А. А. Градюшко
Белорусский государственный университет

МЕДИАИНФОГРАФИКА КАК СПОСОБ ВИЗУАЛИЗАЦИИ КОНТЕНТА В БЕЛОРУССКИХ ИНТЕРНЕТ-СМИ

Первая медиаинфографика в белорусских интернет-СМИ появилась в июле 2007 г. В информационном агентстве БелаПАН в то время была создана редакция мультимедийных новостей., которой руководил визуальный журналист Вадим Шмыгов. В конце 2007 г. производство контента в этом формате начало агентство БелТА. Первые примеры работ не являлись в чистом виде инфографикой, скорее это были тексты с иллюстративными элементами. Сегодня же, когда мир переживает настоящий бум визуальной информации, спектр использования инфографики в интернет-СМИ значительно расширился [Симакова 2015: 163].

Производством контента в этом формате в Республике Беларусь занимаются портал Tut.by, новостные агентства БелТА, БелаПАН, Sputnik и «Бизнес-новости», газеты «Комсомольская правда» в Белоруссии» и «Звязда», а также ряд специализированных интернет-СМИ («Как тут жить», «Еврорадио», «Твой стиль» и др.). Наметилось несколько тенденций развития медиаинфографики [Градюшко 2015: 48]. Первая – использование большого объема данных в качестве источников для ее создания. Вторая – усовершенствованная подача визуальных историй с интерактивными приложениями. Третья – приоритет мобильности. Все больше и больше людей потребляют контент с помощью мобильных устройств.

Вне всякого сомнения, медиаинфографика заняла значимое место в числе инструментов визуализации СМИ [Волкова 2014: 5]. Проследим, какие типы медиаинфографики встречаются в материалах белорусских СМИ чаще всего, какими инструментами для создания визуализации пользуются в редакциях, из каких источников берется информация, а также какие публикации становятся популярными у читателей.

Портал Tut.by лидирует по количеству размещаемой инфографики. Визуализации данных создаются и публикуются каждый день или раз в два дня в разных разделах сайта. При этом наибольшее внимание уделяется таким темам, как политика, экономика, общество, спорт, здоровье, образование. Примером одной из работ может служить материал «Жить дешево. Беларусь попала в список стран, куда выгодно переезжать американским пенсионерам», набравший 524 комментария. Динамическая инфографика выполнена в приятной цветовой гамме в виде интерактивной карты, созданной в программе для визуализации данных Tableau. Читатель может выбрать интересующую его категорию и посмотреть, насколько отличаются показатели покупательной способности в разных странах.

В качестве наиболее успешных примеров статичной инфографики, размещенной на портале Tut.by, мы можем отметить работы «Страна, которая пьет», «Воздушный флот Беларуси», «Что нам строят? Сколько стоит? Цена некоторых зданий в Минске». На использовании интерактивных карт основана динамическая инфографика «Экстремальная белорусская погода», «Метро 2014: Мир под землей», «Минимальный отпуск в странах мира», «Все автомобили белорусов». В большинстве случаев Tut.by берет за основу инфографики информацию из государственных органов.

В редакции Tut.by созданием интерактивной инфографики занимается журналист Вадим Шмыгов, а статичную создает Антон Девятов. Несмотря на то, что сам портал является адаптивным, это не всегда характерно для публикуемой инфографики. Так, только 30% визуализаций корректно отображаются на разных экранах. При этом все статичные инфографики

неудобны для просмотра на экране смартфона. Графики и цифры лишком мелкие. С динамической инфографикой дела обстоят немного лучше. Для некоторых работ создана мобильная версия (есть ссылка для просмотра на мобильных устройствах).

Довольно успешно возможности этого способа визуализации использует БелТА. В общей сложности на сайте belta.by размещено более 1000 таких работ. Агентство не делает масштабных инфографик, как крупные российские холдинги. БелТА старается сопровождать графикой самые важные темы и те, которые пользуются популярностью. Это, например, «Вакцинация против гриппа», «Воздушный флот «Белавиа», «Что следует знать, собираясь в лес» и т.п. Большие медиакомпании используют библиотеки данных и визуальных образов и создают инфографику быстро, БелТА это делает медленнее, каждая инфографика – продукт творчества. К тому же у агентства нет специализации на этом виде, чтобы затрачивать много ресурсов.

Наибольшее количество исследованных материалов БелТА заключает в себе новостную инфографику. Инфографика-коллаж используется преимущественно для предоставления различных типов данных на одну тематику. Инфографика-сопоставление показывает соотношение различных величин. К еще одному популярному тип инфографики относится инфографика-инструкция. БелТА не размещает на своем сайте динамические визуализации. Абсолютно все исследованные материалы содержат статичную информацию. Причем часто можно наблюдать, что графики значительно перегружены текстом. Примером может служить новостная инфографика «Требования к эксплуатации надувного игрового оборудования». Почти всю инфографику БелТА сложно читать на мобильных устройствах.

Инфографика на сайте Sputnik.by красочная и приятная глазу. Она выполнена соблюдением правил дизайна, отмечает главное и второстепенное, содержит яркие иллюстрации. В качестве примеров можно привести материалы «День без автомобиля в Минске», «Белорусские паралимпийцы в Рио-2016», «Празднование Дня Независимости в Минске». Редакция почти не использует в

работе такие программы, как Infogr.am или Tableau, позволяющие создавать готовые визуализации, а создает инфографику самостоятельно. Лидируют публикации на тему культуры, общества и науки.

Печатные СМИ также стремятся освоить производство этого типа контента. Так, в начале 2016 г. была представлена новая версия сайта республиканской газеты «Звязда» zviazda.by, которая отличается использованием современных технологий визуализации. На сайте имеется раздел «Инфографика», в котором размещаются как работы, сделанные журналистами редакции, так и инфографика БелТА. Наибольшее количество просмотров набрали такие авторские визуализации, как «Оскар: у кого больше?», «Как справиться с простудой» и «Количество населения Беларуси выросло». Однако разработка инфографики не является приоритетным направлением работы редакции.

Проведенный нами анализ особенностей использования способов визуализации контента в белорусских интернет-СМИ свидетельствует о наличии значительных различий в выборе типов инфографики и инструментов, используемых для ее создания. Наиболее популярной у читателей является инфографика на политическую, экономическую и общественную тематику. Большим спросом пользуются инфографики-сопоставления, инфографики-реконструкции и инфографики-коллажи.

В целом же отметим, что редакциям многих белорусских СМИ невыгодно тратить ресурсы на инфографику [Градюшко 2015: 51]. При создании визуализации процесс работы проходит через несколько стадий, каждая из которых требует абсолютно разных навыков: журналиста, аналитика, дизайнера и программиста. В любом случае качественная инфографика, в том числе интерактивная, является дорогостоящей вещью. Перед редакциями встает вопрос коммерческой выгоды таких проектов. Если посчитать, какую зарплату нужно платить команде и сколько работ они могут создавать, можно себе представить, сколько это стоит.

Практика самостоятельного создания журналистами инфографики еще несколько лет назад была распространена только на Tut.by, в последние годы разработкой публикаций в этом формате начали заниматься и другие интернет-СМИ, в которых инфографику делают сами журналисты или верстальщики. В онлайне часто для этого используют интернет-сервисы Infogr.am и Piktochart, однако шаблонные решения не уберегут журналиста от ошибок в использовании визуальных средств или неправильного подхода к данным.

Потенциал медиаинфографики как способа визуализации контента в белорусских интернет-СМИ пока раскрыт не в полной мере, зачастую ее созданием занимаются энтузиасты. К одному из них можно отнести Вадима Шмыгова, визуализации которого побеждали в конкурсе Viz of the day и вошли в мировой топ-5 лучших новых авторов Tableau. Портал Tut.by летом 2015 г. организовывал учебный курс по инфографике, визуализации и журналистике данных «Инфографика Tut».

По результатам исследования мы приходим к следующим выводам: развитие новых цифровых технологий привело к расширению существующих и появлению новых видов визуализации информации в белорусских СМИ, одним из которых стала медиаинфографика. Если российские СМИ используют полный набор инфографических методов, то белорусские выглядят более скромно в этом вопросе.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Волкова В. В.* Специфика медиадизайна // Вестн. Моск. Ун-та, Сер. 10, Журналистика. – 2014. – №4 – С. 5–22.

2. *Градюшко А.А.* Современные средства визуализации контента в белорусских интернет-СМИ / А. А. Градюшко // Весн. Беларускага дзяржаўнага ўн-та. Серыя 4, Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. – 2015. – № 1. – С. 48-51.

3. *Симакова С.И.* Влияние новых технологий на визуальный контент журналистских материалов // Вестн. Челябинского государственного ун-та. – 2015. № 5 (360). Филология. Искусствоведение. Вып. 94. – С. 163–169.