

УДК 070: 811.161.2

Г.М. Волинець

## СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОГРАФІКИ (НА МАТЕРІАЛІ ЧАСОПISУ “УКРАЇНСЬКИЙ ТИЖДЕНЬ”)

*У статті на матеріалі часопису “Український тиждень” розглянуто основні тенденції розвитку сучасної інфографіки. Здійснено аналіз і опис жанрів інфографіки, їхніх особливостей, визначено їх кількісний вияв, функції тощо.*

**Ключові слова:** преса, друковані ЗМІ, інфографіка, карта, графік, кругова діаграма, схема.

### І. Вступ

Інфографіку активно використовують в абсолютно різних галузях, починаючи від науки і статистики й закінчуючи журналістикою та освітою. Загалом це досить універсальний засіб для поширення концептуальної інформації. Інфографікою можна назвати будь-яке поєднання тексту та графіки, створене з наміром наочно викласти ту чи іншу історію, донести той чи інший факт. Інфографіка особливо добре працює там, де необхідно показати пристрій або алгоритм роботи чого-небудь, співвідношення предметів і фактів у часі й просторі, продемонструвати тенденцію, показати, як щось виглядає і з чого складається, реконструювати подію, організувати великі обсяги інформації.

За словами дослідників, інфографіка сприймається читачами краще, ніж простий текст, дає можливість урізноманітнити подання матеріалів, стимулює командну роботу у редакції, дозволяє більш цікаво й наочно доносити інформацію [10].

Інформаційна графіка – одне з наймолодших явищ у друкованих ЗМІ. До інфографіки традиційно зараховують довідкову або ілюстративну інформацію, подану у вигляді таблиць, креслень, технічних малюнків, діаграм, карт тощо. А. Лазарева (упорядник видання “Гід журналіста”) наголошує, що інфографіка – “це новий жанр західної преси, що виник на межі інформаційних жанрів та ілюстрацій”, “він дозволяє передавати інформацію графічно: мовою малюнку, схеми, мапи” [2, с. 97].

Вперше інформаційну графіку почали регулярно використовувати американські видання на початку 80-х рр. XX ст. [2]. На думку французького вченого Жан Марі-Шаппе, терміни “інфографія”, “інфографіка” виникли на початку 80-х рр. XX ст. від скорочення і поєднання двох американських слів “information” і “graphics” – “infographics”, що варто тлумачити як “графізм інформації” (а не як “інформативні графіки”) [перекит. за 2, с. 87].

Вивчати інфографіку почали не так давно (оскільки і саме явище існує на шпальтах

періодичних видань трохи більше трьох десятиліть), тому між сучасними дослідниками і практиками немає єдиної думки про те, які цілі, властивості й ознаки лежать в основі інфографіки. Деякі визначають її як журналістський метод передачі інформації, інші ж – звичайною ілюстрацією та розглядають як “декоративний” прийом оформлення газети. Більшість науковців (С. Некляев, Д. Сурнін, О. Тихонова, В. Тулупов та ін.) усе ж дотримуються принципу “золотої середини”: зараховують інформаційну графіку до журналістських інструментів, що водночас є потужним дизайнерським прийомом. Вважаємо, що інфографіку можна назвати повноправним засобом подання інформації, оскільки вона володіє певними властивостями, які характерні для будь-якого журналістського твору: наявність теми, ідеї, використання фактологічності при її створенні; предметом відображення в інфографіці, як і у звичайному журналістському творі, є всі значущі явища дійсності: людина, група людей, факт, подія, будь-які явища та процеси тощо. Інформаційна графіка – це, в першу чергу, не прикраса, не ілюстрація чи елемент дизайну, а спосіб повідомлення. Цей спосіб обирається тоді, коли з його допомогою інформація може бути передана більш ефективно. У цьому принципова відмінність інфографіки від альтернативних текстових форматів з малюнками. Інфографіка – це частина повідомлення, невід’ємна і часом більш важлива, ніж сам текст [3; 10]. Навіть більше: французький дослідник Ів Аньєс зазначає, що “інфографіка – особливий спосіб подання інформації: текст з’являється лише як “оздоблення” малюнка (цифри на кривій, географічні назви на карті, назви посад або імена осіб на штатному розкладі тощо); заголовок і легенда дозволяють читачеві не помилитися в інтерпретації, переходити одразу до головного, ставити інформацію в її контекст” [1, с. 422].

Зазвичай терміном “інфографіка” позначають візуальне подання інформації, даних і знань; це поєднання дизайну та інформації, проте основна мета інфографіки – інформу-

вання. Найчастіше цей інструмент виступає як доповнення до текстової інформації, що охоплює тему в повному обсязі або містить деякі пояснення. Серед основних функцій, що виконує інфографіка, дослідники називають такі: інформування; привернення уваги та підвищення інтересу до теми; полегшення сприйняття інформації (особливо перевантаженої статистичними даними); краще розуміння даних; лаконічне поєднання великих обсягів інформації, чисел та візуального ряду; негайне і всеосяжне читання; підсилення довіри до повідомлюваного тощо [1; 3].

Вона може однаково добре працювати у висвітленні військових конфліктів, “гарячих новин”, бути помічником читача в осмисленні складних наборів даних. Читачі сприймають інфографіку краще, ніж простий текст; вона дає можливість урізноманітнити шпальти. Вона також зарекомендувала себе в друкованій пресі як універсальний засіб передачі соціально значущої і соціально цікавої інформації [10].

Інфографіка дає змогу передати інформацію лаконічно, скомпресовано й водночас точніше, зрозуміліше та ефективніше за текст, подати певні відомості в такому вигляді, коли для сприйняття вистачає кількох секунд, адже графічне відтворення даних є простішим, “доступнішим” для розуміння суті явища, процесу тощо.

Традиційно [див. 1; 5; 8; 9 та ін.] до жанрів найпростішої інфографіки зараховують таблиці, графіки, карти, кругові діаграми, гістограми, логічні схеми. Більш складна інфографіка може комбінувати текстові блоки, фотографії, карти, таблиці, діаграми, реконструкцію подій, навіть комікси, все, що може допомогти створити повноцінну графічну розповідь. Інфографіка допомагає в поширенні ідей і залученні уваги. Зображення – це одна з форм комунікацій, що відіграє важливу роль у презентації ідей. Науковці наголошують, що одне грамотне зображення коштує 1000 слів, воно здатне спростити зміст і водночас передати всю необхідну інформацію. Зображення роблять інформацію більш привабливою й переконливою. Зокрема, у мережі Інтернет можна побачити одні й ті самі популярні зображення на сайтах різних мовних груп (росіян, китайців, французів, англійців тощо), вони не потребують перекладу, з ним все відразу стає зрозумілим [8].

Інфографіка у вигляді діаграм, карт, таблиць з’явилася на сторінках газет останніми роками задля наочного подання інформації, досягнення візуального ефекту, аналізу інформації [4].

За дослідженням В. Іванова, фотографічні елементи застосовують усі сучасні періодичні друковані видання, чого не скажеш про штрихові – у 16% видань їх немає [6, с. 132]. Хоча в середньому інфографіка займає стільки ж місця в газеті, як і штрихові зображення, про-

те у 58% сучасних газет діаграми, таблиці та картосхеми не використовують. За площею фотографічні та штрихові зображальні елементи мало чим відрізняються, інфографіка має більші розміри при меншій кількості на сторінку. Ряд газет, крім фотографій, на своїх сторінках не застосовує ніяких інших зображальних елементів. До них можна додати газети, в яких, крім фотографій, є рекламні блоки.

Сучасні так звані “якісні” вітчизняні видання активно використовують арсенал інфографіки.

## II. Постановка завдання

Мета статті – розглянути особливості використання подібних зображень у часописі “Український тиждень”.

## III. Результати

“Український тиждень” – щотижневий ілюстрований суспільно-політичний україномовний журнал, що висвітлює ключові події та проблеми країни й світу. На думку видавництва, часопис розрахований на свідомого й соціально активного читача. Тематика журналу охоплює такі напрями, як політика, суспільство, культура, економіка, спорт [14]. Відповідно, ідейно-тематична спрямованість видання диктує певні жанрові обмеження у використанні ілюстрацій (наприклад, мало представлена художня фотографія, практично немає на сторінках журналу постановочних фото, не використовуються науково-технічні вузькоспеціалізовані креслення тощо).

Як і будь-яке інше сучасне видання, “Український тиждень” використовує певні технології для привабливості читачької аудиторії, зокрема й інформаційну графіку. Інфографіка на сторінках часопису репрезентована традиційними загальнозрозумілими формами – це таблиці, схеми, графіки, діаграми та географічні карти. Хоча подібні жанри на шпальтах видання представлені невеликою кількістю (порівняно з фотографіями), однак така сконцентрована візуальна “картинка” є необхідним, доречним і ємним додатковим джерелом інформації.

ГРАФІКИ. На сторінках “Українського тижня” графіки переважно є не самостійними матеріалами, а додатками до статей з економічної проблематики (№ 17–18 (234–235) 2012 р., стор. 26–28; № 19 (236) 2012 р., стор. 24 і т.д.). Зрідка графіки мають “прикрашений вигляд”, так, у № 41 (258) 2012 р. на стор. 25 (“Європейська авто індустрія в кризі – динаміка реєстрації нових пасажирських авто у ЄС”) зображена крива – у вигляді звивистої автомагістралі, і кожна верхня або нижня крайні точки цього графіка відповідають певним відсоткам.

Поодинокі на шпальтах часопису трапляється “спав” графіка й гістограми (№ 6 (274) 2013 р., стор. 31; № 38 (306) 2013 р., стор. 14, 15, 18; № 46 (314) 2013 р., стор. 20).

ТАБЛИЦІ. Звичайні, прості таблиці в журналі подаються вкрай рідко, однак і ті не-

численні приклади демонструють універсальний інструментарій для приваблення читачього інтересу, зокрема виділення рядків/стовпчиків різними кольорами або контрастами світле/темне (№ 16 (233) 2012 р., стор. 31; (№ 22 (239) 2012 р., стор. 47), використання малюнків, логотипів, символів і навіть обрисів кордонів країн, зображення їхніх прапорів тощо у заголовках рядків/стовпчиків (№ 21 (238) 2012 р., стор. 23).

**ГІСТОГРАМИ.** Замість таблиць досить часто журнал використовує гістограми (гістограма – спосіб графічного подання табличних даних; кількісні співвідношення деякого показника представлені у вигляді прямокутників, площі яких пропорційні; найчастіше для зручності сприйняття ширину прямокутників беруть однакою, при цьому їх висота визначає співвідношення відображуваного параметра (рис. 1)), зокрема, оприлюднюючи різного роду рейтинги. Найчастіше цей жанр інфографіки вміщено в часописі на стор. 6–7 або 8–9, тобто на початку кожного номера. Причому такі гістограми є самодостатніми, окремими інформаційними блоками, до них додають лише коротке вербальне пояснення. Гі-

стограми в часописі завжди мають оригінальний вигляд: звичайні, “нудні” стовпчики з відповідними числовими даними перетворюються на стопку газет (рейтинг “Слово в неволі” – № 19 (236) 2012 р., стор. 8–9), на стовпчики монет, олімпійських медалей (“Головні інвестори олігархічно-люмпенської економіки” – № 33 (250) 2012 р., стор. 20, 27; № 35 (252) 2012 р., стор. 23), на купи грошей-купюр (“Вибори на мільярди” – № 46 (263) 2012, стор. 9), на силуети заводів і труб (що вказують на промвиробництво) різної висоти – співвідносно з відповідними показниками (статистика “Друга хвиля кризи?” – № 17–18 (234–235) 2012 р., стор. 6–7), на обриси пляшки (“Обсяг продажу алкогольних напоїв” – № 13 (282) 2013 р., стор. 36) тощо. Іноді в журналі подають прості гістограми, однак дизайнери все одно додають певну “родзинку”: чи то розташовують поряд силуети людей (суспільні настрої “Молодіжний песимізм”: еміграція, успіх в Україні, успіх за кордоном, – № 15 (232) 2012 р., стор. 8–9); чи то додають фотографії (№ 21 (238) 2012 р., стор. 8–9; № 12 (280) 2013 р., стор. 7; № 38 (306) 2013 р., стор. 7; № 42 (310) 2013 р., стор. 6–7) тощо.

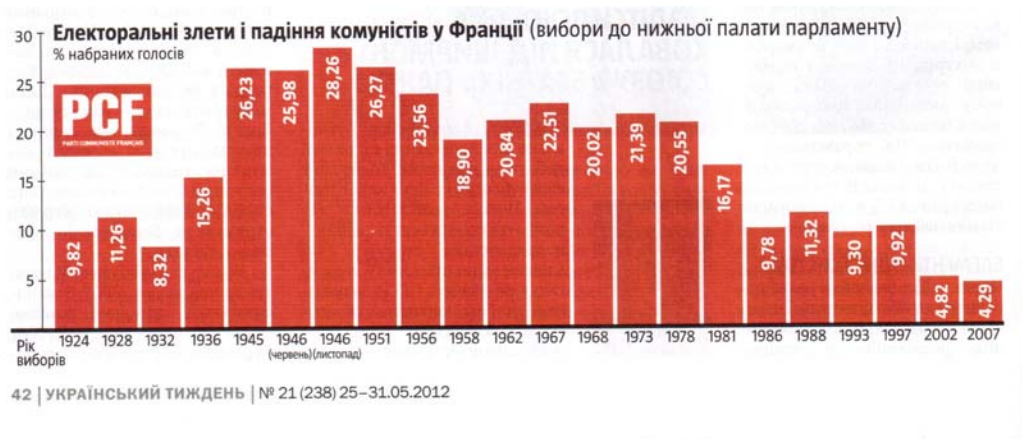


Рис. 1. Гістограма

Як додаткову інформацію гістограми найчастіше використовують у матеріалах на економічні та політичні теми, рідше – у статтях соціокультурного спрямування (наприклад, “Дозвілєві практики українців” – № 13 (282) 2013 р., стор. 35).

**ДІАГРАМИ.** За словами дослідників, майже в кожній газеті друкують різні діаграми – найбільш поширений спосіб графічних зображень. Це графіки кількісних відношень. Види та способи їхньої побудови різноманітні. Діаграми застосовують для наочного зіставлення в різних аспектах (просторовому, часовому й тощо) незалежних одна від одної величин. Діаграма – графічне зображення співвідношення різних величин – у статистиці або в динаміці [9, с. 226]. Вона часто супроводжує газетний текст – статті або економічні огляди, повідомлення про плани розвитку тощо, полегшуючи розуміння важливих цифрових даних. Діаграма може відігравати й самостійну роль

– у супроводі стислого тексту [4]. У газетах трапляються й складні ілюстрації – сполучення декількох видів зображальних елементів, наприклад, картодіаграми (розміщення елементів діаграми на місцевості, на карті), або поєднання фотографії і креслення. Це характерно для різного роду монтажів.

Справді, кругові діаграми досить активно використовують і на сторінках “Українського тижня”, наприклад: № 16 (233) 2012 р., стор. 32–49; № 22 (239) 2012 р., стор. 8–9; № 42 (259) 2012 р., стор. 46; № 46 (263) 2012 р., стор. 26; № 49 (266) 2012 р., стор. 15; № 6 (274) 2013 р., стор. 25; № 16 (284) 2013 р., стор. 7, 50; № 23 (291) 2013 р., стор. 40 тощо. Більшість кругових діаграм має класичну, традиційну форму, нічим особливим не відрізняється. Зрідка – знаходимо метафоричні зображення: кругова діаграма “Німецька політична палітра” подана у вигляді справжньої палітри художника, на якій шість фарб (№ 30 (298) 2013 р., стор. 21).

**СХЕМИ.** Схеми в часописі “Український тиждень” зазвичай є мальованими (напр., “Структура торгівлі людьми для сексуальної експлуатації за кордоном та її слабкі ланки” – № 16 (233) 2012 р., стор. 24). Найчастіше схеми використовують для відображення махінацій, пов’язаних зі сферами економіки, політики, із різними проблемами соціуму. Зрідка схеми використовуються для реконструкцій певних подій (“Реконструкція останнього етапу польоту ТУ-154М” – № 39 (256) 2012 р., стор. 16), економічних інновацій (“Схема глибоководного буріння для видобутку гідратів метану” – № 12 (280) 2013 р., стор. 25) тощо.

**КАРТИ.** У тижневику географічні карти використовують не лише в рубриці “Навігатор”, де розміщено статті про подорожі, а й в інших рубриках: як історичну довідку (№ 40 (205) 2011 р., стор. 29); як інформаційне нагадування про місцезнаходження певної держави, регіону або просто певної місцевості, про її географічні ознаки й особливості (№ 40 (205) 2011 р., 63; № 41 (206) 2011 р., стор. 29, 63; № 13 (230) 2012 р., стор. 31; № 19 (236) 2012 р., стор. 16 та ін.); для наочності соціально-економічних новацій (№ 21 (238) 2012 р., стор. 24) тощо. Мапи також застосовують для наочності прогнозів, наприклад, щодо можливих змін на сучасній світовій мапі, щодо геополітичних трансформацій тощо (№ 37 (202) 2011 р., стор. 19; № 41 (206) 2011 р., стор. 60; № 17–18 (234–235) 2012 р., стор. 21). Карти розміщують біля текстів як інформаційну до-

відку про певні природні явища (№ 37 (202) 2011 р., стор. 64). Вони є надійним фактографічним матеріалом для демонстрації (або на підтвердження) окремих гіпотез (№ 16 (233) 2012 р., стор. 30–53 та ін.). Для відображення певних процесів, фактів, явищ використовують не тільки статистичні складники, а й роблять певні кольорові акценти. Зрідка на шпальтах часопису знаходимо зображення-репродукції стародавніх географічних карт: “Карта Гійома де Боплана 1648 року...” (№ 15 (232) 2012 р., стор. 51); “Карта України Йоганна Гоманна. Нюрнберг (1714)” (№ 49 (266) 2012 р., стор. 37, 38–39) тощо.

**ШКАЛА.** Крім іншого, журнал розміщує “непопулярні” форми, зокрема, шкалу: найчастіше це презентація необхідного часового відрізка (“Референдуми про договори ЄС з 1992 року” – № 22 (239) 2012 р., стор. 26; “Франсуа Олланд. Шлях до президентства” – № 19 (236) 2012 р., стор. 23; “Кокаїнова хроніка” – № 29 (297) 2013 р., стор. 18–19 тощо), часом із вплетенням фотографій (“Столичний Євромайдан у цифрах” – № 49 (317) 2013 р., стор. 6–7) тощо.

Іноді статистичні відомості часопис презентує зовсім незвично та нестандартно. Так, у номері 15 (232) 2012 р. (стор. 24–27) подано матеріал-дослідження щодо порушення мовних прав громадян України, а саме: ставили респондентам запитання “У яких сферах, на вашу думку, найбільше дискримінують українську мову?”, відповіді здобували певний відсоток; до кожної відповіді-статистики додано штриховий малюнок певної тематики (рис. 2).

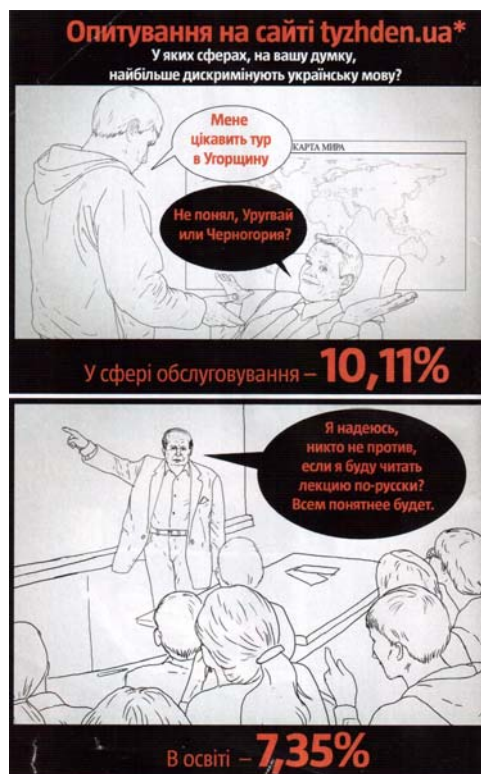


Рис. 2. Поєднання інфографіки та жанру “комікс”

Час від часу на шпальтах часопису з'являються такі жанрові форми інфографіки, що являють собою "інтелектуальну гру",

наприклад: "Чисельність українських заробітчан в основних країнах перебування" – (№ 33 (250) 2012 р., стор. 16) (рис. 3).



Рис. 3. Інфографіка "інтелектуальна гра"

На сторінках журналу з'являються синтетичні жанри ілюстрацій, наприклад: рейтинг-фотоколаж (№ 41 (206) 2011 р., стор. 11), схема-малюнок із використанням фотографій і текстових вставок (№ 37 (202) 2011 р.; № 52 (269) 2013 р., стор. 4; (№ 46 (314) 2013 р., стор. 29), схема-малюнок із включенням кругової діаграми (№ 46 (314) 2013 р., стор. 24), карта із вкрапленням світлин (№ 13 (230) 2012 р.; № 30 (298) 2013 р., стор. 39), різноформатні монтажні та колажі з поєднанням фотографій, малюнків, статистичних показників "Частка України у вантажопотоці, що проходить Суецьким каналом на південь" – (№ 16 (233) 2012 р., стор. 22–23; "Динаміка відповідей..." – № 28 (296) 2013 р., стор. 13) тощо.

#### IV. Висновки

Отже, сьогодні інфографіка стала невід'ємною частиною графічного образу сторінки часопису "Український тиждень". Вона несе додаткову скомпресовану інформацію, унаочнює нудні статистичні дані щодо певних явищ, описаних у статті, привертає увагу до матеріалу, "розбавляє" текст і дає змогу вивчити його краще, ніж будь-який інший різновид ілюстрації. Інформаційна графіка виконує в тижневику різні функції: супроводжує, ілюструє текстовий матеріал і нерозривно пов'язана з текстом; доповнює текст структурованим і скомпресованим фактажем; надає додаткову, якісно нову інформацію, є самостійним матеріалом.

Проведений контент-аналіз за 2012–2013 рр. доводить, що інфографіка на шпальтах номерів "Українського тижня" використовується нерівномірно (у випуску може бути лише 2–3 жан-

рових різновиди інформаційної графіки, а в деяких номерах – понад 30 форм). Це зумовлено тематикою та проблематикою дібраних у номер матеріалів. Наприклад, номер, присвячений проблемі походження української мови (№ 39 (256) 2012 р.), містить найбільшу кількість одиниць інформаційної графіки, в основному це таблиці й мапи.

У часописі "Український тиждень" інфографіка грамотно інтегрується в текст, а унікальні, оригінальні образи привертають увагу реципієнтів. У подальших дослідженнях варто було б також зробити порівняльно-типологічний аналіз використання інфографіки в друкованому та електронному виданнях.

#### Список використаної літератури

1. Аньєс І. Підручник із журналістики: Пишемо для газет / Ів Аньєс ; пер. з франц. А. Андрусяка. – К. : Видавничий дім "Києво-Могилянська академія", 2013. – 544 с.
2. Гід журналіста / упоряд. та адаптація А. Лазаревої. – 2-ге вид., оновлене. – К. : Видавничий центр "Софія-прес", 2003. – 124 с.
3. Десять причин, чому инфографика это круто [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gering111.com/pochemu-infografika-eto-kruto/>.
4. Дудинова О. Дизайн и оформление периодической печати [Электронный ресурс] / О. Дудинова. – Режим доступа: <http://www.unesco.kz>.
5. Журналістський фах: газетно-журнальне виробництво : навч. посіб. / Т.О. Приступенко, Р.В. Радчик, М.К. Василенко та

- ін. ; за ред. В.В. Різуна. – 2-ге вид., перероб. і допов. – К. : Видавничо-поліграфічний центр “Київ. ун-т”, 2012. – 352 с.
6. Іванов В.Ф. Техніка оформлення газети : курс лекцій / В.Ф. Іванов. – К. : Знання, КОО, 2000. – 222 с.
  7. Картер М. Современный дизайн газет [Электронный ресурс] / М. Картер. – Режим доступа: <http://www.evartist.narod.ru>.
  8. Некляев С. Инфографика: принципы визуальной журналистики / С. Некляев // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2010. – № 4. – С. 53–66.
  9. Серажим К.С. Текстознавство : підручник / К.С. Серажим. – К. : Видавничо-поліграфічний центр “Київ. ун-т”, 2008. – 527 с.
  10. Сурнин Д. Газетный дизайн 2003. Всероссийский конкурс / под ред. Д. Сурнина. – М. : Новая Евразия, 2004. – 315 с.
  11. Тихонова Е. Инфографика в арсенале журналиста современной российской региональной газеты [Электронный ресурс] / Е. Тихонова // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2011. – № 2. – С. 1. – Режим доступа: <http://sun.tsu.ru/mminfo/000063105/fil/14/image/14-145.pdf>.
  12. Тулупов В.В. Дизайн периодических изданий / В.В. Тулупов. – СПб. : Михайлов В.А., 2008. – 315 с.
  13. Тулупов В.В. Техника и технология СМИ / В.В. Тулупов, А.А. Колосов, М.И. Цуканова, В.И. Сапунов, А.А. Бобряшов ; под ред. В.В. Тулупова. – СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2006. – 318 с.
  14. Український тиждень [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ut.net.ua>.

Стаття надійшла до редакції 22.11.2013.

**Волынец Г.Н. Современные тенденции использования инфографики (на материале издания “Український тиждень”)**

*В статье на материале издания “Український тиждень” исследуются основные тенденции развития современной инфографики. Анализируются и описываются жанры инфографики, их особенности. Определяются их количество, а также функциональные возможности.*

**Ключевые слова:** пресса, печатные СМИ, инфографика, карта, график, круговая диаграмма, схема.

**Volynets G. The main trends of the evolution of modern infographics (on the basis of periodical “Український тиждень”)**

*In the article the author researches the main trends of the evolution of modern infographics (on the basis of periodical “Український тиждень”). She describes these genres of infographics, their specific characteristics, their functions in the domestic print media.*

*Infographics are used in the different spheres of science from statistics to journalism and education. It is the universal method of propagation of the conceptual information. Infographics are the combinations of text and graph which are used to illustrate some facts.*

*Information graphics in printed media appeared not long ago. Infographics give supplemental and visual information (for example, tables, drafts, technical drawings, diagrams, maps etc.)*

*The author of the article investigates the main tendencies of the evolution of modern infographics (on the basis of periodical “Ukrainian Week” (“Ukrainskyi Tizhden”). She describes genres of infographics, their specific characteristics and functions in the print media.*

*Periodical “Ukrainian Week” like other modern periodicals uses some technologies to attract readers` attention. Infographics are represented as tables, drafts, technical drawings, diagrams, and geographical maps. They are the necessary, appropriate and capacious sources of information. Sometimes periodical puts unpopular forms of infographics such as timelines, combinations of comics and statistics etc.*

*There are synthetical genres of illustrations in the periodical “Ukrainian Week”. They are rating-collages, scheme-figures with photographs and text boxes, scheme-figures with pie charts, maps with photographs, different kinds of photomontages and photo collages and so on.*

*Information graphics have a lot of functions. They accompany and illustrate texts, supplement them with structured data, give supplemental information and also can be independent materials.*

*The author of the article makes a content analysis of the materials from 2012 to 2013 years. She proves that infographics aren't used regularly. There are 2 or 3 genre forms of information graphics in the one number and more than 30 in the other. This is caused by the themes and problems of the materials in the number.*

*Infographics are competently integrated in the texts in the periodical “Ukrainian Week”, they are unique and original so they attract readers` attention.*

**Key words:** mass medias, print media, infographics, map, graph, pie chart, diagram.