

Геоизображения в СМИ - новые тенденции картографии

Васильев Олег Дмитриевич

Студент

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Географический факультет, Москва, Россия

E-mail: vasilyev_vizin@bk.ru

Геоизображение – это графическое изображение действительности (на современном этапе развития зачастую в цифровой форме), представленное с помощью условных знаков, генерализованное, уменьшенное по отношению к реальному объекту [1]. В данном случае под геоизображениями будем пониматься лишь образные графические материалы, содержащие картоподобные изображения, карты и инфографики, которые можно встретить в Средствах массовой информации (СМИ). Целью проведённого исследования было изучение геоизображений, как особой формы отражения действительности, анализ и классификация, определение положения их места в картографии, а также приведение некоторых рекомендаций к их составлению.

Среди геоизображений в СМИ можно выделить различные виды. *Карта* – это образно-знаковое изображение действительности, карта в СМИ – традиционная карта, оптимизированная по содержанию, структуре и исполнению к использованию в различных средствах информации – Интернете, телевидении, газетах, журналах. *Картоподобное изображение* (термин предложен Б.Б. Серапиным) – изображение, которое зачастую представляют собой лишь контуры каких-либо государств, областей или материков, без указания масштаба, сетки, проекции, условных знаков, рамки. Однако большую популярность сегодня набирает геоинфографика (термин предложен Е.А. Прохоровой). Под *геоинфографикой* следует понимать такое представление информации, которое включает помимо текста и графики обязательно карту, снимок или любое картоподобное изображение. Сегодня геоинфографика становится актуальным инструментом визуализации различных идей в самых разных областях – от науки и образования – до журналистики и рекламы, позволяя передавать и доносить до читателя большое количество информации, необходимой для анализа и выявления взаимосвязей между несколькими массивами данных. Например, любая новость на телевидении с места событий, как правило, сопровождается телевизионной геоинфографикой. Более того, с помощью журнала «Инфографика» эти изображения стали применяться и в рекламе [3].

Создание геоизображений в СМИ – это сформированный вид производства и использования карт, продиктованный развитием картографии и технологий в XXI веке, это совместный труд картографа, который формирует картографическое изображение и его тематическое содержание, и дизайнера, который завершает оформление темы, делая изображение привлекательным [2].

Процесс создания любого геоизображения состоит из несколько этапов: формирование задачи; поиск и систематизация данных; выбор способа изображения и составление карты; визуализация всех данных. На этапе создания прообраза геоизображений решаются вопросы, непосредственно связанные с коммуникационной функцией в картографии; важно, как и в каком виде информация будет донесена до конечного

пользователя. Из разных показателей выбирается тот, который максимально удобен и эффективен для отображения информации на карте. Вопросы визуализации решаются с учётом технических и технологических ограничений подачи информации. Сама же процедура создания представляет и отражает противоборствующий процесс двух интересов – требований к точности изображения картографа и дизайнера, который на первое место выводит коммуникационные свойства – броскость, понятность и красоту. Это своеобразный конфликт между научным подходом и художественным представлением. Результатом вынужденного компромисса является гипергенерализация: гиперотбор, большие смещения и преувеличения, а также несколько иной подход к выбору способов изображения.

Таким образом геоизображения в СМИ – явление довольно новое, но активно развивающееся. Они выполняют важную задачу – доносят пространственную информацию для широкого круга лиц, большая часть из которых не знакомы с теорией картографии. Они требуют нетрадиционного содержания, новых подходов к созданию и использованию передовых геоинформационных технологий – выбор и создание которых задача картографов и картографии XXI века.

Литература

1. Берлянт А.М. Теория геоизображений. М., ГЕОС, 2006. – 262 с.
2. Борейко П. Принципы создания инфографики на ТВ: <http://mediaprofi.org/mastership/technology/item/93-slovom-i-telom-prinzipy-sozdaniya-infografici-na-tv>
3. Инфографика - вместо слов: <http://infographicsmag.ru/>

Слова благодарности

Автор выражает искреннюю благодарность научному руководителю, профессору кафедры картографии и геоинформатики Серапинасу Балису Балию, рецензенту – Прохоровой Е.А., а также начальнику картографического отдела студии "ВизАрт" (ВГТРК "Россия"), Попову И.И., поделившегося опытом создания геоинфографиков и карт для информационных программ телевидения.