

ЖУРНАЛИСТИКА

УДК 37.026.4:070

ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ДАННЫХ КАК СПОСОБ ПОДАЧИ ИНФОРМАЦИИ ГОРОДСКИХ СМИ (НА ПРИМЕРЕ ТАМБОВСКИХ МЕДИА)

© Е.А. Семенова

Аннотация. Представлен анализ способов визуализации как новой тенденции, применяемой тамбовскими медиа. Цель работы – определить степень владения приемами визуализации данных тамбовских средств массовой информации. Изучены причины увеличения спроса медиа на визуализацию, рассмотрены ее методы и виды, а также дана краткая характеристика и приведены примеры использования визуализации в тамбовских СМИ.

Ключевые слова: визуализация; клиповое мышление; инфографика; медиа; информация

В современном мире потребность в информации очень высока. Если двадцать лет назад медиаканалы ограничивались газетами, телевидением, справочниками и примитивным общением, то сегодня объем информационных ресурсов зашкаливает. Мы потребляем информацию из разнообразнейших источников: от напольной рекламы и упаковок продуктов до телевидения, Интернета, различных хостингов и т. д. С увеличением потоков информации в пространстве меняется и человеческое мышление. На сегодняшний день мы можем говорить о феномене клипового мышления (клиповой культуры). Впервые феномен «клиповой культуры» как принципиально нового явления был отмечен американским футурологом Э. Тоффлером [1, с. 277], рассматривающим данное понятие в качестве составляющей общей информационной культуры.

Клиповое мышление – это способ представления и восприятия массовой информации, характеризующийся мозаичностью, фрагментарностью образа, его кратковременным восприятием, а также быстрой сменой другими образами [2, с. 97]. В связи с большим количеством информации человек привык воспринимать ее потоком, последовательностью никак не связанных между собой явлений. Производители потребляемой информации научились адаптировать данные для современных читателей, прибегая к укороченным текстам, коротким предложениям, схема-

тичности. Сегодня растет популярность простого восприятия больших объемов информации, ее фрагментарности и визуализации данных.

Визуализация данных – это представление данных в виде, который обеспечивает наиболее эффективную работу человека по их изучению [3, с. 173]. Среди методов визуализации данных исследователи выделяют следующие [4, с. 193].

1. Статичная – визуализация без анимации. Может быть предназначена для публикации в интернет-СМИ, а также в газете или журнале.

2. Интерактивная (динамическая) – визуализация, которая содержит интерактивные элементы, такие как анимация, многоуровневая навигация, управляемые 3D-объекты, интегрированные фото- и видеоматериалы, музыку и звук. Данный метод позволяет читателю подойти к информации избирательно. Человек сам выбирает, что ему просматривать, а что – нет. Подобная визуализация может существовать только в электронном варианте.

Набор инструментов визуализации достаточно обширен. Разделить их можно на несколько типов:

- графики (линейный график и график рассеивания) используются в СМИ в аналитике, чтобы отследить динамику;

- диаграммы сравнения (столбиковая, круговая, лепестковая, площадьная, кольцевая, облако тегов, диаграмма разброса, гистограмма, тепловая диаграмма) также применяются в аналитических материалах в СМИ для сравнения различных единиц;

- структурные диаграммы (дерево, ментальные карты, формализованные структурные диаграммы, плоское дерево, диаграммы Венна–Эйлера) СМИ применяют в аналитике для наглядной презентации связей между событиями и явлениями;

- матрицы (таблица, календарь, калькулятор, опросы) используются медиа в игровых итеративах, в анонсах или в новостных материалах с соответствующей тематикой (например, калькулятор баллов ЕГЭ в новости о приемной компании или калькулятор индексации пенсий, зарплат, пособий);

- диаграммы времени (диаграмма Ганта, таймлайн (временная шкала)) СМИ используют в аналитических материалах исторического характера или чтобы отследить какую-либо тенденцию;

- диаграммы визуализации процесса (формализованная и неформализованная блок-схема, диаграмма циклического процесса) указывают на последовательность или алгоритм действий (например, как получить материнский капитал);

- карты (картограммы, схемы маршрутов, архитектурные планы, географические, тематические, фотографические и дорожные карты)

чаще всего используются медиа в «дорожной тематике» новостных материалов (схема ДТП или объезда ремонта дороги, строительство новой ветки метро или установка светофора на перекрестке);

- иллюстрации (иллюстрации, комиксы, гифки, фото было/стало) СМИ, как правило используют, чтобы проиллюстрировать событие, косвенно выразить свое отношение к нему, а «было/стало» используют для наглядного представления изменений;

- структурированные списки (топы, шорт-листы) используются в анонсах, подборках и обзорах (например, топ лучших российских фильмов 2019).

Многие из вышеприведенных типов визуализации используются не только в СМИ, но и в быту. Например, структурированные списки мы используем, составляя список покупок, а календарь с событиями висит на стене почти у каждого из нас. Дорожными картами мы пользуемся, когда включаем навигатор, а схему маршрутов видим при входе в метро.

Зачем использовать визуализацию? Начнем с того, что этого гораздо эстетичнее и аккуратнее, чем большой блок текста. Кроме того, при анализе данных гораздо удобнее визуализировать информацию, это вносит однозначность и ясность понимания. При наглядности данных уменьшается информационная перегрузка человека, гораздо дольше удерживается его внимание. Также гораздо проще отследить логику информационного посыла.

Однако не всегда визуализация может сделать восприятие проще, а иногда может сильнее запутать читателя. Как правило, такая проблема возникает при неправильном использовании визуализации. Существует несколько простых правил, которые помогут грамотно применить визуализацию в материале [5, с. 39-49].

1. Использовать правильный тип и формат визуализации. Например, не стоит использовать круговую диаграмму для большого количества разновидностей, так как она потеряет свою наглядность. В таком случае лучше выбрать столбиковую.

2. Данные расположить в логическом порядке. Можно выстроить данные от большего к меньшему. Если вы указываете результаты опроса, то необходимо следовать от положительных ответов к отрицательным.

3. Стараться использовать простой дизайн. Чрезмерная яркость и большое количество элементов препятствуют простому восприятию данных и искажают их.

4. Оформлять данные так, чтобы их было удобно сравнивать. Для соотношения данных лучше использовать один график, а не несколько.

5. Использовать минимальное количество элементов. Оставлять только необходимое. Неинформативные элементы – лишние.

6. Не стоит перегружать. Визуальный ряд должен быть простым и понятным.

7. Числа писать в понятном формате. Например, сто тысяч не так – 100000, а вот так – 100 000.

8. Не забывать про подписи, пояснения и легенды. Подписывать нужно фото, данные в диаграммах, объекты на картах и т. д.

9. Использовать общепринятую палитру цветов. Как правило, для положительных значений используют зеленый, для отрицательных – красный, нейтралитет обозначают серым цветом. Для женщин – розовый, для мужчин – голубой.

10. Для однотипных данных использовать однотипные диаграммы и придерживаться одинаковой цветовой гаммы.

Таким образом, визуализация данных применима в качестве мощного инструмента донесения информации до потребителя, а также необходима для восприятия и анализа данных. При правильном использовании визуализация позволяет сделать материал наглядным, легким для понимания и запоминающимся.

Для предметного исследования применения визуализации тамбовскими СМИ проанализируем тамбовские медиа: портал РИА ТОП68, информационное агентство «Онлайн.Тамбов» и паблик в социальной сети ВКонтакте «Тамбов без сахара».

Портал РИА ТОП68 в формате статичной визуализации создает инфографики, которые демонстрируют максимальную наглядность и однозначность восприятия информации в соотношении текста и картинки (рис. 1).

Также СМИ работает в формате лонгрида. В такой форме выполнены два проекта: «Здесь интересно жить» – о районах Тамбовской области и «Живем и помним. Тамбовская область» – о ветеранах войны, к 75-летию Победы [https://top68.ru/longread/heroes/antonina_semicheva/page9963806.html].

Интерактивная визуализация применяется при работе с «Яндекс.Карты», когда нужно показать изменение движения, установку светофора или аварию [<https://top68.ru/news/110393-na-tambovskom-perekryostke-s-intensivnym-dvizheniem-ustanovyat-svetofor>]. Также в качестве интерактивной визуализации СМИ использует формат видеointервью, что воспринимается легче, чем большие текстовые блоки [<https://top68.ru/video/110642>]. Чаще всего «РИА ТОП68» использует фотоиллюстрации к своим текстам и применяет маркированные списки для удобства восприятия больших объемов однотипной информации.



Рис. 1. Инфографика: Национальный проект «Культура» в Тамбовской области [https://top68.ru]

Интерактивную визуализацию применяет и другое тамбовское СМИ – информационное агентство «Онлайн.Тамбов»: проводят опросы на разные проблемные темы, на основе ответов готовят материалы о качестве жизни или об отношении тамбовчан к различным городским проблемам или явлениям [https://www.onlinetambov.ru/survey/].

Кроме того, на сайте информационного агентства представлена и статичная визуализация в формате фотолент (фоторепортажей) [<https://www.onlinetambov.ru/phototapes/>] с мероприятий и событий города. На своем сайте СМИ публикуют инфографики, внутри которых можно наблюдать различные типы визуализации: лепестковые и столбиковые диаграммы, круговые диаграммы и схемы процессов и т. д. (рис. 2).



Рис. 2. Инфографика: Рождаемость в новогодние праздники в Тамбове [<https://www.onlinetambov.ru>]

Визуализацию также используют медиа и на других площадках. Отметим принципиальное различие сайтов от соцсетей, так как инструменты визуализации на этих площадках будут различаться. Медиа на площадке ВКонтакте работают в формате группы, которая имеет ряд инструментов работы для оформления постов. ВКонтакте предлагает добавить фото, аудио или видео, также можно оформить большой текст в форме статьи. Также для создания поста можно прикрепить документ, граффити (на площадке есть инструмент для рисования), отметить место на карте и создать опрос.

«Тамбов без сахара» чаще всего создают структурированные тексты в формате списка и иллюстрируют их фото или видео [https://vk.com/tambov_sugar_free?w=wall-99385466_73633]. В маркированный список выносятся самое основное, что упрощает восприятие читателя. Также паблик работает в формате опроса, чтобы узнать мнение горожан [https://vk.com/tambov_sugar_free?w=wall-99385466_71609]. Опрос создается отдельно на определенную тему или прикрепляется к новости.

В материалах на дорожную тематику чаще всего это установка светофоров, медиа используют отметки на карте [https://vk.com/tambov_sugar_free?w=wall-99385466_54579]. Соцсеть автоматически переходит в «Яндекс.Карты» для отметки места. Также СМИ создает статичные инфографики на различные темы и публикует их в формате изображения [https://vk.com/tambov_sugar_free?w=wall-99385466_69225].

Подводя итог, можно сказать о необходимости внедрения визуализации данных в СМИ, так как наглядные форматы приобретают все большую популярность. Кроме того, визуализация делает работу корреспондента нагляднее, понятнее и эстетичнее. Применимо к тамбовским средствам массовой информации визуализация данных используется, но мало, в основном задействованы такие форматы, как фотопоток, инфографика, интерактивные карты и лонгрид. Однако другие СМИ стараются задействовать больше форматов, например, таймлайн, интерактивы с фото (было/стало), календари, калькуляторы и т. д. Необходима дальнейшая работа по применению данных форматов в тамбовских медиа.

Список литературы

1. Тоффлер Э. Третья волна. М.: АСТ, 1999. 776 с.
2. Романов Н.А. Клиповая культура в современном медиaprостранстве // Человек. Культура. Образование. 2017. № 3 (25). С. 97-106.
3. Паклин Н.Б., Орешков В.И. Бизнес-аналитика. От данных к знаниям. СПб.: Питер, 2013. 704 с.

4. Берченко Д.А., Круг П.Г. Аналитический обзор методов визуализации данных // Евразийский научный журнал . 2017. № 5. С. 193-195.
5. Базалева О.И. Мастерство визуализации данных. М.: Диалектика, 2018. 192 с.

Поступила в редакцию 07.02.2020 г.

Отрецензирована 12.03.2020 г.

Принята в печать 24.03.2020 г.

Информация об авторе:

Семенова Елизавета Алексеевна – студентка факультета филологии и журналистики. Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина, г. Тамбов, Российская Федерация. E-mail: lizsem1989@yandex.ru

DATA VISUALIZATION AS A WAY OF PRESENTING INFORMATION OF URBAN MEDIA (ON THE EXAMPLE OF TAMBOV MEDIA)

Semenova E.A., Student of Philology and Journalism Faculty. Derzhavin Tambov State University, Tambov, Russian Federation. E-mail: lizsem1989@yandex.ru

Abstract. We present an analysis of visualization methods as a new trend used by Tambov media. The purpose of this work is to determine the degree of proficiency in data visualization techniques of Tambov mass media. We study the reasons for the increase in media demand for visualization, we consider its methods and types, and we give a brief description and examples of the use of visualization in Tambov media.

Keywords: visualization; clip way of thinking; infographics; media; information

Received 7 February 2020

Reviewed 12 March 2020

Accepted for press 24 March 2020