстрація йому вікон з даними тощо. Така інтерактивність стала вже звичною і давно не викликає подиву, однак, це не зменшує її потенціалу - можливість помістити дані в спливаючі хмари або виділення потрібних частин значно спрощують як процес створення інфографіки, так і процес її читання. Інтерактивність другого виду зустрічається набагато рідше, хоча є більш ефективною. Тут користувач сам вибирає, що йому дивитися - інфографіка не тільки існує разом з ним, але і напряму залежить від нього. Незважаючи на явні переваги другого, обидва види інтерактивності значною мірою сприяють підвищенню читабельності, привабливості і загальної якості інфографіки [2]. Як відомо, основними складовими інфографіки є дані, дизайн, вірусність і сторітеллінг. Інтерактивні технології дозволяють вмістити в інфографіку набагато більше даних: дизайнери тепер не обмежені простором зображення і можуть розміщувати додаткові дані, які користувач відкриє самостійно (за допомогою гіперпосилань, впливаючих вікон, налаштування фільтрів тощо). Інтерактивність дозволяє створити маленький графік, який можна вивчати годинами, здійснюючи багатоаспектний аналіз даних. Переходи і анімація роблять дизайн інфографіки в рази яскравішою і помітнішою. Інтерактивна інфографіка цікавіша, тому користувачам захочеться поділитися нею в соціальних мережах. Це є запорукою активізації транзитивності та вірусності інформаційного продукту. До того ж, вона може містити спеціальні кнопки, що пришвидшить і спростити цей процес. Сторітеллінг буде в рази ефективнішим і більш видовищним, якщо користувач буде залучений в історію [1].

Вчені виділяють такі принципи інтерактивної інфографіки, що забезпечують її більш високу, у порівнянні зі статичною, якість і привабливість для читача. Перший фактор, що впливає на ймовірність того, що користувач прочитає інфографіку до кінця, є те, що інтерактивність має можливість стимулювати читача на скролінг (прокрутку). Як відомо, користувачі Інтернету характеризуються гіподинамією, а інфографіка часто має вкрай довгу

структуру, і дані два факти працюють не на користь читабельності продукту. Інтерактивність може бути в даному випадку підвищена анімацією, яка активується скролінгом. Ще один спосіб занурити читача в тему інфографіки - стимулювати його вибирати щось, вводити дані про себе, що і є частиною кастомізації. Прикладом може слугувати проект *GoodInfographics iLevi's «YourDailyDoseofWater»*, який, крім даних про загальносвітове споживання води, надає читачеві інформацію про те, скільки приблизно він сам витрачає води щоденно. На кожному слайді користувач може вибрати ті дії, які він здійснює щодня в різний час - такі як чистка зубів, душ, водіння машини, робота в офісі, вживання фастфуду або алкоголю. В кінці додаток підраховує загальну кількість витраченої води і відсоток користувача в загальносвітовому плані [3].

Тож інтерактивність стала не просто показником якісної інфографіки – зараз вона, фактично, є критерієм «серйозності» проекту, адже «звичайною анімацією» вже важко кого здивувати. Ми не стверджуємо, що анімована інфографіка зовсім статична і не заслуговує на увагу – це не так. Проте здатність інфографічного геймпродукту підлаштовуватися під користувача, трансформуватися в залежності від його поведінки в рази підвищує його якість, ефективність та конкурентоспроможність.

Варто зазначити, що інтерактивність є одним з основних принципів гейміфікації – сучасного напрямку впровадження ігрових підходів, характерних для комп'ютерних ігор, в неігрових процесах з метою залучення користувачів і споживачів до використання продуктів та послуг, вирішення прикладних завдань, використання продуктів, послуг. Окремо в гейдизайні використовується інтеграція інфографіки – діаграми, гістограми та картограми з функцією фідбека. Яскравим прикладом є запропоновані західними вченими ігри з відкритими даними «*Bar Chart Ball*» [5], «*Open Data Civilization*» [4]. Основою в цих ігор є аналітична робота з гістограмами (кожний стовпчик має певне значення НОД) та картографіями (кожна карта присвячена певному аспекту, таких як рельєф місцевості, висота і розподіл ресурсів, таких як вугілля, нафта і т. д.).

Висновки. Отже, факторами, що зумовлюють використання інфографіки в геймдизайні можна назвати зрушення медіасфери в бік візуальної комунікації, мобільність пристроїв, початок епохи адаптивного дизайну, інтерактивність, акцентування на сторітеллінг. Результатом застосування інфографіки в геймдизайні є використання технік скролінгу, побудова «впливаючих» вікон, що розширюватимуть межі тексту, поява зображень, коментарів або статистики, а також надання можливості користувачеві керувати ігровим процесом.

Результати цієї роботи буде використано в проекті ЄС Erasmus+KA2 "GameHub: університетсько-підприємницька співпраця в ігровій індустрії в Україні" (№ 561728-EPP-1-2015-1-ES-EPPKA2-SVHE-JP) для розробки комп'ютерних ігор.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Никулова Г. А. Средства визуальной коммуникации – инфографика и метадизайн [Электронный ресурс] / Г. А. Никулова. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/sredstva-vizualnoy-kommunikatsii-infografika-i-metadizayn>
2. Смикилас М. Инфографика. Коммуникация и влияние при помощи изображений [Текст] / М. Смикилас. – Санкт-Петербург : Питер, 2013. – 153 с.
3. Яу Нейтан Искусство визуализации в бизнесе. Как представить сложную информацию образами [Электронный ресурс] / НейтанЯу; пер. с англ. С. Кировой. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 352 с. - Режим доступа : <http://comagency.ru/uploads/16032014/2d1fb27674ed4bdda6885cb8f086a3cb.pdf>
4. Dataplay: Mapping Game Mechanics to Traditional Data Visualization / Colleen Macklin, Michael Edwards, Julia Wargaski, Kan Yang Li // Proceedings of the 2009 DiGRA International Conference: Breaking New Ground: Innovation in Games, Play, Practice and Theory, 2009. - Brunel University, September, 2009, Vol. 5.
5. Togelius, J. Bar Chart Ball, a Data Game / Julian Togelius and Marie Gustafsson Friberger // Proceedings of the 8th International Conference on Foundations of Digital Games (FDG 2013), 2013, pp. 451-452.