

Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Інститут журналістики

КРОСМЕДІА: КОНТЕНТ, ТЕХНОЛОГІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ

КОЛЕКТИВНА МОНОГРАФІЯ

За загальною редакцією В. Е. Шевченко



Кафедра
мультимедійних технологій
і медіадизайну

Київ | 2017

**Рекомендовано до друку Науково-методичною радою
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Протокол № 4-16/17 від 16 червня 2017 року**

Рецензенти

- Потятинник Б. В.**, доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри нових медій факультету журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка;
- Ткаченко О. Г.**, доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри журналістики та філології Сумського державного університету;
- Єфіменко В. В.**, кандидат філософських наук, доцент кафедри етики та культурології філософського факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Кросмедіа: контент, технології, перспективи : колективна моногр. / за заг. ред. д. н. із соц. ком. В. Е. Шевченко; Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. — К. : Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2017. — 234 с.

ISBN 000-000-00-00

У колективній монографії розглянуто реалізацію механізмів створення кросмедіа, функціонування й управління ними; окреслено терміносистему та основні завдання, висвітлено результати наукових досліджень щодо діяльності цифрових медіа, показано практичний досвід розроблення й організації їх роботи; охарактеризовано явище конвергентності, а також трансформаційні процеси сучасної медіаіндустрії. Монографія розкриває форми взаємодії та взаємозалежності контенту, технологій та композиційно-графічної моделі в кросмедіа. Особливу увагу приділено питанням аналітики, її інтерпретації, а також промоції як одному з вагомих складників розвитку сучасних медіа.

Видання орієнтоване на дослідників у сфері соціальних комунікацій, всіх, хто цікавиться проблематикою кросмедій у сучасному комунікаційному просторі, а також студентів та викладачів факультетів і відділень журналістики.

ЗМІСТ

ЗАМІСТЬ ВСТУПУ

<i>Різун Володимир Володимирович</i>	5
--	---

Розділ 1. ТЕРМІНОЛОГІЯ ТА МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ КРОСМЕДІА.....7

1.1. Конвергентність як основна ознака сучасних медіа / <i>Шевченко Вікторія Едуардівна</i>	8
1.2. Наукові та практичні дослідження в галузі кросмедіа (світовий досвід) / <i>Федорчук Людмила Петрівна</i>	18
1.3. Трансформаційні процеси в сучасній медіаіндустрії як шлях до якісної журналістики / <i>Синоруб Галина Петрівна</i> ..	23
1.4. Мультиплатформна концепція соціальних медіа / <i>Рябічев Вячеслав Львович</i>	33

Розділ 2. КОНТЕНТ КРОСМЕДІА39

2.1. Типи, види та особливості подачі контенту кросмедіа / <i>Садівничий Володимир Олексійович</i>	40
2.2. Особливості мультимедійного мовлення / <i>Мариненко Ірина Олегівна</i>	48
2.3. Впровадження особистісно-орієнтованого контенту в кросмедіа / <i>Грозна Олена Олегівна</i>	59
2.4. Відеотекст у мультимедійному контексті / <i>Мацшиша Ірина Віталіївна</i>	67
2.5. Інфографіка та динамічна візуалізація як тренд сучасних медіа / <i>Рудченко Аліна Сергіївна</i>	75
2.6. Інструментарій створення мультимедійного контенту / <i>Вербовий Руслан Миколайович</i>	83

Розділ 3. ТЕХНОЛОГІЇ КРОСМЕДІА.....91

3.1. Феномен сюжетних ліній в інформаційному просторі українських медіа та соціальних мереж / <i>Захарченко Артем Петрович</i>	92
3.2. Підготовка інтернет-новин: структурування інформації, передача смислів / <i>Чабаненко Мирослава Вікторівна</i>	102

3.3. Відеостріми на інтернет-сайтах та в соціальних мережах як різновид прямоефірного телевізійного мовлення / <i>Полісученко Анна Юріївна</i>	111
3.4. Мобілографія як інструмент кросмедійної журналістики / <i>Пазюк Роман Володимирович</i>	125
3.5. Трансмедійність контенту / <i>Хворостина Ольга Вікторівна</i>	130

Розділ 4. КОМПОЗИЦІЙНО-ГРАФІЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ КРОСМЕДІА. 139

4.1. Композиційно-графічне моделювання конвергентних ЗМІ: комунікативний і комунікаційний аспекти / <i>Ситник Олексій Валерійович</i>	140
4.2. Структура мультимедійного сторітелінгу (на прикладі лонгріду) / <i>Мацшина Ірина Віталіївна</i>	149
4.3. Кросмедійна редакція як новий видорганізації роботи сучасних ЗМІ / <i>Зелінська Анастасія Андріївна</i>	159
4.4. Методи проектування та інструментикористувацької взаємодії з мережевим медіа / <i>Фомішина Ольга Валеріївна</i> . . .	168
4.5. Журналістика даних як чинник трансформації професійних компетентностей журналіста / <i>Юровська Дар'я Юріївна</i>	174

Розділ 5. АНАЛІТИКА ТА ПРОМОЦІЯ КРОСМЕДІА 187

5.1. Методи та інструментарій аналітики кросмедійних ЗМІ / <i>Ситник Олексій Валерійович</i>	188
5.2. Модель поширення у соціальних мережах новинної інформації від великих інформаційних сайтів / <i>Захарченко Артем Петрович</i>	193
5.3. Медійний вимір читання міленіалів / <i>Поціпух Олена Олександрівна</i>	204
5.4. Перспективи розвитку кросмедіа / <i>Полковенко Тарас Вікторович</i>	211

АНОТАЦІЇ.	218
ABSTRACTS.	224
ПРО АВТОРІВ.	230



Рудченко Аліна Сергіївна, аспірантка кафедри мультимедійних технологій та медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка

ІНФОГРАФІКА ТА ДИНАМІЧНА ВІЗУАЛІЗАЦІЯ ЯК ТРЕНД СУЧАСНИХ МЕДІА

ВСТУП. Новітні медіа починають відігравати все активнішу роль в сучасній системі масової комунікації. Разом із розвитком технологій відбувається переформатування каналів сприймання інформації, що спричиняє настання своєрідної візуальної епохи, часткового витіснення тексту наочними образами. Під візуалізацією маємо на увазі подання текстової та числової інформації у вигляді діаграм, знаків, зображень тощо. Дієвість візуальної інформації у ЗМІ залежить від виду візуального матеріалу та способу його представлення, оскільки необхідно розуміти основи людського зорового сприйняття [4, с. 78].

Усе різноманіття видів візуалізації журналістського контенту можна класифікувати наступним чином: найпростіші графічні символи (пиктограми, монограми, логотипи, орнаменти, віньєтки, заставки, декоративні елементи); малюнки (карикатури, шаржі, комікси, графічні, технічні й художні картинки); інфографіка (карти, діаграми, таблиці, графіки, дерева, матриці, плани, структури і блок-схеми); фотографії; типографіка [5].

Окремими різновидами візуалізації тексту й фактичних даних у журналістських матеріалах можна назвати динамічну візуалізацію й інфографіку як складову частину візуалізації. Візуалізація — це технічний термін, що означає графічне зображення процесу комунікації, змістового повідомлення чи засобу комунікації. При цьому візуалізація передбачає, що зображуване вже було повідомлено в іншій, неграфічній формі [1, с. 48].

Мета нашого дослідження — вивчити статичну й динамічну візуалізацію, які є підвидами візуалізації інформації у класифікації за типом відображення даних.

Статична візуалізація не передбачає анімованих елементів. Фактично, це графіка, що супроводжує журналістський матеріал, глибше розкриває тему, унаочнює інформацію, демонструє глибину даних, у ній розкриваються й аналізуються значні масиви інформації й даних. Окрім того, візуалізація може бути й окремим журналістським матеріалом. Наприклад, у підрубриці Всеукраїнської газети «День» під назвою «Мандрівна країна» за допомогою карт і схем подана інформація про місцевості й регіони: Галичину, Карпати, Київщину та Чернігівщину, Донщину, Волинь, Крим тощо (рис. 1).

Під динамічною візуалізацією маємо на увазі візуалізацію даних чи явищ, що характеризуються тривалістю у часі, глибиною даних, інтерактивними переходами тощо.

Динамічна візуалізація дає змогу простежити зміни у процесах чи явищах, зрозуміти кореляцію між процесами, сформувати уявлення про взаємозв'язки між подіями.

Динамічна візуалізація пов'язана з поняттям таймлайну — інструменту, що дає змогу продемонструвати дані й відомості, розміщені у хронологічному порядку; відстежити розвиток події або явища у часі й просторі. Наразі кросмедіа все частіше звертаються до методу динамічної візуалізації даних. Зокрема активно використовується подібна інформація у проведенні та презентації результатів журналістських розслідувань.

1. We are all storytellers

What makes someone a good storyteller? Storytelling is something we all do naturally, starting at a young age, but there's a difference between good storytelling and great storytelling. In this lesson you'll hear from Pixar directors and story artists about how they got their start, what stories inspire them, and you'll begin to think about what kinds of stories you might want to tell.

▶ Introduction to storytelling

▶ Your unique perspective

📄 Activity 1

▶ Your favorite stories

📄 Activity 2

▶ What if...

📄 Activity 3

▶ World & Character

📄 Activity 4

▶ Storytelling advice

Рис. 1. Таймлайн навчального курсу кіностудії «Pixar Animation Studio»

Вдалим прикладом динамічної візуалізації є оформлення курсу з візуального сторітелінгу американської кіностудії «Pixar Animation Studio». Навчальному курсу присвоєна власна хронологія, яка наочно продемонстрована у таймлайні. Усі його елементи є активними — діючими посиланнями на ту чи іншу частину курсу, тож його оформлення формує в аудиторії чітке розуміння термінів і вимог до курсу. Полегшує й унаочнює доступ до навчальних матеріалів.

Візуалізація інформації є популярним трендом у роботі західних кросмедіа. Українські ж медіа вже почали активно переймати вищезгаданий досвід і створювати відповідні рубрики й розділи, однак процес перебуває на початкових стадіях, відбувається зародження й становлення української візуальної журналістики. Тільки деякі медіа активно використовують у своїй роботі візуалізовану інформацію, зокрема, texty.org.ua, «Українська правда», Газета «День» та інші.

Однією з форм застосування динамічної візуалізації є розслідувальна робота журналістів з інтерактивними онлайн-картами й супутниковими знімками. До прикладу, журналісти видання texty.org.ua у матеріалі під назвою «Карпатська різанина» (рис. 2), що стосувався вирубки карпатських лісів, використали супутникові знімки місії Landsat. Для порівняння було взято знімки 2000-го, 2011-го і 2015 рр. Була здійснена класифікація зображень, зокрема територію розподілили на чотири основні категорії: ліс, не ліс, вирубка й атмосферні явища (хмари). За допомогою комп'ютерного порівняння зображень було не тільки одержано інформацію про сучасний стан вирубки лісу, а й створено інтерактивну карту, що наочно візуалізує обсяг знищення лісів упродовж останніх 15 років.

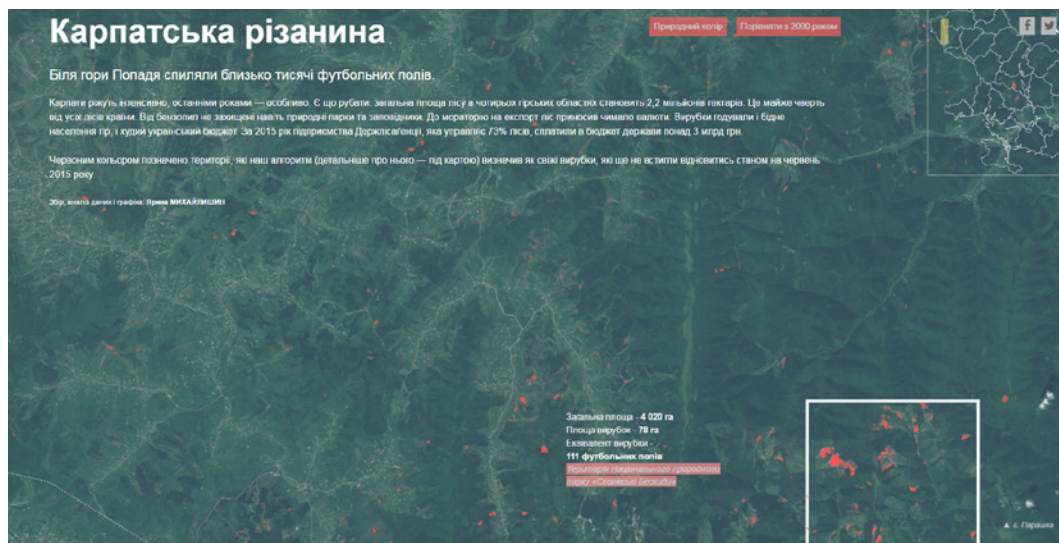


Рис. 2. Супутникова карта, що візуалізує вирубку карпатських лісів (за матеріалами сайту texty.org.ua)

Всеукраїнська газета «День» на своїй інтернет-сторінці має окрему рубрику «Інфографіка». Деякі матеріали в рубриках «Інтерактивна хроніка» й «Візуальна хроніка» виконані в техніці динамічної візуалізації. Прикладом динамічно представленої візуальної інформації можна назвати проект газети «День», у якому за допомогою технології слайдингу (рис. 3) можна побачити, як виглядали місця центру столиці України під час

масових протестів 2013-2014 рр. та після подій Майдану, у 2015 р. Кадр поділений на дві частини та є інтерактивним: рухаючи поділку на фото, спостерігаємо одне й те ж місце в різні періоди.

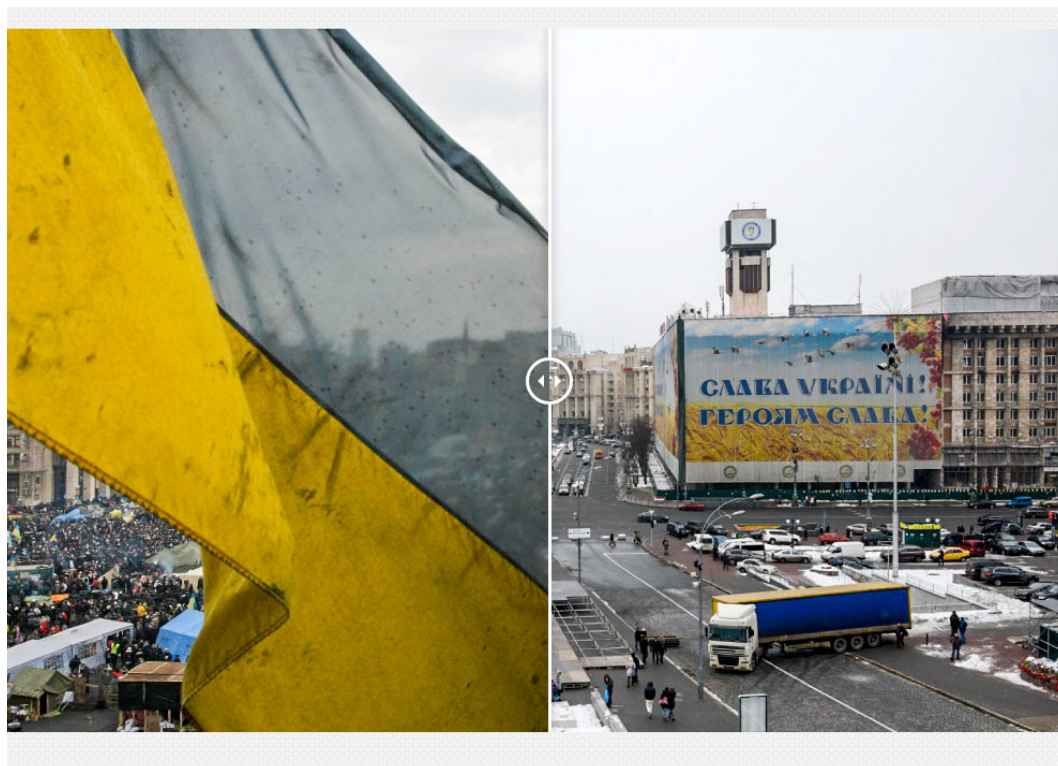


Рис. 3. Простір Гідності: рік потому (за матеріалами газети «День»)

У вищезазваному матеріалі відсутній хронологічний таймлайн, однак добре інтерпретована тривалість у часі певного процесу (у цьому випадку — відновлення режиму звичного користування, повернення руху транспорту тощо на території, де відбувалася Революція Гідності).

Вивчаючи візуалізацію даних, необхідно окреслити й один із добре вживаних її різновидів — інфографіку. Фактично, інфографіка стає одним з інструментів комунікаційної технології, якою є візуалізація даних. Слово «інфографіка» складається з двох частин (англ. information + graphic — графізм інформації) — це інформація, відтворена у мас-медіа за допомогою методів комп'ютерної графіки; інформативний малюнок (графіки, схеми, таблиці, карти, фото, колажі тощо) [3, с. 44].

Інфографіка є однією з форм візуалізації даних, вона дає змогу унаочнити велику кількість інформації, пришвидшити процес сприйняття, зробити виклад складних і масивних даних доступнішим. Інфографіку виокремлюють як медійний феномен, тобто такий, що спрямований впливати на масову аудиторію і наразі проходить становлення як один із засобів медіавпливу на соціальні групи реципієнтів інформації. Дослідники медіасфери називають інфографіку не додатком до журналістського тексту, а окремим явищем, що може замінювати або ж доповнювати текст. Інфографіка — візуальна ілюстрація журналістського матеріалу [1, с. 49].

Виокремлюють декілька видів інфографіки: статичну й динамічну. Окрім того, існує аналітична, новинна, інфографіка реконструкції, кількісна та якісна тощо.

Статична інфографіка демонструє аудиторії зображення без анімації. Динамічна інфографіка містить у собі анімовані елементи. Різні види інфографіки можуть вибудовуватися у статичному або ж динамічному вимірі. Наведемо приклади деяких видів інфографіки. Аналітична інфографіка вибудовується на базі аналітичних матеріалів.

Прикладом аналітичної інформатики є матеріал texty.org.ua про аналіз пасажиропотоків, що пересуваються Укрзалізницею. В основу матеріалу покладено аналіз пасажиропотоків міжміських поїздів в Україні за 2014 і 2015 роки (рис. 4). Результати аналізу візуалізовані в інтерактивні карти (візуалізація потоків).

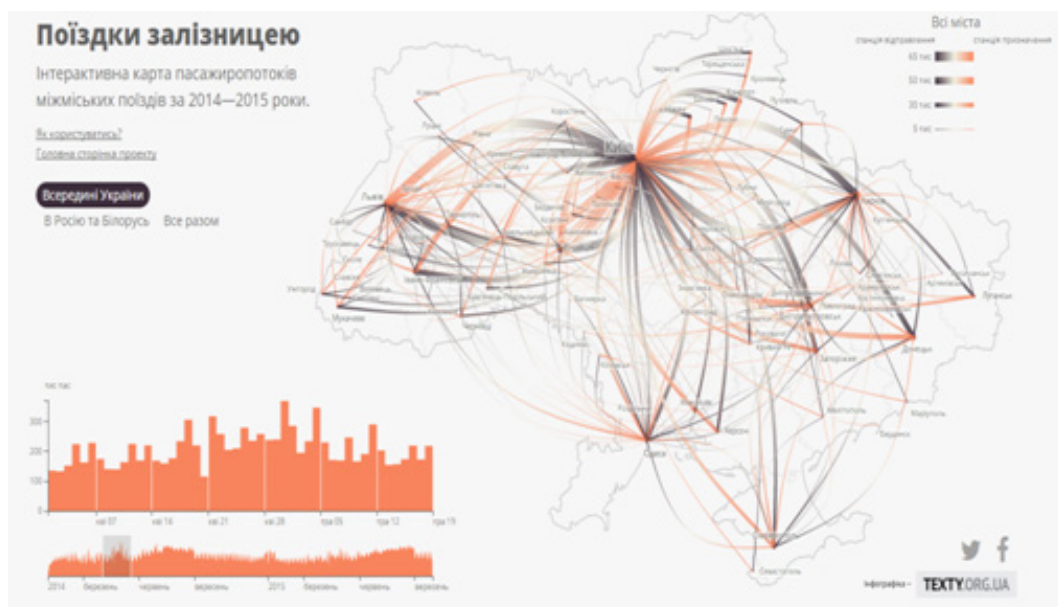


Рис. 4. Інтерактивна карта пасажиропотоків міжміських поїздів за 2014–2015 рр. (за матеріалами сайту texty.org.ua)

Новинна інфографіка створюється спеціально для певної новини, зазвичай ця інфографіка є оперативною, але містить невелику кількість проаналізованих даних.

Одним із конвергентних українських ресурсів, що використовує новинну інфографіку є інтернет-видання «Українська правда». На сайті існує спеціальна рубрика під назвою «Графіка», де міститься візуалізована інформація. Переважна її більшість — економічного характеру й належить до підрозділу «Економічна правда».

Зокрема, графічно подано зміни в доходах і видатках у держбюджеті на 2017 р. (рис. 5). Окрім того, можна знайти приклади демонстрації за допомогою графіків спортивні новини й досягнення, інформацію щодо вартості комунальних послуг й інші актуальні новини.

Інфографіка реконструкції зазвичай відображає події у їх хронологічній послідовності. Прикладом інфографіки реконструкції є матеріал «Рік, що змінив країну» всеукраїнської газети «День» (рис. 6). У інтерактивній формі продемонстровані ключові події 2014 року. Такими названо 19 подій, кожна з яких має фотоілюстрацію та інтерактивне пояснення (хронологію збережено).

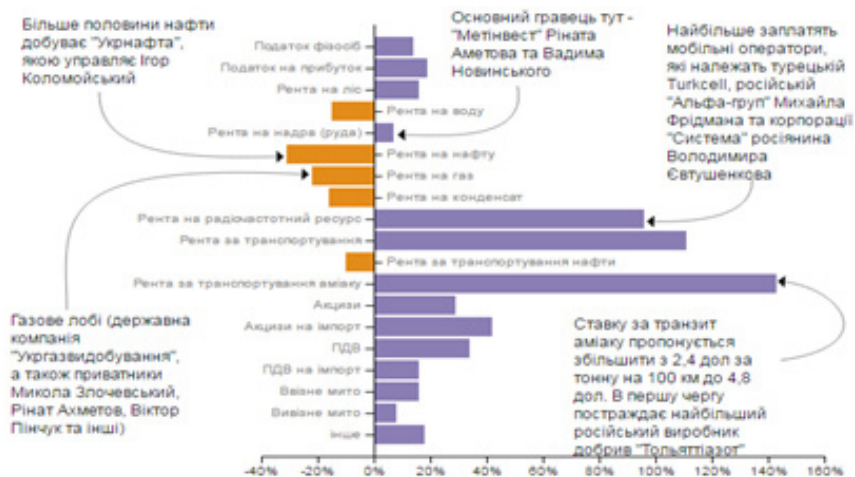


Рис. 5. Візуалізація показників зміни доходів «Новий бюджет: як зміняться доходи та видатки» (за матеріалами сайту «Українська правда»)



Рис. 6. Інфографіка реконструкції «Рік, що змінив країну» (за матеріалами сайту газети «День»)

До кількісної інфографіки належать графіки, діаграми, номограми, у яких подано аналіз кількісних даних. Прикладом є графік, створений журналістами сайту texty.org.ua, в якому продемонстровано купівлю пасажирими квитків в «Укрзалізницю». Графік показує кореляцію між кількістю пасажирів і днями, в які вони купують залізничні квитки. Проаналізувавши графік, глядач доходить висновку, що більшість квитків купуються за добу до відправлення.

На інтернет-порталі газети «День» можна зустріти унаочнену інформацію громадсько-політичного спрямування. У матеріалі «Мирне населення і війна» подано аналіз кількісних даних. Інфографіка демонструє кількість жертв і поранених мирних мешканців окупованих територій України, кількість вимушених переселенців і реалії побуту в зоні АТО. За допомогою таких інструментів, як форма, колір і розмір в «Українській правді» продемонстровано перелік 200 найбільших компаній України (рис. 7). Ця інфографіка є динамічною, а її елементи — активними.



Рис. 7. Інфографіка «200 найбільших компаній України»
(за матеріалами сайту «Українська правда»)

Якісна інфографіка зазвичай представлена схемами, картами, послідовностями зображень, у яких демонструється взаємозв'язок між об'єктами. Прикладом якісної інфографіки є карти. Карти використовуються для демонстрації й подальшого аналізу географічних даних. Зокрема, на графічно зображеній карті України, що була розміщена на інтернет-сторінці газети «День» демонструється процес «десовєтізації» держави. На карті показано червоним, де відбувся процес «падіння Вождя», тобто знесення пам'ятника радянському вождю В. Леніну.

Позитивною тенденцією є те, що інфографіка охоплює доволі велику кількість і різноманіття досліджуваних журналістами тем і проблем. Однак світова тенденція унаочнювати журналістські матеріали ще тільки переживає процес становлення, набуває свого розвитку в українських ЗМІ. Багато масових всеукраїнських онлайн-ресурсів зовсім не вдаються до візуалізації інформації, або ж розміщують візуалізовані дані рідко й несистематично.

ВИСНОВКИ. Поширеними формами візуалізації даних є використання в ЗМІ інфографіки й динамічної візуалізації. Українські кросмедіа, відповідно до світових трендів, також застосовують інфографіку й динамічну візуалізацію у процесі висвітлення актуальних громадсько-політичних тем.

На практиці спостерігаємо появу нових понять, зокрема таких, як «інтерактивна візуалізація» та «хронологічна візуалізація». Ці назви є прикладними, тож вивчення логіки їх застосування є корисним для дослідника. Можна стверджувати, що «хронологічна візуалізація» відображає основні характеристики цієї технології й може бути використана як синонім до поняття «динамічна візуалізація».

ЛІТЕРАТУРА

1. Журналістика та медіа : Довідник / Зігфрід Вайшенберг, Ганс Й. Кляйнштобер, Бернгард Пьорксен / Перкл. З нім. П. Демешко та К. Макєєв; за загал. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. — К. : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2011. — 529 с.
2. Інтернет-журналістика : навч. посіб. / Борис Володимирович Потятинник. — Львів : ПАІС, 2010. — 246 с.
3. Словник журналіста: Терміни, мас-медіа, постаті / За заг. ред. Ю. М. Бідзілі. — Ужгород: ВАТ «Закарпаття», 2007. — 224 с.
4. Шевченко В. Візуалізація інформації в ЗМІ / В. Шевченко//Світ соціальних комунікацій. Науковий журнал. — К. : 2012. — Т. 7. — С. 78-82.
5. Шевченко В. Е. Визуальный контент как тенденция современной журналистики //Медиаскоп: Электронный журнал факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова. — Выпуск 4. — 2014.
6. Шевченко В. Е. Способи візуалізації журналістської інформації// Соціальні комунікації в інтеркультурному просторі: міжконтинентальний діалог інтелектуалів : матер. міжнарод. наук.-практ. конф., 13 листоп. 2014 / МОН України, Київ. ун-т ім. Б. Грінченка ; за заг. ред. Огнев'юка В. О.; [редкол.: Огнев'юк В.О., Хоружа Л. Л., Бондарева О. Є. та ін.]. — К.: Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2014. — С. 114-123.
7. Шевченко В. Е. Становлення наукової думки щодо мови візуальної комунікації// Вісник книжкової палати. — № 9. — К., 2014. — с. 6-9.
8. Flew, T. (2005). New Media. An Introduction / T. Flew. — [2-nd ed.]. — Oxford University Press. — 280 p.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

9. Матеріали газети «День». — Режим доступу: <https://day.kyiv.ua/uk/>
10. Матеріали онлайн-медіа ТЕКСТИ.ORG.UA/ — Режим доступу: <http://texty.org.ua/>
11. Матеріали інтернет-сайту видання «Українська правда». — Режим доступу: <http://www.pravda.com.ua/>

Надіслано до редакції 2 квітня 2017 р.

Наукове видання

КРОСМЕДІА: КОНТЕНТ, ТЕХНОЛОГІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ

КОЛЕКТИВНА МОНОГРАФІЯ

За загальною редакцією
доктора наук із соціальних комунікацій В. Е. Шевченко

Наукове редагування О. Ситник, А. Захарченко

Редактори Н. Іщук, А. Зелінська

Дизайн обкладинки С. Шашенко

Коректор О. Грозна

Верстка О. Фомішина

Підп. до друку 11.08.17. Формат 60×84/16.

Гарнітура Akrobat.

Ум. друк. арк. 14,8.



Кафедра
мультимедійних технологій
і медіадизайну

journ.univ.kiev.ua/evm