

**Инфографика и картотека как актуальные мультимедийные способы
репрезентации медиатекстов**

Сколотина Софья Игоревна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет
журналистики, Москва, Россия

E-mail: brontvein.sonya@yandex.ru

Развитие интернета, интерактивных технологий и мультимедиаизация ускорили процесс формирования клипового мышления у медиапотребителя. Он является представителем технотронной эпохи, ноосферы и живет в глобальном метрополисе, всю его жизнь определяет технологическая детерминанта. Он готов читать десятки медиа в день, погружаясь во вселенную глобальной паутины на 3-6 часов в сутки, при этом само чтение становится достаточно поверхностным. Французский социолог А. Моль был прав насчет мозаичного экрана понятий — прямым доказательством этого является, например, социальная сеть Твиттер: среднестатистическая скорость чтения человеку равна 200-250 словам в минуту.; примерное количество слов в одном твите — 20-25 слов, то есть за 60 секунд обычный человек может прочесть 10 твитов — 10 коротких новостей — но он вытеснил возможность воспринимать нарративы, вчитываться, составлять предметно-следственные связи [1] [2] [3] [4].

Поэтому способам репрезентации медиатекстов должны быть присущи 5 следующих явлений:

1. Визуализация
2. Фрагментация
3. Дигитализация (включающая в себя интерактивность)
4. Индивидуализация (в рамках этого явления подразумевается и децентрализация — предложение и выбор больше не определяются исключительно поставщиками информации)
5. Стереотипизация (как инструмент упрощения формы и подачи информации)

Текст должен быть облечен в аудиовизуальную форму, стать графическим. Помимо этого он должен быть фрагментирован. То есть автор обязан вычлнить основные идеи и сообщения, а читатель сам дальше соединит их в цепочку. Медиапотребитель хочет максимального использования интерактивных технологий и возможности мультимедиа, чтобы контент стал более интересным и опять же лучше и быстрее усваивался. Этот же процесс связан и с индивидуализацией. Происходит демассификация медиа, и каждый пользователь хочется свою уникальную ленту новостей, а возможно, даже и повестку дня [5].

В контексте этих изменений в медиа и в мышлении медиапотребителя необходимо найти релевантные способы репрезентации информации. Одними из них являются картотеки и инфографика. Объединить их в одну группу можно по принципу упрощения: оба этих способа позволяют превратить любой сложный контент — научные открытия, экономические процессы, политические явления — в максимально простой и понятный, разложить по полочкам.

Можно предположить, что подобный способ репрезентации информации будет вести к излишней примитивизации, читатель будет знаком с вопросом чрезмерно поверхностно. Но выбирая между поверхностным знанием, которое все равно может заставить задуматься или даже углубиться в вопрос, и отсутствием знания как такового, очевидно, что

первый вариант предпочтительнее.

Обратим внимание на несколько удачных кейсов использования картотек и инфографики для репрезентации контента:

1. Инфографика ria.ru

Самый удачный и масштабный кейс по использованию инфографики для репрезентации злободневного контента в России определенно принадлежит «Риановостям». Их инфографика бывает очень разной. Начиная от невероятных иллюстративных изысков, как, например, в инфографике о симптомах, лечении и профилактике гриппа, заканчивая репрезентацией огромного количества данных, пример — инфографика о составе коалиции во главе с США по борьбе с ИГ в Сирии и Ираке. «Риановости» публикуют каждый день новую инфографику, тема которой будет максимально соответствовать повестке дня. Таким образом, 25 января вышла инфографика «Портрет российского студенчества», которая сообщила основные сведения об МГУ, истории праздника, изменениях в образовании, количестве студентов в РФ [7].

2. Инфографика dailyinfographic.com

За рубежом уже существуют целые платформы, посвященные исключительно инфограммам. Одна из них dailyinfographic.com. Здесь точно так же каждый день публикуют новую инфографику на актуальную тему. Контент менее серьезный, чем у «Риановостей», подача более простая, но и более иллюстративная. Но вопросы они поднимают также, как правило, важные с точки зрения науки или социума. Например, «Значимости визуальной коммуникации», «Гравитационные волны: что это» [9].

3. Картотека vox.com

Это англоязычный кейс по использованию карточек. Сам ресурс делает больше уклон в науку и политику и научное объяснение событий и явлений. «Вокс» в рамках достаточно серьезной и научной работы может раскрыть одну тему даже в 20 карточках, но до открытия первой из них, читатель видит сразу все заголовки и может пропустить те аспекты и вопросы, которые ему уже известны или менее интересны. Помимо этого слева есть меню, которое позволяет в любой момент перескочить на другую карточку или вернуться. Примеры вопросов, которые есть в картотеке «Вокса»: «Протесты в Фергюссоне в 2014 из-за убитого Майкла Брауна», «Что такое генетически модифицированная пища?» [8].

4. Картотека meduza.io

Каждая новость или тема в картотеке «Медузы» разложена на 7-10 карточек, каждая из которых носит свой заголовок. Первая карточка всегда посвящена одному и тому же вопросу: что случилось? Далее карточки подробнее объясняют суть этого события. Последняя карточка содержит в себе вывод, итог явления или новости. Все они очень короткие, состоят из одного абзаца, но содержат в себе гиперссылки на новости и статьи, связанные с объясняемыми фактами и событиями. Несколько примеров тем: «Россия договорилась с Саудовской Аравией. Теперь цены на нефть вырастут?», «Существуют ли квантовые компьютеры на самом деле?» [6].

Картотеки и инфографика хорошо объясняют потребности современных медиапотребителей и не менее удачно их удовлетворяют. Это лишь два примера современных способов репрезентации информации из достаточно большого множества. В нашем дальнейшем исследовании мы собираемся изучить и другие приемы подачи и популяризации контента.

Источники и литература

- 1) Абраам Моль «Социодинамика культуры: Пер. с фр. / Предисл. Б. В. Бирюкова. Изд. 3-е. - М.: Издательство ЛКИ, 2008
- 2) Вернадский В. И. «Научная мысль как планетное явление», 1936-1938, электронный ресурс: [<http://vernadsky.lib.ru/e-texts/archive/thought.html>]
- 3) Фрумкин К. Г. «Клиповое мышление и судьба линейного текста», 2010 год, электронный ресурс: [http://nounivers.narod.ru/ofirs/kf_clip.htm]
- 4) Kahn, Herman «Things to come: thinking about the seventies and eighties», New York, Macmillan, 1972
- 5) Manovich, Lev. «The Language of New Media», Cambridge: The MIT Press, 2001
- 6) Электронный ресурс: [<https://meduza.io/cards>]
- 7) Электронный ресурс: [<http://ria.ru/infografika/>]
- 8) Электронный ресурс: [<http://www.vox.com/cards>]
- 9) Электронный ресурс: [<http://www.dailyinfographic.com/>]

Слова благодарности

Благодарю своего научного руководителя Елену Варганову за помощь и поддержку