

ресурсозберігаючих технологій, що здатні знизити вартість послуг та подовжити життєвий цикл туристичного продукту [3, с.504].

Привабливими для інвестування є проекти щодо розширення туристичної інфраструктури курортів та різноманітних дестинацій: спортивно-оздоровчих комплексів, гірськолижних трас, канатних доріг та інше. Карпатський регіон, за обсягами інвестицій в розвиток туристичної інфраструктури, має всі можливості для розвитку гірськолижного спорту та входить в п'ятірку найбільших регіонів країни.

Зважаючи на рівень розвитку підприємств та ЗУ «Про інноваційну діяльність» об'єкти інноваційної діяльності, – в українській практиці виділяються безліч видів інновацій. Вони стосуються нових знань та інтелектуальних продуктів, інноваційних програм і проектів, виробничого обладнання та процесів, інфраструктури, сировинних ресурсів для виробничих підприємств туристичної сфери: заклади розміщення, ресторанного і курортного бізнесу, механізмів формування споживчого ринку і збуту туристичного продукту та організаційно-технічних рішень [2, с.300].

Аналітика досвіду успішних інноваторів туризму, дозволяє зробити висновки, що створення і впровадження нового – не просто бажано, але і необхідно в конкурентній боротьбі, а в період економічної нестабільності, – це повинно сприйматися як умова виживання. Інновації – важливий процес в створенні нового привабливого туристичного продукту, формуванні сприятливих умов для активізації діяльності інвесторів у туристичній сфері країни. Однак, зазначені напрями змін та трансформації бізнес-середовища знаходяться під дією зовнішніх факторів, які суттєво впливають на інтенсивність розвитку туристичної індустрії.

Список використаних джерел

1. Жураєва К.А. Інноваційні технології у туризмі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.geograf.com.ua>
2. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В.Ф.Кифяк. – Чернівці: Книги-XXI, 2003. – 300 с.
3. Краснокутська Н.В. Інноваційний менеджмент / Н.В. Краснокутська. – К.: КНЕУ, 2003. – 504 с.

Юрченко А.О.

*кандидат педагогічних наук, старший викладач кафедри інформатики
Сумського державного педагогічного університету імені А.С.Макаренка
м. Суми, Україна*

ВІДЕОГРАФІКА ЯК ОДИН З ВИДІВ ІНФОГРАФІКИ ДЛЯ СТВОРЕННЯ ДИНАМІЧНИХ ВІДЕО-АНІМАЦІЙ

Сьогодення не можливо уявити без використання у різних сферах діяльності інфографіки. Вона всюди – в освіті, науці, політиці, рекламі, бізнесі тощо. Саме інфографіка здатна виконувати дуже важливу функцію – притягувати увагу користувачів і підвищити рівень довіри в дуже короткий проміжок часу.

Інфографіка – це складний в створенні продукт, цінність якого – в його легкості для сприйняття. Але вона не повинна виглядати складно. Мета інфографіки – пояснювати просто і коротко [4].

Для створення інфографіки не має чітко сформульованих певних правил, вони можуть бути абсолютно різними і за формою, і за розмірами [5]. Але слід пам'ятати, що інфографіка, як і будь-яка реклама, повинна приваблювати, бути доступною і легкою у розумінні та помірною на психологічне сприйняття.

Досліджуючи поняття інфографіки можна твердо стверджувати, що на сьогодні виділяють основні 3 види інфографіки, які є найбільш цікавими для користувачів: чартікли, інфографічні звіти та відеографіка [2].

1. *Чартікл* (chart і article = charticle). Такий формат подачі інформації вже часто зустрічається на просторах мережі Інтернет та у сучасних журналах. Слід зазначити, що українські медіа та користувачі ще не звикли до такого слова «чартікл», тому мало де можна зустріти цю назву. Чартікл – це публікація, яка поєднує в собі графіку, текст і зображення. Хтось сприймає такий формат, як традиційну статтю з картинками, а інші – як шматочки інфографіки з докладними поясненнями. Оскільки візуальний аспект в таких публікаціях займає ключове місце, то варто відносити чартікли до інфографіки. З допомогою якісних графіків звичайну статтю можна перетворити на повноцінне дослідження. Якщо організація готує багато корисних досліджень, але їх читає не так вже й багато людей, потрібно запропонувати аудиторії те ж дослідження, але із зображеннями. Наявність в

поточи тексту острівців графіки утримає увагу тих, хто не дуже любить читати, але хоче бути в курсі. Таких людей буде ставати все більше.

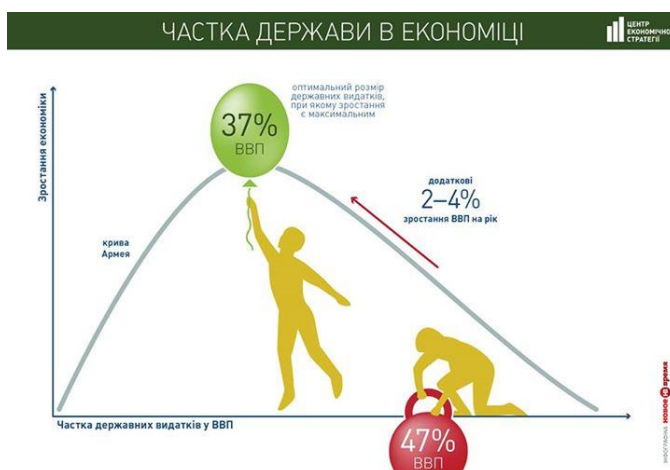


Рис. 1. Приклад чартіклу Центру економічної стратегії

2. *Інфографічний звіт* (рис. 2). Звіти будь-якої організації можуть бути величезними. Це трудомісткі проекти, які дуже часто можуть бути незатребуваними у цільовій аудиторії через їх великі розміри і нудного оформлення. Щоб позбавитися таких невдалих звітів не потрібно створювати комікс, трансформуючи в картинки кожен аспект діяльності, згадуваний в звіті. Як і у випадку з чартіклами, необхідно виділити головне і ретельно спланувати візуалізацію конкретних даних. Невелика кількість яскравих інфографік вигідно розбавляють велику кількість сторінок звіту. Такий абсолютно новий формат звіту покликаний доступно пояснити, чому організація проводить непопулярні заходи і які результати це принесе в майбутньому.



Рис. 2. Приклад інфографічного звіту компанії BusinessViews

3. *Відеографіка*. Короткий відеоролик із застосуванням комп'ютерної графіки може замінити багатогодинну доповідь з безліччю схем і складних формул. Відеографіка – це саме той вид інфографіки, який дасть можливість людям зрозуміти доповідача. Говорячи про відеографіку експерти радять дотримуватися головного правила – не розповідати людям про свої переваги, а просто їх показувати.

Ідеальна тривалість відеографіки – близько двох хвилин. Це вірно для рекламних роликів і поп-відео, але це не обов'язково так, коли справа доходить до інформаційних відео на основі пояснювальної інфографіки. Такі відео можуть тривати і десять хвилин, і довше, за умови оптимальної структури і правильно обраного темпу.

Відеографіка – це один з видів комп'ютерної анімації, який дозволяє розповісти будь-яку історію, не привертаючи при цьому акторів. Пожвавити будь статичні картинки, розповісти доступно і доходливо, привернути увагу через відеоролик може саме відеографіка.

Сьогодні відео із застосуванням відеографіки використовується практично скрізь: титри до фільмів, реклама, відео презентації, демонстрація фізичних та хімічних процесів тощо.

Все частіше в соціальних мережах та месенджерах люди пересилають один одному не просто зображення, а відеографіку – «живі» зображення. Привабливе і динамічний відео дозволяє автору поступово розкрити проблему і свій погляд на неї, і привести аудиторію через серію ідей до певного

бачення. За допомогою статичної графіки це зробити важче. Правда, створювати відеографіку значно складніше, та й часу створення відео-контенту займає куди більше. Але для певних цілей відеографіка – кращий варіант.

Відеографіка – це найкращий спосіб підкреслити конкурентні переваги організації і її унікальність. Створення комп'ютерної відеографіки допомагає легко і доступно пояснити складні процеси, зробивши їх наочними і зрозумілими для сприйняття.

Інфографіка зробила споживання комплексної інформації легким і зручним процесом. Хороша інфографіка, безперечно, краще, ніж довгі і докладні статті – навіть якщо такі статті пропонують об'єктивну цінність читачеві [3]. Сьогодні, коли інформації в Інтернеті куди більше, ніж можна прочитати, виділитися за допомогою статті важче, ніж за допомогою інфографіки. Стаття повинна бути не просто дивовижною, вона повинна бути кращою за інші статті.

Інфографіка є найкращим інструментом для поширення інформації. Це підтверджують автори статті «10 порад по створенню інфографіки та добірка інструментів» [1] у підбірці ряду цікавих статистичних даних:

- приблизно 65% людей сприймають візуальну інформацію набагато краще, ніж текст;
- контент, в якому використані візуальні елементи і графіка, може генерувати до 94% більше переглядів;
- рівень взаємодії з інфографікою з боку відвідувачів приблизно на 40% вище, ніж по відношенню до сторінок, на яких розміщено лише текст
- люди запам'ятовують більше 80% інформації, яку бачать, і менше 20% того, що читають;
- мозок обробляє візуальну інформацію приблизно в 60 000 разів швидше, ніж текст.
- інфографіку можна ефективно використовувати в якості інструменту інтернет-маркетингу.

Таким чином, значення відеографіки з метою візуалізації цифрового контенту останнім часом підвищується, і пояснення цього дуже просте – занадто мало людей мають час, щоб повністю почитати статтю. Статистичні та цифрові дані – матеріали при текстовому вираженні достатньо «сухі» для сприйняття. Візуальні інтерпретації цих відомостей, їх динаміка у відеографіці, незважаючи на те, що свобода творчості при їх візуальному представленні обмежена, дозволяє зробити ці матеріали цікавими та доступними для споживача інформації. А це, у свою чергу, вказує на ефективність і необхідність розвитку інфографіки сьогодення.

Список використаних джерел

1. 10 советов по созданию инфографики и подборка инструментов. URL: <https://infogra.ru/infographics/10-sovetov-po-sozdaniyu-infografiki-i-podborka-instrumentov> (дата обращения 01.10.2018).
2. 3 вида инфографики, которые способны привести вам новых клиентов, и кое-что про выбор подрядчиков. URL: <https://toplead.com.ua/ru/blog/id/3-vida-infografiki-kotorye-sposobny-privestivat-novyh-klientov-i-koe-cto-pro-vybor-podriadchikov-129/> (дата обращения 01.10.2018).
3. Безуглий Д. С., Юрченко А. О., Удовиченко О. М. Огляд засобів комп'ютерної візуалізації для підтримки навчального матеріалу. Science and Education a New Dimension. Pedagogy and Psychology, VI (63), Issue: 153, 2018. Pp. 11-14.
4. Білошапка Н. М. Інфографіка як інноваційна технологія подання навчального матеріалу // Актуальні аспекти фундаменталізації математичної підготовки в сучасних вищих навчальних закладах: погляд студентів і молодих вчених: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих вчених. – Харків: ХНАДУ. – 2018. – С. 83-85.
5. Шамо́ня В.Г. Щодо програмного забезпечення в галузі інфографіки та потребу його опанування майбутніми вчителями / В.Г. Шамо́ня, О.М. Удовиченко, А.О. Юрченко // Професійна педагогіка і андрагогіка: актуальні питання, досягнення та інновації : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Кривий Ріг, 20–21 листопада 2017 р.) – Кривий Ріг, 2017. – С. 211-213.

Юрченко А.О.

*кандидат педагогічних наук, старший викладач кафедри інформатики
Сумського державного педагогічного університету імені А.С.Макаренка*

м. Суми, Україна

Дериземля Д.С.

студентка 3-го курсу

ДО ПИТАННЯ ПРО ЦИФРОВІ ПАНОРАМИ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ ДЛЯ ЇХ СТВОРЕННЯ

На сьогоднішній день в Інтернеті все більше можна зустріти велику кількість панорамних зображень, віртуальні цифрові тури, екскурсії. Майже кожна організація робить на своєму сайті