

**Мельник С. М.**

*кандидат філологічних наук,*

*доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій,*

*Національний університет «Одеська політехніка»*

## **ІНФОГРАФІКА ТА ІНТЕРАКТИВНА ВІЗУАЛІЗАЦІЯ ДАНИХ ЯК ПЕРЕКОНУВАЛЬНИЙ СТИМУЛ СУЧАСНОГО ЖУРНАЛІСТСЬКОГО ТЕКСТУ**

Ключове завдання журналістських матеріалів (у пресі, на радіо, телебаченні чи в інтернетних виданнях) – це вплив на аудиторію. Адже саме за допомогою ефективного переконування медійники формують конкретні погляди на ту чи ту ситуацію, подію, особистість. Уміння впливати залежить від низки чинників, які журналіст повинен враховувати у процесі персвазії. Піоритет у цьому переліку, на нашу думку, належить способу подання інформації: текстовому, графічному (графіки, діаграми, схеми, фото тощо), аудіальному, аудіовізуальному чи комбінованому.

Традиційні способи візуальної репрезентації інформації (відео, фото, карикатура та ін.) нині розчинилися в царині нових медій, тому важливо осмислити сучасні техніки переконувального впливу в журналістських текстах, як-от журналістику даних (інфографіку та інтерактивну візуалізацію). Науковий аналіз стратегій ефективного впливу вважаємо значущим кроком до вироблення моделей ціннісного переконування у ЗМІ. Персвазивні тактики, актуалізовані через візуалізацію, потребують осмислення й стануть суттєвим доповненням у теорію формування свідомості читачів.

Мета дослідження – визначити впливогенний потенціал інфографіки та інтерактивної візуалізації у сучасних медіатекстах.

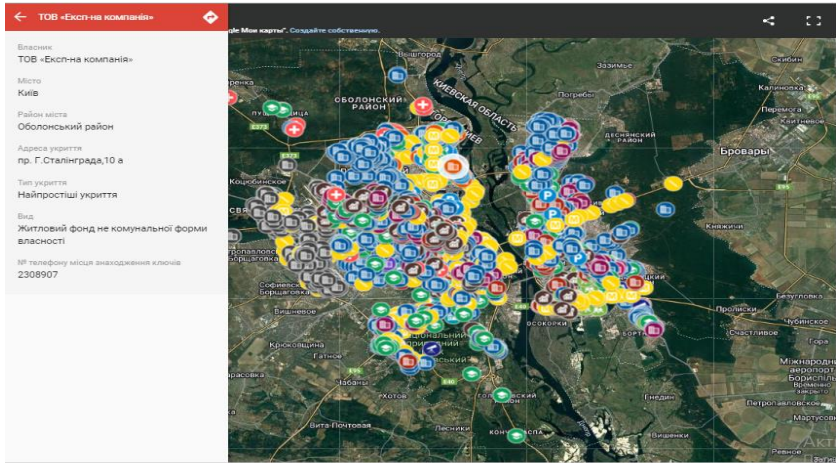
Як зазначає А. Бондаренко, «інфографіка – це створене за допомогою засобів графічного дизайну повідомлення, яке не передбачає інтерактивного циклу. А от візуалізація даних – це інструмент для інтерактивного навчання і дослідження даних, під час якого людина дізнається щодо цих даних щось нове» [1]. Інфографіка візуально подає інформацію, яка призначена для швидкого та чіткого відображення комплексної інформації. Вона покращує сприйняття інформації, підвищує можливості зорової системи людини бачити більш панорамно, помічати взаємозв'язки й тенденції. Переваги інфографіки в «лаконічній змістовності, зовнішній привабливості та зручності для поширення. Ці

характеристики забезпечують високу ефективність донесення інформації, особливо в нових медіа» [4].

В Україні у царині журналістики даних першим розпочало якісну роботу інтернет-видання «Тексти.org.ua» [8]. «Тексти.org.ua» – це незалежне суспільно-політичне та аналітичне інтернет-видання, що поєднує професійну і так звану «народну» журналістику. За твердженням колективу, журналісти пишуть для людей, яким подобається думати. Наразі на сайті видання оприлюднено значний масив публікацій, які ґрунтуються на відкритих даних (<https://texty.org.ua/theme/opensource-projects/>). Тільки українсько-російська війна та її наслідки для нашої держави представлена 18 ґрунтовними матеріалами. Відзначимо, що більшість із цих публікацій постійно оновлюються, наприклад, двомовний (українська та англійська) матеріал «*Відео війни. Хронологія*» ([https://texty.org.ua/d/2022/war\\_video/](https://texty.org.ua/d/2022/war_video/)).

Зауважимо, що крім спеціальних проєктів, які представляють журналістику даних, чимало авторських матеріалів употужнені інфографікою та інтерактивною візуалізацією. До прикладу, в публікаціях, присвячених ситуації з енергосистемою нашої країни автори пропонують ознайомитися з картою найбільш вразливих в енергетичному плані регіонів (які зазнали прицільного обстрілу з боку РФ) (<https://texty.org.ua/fragments/108259/cili-novyh-raketnyh-atak-rosiyi/>), діаграмами, що демонструють динаміку зміни генерування/споживання енергії у воєнний період (<https://texty.org.ua/articles/108160/naskilky-my-menshe-spozhyvayemo-elektroenerhiyi/>).

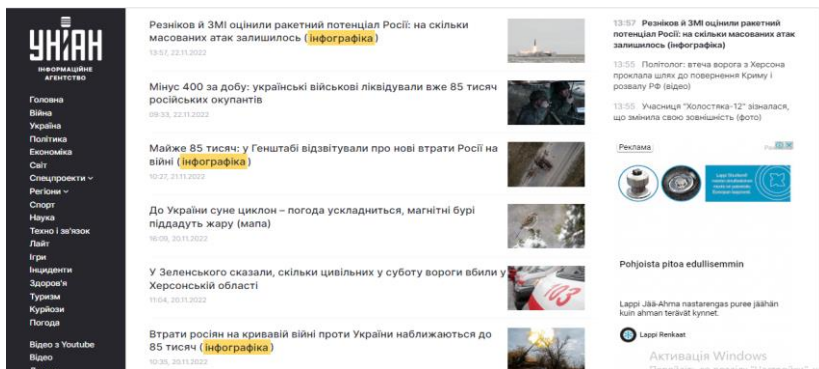
Цікавими також є численні інтерактивні карти (реагуючи на ваші клікання мишкою, ці карти видозмінюються, подаючи деталізовану інформацію в таблицях чи графіках), якими насичені матеріали рубрик «Фрагменти», «Хід війни», «Статті». Так, з журналістських матеріалів, доповнених інтеративною візуалізацією читачі можуть дізнатися вичерпну актуальну інформацію щодо карти бойових дій, активності обстрілів українських територій ворогами, укриттів у різних містах України, передовсім в Києві (див. рис. 1.1.)



**Рис. 1.1. Фрагмент інтерактивної мапи «Київ. Де розташоване найближче до вас укриття» [8]**

Зауважимо, що не лише на сайті «Текстів» актуалізовано інфографіку та інтерактивну візуалізацію. Наразі й інші популярні інтернетні видання «Українська правда», «Суспільне», «Ліга», «НВ» та ін. підхопили ідею і для підсилення ефективності впливу чи пояснення складної, об'ємної інформації використовують візуалізацію. Наприклад, інтернет-видання «Zaxid.net» (<http://zaxid.net/>) та «Тиждень.ua» (<http://tyzhden.ua/>) мають окрему рубрику «Інфографіка», видання «НВ», «Ліга», інформаційне агентство «УНІАН», супроводжують кожен четвертий матеріал інфографікою (див. рис. 1.2.).

Причина актуалізації візуальних ефектів криється в тому, що «в сучасну гіперінформаційну епоху для читача важливою є структуралізація вербальної інформації» [2, с. 249]. Паравербальні засоби оформлення полікодового електронного тексту (іконічні, аудіальні, мультимедійні), які розширюють, комплексно відображають інформацію та виконують персвазивну функцію, якраз ефективно реалізують це завдання. Візуальна інформація сприймається швидше й краще за вербальну і претендує на вищий ступінь правдоподібності, а отже, має більше можливостей привернути увагу адресата та стимулювати його пізнавальну діяльність.



**Рис. 1.2. Скрін головної сторінки інформаційного видання «УНІАН», що демонструє частотність використання інфографіки [9]**

Про переконувальний вплив візуальних даних говорить англійський дослідник Ден Роем у праці «Візуальне мислення. Як «продавати» свої ідеї за допомогою візуальних образів» [3]. Вчений виділяє чотири етапи візуалізації: 1. Подивитися; 2. Побачити; 3. Уявити; 4. Показати іншим. Ден Роем переконує, якщо читачі прагнуть поділитися матеріалами з іншими, то інформація була переконливою. Його спостереження підтверджує серія опитувань щодо впливового потенціалу візуального супроводу текстової інформації. Так, 72% респондентів переконані, що інфографіка якісно впливає на сприйняття журналістського матеріалу, робить його цікавішим і доступнішим [3, с. 15].

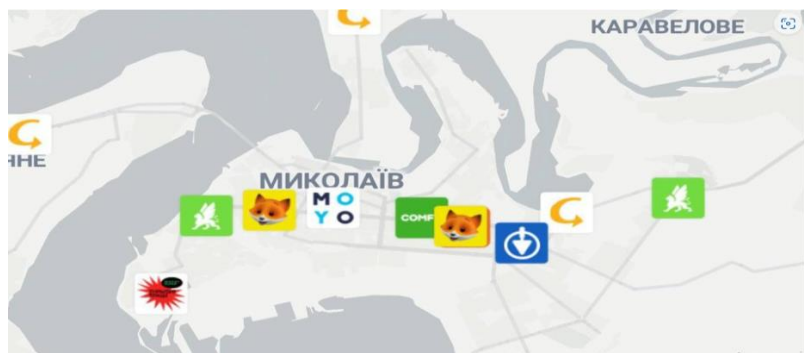
Аналізуючи журналістські матеріали ключових інтернет-видань України («Тексти.org.ua», «Українська правда», «Суспільне»), спостерігаємо, що всі етапи, перелічені дослідником, присутні у їх читачів. Читачі дивляться на інфографіку до журналістських матеріалів, осмислюють інформацію і часто хочуть поділитися/ділитися нею зі своїми друзями у соціальних мережах. Наприклад, інфографіка українською мовою під назвою «Війна в Україні. Сумарні орієнтовні втрати противника на 272 день» [6; 7] була трансльована споживачами соціальних мереж (Фейсбуку) 18 разів. Це свідчить про те, що читачів видання довіряють графічно оформленим фактам. Цифри (наприклад, статистичні відомості щодо втрат особового складу та ворожої техніки) не потребують будь-яких інших аргументів, а приймаються читачами навріу (див. рис. 1.3.).



**Рис. 1.3. Фрагмент інфографіки «Війна в Україні. Сумарні орієнтовні втрати противника на 272 день» [6]**

Інфографіка часів війни, яку часто поширюють читачі українських інтернетних видань, присвячена не лише втратам живої сили та озброєння противника, але й містить інформацію про ключові події на полі бою, зокрема статистику звільнення українських територій від окупантів, статистичні відомості щодо кількості загиблого мирного населення/дітей, зруйнованої інфраструктури, критично важливих об'єктів тощо, тобто лише чіткі факти україно-російської війни.

Текстові матеріали на веб-сайтах «Суспільне», «УНІАН» іноді проілюстровано не тільки інфо-, але й інтерактивною графікою. Оскільки наскрізною темою для України сьогодні є війна з Російською Федерацією, то яскравими прикладами інтерактивної візуалізації журналістських текстів є інтерактивні мапи бойових дій (вся територія або окремий регіон), відключень електроенергії, пунктів обігріву в столичному регіону, закладів, які працюють під час вимкнення електроенергії (див. рис. 1.4.) тощо.



**Рис. 1.4. Фрагмент інтерактивної карти «Заклади, які працюють під час відключень електроенергії (м. Миколаїв) [7]**

Часто у саму тканину тексту інкорпоровано значну кількість гіперпосилань на інші матеріали чи на довідкові джерела, що створюють

ефект об'ємної, багатопланової оповіді й подають необхідне тло чи передісторію події. Наприклад, у короткій статті «Український розробник Twitter розповів, як Ілон Маск змущується з команди соцмережі» [5] використано 5 гіперпосилань на матеріали інших мережових медій, що більш ґрунтовно й панорамно описують порушену в публікації проблему (див. за темами публікацій: 1. «Співробітники Маска влаштували чистку незгодних із його діями». Український розробник звільнився з Twitter і розкрив деталі «внутрішньої кухні»; 2. Допис учасника Vitaliy Bondarenko (колишнього працівника Twitter); 3. <https://t.me/ligatech>; 4. Ілон Маск дав працівникам два дні, щоб присвятити себе «хардкорному» Twitter або піти; 5. «Twitter скоро почне ламатися». Критичні служби платформи пішли після ультиматуму Маска).

Незважаючи на захоплення популярних мережових видань інтерактивною візуалізацією, зазначимо, що професійно цим займається лише група фахівців інтернет-видання «Тексти.org.ua». Питання чи залишиться журналістика даних у користуванні першопрохідців, чи у кожному медіа незабаром з'явиться власна команда із журналістики даних залишається відкритим. Однак, ми вважаємо, що провідні мережові видання України повинні задовольняти актуальні запити споживача, відповідати найновішим тенденціям сьогодення, а тому мають впроваджувати журналістику даних не лише у власний медіа контент, але й презентувати як окремий сегмент.

За допомогою проаналізованих матеріалів інтернет-видань «Тексти.org.ua», «Суспільне», «Українська правда», «УНІАН» ми з'ясували, що візуальний ряд у журналістських текстах є невід'ємним складником комунікативного задуму автора. Світлини, відео, інфо– та інтерактивна графіка – це саме ті візуальні засоби, які творять цілісну архітектоніку тексту, сприяють ефективному переконуванню читача. Десятки фахових робіт з візуалізації даних на різноманітні актуальні теми, статті з виразною візуалізацією інформації це підтверджують.

### Список використаних джерел:

1. Бондаренко А. Конспект лекції з візуалізації Анатолія Бондаренка. *MediaNext* : вебсайт. URL: <http://medianext.com.ua/learn/152-2011-08-23-13-29-12> (дата звернення: 22.11.2022).

2. Драган-Іванець Н. В. Чинники впливу інтернет-видань на реципієнтів (за результатами соціологічного дослідження). *Наукові записки Інституту журналістики*. 2014. Т. 56. С. 247-250. – URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh\\_2014\\_56\\_49](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2014_56_49) (дата звернення: 18.11.2022).

3. Роэм Д. Визуальное мышление. Как «продавать» свои идеи при помощи визуальных образов. М. : Манн, Иванов, Фербер, Эксмо, 2013. 300 с.

4. У парламентській кампанії 2012 об'єднана опозиція перша з політсил використала інфографіку. *Графічне-інфо*. URL: <http://grafichne.info/but.html> (дата звернення: 21.11.2022).

5. <https://liga.net/ua>

6. <https://www.pravda.com.ua/>

7. <http://suspilne.media>

8. <http://texty.org.ua/>

9. <https://www.unian.ua/>

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-281-7-70>

**Перегуда Ю. А.**

*кандидат географічних наук, доцент кафедри глобальної економіки, Національний університет біоресурсів і природокористування України*

## **ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ ПІДПРИЄМСТВ ТВАРИННИЦТВА**

Отримання даних від тварин, аналіз та оцінка цих даних є дуже важливими з точки зору виявлення помилок практик у тваринницькому секторі. Використання інформаційно-комунікаційних технологій та спеціальних аналізів/програм має забезпечити виявлення практик, які можуть бути негативними з точки зору забезпечення сталості діяльності підприємств тваринництва. З цією метою облік тварин повинен здійснюватися як вручну, так і за допомогою спеціальних програм. Це має важливе значення для відслідковування тварин. При виникненні будь-якої небажаної ситуації виявляється джерело проблеми шляхом зворотного відстеження за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій. Для цього використовуються різні системи (датчики, RFID тощо) для ідентифікації тварин. З використанням таких систем вкрай важливо знати походження продукції з метою підвищення її якості, забезпечення більш ефективного управління ризиками, дотримання екологічного впливу та забезпечення сталого сільськогосподарського виробництва.

Точне тваринництво – це цифрова система управління, в якій всі етапи виробничого процесу контролюються шляхом вимірювання