

МЕДИА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

58-е ПЕТЕРБУРГСКИЕ ЧТЕНИЯ

Материалы
международного
научного форума

18–19 апреля 2019 г.

Том 1

При финансовой поддержке РФФИ
в рамках проекта 19-011-20118



Санкт-Петербургский
государственный университет



ВЫСШАЯ ШКОЛА
ЖУРНАЛИСТИКИ
И МАССОВЫХ
КОММУНИКАЦИЙ

Институт «Высшая школа
журналистики и массовых
коммуникаций»

Санкт-Петербург 2019

4. Социальные сети в России, осень 2016. Цифры, тренды, прогнозы // AdIndex.ru. 8 декабря 2016 URL: <https://adindex.ru/publication/analytics/100380/2016/12/8/156545.phtml> (дата обращения: 20.11.2016).

С. И. Симакова

Челябинский государственный университет

ИНФОГРАФИКА — ЯЗЫК МЕДИА

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда, проект № 18-18-00007

Автор обращается к актуальной теме визуализации журналистского контента — инфографике. Выделяются тенденции ее развития: инфографика — иллюстрация журналистских материалов, инфографика — самостоятельный медиаматериал, визуализация инфографики, интерактивность инфографики.

Ключевые слова: визуальный поворот, инфографика, медиаинфографика.

Автор: Светлана Ивановна Симакова, канд. филол. наук, доцент, заведующая кафедрой журналистики и массовых коммуникаций ЧелГУ, simakovi@mail.ru

S. I. Simakova

Chelyabinsk State University

INFOGRAPHICS — THE LANGUAGE OF THE MEDIA

The author addresses the actual topic of visualization of journalistic content — infographics. The trends of its development are highlighted: infographics — an illustration of journalistic materials, infographics — an independent media material, infographic visualization, infographic interactivity.

Key words: visual rotation, infographics, media infographics.

Author: Svetlana Ivanovna Simakova. Associate professor, head of the department of journalism and mass communications CSU, simakovi@mail.ru

«Визуальному повороту» в современных СМИ посвящено большое количество исследований. Несомненно, это направление в науке о журналистике продолжает оставаться перспективным.

При подготовке статьи нам показались наиболее полезными публикации, рассматривающие инфографику как один из перспективных инструментов обработки и трансляции медиаинформации, ее историю, типы, ключевые особенности и связь с «визуальным поворотом» в современных массмедиа, следующих специалистов: Я. В. Лайкова С. И. Симакова. В качестве эмпирической базы выступили материалы сайта еженедельника «Аргументы и факты» (AIF.ru).

Говоря о визуализации в профессионально-журналистском смысле мы понимаем под этим понятием прежде всего графическое представление информации. Среди множества форм визуализации медиаконтента особое место мы отводим инфографике. Можно сказать, что инфографика сегодня находится на пике научной моды. Трактовки термина (и осмысление феномена) предлагают ученые, исследующие различные области знания [2]. В рамках же данной работы нас будет интересовать инфографика в СМИ, а поэтому считаем уместным использовать понятие «медиаинфографика», предложенное Я. В. Лайковой, понимая под ним «синкретический формат медиатекста, объединяющего различные жанры журналистики и наглядное изображение, созданное при помощи дизайн-средств» [1, с. 71].

Данный медиафеномен в исследовательском плане привлекателен тем, что он не только прочно вошел в медиа как элемент визуального оформления предложенного материала, но может являться самостоятельным медиаматериалом. Например, в материале «Тайна долголетия. Как отодвинуть возрастные болезни и наступление старости?» (http://www.aif.ru/health/life/taйна_dolgoletiya_kak_otodvinut_vozrastnye_bolezni_i_nastuplenie_starosti) доминирует вербальная составляющая. Предложенная в качестве иллюстрации медиаинфографика «Как правильно питаться, чтобы долго жить?» удачно развлекает интервью со специалистом, но не является основным и единственным источником полезных советов — помимо инфографики-инструкции в статье много интересной и нужной информации. А вот в материале «История Кубка Стэнли» (http://www.aif.ru/dontknows/infographics/istoriya_kubka_stenli_infografika) именно инфографика играет роль смысловой доминанты.

Второй особенностью развития инфографики является то, что она сама движется в сторону визуализации контента — эволюция инфографики: от статичных картинок до насыщенного содержания со сложными переходами, элементами анимации, аудио, видео. В качестве примера приведем интерактивную инфографику «Пётр I. Особые приметы. Инфографика» (http://www.aif.ru/dontknows/infographics/pyotr_i_osobyе_primety_infografika).

И третье, на что мы обращаем внимание — видовые изменения инфографики. В частности, появление интерактивной инфографики как объединения визуального и кинестического путей восприятия информации. Чаще это используется при создании спецпроектов. Например, спецпроект «Идем в планетарий» (<http://planet.aif.ru>), подготовленный к Международному дню планетариев. Проект содержит коллекцию познавательной инфографики; интерактивную карту-справочник; со страницы спецпроекта можно перейти на мультимедийные лонгриды. Ценность медиаинфографики, собранной в рамках данной темы заключается в возможности обобщить огромный объем информации и предоставить его читателю в сжатом, лаконичном виде, при этом показав и рассказав самое интересное.

Л и т е р а т у р а

1. Лайкова Я. В. Медиаинфографика как формат медиатекста в российских онлайн-СМИ : дисс. ... канд. филол. наук. М., 2016.

2. Симакова С. И. Инструменты визуализации информации в СМИ: Инфографика // Вестник Челябинского государственного университета. Филологические науки. 2017. № 6 (402). С. 91–99.

Содержание

ТОМ 1

I. Теории медиа в России: векторы и движущие силы развития

- Аникина М. Е.* Классификация современных медиаисследований: опыт эмпирического анализа ... 7
- Вартанова Е. Л.* К вопросу о выборе «единицы анализа» в теоретических медиаисследованиях ... 9
- Вырковский А. В.* Национальная теория медиа: эпистемологические основы ... 11
- Гарбузняк А. Ю.* Феномен скрытой повестки дня ... 13
- Гуреева А. Н.* Национальные особенности процесса медиатизации ... 15
- Дунас Д. В.* Молодежь и цифровые медиа: к вопросу о переосмыслении теоретико-концептуального аппарата медиаисследований ... 17
- Замков А. В., Лукина М. М., Крашенинникова М. А.* Трудовая деятельность журналиста: люди или роботы? ... 19
- Каражаева М. Б.* Традиции и новации в понимании теории журналистики ... 21
- Линь Чуаньчжао.* Метод моделирования в анализе медиарепрезентации политических лидеров ... 22
- Марченко А. Н.* От теории журналистики к теории медиа и обратно ... 24
- Самородова Э. В.* Государственное регулирование медиа в России ... 26
- Сидорова С. Ю.* О размежевании фэшн- и лайфстайл-журналистики: приоритетные задачи исследователя лайфстайл-медиа ... 28
- Смирнов С. С.* Перспективы взаимодействия академических и индустриальных медиаисследователей в России ... 30
- Смирнова О. В.* Подходы к исследованию деятельности журналиста в контексте теории ролей ... 31
- Степанов М. А.* Теории медиа в контексте цифровой культуры ... 33
- Федотова Л. Н.* Социальные сети: факторы потребления ... 35
- Фролова С. М.* Медиавоздействие как нормативно-регулирующий фактор повседневности современного общества ... 37
- Якова Т. С.* Медиагеография в современных гуманитарных исследованиях: теоретические подходы ... 39
- Янгляева М. М.* Исследование практик массмедиа в контексте медиагеографии: геополитический аспект ... 41

II. Современные элиты и политикумы: стратегии и тактики коммуникации

- Аль-Султани Х. М.* Роль российских СМИ в освещении военно-политического кризиса в Республике Ирак ... 47
- Ачкасова В. А.* Субдискурс российских политических элит: тактики репрезентации ... 49
- Баранова Е. В.* Инновационный медиакластер в стратегии управленческой коммуникации ... 51
- Быков И. А.* Государственный PR как выражение стратегических установок политической элиты ... 53

- Ежова Е. Н.* Цифровые PR-технологии в брендинге территорий ... 165
- Кузьмин А. Е., Никонова Е. С.* Разработка идентичности бренда (на примере ребрендинга ЦВЗ «Манеж») ... 167
- Лычагина И. Н., Чередыякова А. Б.* Имидж города в современном медиaprостранстве ... 169
- Макарова Е. Д.* Проблемы использования нарративного подхода в рекламных кампаниях ... 171
- Пашинская В. В.* Блоги — базовый элемент обратной связи ... 173
- Певнева И. В.* Современные факторы влияния при построении эффективной коммуникации Б2С ... 175
- Салихова Е. А.* Геймификация как способ вовлечения поколения Z в контент ... 177
- Таранова Ю. В.* Применение игровых практик в бизнес-коммуникации: вопросы типологии ... 179
- Томин Л. В.* «Данные – новая нефть». Экономическая модель «капитализма платформ» ... 181

VI. Медиапотребление в России: цифровой разрыв

- Абашев В. В.* Освоение городского пространства в урбанистически ориентированных сетевых изданиях 2010-х гг. ... 187
- Градуюшко А. А.* Белорусские медиа в условиях цифрового разрыва ... 189
- Жижина М. В.* Социальные представления молодежи о массмедиа: первые результаты ... 191
- Зеленцов М. В.* Новостное медиапотребление в 2018 году: главные тренды и практико-ориентированный взгляд на дефиницию ... 192
- Каптерова А. А.* Процесс формирования детского медиапотребления ... 194
- Касперович-Рынкевич О. Н.* Особенности медиапотребления поколения Z ... 196
- Крашенинникова М. А.* Поведение пользователей в соцсетях в условиях законодательной напряженности ... 198
- Павлушкина Н. А.* Вовлеченность аудитории в процесс медиапотребления (на примере facebook-аккаунтов русскоязычной прессы в Великобритании) ... 200
- Пустовалов А. В.* Город «ВКонтакте»: предпочтения медиапотребителя и урбанистическая проблематика в сообществах г. Березники ... 202
- Симакова С. И.* Инфографика — язык медиа ... 204
- Смолярова А. С.* Медиапотребление как множественный объект праксиографического исследования ... 206
- Харитонова С. В.* Динамика медиапредпочтений детской аудитории на современном этапе ... 208
- Щепилова Г. Г., Круглова Л. А.* Медиапотребление видеоконтента в Интернете ... 209

VII. Мультимедийный ресурс местной прессы

- Бейнсенсон В. А.* Использование мультимедийных форматов в практике городских порталов (на примере NN.ru) ... 215
- Бешкарев А. А.* Мультимедиа в информационных войнах (на примере пабликов экологической тематики Архангельской области и Республики Коми) ... 217
- Войтик Е. А.* Региональные новостные информационные агентства: особенности функционирования в интернет-среде ... 219
- Кручевская Г. В.* «Медленное медиа о Томске» (интернет-журнал «Томский обзор») ... 221