

Научная статья

УДК 303.44 + 37.026.4 + 004.9 + 81'42:81'38 + 004.624 + 316.4.06

DOI 10.15826/izv1.2026.32.1.011

ИНФОГРАФИКА КАК КУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН: СЕМИОТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Ирина Юрьевна Захарова¹

Татьяна Юрьевна Быстрова²

^{1,2} *Уральский федеральный университет,
Екатеринбург, Россия*

¹ira-mir99@mail.ru

²taby27@yandex.ru,

<https://orcid.org/0000-0001-6713-6867>

А н н о т а ц и я. В статье проведен анализ инфографики как феномена современной визуальной, информационной и коммуникативной культуры. Свернутое мультимодальное сообщение, каким является инфографика, может достигать уровня синтеза образа и вербальной (количественной) информации либо распасться на отдельные элементы — текст и дублирующую его иллюстрацию. Семиотика Ю. М. Лотмана, теория симулякра Ж. Делеза и Ж. Бодрийяра и теория мемов Н. Салингароса позволяют оценить качество инфографики: ее цельность как культурного кода, обеспечивающего адекватную «расшифровку» информации и смыслов; искажение исходных смыслов благодаря наличию симулятивных элементов; трансформацию в мем. Вычленение вариантов помогает более объемной оценке качества существующих инфографических решений в разных областях знания и профессиональной деятельности.

К л ю ч е в ы е с л о в а: инфографика; смысл; симулякр; искажение смыслов; инкапсуляция информации; мем; вирусная визуальная коммуникация

INFOGRAPHICS AS A CULTURAL PHENOMENON: SEMIOTIC ANALYSIS

Irina Yu. Zakharova¹
Tatyana Yu. Bystrova²

^{1,2} *Ural Federal University,
Ekaterinburg, Russia*

¹ira-mir99@mail.ru

²taby27@yandex.ru,

<https://orcid.org/0000-0001-6713-6867>

Abstract. This article analyzes infographics as a phenomenon of modern visual, informational, and communicative culture. A condensed multimodal message, such as infographics, can reach the level of synthesis of image and verbal (quantitative) information or disintegrate into separate elements — text and a supporting illustration. Yu. M. Lotman's semiotics, J. Deleuze and J. Baudrillard's theory of simulacrum, and N. Salingaros's theory of memes allow us to assess the quality of infographics: their integrity as a cultural code that ensures adequate “decoding” of information and meanings; distortion of original meanings due to the presence of simulative elements; and transformation into a meme. Identifying these variations facilitates a more comprehensive assessment of the quality of existing infographic solutions in various fields of knowledge and professional activity.

Key words: infographics; meaning; simulacrum; distortion of meanings; information encapsulation; meme; viral visual communication

Введение

Современная инфографика — не только инструмент визуализации данных, но сложный культурный и семиотический феномен, требующий междисциплинарного анализа. Согласно Б. Латуру, в последние пятьсот лет культура в принципе тяготеет к сокращению размеров носителей значимой информации, при этом не отказываясь от поиска новых, все более концентрированных продуктов [Латур]. В цифровой среде с высоким уровнем информационной нагрузки пользователей она становится инструментом повышения когнитивной и эмоциональной ясности сложных данных, упрощает восприятие информации, стимулирует поведенческие изменения [Быстрова; Traboso, Pandian, Nikiphorou, Gupta; Tufty]. Это значительно расширяет функции инфографики, превращая ее в активного участника культурного обмена, генерации смыслов и коллективного осмысления информации, равно как повышает требования к ее содержательности и адекватности фиксируемых данных. О возрастающем внимании к этим моментам говорит большая выставка 2025 г. *Diagrams*, проведенная в Венеции исследовательским подразделением АМО/ОМА архитектурного бюро Р. Колхааса *Diagrams [Diagrams]*. На ней показан генезис диаграмм — основного структурного компонента инфографических

продуктов, диаграммы представлены не столько как инструменты познания, сколько именно как артефакты культуры, коммуникативные продукты, имеющие долгую разнообразную историю.

Анализ существующих продуктов, обозначаемых словом «инфографика», показывает непропорциональное расширение границ толкования: инфографикой называют любое сочетание визуального и вербального компонентов, при этом не предполагая каких-либо качественных отличий от других мультимодальных образований. Этому способствует и разрозненность выработки и использования многочисленных теоретических данных — от психологии восприятия до системного подхода, — необходимых для анализа инфографики или владения ею. Специалисты действуют параллельно, часто не знают работ друг друга, поэтому на практическом уровне возникает видимость элементарности создания инфографики (к сожалению, не в смысле демистификации, снятия покрова с волшебного единства слова и формы, но лишь легкости разработки, как будто бы не требующей никаких специальных знаний).

Инфографика может выполнять множество культурных функций. Благодаря включению в нее образов она фиксирует и представляет социуму сложную научную информацию в визуально и когнитивно доступной форме [Jeyaraman M., Jeyaraman N., Ramasubramanian et al.]. В сфере образования инфографика способствует вовлеченности [Traboco, Pandian, Nikiphorou, Gupta], запоминаемости, развитию коммуникативных навыков при взаимодействии людей разных поколений или регионов. Она обеспечивает межкультурное взаимодействие. Поэтому нельзя делать информацию более примитивной или исказить ее, чтобы не привести к неверной интерпретации, значит, вопрос организации информации приобретает этические оттенки.

Благодаря мультимодальной природе [Быстрова; Смикиклас] инфографика способна превращать сложную и абстрактную количественную информацию в наглядные, структурированные, эстетически привлекательные и осмысленные визуальные формы даже в этически непростых областях типа медицины [Stones, Gent, p. 8]. Не случайно автор методик по информационному дизайну Д. МакКэндлесс признает, что «преодолевая информационный шум, мы создаем визуализации, которые не только всеобъемлюще отражают факты, но и подчеркивают неочевидные связи между данными и добавляют контекст, придавая информации смысл в красивой и занимательной форме» [McCandless]. При этом постановка вопроса о генерации инфографики искусственным интеллектом [Traboco, Pandian, Nikiphorou, Gupta] обостряет вопрос передачи человеческих смыслов в культурно значимых, релевантных формах. Язык инфографики может и должен оставаться языком культуры, не случайно уже упомянутая выставка ставит вопрос «Могут ли линии и стрелки объяснить все?».

Зарождение инфографики связывают с общим визуальным поворотом культуры, в частности, с необходимостью фиксировать в наглядной (и даже привлекательной) форме большие количественные данные [Holmes]. Найджел Холмс, пионер современной инфографики, не просто достиг единства линий

диаграмм и образов, но сумел показать, каким путем могут идти другие дизайнеры [O'Donnell].

Под влиянием идей и работ Н. Холмса одним из авторов [Heller] ранее выведено определение инфографики как свернутого мультимодального текста, включающего количественные данные¹, способного быть считанным («развернутым») воспринимающим, которому он адресован [Быстрова]. Содержащееся там же указание на синтетический характер мультимодальности, при котором текст структурно неотделим от образа, а образ усиливает эмоциональность, организованность, считываемость и запоминаемость данных, позволяет согласиться с появившимся в 2025 г. разделением на графические абстракции, лишенные такой синтетичности, и собственно инфографику [Jearaman M., Jearaman N., Ramasubramanian et al.] (рис. 1). Графические абстракции (ГА) представляют простейшее иллюстрирование, дублирование вербальной информации и, по сути, могут служить только для привлечения внимания к ней. Их стилистика не зависит от количественных данных и форм их представления.

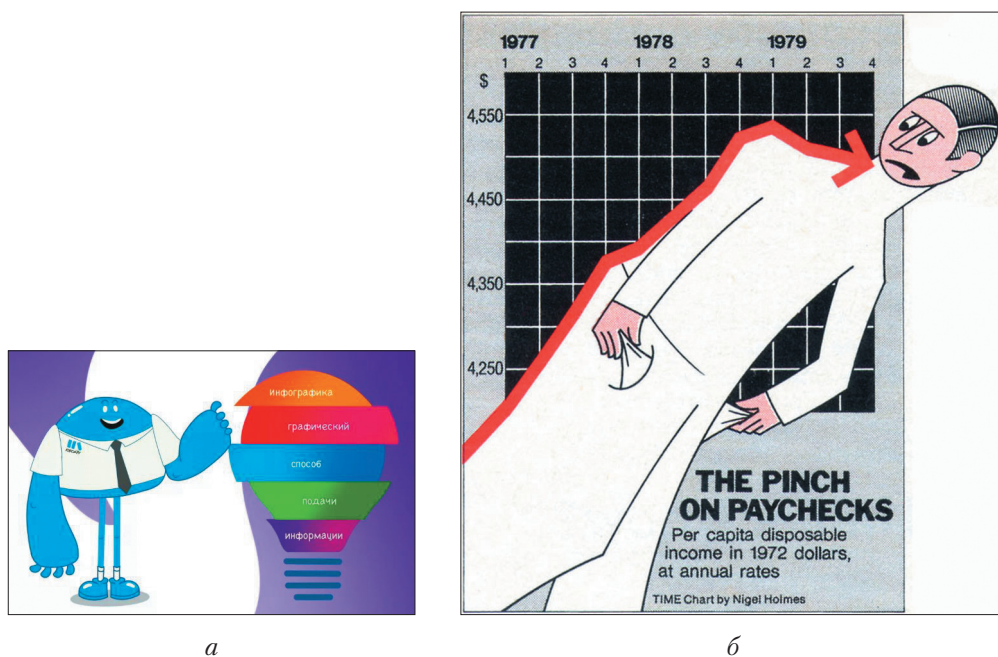


Рис. 1. Отличие графической абстракции от инфографики:

а – графическая абстракция из текста [Что такое инфографика...]; б – работа Н. Холмса “The Pinch on Paychecks” («Удар по зарплатам»), показывающая сокращение дохода на душу населения в 1972 г. в годовом исчислении с 1977 по 1979 г.(в долл.) (цит. по: [Ахмедова])

¹ В. В. Лаптев в связи с этим называет инфографику «изобразительной статистикой» [Лаптев].

Методология и методика работы

Поскольку инфографика представляет собой сложный композиционный, содержательный, коммуникативный феномен, подобрать совокупность взаимодополняющих непротиворечивых исследовательских инструментов достаточно сложно. Мы берем за основу два культурных «показателя» любого инфографического продукта — его адекватность исходной информации на этапе «свертывания» и возможность воспринимающего «развернуть» эту информацию, освоить и при необходимости воспроизвести ее без больших искажений. Этому соответствует допущение того, что инфографика может удовлетворять обоим названным требованиям свертывания — развертывания либо не удовлетворять хотя бы одному из них (не донося полного содержания или искажая его; не давая воспринимающему возможности расшифровки в случае использования непонятных, несчитываемых и т. п. знаков).

Трем названным возможностям соответствуют три концептуально-методологических подхода, помогающие на данном этапе исследования выносить первичные суждения о качестве того или иного инфографического продукта, связанном со способностью не просто адекватного донесения информации, но еще и появления новых для воспринимающего смыслов. Эти смыслы рождаются во взаимодействии образной и вербальной (цифровой) информации. В ходе анализа конкретного примера в тексте показано, что: 1) гармоничное единство информации и образа, обеспечивающее логичную «свертываемость» и «развертываемость» сообщения, фиксируется культурно-семиотическим подходом Ю. М. Лотмана [Лотман]; 2) наличие искажающих элементов, приводящих к снижению информационной и смысловой ясности инфографики, приближает их к симулякрам, характеристики которых раскрыты в работах Ж. Делеза [Делез] и Ж. Бодрийяра [Бодрийяр]; 3) доведение искажения образа до степени, когда он искажает исходные данные, превращает его в мем, свойства которого описаны Н. А. Салингаросом [Салингарос].

Синтез образа и вербальной информации — «идеальный» вариант инфографики

Функционирование «качественной» инфографики в культуре можно описать, используя модель автокоммуникации Ю. М. Лотмана: при восприятии и расшифровке инфографика на личностном уровне встраивается в систему смыслов, способствуя освоению и переосмыслению информации, построению личностных связей с материалом. Ю. М. Лотман характеризует текст не только как «генератор новых смыслов, но и конденсатор культурной памяти», обладающий «способностью сохранять память о своих предшествующих контекстах» [Лотман, с. 21]. При таком подходе видно, что инфографика выявляет скрытые взаимосвязи между разными слоями визуальной и вербальной информации, что коррелирует с мнемонической функцией автокоммуникации: в процессе взаимодействия с инфографикой человек переосмысляет информацию, включая ее в свое когнитивное

поле. В этой автокоммуникации происходит переформирование самой личности, с чем связан широкий круг культурных функций [Лотман, с. 36].

Подход Ю. М. Лотмана продуктивен для исследования инфографики благодаря его системности, обеспечивающей анализ *многослойных* текстов: «Текст как бы двоятся: он остается рядами графически выраженных слов и, одновременно, реализуется в некотором иконическом пространстве» [Лотман, 97].

Подтвердим это примером. Инфографика «Четыре времени года», показывающая состояние экономики разных стран и разработанная при сотрудничестве со Всемирным правительственным саммитом, вошла в шорт-лист Премии в области визуализации данных 2023 г. Цель продукта состоит в том, чтобы визуализировать и упростить восприятие многообразных социально-экономических процессов через использование универсального визуального языка (рис. 2).



Рис. 2. Модель «Весна» в инфографике «Четыре времени года. Как изменился мир за последние годы?». Дизайнер Льюхуайн Янг (Liuhuaying Yang) [World Data Visualization Prize]

Инфографика строится на метафоре дерева и смены времен года, которые говорят о степени развития стран. Образ дерева состоит из значимых для инфографики элементов: стебли представляют регионы, ветки — страны. Информация разбита на четыре рисунка, в каждом из которых концевой элемент ветки отражает отдельные показатели: зимой это окружность — «снег», величина которого отражает измеряемые показатели, летом, весной и осенью — миндалевидный «лист», отражающий значение показателей через размер или оттенок на цветовой шкале.

Весна как период роста и развития отражает следующие показатели: индекс человеческого развития (ИЧР), ВВП на душу населения, международный индекс счастья. Лето — время процветания и посева урожая, отражает экономический

ресурс стран, а также равноправный доступ к нему всех слоев населения — это показатель социального неравенства: оценка устойчивого экономического развития (SEDA), индекс экономической свободы (Index of Economic Freedom), рост экономического ВВП. Осень — время перемен и сбора урожая, когда листья окрашиваются в разные цвета и опадают; символизирует социальную дифференциацию, общественное положение и оплату труда: фокусируется на таких показателях, как индекс гендерного неравенства, индекс неравенства доходов, доля мест, занимаемых женщинами в национальных парламентах (%). Зима символизирует подготовку к кризисам и вызовам современности, что отражается в следующих показателях: количество выбросов углекислого газа (CO₂) на душу населения; доля электроэнергии, произведенной из возобновляемых источников. Помимо сезонной символики, в обработке информации участвует элемент, представляющий прошлое, — корни дерева, они отражают ретроспективу данных за последние 10 лет. Символические лучи солнца и капли дождя показывают развитие инновационных технологий и проектов.

Продолжая интерпретацию, согласно Ю. М. Лотману, можно посмотреть на представленную работу как на текст, обладающий признаками кода и сообщения, что позволяет проанализировать ее семиотические свойства на нескольких уровнях. Символика связана со значимым для всех культур образом дерева, но задачи донесения экономической информации включают образ в иной контекст и «привязывают» его частям иные значения. Традиционно дерево, корни, ветви, листья, циклы сезонов считываются на уровне универсальных культурных кодов: дерево символизирует жизнь, развитие и преемственность, корни — прошлое, источник, память. Времена года издревле связываются с представлениями о ходе различных природных и социальных процессов: весна — начало и обновление, лето — зрелость и процветание, осень — перемены и сбор урожая, зима — подготовка к испытаниям. Эти метафоры закреплены в мировой культуре, в инфографике происходит повторное кодирование информации, соответствующее идее М. Ю. Лотмана о полисемиотичности знаков. Инфографика как свернутый текст комбинирует универсальные коды с конкретными количественными значениями. Ветка дерева и размер листа становятся способом выразить количественные значения того или иного показателя, по цвету можно определить положение показателя на шкале.

Образ дерева, найденный дизайнером, позволяет считать отношения кодов: насколько один показатель больше другого, показатель какой страны самый большой. Для этого достаточно сравнить размеры ветвей между собой. Развертка каждого отдельного графика показывает его в отрыве от общего «дерева», это уже код, типичная структурная форма, для ее расшифровки необходим вербальный текст. Инфографика «сворачивает» значения показателей в ветви и собирает ветви в дерево так, чтобы их можно было сравнить между собой. Такая свертываемость позволяет распределить уровни фокуса либо на сравнение веток, либо на показатели конкретной ветки.

Семиотический подход дает основание рассмотреть анализируемую инфографику как текст культуры, обладающий признаками кода и сообщения. Это объясняет

ее потенциал в коммуникативных процессах разного уровня (переформулирование и переосмысление информации в процессе восприятия). Система состоит из культурного кода, основанного на образе «дерева», который в данном случае является семиотической конструкцией, объединяющей числовые и визуальные данные.

Семиотический взгляд позволяет учитывать структурные и динамические особенности восприятия и расшифровки инфографики в культурном контексте. Однако он не охватывает динамические процессы синтеза смысла текста и изображения. В инфографике текст и изображение бессмысленны по отдельности. Визуальная сторона инфографики, в отличие от книжной иллюстрации, не дублирует смысл текста, а сворачивает текстовую информацию. Возникновение смысла в инфографике обусловлено синтезом этих элементов. Рассматривая динамический аспект инфографики, мы подразумеваем синтез, который наделяет текст и изображение новыми смыслами: смысл изображения дополняется текстом, и наоборот. Опыт наиболее известных дизайнеров инфографики, таких как Н. Холмс или Д. Мак-Кэндлесс, убеждает в возможности синтеза и получения новых смыслов в случае представления не только количественных данных, но и политических взглядов, ценностей, привычек и т. п. [Elsen, p. 72–81].

«Симулятивные» элементы инфографики

И выбираемый дизайнером образ, и представляемые количественные данные обладают достаточной автономностью и «силой» для того, чтобы входить друг с другом в противоречие или подчинять один другого (попробуйте начать стилизовать, к примеру, стул под цветок, и вы убедитесь, что мысль о цветке деформирует «стульность»). Допуская подобные отклонения, при которых либо образ «подавляет» доносимую информацию, либо, напротив, диаграммы или статистика «не поддаются» образному оформлению, мы обозначим элементы инфографики, которые не подчинены синтезу и скорее мешают коммуникации, чем вносят дополнительные необходимые смыслы. В контексте задач донесения информации и смыслов они ведут себя как симулякры. Эту возможность подтверждает и мысль Б. Латура, о том, что «схемы, списки, формулы... инженерные чертежи... могут объяснить почти все или почти ничего» [Латур, с. 101].

Подход теоретиков симулякра Ж. Делеза и Ж. Бодрийяра позволяет рассмотреть процессы внутри знаковых систем, увидеть самостоятельную роль знака в процессах трансформации смысла (симуляции), связанную с тем, что «зеркальности между бытием и его отображением, между реальным и его концептом» нет [Бодрийяр, с. 6; Деррида].

В границах данной работы под симулякрами можно понимать знаки, в которых знак-оригинал замкнут на себя, не отсылая к означаемому. При этом он не теряет способности смыслопорождения: «Симулякр — подлинный признак или форма того, что есть», и он «воздействует на себя, проходя через смещенные центры вечного возвращения» [Делез, с. 162]. При дальнейшей разработке можно расширить спектр выявления симуляций с разными степенями, отталкиваясь от соответствия

или несоответствия исходного и нового, приобретенного в процессе симуляции внутри знаковой системы, смыслов.

Так, в анализируемом продукте образ дерева не воспроизводит реальность напрямую, а — в силу своей органической природы — дает гибкую, удобную для работы структуру для укладывания информации, что соответствует идее симуляции: знак не копирует, а трансформирует оригинал. При этом благодаря символике дерева схема обрастает дополнительными культурными смыслами, отличающимися от смыслов *оригинала* дерева и исходных (неупорядоченных) блоков количественной информации.

Исходный образ дерева, используемый дизайнером, является символом жизни, роста, но в основе его создания лежит не желание скопировать природу, а конкретные числовые данные. Можно выделить два уровня симуляции: 1) символ дерева, замещающий живое; 2) возникающий инфографический код, где уложенная количественная информация замещает символ дерева.

Итоговый образ обладает признаками симулякра: он преодолевает как исходную количественную информацию, так и представление о дереве — выходит за их пределы, позволяя сказать больше. Но это большее не имеет значения за пределами инфографики, ведь чем больше информация выражает себя через элементы дерева, тем менее реалистичный образ она приобретает, тем больше нужно навыков, чтобы декодировать, «распаковать» инфографику. Если сфокусироваться на том, что у реальных деревьев не бывает одинаковых листочков, притом только на концах ветки, или пытаться определить стилистику дерева, соразмеряя ее с экономической информацией, то дерево становится все более и более симулятивным. Не перегружая текст дополнительными иллюстрациями, скажем все же о многочисленных, обозначаемых как инфографические, продуктах, дающих огромные смысловые шлейфы, не соотносящиеся с базовой считываемой количественной информацией. Частота использования термина на уровне обыденного языка размывает его значения и, в свою очередь, снижает качество инфографики как особого, уникального сообщения.

Анализ инфографики с позиции теории симулякра полезен тем, что позволяет увидеть процессы трансформации знаков и смыслов, которые происходят при визуализации данных. В ходе анализа было выявлено, что инфографика не просто передает информацию, а создает новый знак (симулякр), который замещает и «переписывает» исходные данные и культурные образы, одновременно сохраняя свою функцию коммуникации.

От симулякра к мему: инфографика в контексте массовой культуры

Иногда в инфографике происходит подмена свертывания упрощением. Это ненамеренный процесс, связанный с особенностями массовой визуальной культуры и цифровой среды. Некоторые образы быстро захватывают внимание, распространяются по Сети и в отрыве от информации теряют свой первоначальный

смысл. В инфографике эти процессы обусловлены требованием к свертываемости и эмоциональной яркости, привлекательности. Однако механизм распространения образов в массовой культуре отдельно от исходного контекста не до конца ясен. Его наличие помогает объяснить идея Н. Салингароса о мемах.

Он рассматривает процессы распространения новых знаков в массовом культурном коде по аналогии с процессами естественного отбора, описанными Ч. Дарвином: «Процесс проектирования в архитектуре параллелен аналогичным генеративным процессам в биологии и естественных науках» [Салингарос, с. 141]. Автор вводит понятие *инкапсуляции*, которое позволяет уяснить, как упрощенный знак-мем, подобно вирусу, вживляется в массовое сознание, оказывая обратное негативное влияние на свое содержание. Н. А. Салингарос отмечает, что «архитектурные мемы более близки к физически воспроизводимым объектам, таким как вирусы», и «инкапсуляция встраивает мем или набор мемов в структуру значений» [Salingaros, Mikiten].

Угроза чрезмерного упрощения уже осознается специалистами, подтверждение тому — многочисленные статьи про инфографику в медицинских журналах: медикам необходимо доносить до пациентов информацию, однако показать некоторые механизмы болезней довольно сложно [Stones, Gent].

Имея в виду возможность такой деградации инфограммы, мы характеризуем мем как частный случай симулякра. Вместо описанного выше свертывания, с его балансом образного и содержательного, мем переживает процессы «одевания» в более примитивный образ (инкапсуляция [Салингарос, с. 285]) и вирусного внедрения в культурные системы. Критерием присутствия меметического компонента служит наличие вирусных элементов, способствующих инкапсуляции в массовом сознании при деградации исходного смысла. Так, в меме «Современный яшень» персонаж спрашивает дерево, где его любимая (фраза из известной песни С. Никитина и М. Таривердиева из кинофильма «Ирония судьбы», обладающего колоссальными культурными отсылками), на что яшень сообщает: «Ответил в личку». Текстовый компонент присутствует, но он обрывает все культурные отсылки, при этом восприятие графического образа происходит более чем легко.

Н. А. Салингарос рассматривает мемы как простые повторяемые паттерны — визуальные или смысловые шаблоны, формирующиеся ради удобства потребления, визуального клише и стандартизации [Там же, с. 292–293]. На первый взгляд они имеют много общего с инфографикой. Но в то время как инфографика «развертывается» в полное, возможно, даже еще более полное по сравнению с создаваемым дизайнером сообщение, мем, согласно Салингаросу, — это деградация смысла, при которой происходят упрощение и инкапсуляция вирусного символа в массовом сознании.

Заключение

В современной культуре инфографика выступает не просто инструментом визуализации информации, но и генератором новых смыслов. Они представляют

собой продукт перевода сложных, наполненных абстракциями нарративов в ценностно-значимые.

Анализ выявил, что баланс образа и данных является критерием успешно функционирующей инфографики, так как превращает элементы формы в культурный код. Использование в инфографике образов, имеющих культурные эквиваленты, облегчает восприятие сложной исходной информации. В свою очередь, асимметрия образа и данных затрудняет «развертывание» сообщения и деформирует инфографику как особый жанр визуального языка. Чрезмерное упрощение образа приводит к деградации инфографики в мем, чья оболочка упрощена для адаптации к массовому сознанию, но имеет обратное негативное влияние на смысл и содержание.

Для сохранения высокого культурного статуса инфографики необходимы четкие критерии ее оценки, следование которым обеспечит как точность «упаковывания», так и ясность понимания содержания и смыслов.

Ахмедова Д. Визуализация больших данных может быть «мусорной» (и это работает) // ИКСТАТИ : науч.-попул. электрон. журн. НИУ ВШЭ. 2022. 1 авг. URL : <https://spb.hse.ru/ixtati/news/712251698.html> (дата обращения: 12.11.2025).

Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция. СПб., 2024.

Быстрова Т. Ю. Дизайн эффективной инфографики для МООК: характеристики и апробация. Ч. 1 // Акад. вестн. УралНИИпроект РААСН. 2017. № 3. С. 92–98.

Делез Ж. Различие и повторение / пер. с фр. Э. П. Юровской. СПб., 1998.

Деррида Ж. О грамматологии. М., 2000.

Латтев В. В. Изобразительная статистика. Введение в инфографику : моногр. СПб., 2012.

Латур Б. Визуализация и познание: изображая вещи вместе // Логос. 2017. Т. 27, № 2. С. 95–156.

Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек — текст — семиосфера — история. М., 1996.

Салингарос Н. А. Теория архитектуры / пер. с англ. И. О. Бембель, Т. Ю. Быстровой. Екатеринбург ; Москва, 2024.

Смиклас М. Инфографика. Коммуникация и влияние при помощи изображения / пер. с англ. А. Литвинова. СПб., 2014.

Что такое инфографика и зачем она нужна // Курсы.ру : сайт. 2023. 12 янв. URL : <https://kursy.ru/znaniya/dizajn/chto-takoe-infografika/> (дата обращения: 02.03.2026).

Diagrams // OMA. Office. Work. Search. URL : <https://www.oma.com/projects/diagrams> (date of access: 12.11.2025).

Elsen D. P. N. “I wouldn’t chuck this out!” — Applying Infographic Design and Information Shortcuts to Local Election Candidate Booklets : A dissertation submitted for the degree of Bachelor of Arts (Honours) at the University of Otago, Dunedin, New Zealand. Otago, 2010.

Heller S. Nigel Holmes On Information Design (Working Biographies). Bethesda, 2006.

Holmes N. Joyful Infographics: A Friendly, Human Approach to Data. 1st Edition. URL : <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.1201/9781003222361/joyful-infographics-nigel-holmes> (date of access: 28.10.2025).

Jeyaraman M., Jeyaraman N., Ramasubramanian S. et al. Decoding Research with a Glance: The Power of Graphical Abstracts and Infographics // *Apollo Medicine*. 2025. Vol. 22, iss. 2. P. 144–152. <https://doi.org/10.1177/09760016241281426>

McCandless D. The beauty of data visualization // TED Global : website. 2010. URL: https://www.ted.com/talks/david_mccandless_the_beauty_of_data_visualization?language=en (date of access: 02.11.2025).

O'Donnell T. Sketchbook: Conceptual Drawings from the World's Most Influential Designers. Beverly, 2011.

Salingaros N. A., Mikiten T. M. Darwinian Processes and Memes in Architecture: A Memetic Theory of Modernism // *Journal of Memetic*. 2002. Vol. 6, iss. 1. January. P. 23–42.

Stones C., Gent M. The 7 G.R.A.P.H.I.C. Principles of Public Health Infographic Design. Leeds, 2015. URL: <https://share.google/4CD4QYXTRm5course9> (date of access: 12.11.2025).

Traboco L., Pandian H., Nikiphorou E., Gupta L. Designing Infographics: Visual Representations for Enhancing Education, Communication, and Scientific Research // *Journal of Korean Medical Science*. 2022. Vol. 37(27). Jul. 11. e214. <https://doi.org/10.3346/jkms.2022.37.e214>

Tufte E. R. Envisioning Information. Cheshire, CT, 1990.

World Data Visualization Prize 2023 : interactive longlist // Information is Beautiful : websait. URL: <https://informationisbeautiful.net/visualizations/world-dataviz-prize-2023-interactives-longlist/> (date of access: 12.11.2025).

Статья поступила в редакцию 30.11.2025 г.