

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**Методические указания по выполнению практических работ
по дисциплине
Медиаинфографика**

Направление подготовки
Направленность (профиль)

42.03.02 – «Журналистика»
Мультимедийная журналистика и цифровые
технологии

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ.....	4

ВВЕДЕНИЕ

Цель изучения дисциплины «**Медиаинфографика**» – формирование у студентов по направлению подготовки 42.03.02 - Журналистика знаний и практических навыков в области визуализации информации с помощью современных мультимедийных инструментов и программ, позволяющих создавать графические материалы.

Задачи освоения дисциплины:

- дать представление о значении и месте современных средств визуализации информации и данных;
- продолжить ознакомление с современными программными инструментами методами, позволяющими визуализировать различные данные;
- продолжить ознакомление с передовым опытом российской и зарубежной журналистики по визуальной коммуникации.
- развивать умение анализировать данные для последующей интерпретации в визуальной коммуникации.

В результате усвоения тем и разделов дисциплины «Медиаинфографика», работы на практических занятиях у обучающихся должны сформироваться следующие компетенции:

Индекс	Формулировка:
ПК-1	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

На освоение тем практических занятий отведено 4 акад. часа.

4 СЕМЕСТР

Практическое занятие 1

Тема: Особенности современной инфографики

Цель занятия: рассмотреть особенности современной инфографики

Формируемые компетенции: ПК-1

Актуальность: знание особенностей современной инфографики позволяет выполнить подготовку эффективного медиапродукта

Теоретическая часть.

Определение понятия «инфографика» сводится к следующему: это способ подачи информации, при котором данные и знания передаются с помощью графического изображения. Средства инфографики в настоящее время применяются практически во всех областях интеллектуальной деятельности: науке, статистике, бизнесе, аналитике, маркетинге, в системах обучения.

Следующие основные варианты применения визуализации данных:

- показать устройство или алгоритм работы чего-либо;
- отобразить соотношение предметов или фактов во времени и пространстве;
- продемонстрировать тенденцию развития объекта;
- компактно раскрыть составные части сложного явления;
- организовать большие объемы информации.

О роли инфографики в журналистике сейчас говорят много, однако обобщающих научных трудов на данную тему пока нет. Рекомендации специалистов-практиков не дают анализа СМИ, они лишь систематизируют свой опыт в плане создания и использования инфографики в медиасреде. На наш взгляд, указанный аспект работы над периодическим изданием или выпуском телепередачи является на сегодняшний день актуальным и поэтому инфографику стоит рассматривать не только как часть практической работы журналиста, но и как объект научного исследования. На основании классификаций, предложенных исследователями, мы можем считать инфографику отдельным жанром журналистики, а также понимать под этим термином изображения, которые являются дополнительным информационным элементом журналистского текста. Анализ периодических и Интернет-изданий, проведенный нами, показывает, что существование обоих подходов оправдано. Зачастую инфографика выполняет свою задачу даже без использования текста, она может сама по себе являться журналистским материалом.

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие «инфографика».
2. Варианты применения инфографики
3. Разграничение инфографики и иллюстрации
4. Типология издания и инфографика

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме

1. Богачев А. А. Графики, которые убеждают всех. – «Издательство А%&», 2020.
2. Сальникова, Е. Визуальная культура в медиасреде: современные тенденции и исторические экскурсы / Е. Сальникова ; Государственный институт искусствознания. - Москва : Прогресс-Традиция, 2017. - 578 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-89826-496-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473543>

Дополнительная литература:

1. Никитенко А. А. Основы медиажурналистики: учебное пособие. - Новосибирск: НГТУ, 2012. - Доступно: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=228794
2. Федоров А. В. Анализ аудиовизуальных медиатекстов. - М.: Директ-Медиа, 2013. - Доступно: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=210365

Интернет-ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система «Лань»// Доступно: <http://e.lanbook.com>
2. Университетская библиотека онлайн // Доступно: <http://www.biblioclub.ru>

Практическое занятие 2

Тема: Классификация инфографики

Цель занятия: рассмотреть классификацию современной инфографики

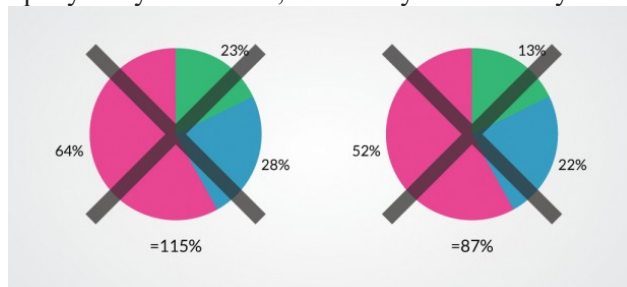
Формируемые компетенции: ПК-1

Актуальность: знание особенностей современной инфографики позволяет выполнить подготовку эффективного медиапродукта

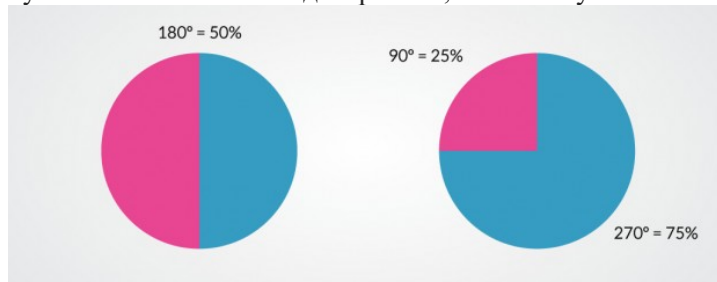
Теоретическая часть.

Круговые диаграммы

Заметить ошибку в круговой диаграмме проще, чем в других графических формах отображения данных. Дело в том, что в основе любой круговой диаграммы лежит ключевой принцип, а именно: наличие соотношения частей к общему. Круговые диаграммы отображают данные в процентах и, таким образом, значения их отдельных частей в сумме должны составлять 100%. В диаграмме явно присутствует ошибка, если получившаяся сумма меньше или больше этого показателя.

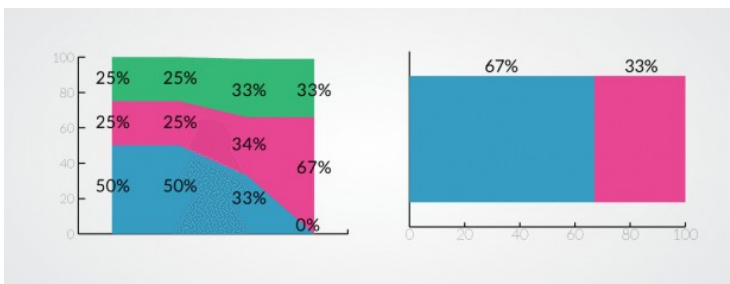


Отдельные секторы круговой диаграммы тоже можно проверить на наличие ошибок. Здесь действует простое правило геометрии: $1\% = 3.6^\circ$. Некоторые виды углов легко определить на глаз. Прямой угол не спутаешь ни с каким другим и всем известно, что он равен 90° . В свою очередь, прямую линию несложно отличить от изогнутой – а значит, вы без труда заметите и 180° . Пользуясь двумя этими углами, можно зрительно проверять секторы в 25%, 50% и 75%. Нет никакой сложности и в том, чтобы сверять значения секторов с другими близкими показателями. 53% – это чуть больше половины диаграммы, а 23% – чуть меньше её четверти с углом 90° .



Составные диаграммы

Как и в случае с круговой диаграммой, составные столбчатые диаграммы и диаграммы-области основываются на процентном соотношении частей к целому и практически так же легко поддаются проверке. Их столбцы / области в сумме дают 100%, причём 25%, 50% и 75% легко заметить невооружённым глазом. Как видно на картинке, проще всего отличить область величиной 50% – её высота равна половине вертикальной оси диаграммы. Соответственно, оставшиеся две величины составляют $1/4$ и $3/4$ высоты диаграммы. Поскольку зрительно представить себе трети на подобных диаграммах несложно, вам не составит труда выявить такие величины как 33% или 67%.



Столбчатые и линейные диаграммы; диаграммы-области

Несмотря на то, что стандартные столбчатые и линейные диаграммы, а также диаграммы-области, не основываются на процентном соотношении частей к целому, они всё же поддаются проверке. Сама стратегия в этом случае немного изменяется. Вместо того чтобы сравнивать соотношение столбцов, линий или областей к общей высоте оси диаграммы, сравните их друг с другом, чтобы убедиться в том, что пропорции не нарушены. Проще всего проверить сегменты, которые находятся в простом долевого соотношении друг к другу: $1/2$, $1/3$, $2/3$, $1/4$, $3/4$. Если подпись к тому или иному столбцу говорит о том, что он должен составлять половину от высоты другого столбца, вы можете на глаз оценить, так ли это на самом деле.



В современном мире всё шире и шире применяются различные инструменты графического отображения информации, и важно, чтобы люди могли в буквальном смысле «верить своим глазам». Советуем вам как зрителю никогда не жалеть времени на то, чтобы пересмотреть и пересчитать диаграмму или график и обратить внимание на соответствующие метки и подписи. Результат может вас удивить. Если же вы сами занимаетесь визуализацией данных, будьте внимательны и тщательно проверяйте свои работы на наличие ошибок.

Вопросы для обсуждения:

1. Графики
2. Диаграммы двух подтипов
3. Матрицы
4. Карты;
5. Планы и схемы
6. Иллюстративная инфографика

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме

1. Богачев А. А. Графики, которые убеждают всех. – «Издательство А%&», 2020.
2. Сальникова, Е. Визуальная культура в медиасреде: современные тенденции и исторические экскурсы / Е. Сальникова ; Государственный институт искусствознания. - Москва : Прогресс-Традиция, 2017. - 578 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-89826-496-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473543>

Дополнительная литература:

1. Никитенко А. А. Основы медиажурналистики: учебное пособие. - Новосибирск: НГТУ, 2012. - Доступно: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=228794
2. Федоров А. В. Анализ аудиовизуальных медиатекстов. - М.: Директ-Медиа, 2013. - Доступно: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=210365

Интернет-ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система «Лань»// Доступно: <http://e.lanbook.com>

Практическое занятие 3

Тема: Типы сравнения данных в инфографике

Цель занятия: рассмотреть Типы сравнения данных в инфографике

Формируемые компетенции: ПК-1

Актуальность: знание основ визуальной коммуникации позволяет выполнить подготовку эффективного медиапродукта

Теоретическая часть.

Выбор вида сравнительной диаграммы зависит от типа сравнения данных, который задаётся в исходной формулировке. Определиться с тем, какая диаграмма лучше передаст информацию и компактнее представит данные, помогут пять типов сравнения: покомпонентное, позиционное, временное, частотное и корреляционное.

1. При покомпонентном сравнении (%) мы показываем размер каждого компонента в процентах от целого. Ключевые слова: доля, проценты, составило x %. Примеры формулировок: – Оценка населением изменения положения дел в различных сферах жизни российского общества за 2015 год в процентах. – Какую долю прибыли бизнес отдаёт государству?

2. При позиционном сравнении ($\geq$) мы выявляем, как объекты соотносятся друг с другом. Ключевые слова: больше, меньше, равно. Примеры формулировок: – Где больше всего коллекторских агентств в России? – Динамика роста тарифов на авиаперевозки заметно ниже инфляции.

3. Временное сравнение (t) – один из наиболее распространённых типов. В данном случае нас интересует то, что происходит с определёнными показателями во времени, как они изменяются на протяжении дней, месяцев, лет. Ключевые слова: изменяться, расти, убывать, возрастать, снижаться, колебаться, оставаться неизменным. Примеры формулировок: – Европа остаётся самым крупным потребителем гомеопатии. – За последние 5 лет пассажиропоток на авиаперевозках удвоился.

4. Частотное сравнение (f) определяет, сколько объектов попадает в определённые последовательные области числовых значений. Ключевые слова: в диапазоне от... до..., концентрация, частотность, распределение. Примеры формулировок: – Место России в рейтинге стран по ключевым индикаторам. – Распределение среднегодовых экспортных цен на уголь в Австралии.

5. Корреляционное сравнение ($\leftrightarrow$) показывает наличие или отсутствие зависимости между двумя переменными. Этот тип позволяет находить закономерности и доказательства. Ключевые слова: относится к, возрастает при, снижается в случае, меняется при, не меняется при, связь между. Примеры формулировок: – «Трансаэро» росло, активно используя кредиты. – Экспорт позволял СУЭК в последние годы поддерживать уровень добычи угля при сокращении поставок на внутренний рынок. Как показывает практика, нет чёткого разделения по принципу «тип сравнения – вид инфографики». Использование столбиковых диаграмм, например, будет уместно при любом из типов. Круговые диаграммы больше соответствуют формулировкам покомпонентного типа сравнения. Для корреляционного сравнения подходят линейные графики, кольцевые диаграммы наиболее уместны при временном и позиционном сравнении.

Вопросы для обсуждения:

1. Покомпонентное сравнение
2. Позиционное сравнение
3. Временное сравнение
4. Частотное сравнение
5. Корреляционное сравнение

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме

1. Богачев А. А. Графики, которые убеждают всех. – «Издательство А%&», 2020.

2. Сальникова, Е. Визуальная культура в медиасреде: современные тенденции и исторические экскурсы / Е. Сальникова ; Государственный институт искусствознания. - Москва : Прогресс-Традиция, 2017. - 578 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-89826-496-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473543>

Дополнительная литература:

1. Никитенко А. А. Основы медиажурналистики: учебное пособие. - Новосибирск: НГТУ, 2012. - Доступно: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=228794
2. Федоров А. В. Анализ аудиовизуальных медиатекстов. - М.: Директ-Медиа, 2013. - Доступно: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=210365

Интернет-ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система «Лань»// Доступно: <http://e.lanbook.com>
2. Университетская библиотека онлайн // Доступно: <http://www.biblioclub.ru>

Практическое занятие 4

Тема: Особенности заголовков и подписей в инфографике

Цель занятия: рассмотреть особенности заголовков и подписей в инфографике

Формируемые компетенции: ПК-1

Актуальность: знание основ визуальной коммуникации позволяет выполнить подготовку эффективного медиапродукта

Теоретическая часть.

Заголовок и подписи к объектам различны по содержанию и объему: они имеют свое индивидуальное место, не взаимозаменяемы, и следовательно, должны быть визуально различными. Заголовок — это имя инфографики, ее краткая суть. Подпись — имя одного из объектов. Сложно представить ситуацию, когда подпись крупнее, ярче, заметнее заголовка! Построение текстовой иерархии прямо пропорционально смысловой иерархии данных. Разберемся, какие типы текста могут встречаться (а могут и не встречаться) в инфографике. Разные типы требуют разных правил изображения.

Заголовок. Визуально самый главный. Должен быть заметнее среди остального текста.

Подзаголовок. Развернутый смысл заголовка. Подзаголовок не может существовать без заголовка, он связан с ним напрямую. Поэтому и визуально должен быть привязан к заголовку, но не становится им. Самый простой способ изображения — крупный заголовок с начертанием Bold и меньший по размеру подзаголовок, написанный таким же шрифтом, но с начертанием Regular.

Лид. Вступительная информация, пояснение. Находится только в одном месте инфографики, поэтому его нельзя путать ни с основным текстом, ни с подзаголовком. В журналах, например, любят выделять лид курсивным начертанием. Я не рекомендую использовать этот прием, поскольку совсем немного кириллических шрифтов имеют достойное курсивное начертание (тем более среди бесплатных шрифтов).

Основной текст. Некоторые виды инфографики, таймлайн или инструкция, требуют текстового пояснения. Это текст для чтения, поэтому его должно быть удобно читать. Он не должен быть слишком большим или слишком маленьким, чересчур жирным или чересчур тонким.

Заголовки в основном тексте. Следуя смысловой логике, заголовки должны быть чуть заметнее основного текста.

Подписи. Под фото, иллюстрациями, графиками, значения на линиях координат и прочее. Преобладающая функция подписей — навигационная: подписи нас ориентируют, а значит не могут «перебивать» главные смысловые объекты (графики, диаграммы, текст, фото, иллюстрации и т.д.).

Сноски. Формальная или наименее значимая информация. Для сносок обычно выбирают наименьший, но читабельный кегль. Иногда приглушают яркость. Зачастую убирают в край.

Подпись автора. Логотип компании или имя-фамилия создателя. Можно сделать частью инфографики, а можно сознательно отделить. Это только на ваше усмотрение. Главное, чтобы авторская подпись не мешала восприятию главной информации.

Текст как иллюстрация. Когда слова или цифры выполняют ещё и декоративную функцию.

Легенда. Это «ключ» к пониманию инфографики: здесь собраны все условные обозначения. Тексты в легенде оформляются согласно общей логике вашей работы. Если инфографика содержит мало текста или не имеет его вовсе, для грамотного построения стилей текста в легенде воспользуйтесь предыдущими комментариями.

Как делать текст разным?

Шрифт. Используйте в своей работе не больше двух шрифтов.

Начертание шрифта. Bold, Regular, Light и т.д. Хорошие качественные шрифты, например, Din (которым написан этот текст), имеют большой набор начертаний. Используйте это разнообразие, чтобы выстроить текстовую иерархию.

Размер шрифта. Тут все ясно.

Цвет. Не бойтесь работать с оттенками. Кроме цветов радуги существует множество прекрасных цветов. Я приложила в конце статьи ссылки на сервисы, которые помогут подобрать цветовые сочетания.

Насыщенность. Манипулируйте насыщенностью цвета, чтобы выделить главное.

Декоративные элементы. Это различные нетекстовые выделители: рамки, цветные фигурные плашки, обводки и т.п. Используйте их, когда это уместно. Но не засоряйте лишними деталями вашу информацию.

Вопросы для обсуждения:

1. Номинативные заголовки
2. Предикативные заголовки
3. Заголовок в форме вопросительного предложения
4. Игровой заголовок

Правила подписи графиков

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме

1. Богачев А. А. Графики, которые убеждают всех. – «Издательство А%&», 2020.
2. Сальникова, Е. Визуальная культура в медиасреде: современные тенденции и исторические экскурсы / Е. Сальникова ; Государственный институт искусствознания. - Москва : Прогресс-Традиция, 2017. - 578 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-89826-496-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473543>

Дополнительная литература:

1. Никитенко А. А. Основы медиажурналистики: учебное пособие. - Новосибирск: НГТУ, 2012. - Доступно: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=228794
2. Федоров А. В. Анализ аудиовизуальных медиатекстов. - М.: Директ-Медиа, 2013. - Доступно: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=210365

Интернет-ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система «Лань»// Доступно: <http://e.lanbook.com>
2. Университетская библиотека онлайн // Доступно: <http://www.biblioclub.ru>

Практическое занятие 5

Тема: Колористика в инфографике

Цель занятия: рассмотреть особенности колористики в инфографике

Формируемые компетенции: ПК-1

Актуальность: знание основ визуальной коммуникации позволяет выполнить подготовку эффективного медиапродукта

Теоретическая часть.

После того, как вы сформулировали основную идею своей будущей инфографики, определили тип сравнения (если вам нужно использовать сравнительную диаграмму), выбрали способ создания заголовка в соответствии с темой инфографики и стилем издания, после всех этих подготовительных шагов перед вами обязательно встанет вопрос: «Как лучше оформить инфографику?». Мы уже упоминали о такой особенности данного способа передачи информации, как возможность обходиться без текста. Это роднит инфографику с рекламой. Можно даже сказать, что если инфографика донесла информацию, используя минимум текста, то она считается хорошей. В настоящее время воздействующие средства рекламы и дизайна, в том числе и оформительские, очень активно изучаются. Тенденция к визуализации информации способствовала интересу к исследованиям по колористике. Это наука о цвете, его природе и функционально символическом значении.

В графическом дизайне цвет выполняет три функции: коммуникативную, познавательную и выразительную. С помощью цвета можно передать основную мысль сообщения, эмоциональный пафос, настроение. Символическое значение и функции цвета учитывают субъективное восприятие и национальную специфику графического материала. В любом случае главное условие выбора того или иного цвета и формы – гармония, сочетаемость и максимально близкое соответствие цели инфографики. Художественная форма предельно конкретна, она должна выражать свойства предмета изображения, выделяя в нём главное и расставляя акценты. Создавая графический образ, необходимо сопоставлять его с окружающей средой, пространством и другими объектами. Пространство первично по отношению к форме.

Вопросы для обсуждения:

1. Функции цвета в дизайне
2. Символика цвета
3. Программные средства выбора цвета
4. Колористика в современной инфографике

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме

1. Богачев А. А. Графики, которые убеждают всех. – «Издательство А%&», 2020.
2. Сальникова, Е. Визуальная культура в медиасреде: современные тенденции и исторические экскурсы / Е. Сальникова ; Государственный институт искусствознания. - Москва : Прогресс-Традиция, 2017. - 578 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-89826-496-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473543>

Дополнительная литература:

1. Никитенко А. А. Основы медиажурналистики: учебное пособие. - Новосибирск: НГТУ, 2012. - Доступно: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=228794
2. Федоров А. В. Анализ аудиовизуальных медиатекстов. - М.: Директ-Медиа, 2013. - Доступно: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=210365

Интернет-ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система «Лань»// Доступно: <http://e.lanbook.com>
2. Университетская библиотека онлайн // Доступно: <http://www.biblioclub.ru>

Практическое занятие 6

Тема: Интерактивная графика

Цель занятия: рассмотреть особенности интерактивной графики

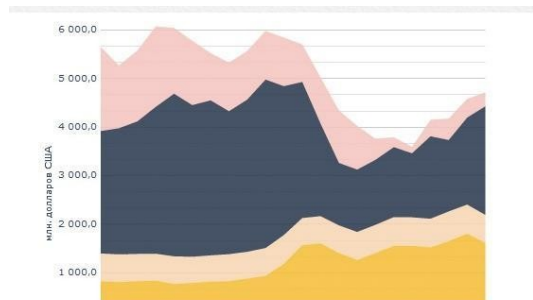
Формируемые компетенции: ПК-1

Актуальность: знание основ визуальной коммуникации позволяет выполнить подготовку эффективного медиапродукта

Теоретическая часть.

Интерактивная инфографика

Что такое интерактивная инфографика - такой вопрос все чаще задают нам наши клиенты. До недавнего времени малое количество агентств и студий вообще понимало, о чем идет речь, но сегодня коммуникационные компании, идущие в ногу со временем обязаны не только включать в прайс-лист данную услугу, но и качественно ее выполнять. К сожалению, пока что это умеют делать не все.



Существует несколько видов и определений интерактивной инфографики.

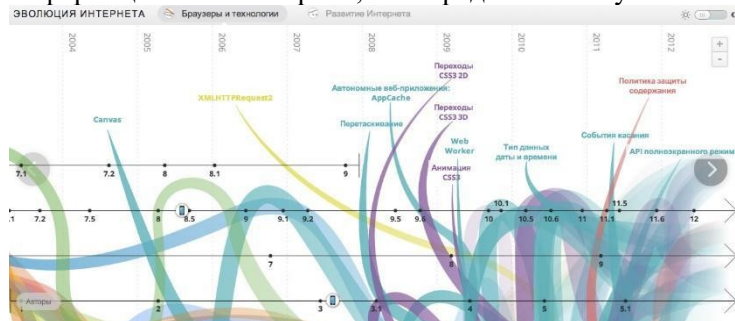
Первое: интерактивная инфографика - это инфографика, которая предполагает участие читателя в управлении отображаемыми данными. Интерактивность создается с применением технологий Flash или JavaScript, HTML 5.

Второе: любая инфографика, которая позволяет в онлайн режиме изменять данные, отображаемые в графической форме.

автоматическом режиме. Хотя, это серьезно влияет на бюджет проекта.

Одними из первых интерактивную инфографику как средства формирования репутации или повышения лояльности пользователей стали применять крупные западные компании, которые поняли ценность отображения сжатой информации в динамике и возможность вовлечения посредством ее пользователей.

Некоторые виды инфографики позволяют в интерактивном формате настраивать некоторые параметры и получать интересные данные. Например, пользователю задается вопрос, ввести некое число, после чего график или диаграмма меняется на его глазах - получается совершенно новый информационный материал, непосредственным участником создания которого стал именно он.



Вопросы для обсуждения:

1. Основные задачи интерактивной графики.
2. Виды интерактивной графики.
3. Программные средства создания интерактивной инфографики

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме

1. Богачев А. А. Графики, которые убеждают всех. – «Издательство А%&», 2020.
2. Сальникова, Е. Визуальная культура в медиасреде: современные тенденции и исторические экскурсы / Е. Сальникова ; Государственный институт искусствознания. - Москва : Прогресс-Традиция, 2017. - 578 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-89826-496-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473543>

Дополнительная литература:

1. Никитенко А. А. Основы медиажурналистики: учебное пособие. - Новосибирск: НГТУ, 2012. - Доступно: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=228794

2. Федоров А. В. Анализ аудиовизуальных медиатекстов. - М.: Директ-Медиа, 2013. - Доступно: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=210365

Интернет-ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система «Лань»// Доступно: <http://e.lanbook.com>
2. Университетская библиотека онлайн // Доступно: <http://www.biblioclub.ru>

Практическое занятие 7

Тема: Инфографика на телевидении

Цель занятия: рассмотреть особенности инфографика на телевидении

Формируемые компетенции: ПК-1

Актуальность: знание основ визуальной коммуникации позволяет выполнить подготовку эффективного медиапродукта

Теоретическая часть.

Графически представленная информация имеет намного больше шансов быть воспринятой. Мы стремимся получать информацию в визуальной форме, так как это экономит время, упрощает процесс изучения и вовлекает в игру, предложенную создателем телепрограммы. Именно на визуалов, людей, предпочитающих получать информацию зрительно, – в большей степени ориентировано телевидение. Согласно исследованиям по нейролингвистическому программированию на телевидении, людей, которые легче воспринимают информацию на слух (аудиалов) значительно меньше, а тех, кто предпочитает воспринимать информацию посредством ощущений (кинестетиков), ещё меньше. Поэтому визуализация данных, представленная в виде инфографики, актуальна не только для печатных и интернет-СМИ, но и для телевидения. В современных условиях тележурналисты вынуждены искать новые методы и формы подачи информации под воздействием разнообразных факторов. С одной стороны, на это влияет сильный отток аудитории в Интернет, технологическое устаревание, с другой – новое качество и количество социальных и экономических изменений, формулирующих по-новому задачи современных СМИ. Инфографика и является одним из новых методов. Её популярность обусловлена несколькими причинами: ростом технических возможностей, тенденцией к визуализации информации и конкуренцией, в том числе с Интернетом. В телевизионных программах используется видеоинфографика. Видеоформат увеличивает влияние на эмоции человека за счет добавления музыки, использования графики в движении и применения звуковых эффектов. Видеоинфографика – это новый метод, и поэтому она не всегда результативно работает в разных медиа, иногда превращаясь в плохо воспринимаемый контент. Первоначально инфографика в информационных программах представляла собой ряд неудачных примеров переноса на экран инфографики, предназначенной для газет или сайтов. Неудивительно, что она не воспринималась зрителем, так как телевидение – это совсем иная среда, и она определяет свои инфографические подходы и приемы.

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие «видеоинфографика»
2. Этапы создания видеоинфографики
3. Требования к созданию видеоинфографики
4. Программные средства создания видеоинфографики

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме

Основная литература:

1. Богачев А. А. Графики, которые убеждают всех. – «Издательство А%&», 2020.
2. Сальникова, Е. Визуальная культура в медиасреде: современные тенденции и исторические экскурсы / Е. Сальникова ; Государственный институт искусствознания. - Москва : Прогресс-

Традиция, 2017. - 578 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-89826-496-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473543>

Дополнительная литература:

1. Никитенко А. А. Основы медиажурналистики: учебное пособие. - Новосибирск: НГТУ, 2012. - Доступно: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=228794
2. Федоров А. В. Анализ аудиовизуальных медиатекстов. - М.: Директ-Медиа, 2013. - Доступно: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=210365

Интернет-ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система «Лань»// Доступно: <http://e.lanbook.com>
2. Университетская библиотека онлайн // Доступно: <http://www.biblioclub.ru>

Практическое занятие 8

Тема: Инфографика в интернет-СМИ

Цель занятия: рассмотреть особенности инфографики в интернет-СМИ

Формируемые компетенции: ПК-1

Актуальность: знание основ визуальной коммуникации позволяет выполнить подготовку эффективного медиапродукта

Теоретическая часть.

Чаще всего инфографика в интернет-СМИ выступает как самостоятельное произведение, без привязки к текстовому источнику, поэтому тематический простор для творчества тоже расширяется. Ещё один плюс сетевых ресурсов – круглосуточная доступность. Читатель может в любой момент открыть заинтересовавший его материал, внимательно изучить инфографику, затратив столько времени, сколько ему требуется, и распечатать её, если нужно. Также понравившейся инфографикой можно поделиться в социальных сетях, обеспечив сайту дополнительный приток аудитории. Инфографика носит образовательный и просветительский характер, благодаря информационной насыщенности и грамотной графической подаче она способна донести до реципиента сложные журналистские материалы. С помощью программного инструментария инфографика становится динамической, интерактивной, мультимедийной, в ней одновременно присутствуют и автор, и читатель.

Вопросы для обсуждения:

1. Инфографика «РИА-новости»
2. Инфографика ИА ТАСС
3. Инфографика зарубежных сетевых изданий
4. Технические требования к созданию инфографики в сетевых изданиях

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме

Основная литература:

1. Богачев А. А. Графики, которые убеждают всех. – «Издательство А%&», 2020.
2. Сальникова, Е. Визуальная культура в медиасреде: современные тенденции и исторические экскурсы / Е. Сальникова ; Государственный институт искусствознания. - Москва : Прогресс-Традиция, 2017. - 578 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-89826-496-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473543>

Дополнительная литература:

1. Никитенко А. А. Основы медиажурналистики: учебное пособие. - Новосибирск: НГТУ, 2012. - Доступно: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=228794
2. Федоров А. В. Анализ аудиовизуальных медиатекстов. - М.: Директ-Медиа, 2013. - Доступно: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=210365

Интернет-ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система «Лань»// Доступно: <http://e.lanbook.com>
2. Университетская библиотека онлайн // Доступно: <http://www.biblioclub.ru>

5 СЕМЕСТР

Практическое занятие 1

Тема: Роль и задачи инфографики в медиа

Цель занятия: Ознакомиться с понятием инфографики и визуализации данных, определить их место и ключевые задачи в современной медиасреде.

Формируемые компетенции: ПК-1

Актуальность: В условиях информационного перенасыщения и необходимости быстрого донесения сложных идей, инфографика становится неотъемлемым инструментом медиа для привлечения внимания аудитории и повышения эффективности коммуникации.

Теоретическая

часть.

В современном мире, переполненном информацией, способность быстро и понятно доносить сложные идеи становится ключевым навыком, особенно для медиа. Инфографика и визуализация данных – это инструменты, которые помогают справиться с этой задачей.

Главная задача инфографики, в отличие от простого представления данных, заключается в том, чтобы **убедительно и эффективно донести идею, передать сообщение, рассказать историю**, которая содержится в данных. График или инфографика – это не самоцель, а инструмент коммуникации. Они создаются не для красоты, а для решения конкретной задачи, для влияния на адресата сообщения.

Задачи, которые может выполнять инфографика в журналистике, многообразны и выходят за рамки простого иллюстрирования текста. Инфографика может **объяснять** сложные процессы или явления (например, устройство вулкана или схему Солнечной системы, как в детских энциклопедиях, упомянутых автором). Она может **информировать**, представляя большой объем данных в сжатой и понятной форме. Инфографика может **убеждать**, наглядно демонстрируя выводы анализа данных и подкрепляя ими аргументацию журналиста. Она также может **помогать принимать решения**, предоставляя ключевые показатели в удобном для сравнения и анализа виде. По мнению Стивена Фью, специалиста по визуализации данных, визуализация может служить анализу (поиск закономерностей), коммуникации (передача сообщения), контролю (отслеживание состояния систем) и планированию. В медиа наиболее актуальны функции коммуникации и информирования, а также, в дата-журналистике, аналитическая функция как этап подготовки материала.

Эффективная инфографика требует сочетания трех ключевых компонентов: **качественных данных, подходящей визуальной формы и грамотного текста**, который поясняет и дополняет визуальный ряд. Примеры успешных инфографик показывают, как эти компоненты работают вместе, чтобы сделать информацию максимально понятной и запоминающейся. И наоборот, неудачные примеры часто демонстрируют, как ошибки в одном из компонентов (например, некачественные данные или неудачный выбор типа графика) могут полностью обесценить всю работу. Важно понимать, что создание хорошей инфографики – это не столько технический навык работы в программе, сколько умение мыслить данными, видеть в них истории и находить лучшие способы рассказать эти истории аудитории.

Вопросы для обсуждения:

1. Определение инфографики и визуализации данных.
2. Задачи, которые может решать инфографика в журналистике (объяснять, убеждать, информировать).
3. Ключевые компоненты эффективной инфографики (данные, визуальная форма, текст).
4. Примеры успешных и неудачных инфографик в медиа (общий обзор).

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме

Основная литература:

1. Богачев А. А. Графики, которые убеждают всех. – «Издательство А%&», 2020.
2. Сальникова, Е. Визуальная культура в медиасреде: современные тенденции и исторические экскурсы / Е. Сальникова ; Государственный институт искусствознания. - Москва : Прогресс-Традиция, 2017. - 578 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-89826-496-3 ; То же

[Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473543>

Дополнительная литература:

3. Никитенко А. А. Основы медиажурналистики: учебное пособие. - Новосибирск: НГТУ, 2012. - Доступно: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=228794

4. Федоров А. В. Анализ аудиовизуальных медиатекстов. - М.: Директ-Медиа, 2013. - Доступно: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=210365

Интернет-ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система «Лань»// Доступно: <http://e.lanbook.com>

2. Университетская библиотека онлайн // Доступно: <http://www.biblioclub.ru>

Практическое занятие 2

Тема: Понимание задачи, аудитории и сообщения

Цель занятия: Научиться определять ключевую задачу инфографики, анализировать целевую аудиторию и формулировать сообщение, которое должно быть донесено с помощью визуализации.

Формируемые компетенции: ПК-1

Актуальность: Инфографика создается не ради процесса, а ради результата. Четкое понимание задачи и аудитории является фундаментом, определяющим содержание и форму визуализации, делая ее целенаправленной и эффективной.

Теоретическая

часть.

Создание убедительной инфографики начинается не с выбора красивых шаблонов или инструментов, а с глубокого понимания **задачи**, которую она должна решить. Ответ на этот вопрос и определяет истинную цель работы. Например, цель может заключаться в информировании руководства о результатах работы, убеждении потенциальных клиентов в преимуществах продукта или демонстрации общественной проблемы.

Определившись с глобальной задачей, необходимо сформулировать **сообщение** – ключевую мысль или историю, которую вы хотите донести с помощью данных. Это сообщение должно быть четким, ясным и основанным на результатах анализа данных. Богачев приводит пример с графиком про сыр, где исходный график был невнятным, но после анализа данных и формулирования сообщения ("Продажи российского и голландского сыров падают") стало понятно, какая визуализация наилучшим образом его передает. Сообщение формулируется *после* или *в процессе* анализа данных, а не до него, чтобы избежать подгонки данных под заранее придуманные выводы.

Ключевым фактором, влияющим на все этапы создания инфографики, является **аудитория**. Для кого создается инфографика? Насколько хорошо эта аудитория разбирается в теме и терминологии? Какова ее роль (принимает решения, просто информируется)? Ответы на эти вопросы определяют уровень детализации, сложность визуализации, выбор терминов и даже стиль оформления. Например, инфографика для экспертного журнала может быть более технически сложной, чем инфографика для массового онлайн-СМИ. Важно обговорить все эти аспекты с заказчиком или редактором и, по возможности, письменно зафиксировать ключевые параметры проекта.

Помимо задачи, сообщения и аудитории, на работу влияют и другие **условия существования и распространения** инфографики. Где она будет показана (на большом экране, в печатном журнале, в мобильной версии сайта)? Есть ли ограничения по формату, стилю (брендбук компании)? Каковы сроки и бюджет проекта? Все эти факторы накладывают ограничения и одновременно помогают сфокусироваться на наиболее важных аспектах. Чем больше ограничений, тем проще сфокусироваться на главном.

Таким образом, понимание задачи, глубокий анализ аудитории и четко сформулированное сообщение являются отправной точкой для создания инфографики, определяя, какие данные выбрать, как их проанализировать и каким образом визуализировать, чтобы достичь поставленной цели.

Вопросы для обсуждения:

1. Значение определения основной задачи при создании инфографики.
2. Анализ целевой аудитории и ее уровня подготовленности к восприятию данных.

3. Формулирование ключевого сообщения или истории, которую должна донести инфографика.
4. Влияние задачи, аудитории и контекста на выбор данных и способ их представления.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме

Основная литература:

1. Богачев А. А. Графики, которые убеждают всех. – «Издательство А%&», 2020.
2. Сальникова, Е. Визуальная культура в медиасреде: современные тенденции и исторические экскурсы / Е. Сальникова ; Государственный институт искусствознания. - Москва : Прогресс-Традиция, 2017. - 578 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-89826-496-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473543>

Дополнительная литература:

3. Никитенко А. А. Основы медиажурналистики: учебное пособие. - Новосибирск: НГТУ, 2012. - Доступно: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=228794
4. Федоров А. В. Анализ аудиовизуальных медиатекстов. - М.: Директ-Медиа, 2013. - Доступно: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=210365

Интернет-ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система «Лань»// Доступно: <http://e.lanbook.com>
2. Университетская библиотека онлайн // Доступно: <http://www.biblioclub.ru>

Практическое занятие 3

Тема: Качество и подготовка данных для инфографики

Цель занятия: Изучить требования к качеству данных для визуализации, освоить основные подходы к предварительному анализу и подготовке датасетов.

Формируемые компетенции: ПК-1

Актуальность: Убедительность инфографики напрямую зависит от качества данных, на которых она основана. Ошибки или неточности в данных не могут быть компенсированы даже самой лучшей визуализацией, делая ее бесполезной или вводящей в заблуждение.

Теоретическая

часть.

Данные – это фундамент любой инфографики.

К данным, используемым для инфографики, предъявляются определенные требования. Они должны быть по возможности:

- **Максимально свежими:** Устаревшие данные могут не отражать текущую реальность и приводить к неверным выводам.
- **Целостными, полными, единообразными:** В датасете не должно быть пропусков в ключевых полях, данные должны быть представлены в одном формате (например, единицы измерения, написание названий). Богачев приводит пример с разными написаниями "Москва", которые необходимо привести к единообразию.
- **Сравнимыми:** Если сравниваются данные из разных источников или за разные периоды, важно убедиться, что они собраны по сопоставимой методологии. Пример с подсчетом эмигрантов в России, где изменение методики Росстатом привело к искажению картины, наглядно демонстрирует эту проблему.
- **Из источников, вызывающих доверие:** Надежность источника данных напрямую влияет на доверие аудитории к инфографике.

Предварительный анализ данных – это следующий этап после их сбора и проверки качества. Цель анализа – найти в данных что-то **важное и интересное**, что станет основой сообщения инфографики. Богачев выделяет два основных подхода к анализу:

1. **Статистический анализ:** Позволяет получить количественные характеристики данных – количество значений в категориях, распределение значений (какие встречаются чаще/реже), суммирующие показатели (сумма, среднее, медиана), максимальные/минимальные значения, динамика, процентное соотношение.
2. **Визуальный анализ:** Это процесс поиска закономерностей и паттернов путем графического представления данных. Визуальный анализ позволяет быстро увидеть взаимоотношения внутри данных, понять характер изменений во времени, обнаружить отсутствие данных или выбивающиеся значения (выбросы).

3. Вопросы для обсуждения:

1. Важность качества данных: актуальность, целостность, единообразие, достоверность источников.
2. Предварительный анализ данных: статистический и визуальный методы поиска инсайтов.
3. Правила оформления исходных датасетов для удобной работы.
4. Необходимость агрегации или детализации данных в зависимости от сообщения.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме

Основная литература:

1. Богачев А. А. Графики, которые убеждают всех. – «Издательство А%&», 2020.
2. Сальникова, Е. Визуальная культура в медиасреде: современные тенденции и исторические экскурсы / Е. Сальникова ; Государственный институт искусствознания. - Москва : Прогресс-Традиция, 2017. - 578 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-89826-496-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473543>

Дополнительная литература:

3. Никитенко А. А. Основы медиажурналистики: учебное пособие. - Новосибирск: НГТУ, 2012. - Доступно: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=228794
4. Федоров А. В. Анализ аудиовизуальных медиатекстов. - М.: Директ-Медиа, 2013. - Доступно: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=210365

Интернет-ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система «Лань»// Доступно: <http://e.lanbook.com>
2. Университетская библиотека онлайн // Доступно: <http://www.biblioclub.ru>

Практическое занятие 4

Тема: Принципы визуального кодирования и восприятия

Цель занятия: Изучить, как числовые данные кодируются в визуальные свойства графических объектов и как особенности человеческого восприятия влияют на эффективность инфографики.

Формируемые компетенции: ПК-1

Актуальность: Понимание базовых принципов визуального кодирования и того, как наш мозг обрабатывает визуальную информацию, позволяет создавать инфографику, которая считывается быстро, однозначно и не вводит в заблуждение.

Теоретическая

часть.

Суть визуализации данных, как уже упоминалось, заключается в переводе чисел в графические образы. Этот процесс основан на кодировании числовых значений в **визуальные свойства** геометрических фигур: точки, линии, квадраты, круги. В качестве таких свойств выступают размер, положение, цвет (оттенок, насыщенность, яркость), угол, наклон. Например, в графике про актеров, игравших Джеймса Бонда, количество фильмов (числовое значение) было закодировано в положение точки относительно базовой линии (визуальное свойство "положение"), а цвет волос (качественное свойство) – в цвет точки (визуальное свойство "цвет").

Эффективность инфографики во многом определяется тем, насколько легко и точно человеческий глаз и мозг могут "раскодировать" эти визуальные свойства обратно в числовые значения. Наше зрение и мозг заточены на быстрое восприятие определенных визуальных признаков, которые Богачев (Глава 8) называет **предвнимательными атрибутами**. Это свойства объектов, на которые мы реагируем мгновенно, даже до того, как успеваем их полностью осознать: цвет, контраст, размер, форма. Понимание предвнимательных атрибутов позволяет управлять вниманием читателя, выделять наиболее важные элементы и создавать визуальную иерархию в инфографике. Объекты, которые должны быть замечены первыми, делаются крупнее и контрастнее.

Еще один важный принцип восприятия – **Теория близости** (Теория близости). Элементы, расположенные рядом, воспринимаются как единая группа. Этот принцип широко используется в дизайне (например, пробелы между словами, строками, абзацами). В инфографике он помогает структурировать информацию, группируя связанные данные или элементы визуально (например, располагая подписи рядом с соответствующими линиями или объединяя точки в кластеры).

Сочетание предвнимательных атрибутов и теории близости позволяет "разговаривать" с мозгом читателя на интуитивно понятном уровне, делая сообщение более ясным и запоминающимся. Например, использование одного цвета для всех элементов, относящихся к одной категории, и другого цвета для другой категории, даже без явных границ, помогает мозгу быстро сгруппировать эти элементы. Выделение цветом или размером наиболее важных данных или выводов сразу привлекает к ним внимание.

Важно избегать **двойного кодирования**, когда одно и то же значение кодируется сразу несколькими свойствами (например, и длиной столбика, и цветом). Это не добавляет информации, но увеличивает когнитивную нагрузку и может ввести в заблуждение. Также следует избегать избыточного использования предвнимательных атрибутов одновременно, так как это создает визуальный хаос и мешает сфокусироваться на главном. Умелое применение этих принципов позволяет создавать инфографику, которая не требует долгих объяснений и считается практически мгновенно.

Вопросы для обсуждения:

1. Как образуется визуализация: перевод числовых значений в свойства графических объектов (размер, положение, цвет).
2. Точность считывания значений в зависимости от используемого визуального свойства.
3. Предвнимательные атрибуты и управление вниманием читателя.
4. Теория близости и группировка элементов на инфографике.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме

Основная литература:

1. Богачев А. А. Графики, которые убеждают всех. – «Издательство А%&», 2020.
2. Сальникова, Е. Визуальная культура в медиасреде: современные тенденции и исторические экскурсы / Е. Сальникова ; Государственный институт искусствознания. - Москва : Прогресс-Традиция, 2017. - 578 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-89826-496-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473543>

Дополнительная литература:

3. Никитенко А. А. Основы медиажурналистики: учебное пособие. - Новосибирск: НГТУ, 2012. - Доступно: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=228794
4. Федоров А. В. Анализ аудиовизуальных медиатекстов. - М.: Директ-Медиа, 2013. - Доступно: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=210365

Интернет-ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система «Лань»// Доступно: <http://e.lanbook.com>
2. Университетская библиотека онлайн // Доступно: <http://www.biblioclub.ru>

Практическое занятие 5

Тема: Выбор оптимального типа визуализации

Цель занятия: Изучить различные типы графиков и диаграмм и научиться выбирать наиболее подходящий для представления конкретных взаимоотношений между данными и донесения определенного сообщения.

Формируемые компетенции: ПК-1

Актуальность: Неправильный выбор типа графика – одна из самых распространенных и серьезных ошибок в инфографике. Он может исказить данные или сделать их нечитаемыми, даже если данные качественные, а оформление безупречно.

Теоретическая

часть.

Выбор типа визуализации – это ключевой этап создания инфографики, который напрямую влияет на то, насколько понятным и убедительным будет сообщение. Если на этом этапе допущена ошибка, никакие последующие улучшения оформления не помогут. Ключ к правильному выбору – понимание **взаимоотношений между данными**, которые вы хотите показать, и **сообщения**, которое вы хотите донести.

Богачев предлагает классифицировать типы визуализации по основным видам взаимоотношений между данными, которые они наилучшим образом отображают (Глава 6):

1. **Сравнение:** Показать, какие значения больше или меньше других, их ранжирование. Основной тип – **столбиковая диаграмма** (вертикальная или горизонтальная). Исследования показывают, что сравнение длин столбиков является одним из самых точных способов визуального декодирования количественных значений.

2. **Часть и целое:** Показать, как отдельные компоненты соотносятся с общей суммой (100%). Классический тип – **круговая диаграмма**, но она часто критикуется за неточность считывания углов и площадей. Лучше подходят **столбиковая диаграмма с накоплением** или **вафельный график**.

3. **Изменение во времени:** Показать динамику одного или нескольких показателей за определенный период. Наиболее наглядный тип – **линейный график**. Он позволяет увидеть тренды, ритм, сезонность, пики и провалы.

4. **Распределение:** Показать, как часто значения переменной попадают в определенные интервалы. Основной тип – **гистограмма**.

5. **Корреляция/взаимосвязь:** Показать, есть ли зависимость между двумя количественными переменными. Классический тип – **график рассеивания**.

Помимо этих основных типов, существуют и другие, подходящие для специфических задач, например:

- **Отклонение значений/разница:** Показать разницу между значениями и некоторой базовой точкой (например, средним или планом). Могут использоваться специальные диаграммы отклонений или гантельные диаграммы.

- **Иерархия:** Показать вложенную структуру данных (например, с помощью тримэпа).

- **Этапы/процесс/поток:** Показать, как значения меняются или распределяются по этапам процесса (например, диаграмма Санкея).

- **Составление профилей/мультикатегориальное сравнение:** Сравнение нескольких категорий по нескольким параметрам.

Выбор типа визуализации также зависит от **уровня подготовленности аудитории** (Глава 5). Привычные и простые графики (столбиковые, линейные, круговые) считываются легче. Для специализированной аудитории можно использовать более сложные типы (например, японские свечи для трейдеров). **Формат публикации** (печатный, онлайн, презентация) и **технические возможности** также могут влиять на выбор.

Важно помнить, что нет единого "лучшего" графика для всех случаев. Оптимальный выбор определяется сочетанием **типа данных, взаимоотношений между ними, сообщения, которое нужно донести, и особенностей аудитории и контекста**. Богачев подчеркивает, что четкого алгоритма выбора нет, это скорее творческий процесс, основанный на понимании принципов.

Вопросы для обсуждения:

1. Классификация взаимоотношений между данными (сравнение, часть/целое, изменение во времени, распределение и др.).

2. Алгоритм выбора типа графика, соответствующего типу данных и сообщению.

3. Факторы, влияющие на окончательный выбор визуализации (аудитория, формат, технические возможности).

4. Типичные ошибки при выборе типа графика (например, использование круговой диаграммы не для долей).

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме

Основная литература:

1. Богачев А. А. Графики, которые убеждают всех. – «Издательство А%&», 2020.

2. Сальникова, Е. Визуальная культура в медиасреде: современные тенденции и исторические экскурсы / Е. Сальникова ; Государственный институт искусствознания. - Москва : Прогресс-Традиция, 2017. - 578 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-89826-496-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473543>

Дополнительная литература:

3. Никитенко А. А. Основы медиажурналистики: учебное пособие. - Новосибирск: НГТУ, 2012. - Доступно: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=228794

4. Федоров А. В. Анализ аудиовизуальных медиатекстов. - М.: Директ-Медиа, 2013. -
Доступно: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=210365

Интернет-ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система «Лань»// Доступно: <http://e.lanbook.com>
2. Университетская библиотека онлайн // Доступно: <http://www.biblioclub.ru>

Практическое занятие 6

Тема: Визуализация сравнения и ранжирования данных

Цель занятия: Детально рассмотреть типы графиков, наиболее подходящие для сравнения значений между категориями и отображения их ранжирования, а также типичные ошибки при их использовании.

Формируемые компетенции: ПК-1

Актуальность: Сравнение – один из самых частых типов анализа в журналистике (например, сравнение показателей по регионам, компаниям, годам). Умение эффективно визуализировать сравнение критически важно для наглядного представления выводов.

Теоретическая

часть.

Как было сказано в предыдущей теме, **сравнение** – это одно из основных взаимоотношений между данными, и наиболее подходящим типом визуализации для него является **столбиковая диаграмма**. Важно, чтобы столбики начинались от нуля, так как глаз сравнивает именно их длины. Обрезка шкалы или разрывы на оси Y в столбиковой диаграмме недопустимы, поскольку они искажают пропорции между значениями и вводят в заблуждение. Богачев приводит пример с графиком возраста выхода на пенсию, где обрезка шкалы создавала ложное впечатление двукратной разницы.

Столбики могут быть **вертикальными** или **горизонтальными**. Горизонтальные столбики удобнее, когда названия категорий длинные, так как подписи читаются слева направо. Вертикальные столбики могут считываться чуть точнее в абстрактном случае. Важно также соблюдать разумное соотношение ширины столбиков и промежутков между ними (рекомендуется 2:1).

Помимо простого сравнения, часто требуется показать **ранжирование** – порядок следования значений от большего к меньшему (или наоборот). Столбиковая диаграмма отлично справляется и с этой задачей, если отсортировать категории по убыванию (или возрастанию) значения. Богачев приводит пример с рейтингом компаний по выручке, где сортировка позволяет сразу увидеть лидеров и отстающих.

Для сравнения **части с целым** (показа долей от 100%) используются другие типы. **Круговая диаграмма** – классический, но часто неудачный выбор, особенно если категорий много или их доли близки по значению. Богачев критикует круговые диаграммы за сложность точного сравнения долей по углу или площади. Он рекомендует использовать их только при небольшом количестве категорий и когда доли явно отличаются (например, 25%, 50%, 75%). **Столбиковая диаграмма с накоплением** или **вафельный график** могут быть лучшими альтернативами для показа долей, особенно вафельный график для демонстрации прогресса или заполненности.

Для визуализации **разницы** или **отклонения** от базового значения (например, от среднего или планового показателя) можно использовать специализированные диаграммы. Богачев показывает пример с выручкой филиалов по округам, где разница от среднего показана отдельным графиком с нулевой отметкой посередине и столбиками, идущими влево (отрицательная разница) и вправо (положительная). Гантельная диаграмма может быть использована для сравнения значений в двух точках по многим категориям и одновременно показать разницу.

Важно выбирать тип визуализации, который наилучшим образом соответствует **конкретному сообщению**. Если сообщение о том, кто лидирует (ранжирование), покажите рейтинг. Если сообщение о том, насколько один показатель больше другого (сравнение), используйте столбики. Если сообщение о том, как часть соотносится с целым (доля), выберите соответствующий график для долей.

Вопросы для обсуждения:

1. Использование столбиковых и линейчатых диаграмм для сравнения значений.

2. Представление ранжирования данных на графике.
3. Визуализация сравнения части с целым (круговые, вафельные, тримэпы).
4. Визуализация отклонений и разницы между значениями.
5. Типичные ошибки при визуализации сравнения (обрезка шкалы, разрывы оси).

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме

Основная литература:

1. Богачев А. А. Графики, которые убеждают всех. – «Издательство А%&», 2020.
2. Сальникова, Е. Визуальная культура в медиасреде: современные тенденции и исторические экскурсы / Е. Сальникова ; Государственный институт искусствознания. - Москва : Прогресс-Традиция, 2017. - 578 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-89826-496-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473543>

Дополнительная литература:

3. Никитенко А. А. Основы медиажурналистики: учебное пособие. - Новосибирск: НГТУ, 2012. - Доступно: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=228794
4. Федоров А. В. Анализ аудиовизуальных медиатекстов. - М.: Директ-Медиа, 2013. - Доступно: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=210365

Интернет-ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система «Лань»// Доступно: <http://e.lanbook.com>
2. Университетская библиотека онлайн // Доступно: <http://www.biblioclub.ru>

Практическое занятие 7

Тема: Визуализация изменений во времени и распределения

Цель занятия: Изучить типы графиков, предназначенные для отображения динамики данных с течением времени и их распределения по интервалам, а также распространенные ошибки при их построении.

Формируемые компетенции: ПК-1

Актуальность: Анализ трендов и распределений – фундаментальные задачи в журналистике данных (например, изменение показателей по годам, распределение значений по группам). Корректная визуализация этих взаимоотношений критически важна для точного донесения информации.

Теоретическая

часть.

Два важных типа взаимоотношений между данными, которые требуют специфических подходов к визуализации, – это **изменение во времени** и **распределение**.

Для отображения **изменений во времени** наилучшим образом подходит **линейный график**. Он позволяет наглядно показать динамику одного или нескольких показателей за определенный период. На линейном графике ось X представляет время (или другую упорядоченную категорию), а ось Y – количественное значение. Важно, что ось времени должна быть **непрерывной** (Нарушение непрерывности временной оси). Если данные за какие-то периоды отсутствуют, линия на графике должна прерываться или отсутствовать в этом месте, а не опускаться до нуля, что создаст ложное впечатление резкого падения (Пример с количеством православных и неверующих в России). Богачев показывает, как неверное использование оси времени в Excel искажает картину, превращая резкий рост после распада СССР в плавное увеличение.

Что касается **шкалы количественных значений (ось Y)** в линейном графике, ее **можно обрезать** (Можно ли обрезать шкалу?), в отличие от столбиковой диаграммы. Обрезанная шкала позволяет сфокусироваться на разнице между соседними точками и увидеть детальный характер небольших изменений. Однако важно, чтобы обрезка была очевидна из отметок на шкале. Богачев рекомендует оставлять небольшое пустое пространство сверху и снизу обрезанной шкалы, чтобы однозначно указать, что график начинается не от нуля. Если необходимо показать и общий рост, и детальные изменения, можно использовать два графика рядом: один с полной шкалой, другой с обрезанной.

Для отображения **распределения значений** в наборе данных по интервалам используется **гистограмма**. Гистограмма показывает, сколько единиц данных попадает в каждый определенный диапазон значений. На оси X гистограммы расположена количественная шкала,

разделенная на интервалы, а высота столбиков показывает частоту попадания значений в эти интервалы. Важно, чтобы интервалы на оси X были **равными** (Приблизительность недопустима) и **не пропускались**, чтобы не потерять возможность увидеть выбросы (Пример с распределением цен на автомобили). Выбор оптимального размера интервала – это поиск баланса между чрезмерной детализацией (слишком маленькие интервалы) и излишним обобщением (слишком большие интервалы). Гистограмма хорошо показывает форму распределения данных.

Богачев также упоминает другие типы визуализации, связанные с распределением, например, **ящик с усами (box plot)**, который компактно суммирует распределение и показывает медиану, квантили и выбросы, или **тепловая карта (heatmap)**, которая может показывать распределение данных по двум категориальным осям (например, время и место) с помощью цвета.

Понимание специфики этих типов графиков и умение избегать типичных ошибок при их построении критически важны для точного и убедительного представления данных в медиаинфографике.

Вопросы для обсуждения:

1. Представление изменений данных во времени: линейные графики.
2. Особенности работы с временной осью и непрерывностью данных на графике.
3. Визуализация распределения данных: гистограммы.
4. Альтернативные графики для визуализации распределения (ящик с усами, баркод-плот).

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме

Основная литература:

1. Богачев А. А. Графики, которые убеждают всех. – «Издательство А%&», 2020.
2. Сальникова, Е. Визуальная культура в медиасреде: современные тенденции и исторические экскурсы / Е. Сальникова ; Государственный институт искусствознания. - Москва : Прогресс-Традиция, 2017. - 578 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-89826-496-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473543>

Дополнительная литература:

3. Никитенко А. А. Основы медиажурналистики: учебное пособие. - Новосибирск: НГТУ, 2012. - Доступно: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=228794
4. Федоров А. В. Анализ аудиовизуальных медиатекстов. - М.: Директ-Медиа, 2013. - Доступно: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=210365

Интернет-ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система «Лань»// Доступно: <http://e.lanbook.com>
2. Университетская библиотека онлайн // Доступно: <http://www.biblioclub.ru>

Практическое занятие 8

Тема: Дизайн и оформление инфографики

Цель занятия: Изучить принципы визуального дизайна, влияющие на читаемость и восприятие инфографики, включая использование цвета, шрифтов и композиции.

Формируемые компетенции: ПК-1

Актуальность: Эстетика в инфографике неразрывно связана с ее функциональностью. Правильное оформление помогает читателю быстро и точно считать информацию, тогда как неудачный дизайн создает "визуальный шум" и мешает пониманию.

Теоретическая

часть.

После выбора оптимального типа графика и подготовки данных, наступает этап дизайна и оформления инфографики.

Одним из самых мощных инструментов дизайна является **цвет** (Цвет. Основы). Цвет может выполнять несколько функций: кодировать значения (например, разные тона для количественных данных или разные оттенки для категорий), акцентировать внимание на важных элементах (Сделать акцент), создавать атмосферу. Богачев подчеркивает, что цвет должен быть выбран осознанно, а не просто для "раскрашивания" графика. Для кодирования количественных данных используются **цветовые градиенты** (оттенки одного цвета, меняющиеся по насыщенности или яркости), а для

категорий – разные **тона** (цвета). Важно использовать ограниченное количество цветов (не более 5-6 различных тонов), так как глаз с трудом различает больше, и обеспечивать достаточный **контраст** между ними и фоном. Также важна **цветовая консистентность** – использование одних и тех же цветов для одних и тех же категорий на протяжении всей инфографики или презентации.

Шрифты также играют важную роль в читаемости инфографики (О шрифтах). Главное требование к шрифту – **читабельность**. Богачев рекомендует использовать не более 1-2 гарнитур шрифтов в одной инфографики. Шрифт для заголовка должен быть отчетливо крупнее основного текста и подписей, чтобы сразу привлечь к себе внимание. Важен и **размер** шрифта – для презентаций он должен быть достаточно крупным (минимум 14-16 пунктов), чтобы быть читаемым с расстояния. Следует избегать вычурных или декоративных шрифтов, которые затрудняют чтение.

Микротипографика – это внимание к деталям оформления текста на уровне символов, слов и строк (Микротипографика). Несмотря на "микро" название, эти детали имеют большое значение для общего восприятия и читаемости. Богачев перечисляет типичные ошибки: неправильное использование пробелов после знаков препинания, использование дефисов вместо тире, неправильные кавычки ("лапки" вместо "елочек"), некорректные сокращения (тыс., млн, млрд). Эти ошибки создают ощущение небрежности и увеличивают когнитивную нагрузку. Важно также соблюдать единое **выравнивание** текста (например, по левому краю) и одинаковое **межстрочное расстояние**.

В конечном итоге, дизайн и оформление инфографики должны служить ее главной цели – ясному и убедительному донесению сообщения. Каждый элемент дизайна – цвет, шрифт, расположение – должен работать на эту цель, помогая читателю быстро и точно считать информацию и понять ключевые выводы.

Вопросы для обсуждения:

1. Борьба с "лапшой": удаление лишних и отвлекающих элементов.
2. Функциональное использование цвета: кодирование, акцентирование, гармония.
3. Выбор цветовых палитр для разных типов данных (категориальные, количественные).
4. Основы типографики для инфографики: выбор шрифтов, размер, начертание.
5. Микротипографика и ее значение для читаемости текста.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме

Основная литература:

1. Богачев А. А. Графики, которые убеждают всех. – «Издательство А%&», 2020.
2. Сальникова, Е. Визуальная культура в медиасреде: современные тенденции и исторические экскурсы / Е. Сальникова ; Государственный институт искусствознания. - Москва : Прогресс-Традиция, 2017. - 578 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-89826-496-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473543>

Дополнительная литература:

3. Никитенко А. А. Основы медиажурналистики: учебное пособие. - Новосибирск: НГТУ, 2012. - Доступно: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=228794
4. Федоров А. В. Анализ аудиовизуальных медиатекстов. - М.: Директ-Медиа, 2013. - Доступно: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=210365

Интернет-ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система «Лань»// Доступно: <http://e.lanbook.com>
2. Университетская библиотека онлайн // Доступно: <http://www.biblioclub.ru>

Практическое занятие 9

Тема: Текст, аннотации и источники в инфографике

Цель занятия: Изучить роль текстовых элементов, аннотаций и указания источников для повышения информативности, понятности и доверия к инфографике.

Формируемые компетенции: ПК-1

Актуальность: Визуализация – это только часть сообщения. Текст и ссылки на источники дополняют график, обеспечивая полное понимание контекста, выводов и достоверности представленной информации.

Текст в инфографике играет не менее важную роль, чем визуальные элементы.

Ключевым текстовым элементом является **заголовок** (Текст). Он должен формулировать **главный вывод или сообщение**.

Аннотации – это короткие текстовые пояснения, которые размещаются непосредственно на графике или рядом с ним (Аннотации). Они выполняют несколько функций: рассказывают о наиболее важных трендах или выбивающихся значениях (выбросах), помогают лучше понять конкретный участок графика, добавляют детали, которые не поместились в заголовок. Аннотации служат "вторым слоем информации". Важно, чтобы аннотации были ненавязчивыми (без ярких плашек или обводок) и не закрывали данные. Если используются выноски со стрелками, они должны быть аккуратными (прямые или горизонтальные линии) и не создавать визуального хаоса.

Подписи осей, значений и категорий также являются важной частью текста. Они должны быть четкими, легко читаемыми и располагаться таким образом, чтобы их было удобно соотносить с соответствующими элементами графика.

Наконец, обязательным элементом любой инфографики является **указание источников данных** (Источники).

Таким образом, текст, аннотации и указание источников являются неотъемлемой частью инфографики, дополняя визуальный ряд, обеспечивая ясность сообщения, предоставляя необходимый контекст и подтверждая достоверность представленной информации.

Вопросы для обсуждения:

1. Роль текста: заголовки, подзаголовки, подписи осей и значений.
2. Формулирование убедительных и информативных заголовков.
3. Использование аннотаций для выделения ключевых инсайтов и пояснений.
4. Указание источников данных и его влияние на доверие к инфографике.
5. Общие принципы композиции и размещения элементов инфографики.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме

Основная литература:

1. Богачев А. А. Графики, которые убеждают всех. – «Издательство А%&», 2020.
2. Сальникова, Е. Визуальная культура в медиасреде: современные тенденции и исторические экскурсы / Е. Сальникова ; Государственный институт искусствознания. - Москва : Прогресс-Традиция, 2017. - 578 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-89826-496-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473543>

Дополнительная литература:

3. Никитенко А. А. Основы медиажурналистики: учебное пособие. - Новосибирск: НГТУ, 2012. - Доступно: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=228794
4. Федоров А. В. Анализ аудиовизуальных медиатекстов. - М.: Директ-Медиа, 2013. - Доступно: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=210365

Интернет-ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система «Лань»// Доступно: <http://e.lanbook.com>
2. Университетская библиотека онлайн // Доступно: <http://www.biblioclub.ru>

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**МЕТОДИЧЕСКИЕ
УКАЗАНИЯ ДЛЯ СТУДЕНТОВ
ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«Медиаинфографика»**

Направление подготовки
Направленность (профиль)

42.03.02 – Журналистика
Мультимедийная журналистика и цифровые
технологии

Ставрополь, 2026

СОДЕРЖАНИЕ

1. Введение.....	3
2. Общая характеристика самостоятельной работы студента при изучении дисциплины.....	3
3. План-график выполнения самостоятельной работы.....	4
4. Методические рекомендации по изучению теоретического материала.....	5
5. Методические указания (по видам работ, предусмотренных рабочей программой дисциплины).....	5
6. Список литературы, использованной при составлении методических рекомендаций.....	8

1. Введение

Методические рекомендации к самостоятельной работе студентов по дисциплине «Медиаинфографика» разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины по направлению подготовки 42.03.02 – Журналистика, направленность (профиль) – Мультимедийная журналистика и цифровые технологии.

Цель **методических рекомендаций к СРС** дисциплины «Медиаинфографика» – способствовать формированию у студентов по направлению подготовки 42.03.02 - Журналистика знаний и практических навыков в области визуализации информации с помощью современных мультимедийных инструментов и программ, позволяющих создавать графические материалы.

Задачи освоения дисциплины:

- дать представление о значении и месте современных средств визуализации информации и данных;
- продолжить ознакомление с современными программными инструментами методами, позволяющими визуализировать различные данные;
- продолжить ознакомление с передовым опытом российской и зарубежной журналистики по визуальной коммуникации.
- развивать умение анализировать данные для последующей интерпретации в визуальной коммуникации.

2. Общая характеристика самостоятельной работы студента при изучении дисциплины «Медиаинфографика»

Самостоятельная работа студента в рамках дисциплины «Медиаинфографика» понимается как планируемая учебная работа, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Самостоятельная работа направлена на формирование следующей компетенции:

Индекс	Формулировка:
ПК-1	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

Цель самостоятельной работы студентов в процессе изучения дисциплины «Медиаинфографика» – научить студента осмысленно и самостоятельно работать с учебным материалом, научной информацией по дисциплине, актуальными исследованиями, а также привить навыки самостоятельного реализации журналистских проектов, основанных на данных.

Задачи самостоятельной работы:

- систематизировать и закрепить полученные теоретические знания и практические умения студентов;
- развить познавательные способности и активность студентов: творческую инициативу, самостоятельность, ответственность и организованность;
- сформировать и развить навыки ведения самостоятельной работы и овладения методикой исследования при решении разрабатываемых в учебной деятельности проблем и вопросов;
- повысить уровень подготовленности к самостоятельной работе в соответствии с содержанием дисциплины.

При изучении дисциплины предусматриваются следующие формы самостоятельной работы студента:

- самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы по дисциплине, изучение научных публикаций;
- работа с электронными ресурсами в сети Интернет;
- подготовка к практическим занятиям;
- презентация проекта.

3. Технологическая карта самостоятельной работы

Коды реализуемых компетенций, индикатора(ов)	Вид деятельности студентов	Средства и технологии оценки	Объем часов, в том числе		
			СРС	Контактная работа с преподавателем	Всего
4 семестр					
ИД-1 _{ПК-1} ИД-2 _{ПК-1}	Подготовка к практическим занятиям	собеседование	34	6	40
Итого за 4 семестр			34	6	40
5 семестр					
ИД-1 _{ПК-1} ИД-2 _{ПК-1}	Выполнение индивидуальных творческих заданий	Проверка индивидуальных творческих заданий	70	11	81
Итого за 5 семестр			70	11	81
Итого			104	17	121

Для выполнения самостоятельной работы необходимо пользоваться литературой, которая предложена в списке рекомендуемой литературы, Интернет-ресурсами или другими источниками по усмотрению студента.

Самостоятельная работа рассчитана на разные уровни мыслительной деятельности. Выполненная работа позволит приобрести не только знания, но и умения, навыки, а также выработать свою методику подготовки, что очень важно в дальнейшем процессе научной деятельности.

4. Методические рекомендации по изучению теоретического материала

Чтение основной и дополнительной литературы по дисциплине.

Самостоятельная работа при чтении учебной литературы начинается с изучения конспекта материала, сделанного при слушании лекций преподавателя. Полученную информацию необходимо осмыслить. При необходимости, в конспект лекций могут быть внесены схемы, другая дополнительная информация.

Список литературы, необходимой для подготовки к практическим занятиям и лабораторным работам, круглым столам указан в методических рекомендациях к

практическим занятиям. При изучении материала рекомендуется конспектировать основные идеи, составлять схемы, таблицы.

Конспектирование научно-исследовательской литературы

При изучении рекомендованных научных публикаций рекомендуется составление краткого конспекта. Конспект представляет собой дословные выписки из текста источника. При этом необходимо понимать, что конспект – это не полное переписывание чужого текста. Необходимо знать, что при написании конспекта сначала прочитывается текст – источник, в нём выделяются основные положения, подбираются примеры, идёт перекомпоновка материала, а уже затем оформляется текст конспекта. Конспект может быть полным, когда работа идёт со всем текстом источника или неполным, когда интерес представляет какой-либо один или несколько вопросов, затронутых в источнике.

Работа с электронными ресурсами в сети Интернет.

Для повышения эффективности самостоятельной работы студент должен уметь работать в поисковой системе сети Интернет и использовать найденную информацию при подготовке к занятиям. Часть ресурсов указывается в методических указаниях к практическим и лабораторным работам. Особое внимание стоит уделить поиску в электронных библиотечных системах. Поиск информации можно вести по автору, заглавию, виду издания, году издания или издательству. Также в сети Интернет доступна услуга по скачиванию учебных материалов.

5. Методические указания (по видам работ, предусмотренных рабочей программой дисциплины)

Процедура проведения презентации индивидуальных творческих проектов состоит из следующих этапов:

1. Получение темы проекта от преподавателя;
2. Подготовка содержания
3. Подготовка презентации
4. Защита проекта.

При формулировке темы творческих проектов предполагается, что каждая тема может быть раскрыта как в рамках базового, так и в рамках продвинутого уровней. Главное отличие повышенного уровня состоит **в высокой самостоятельности студента, который дает не шаблонное, а творческое решение предложенной задачи.**

Критерии оценивания проектов:

1. Последовательное выполнение предложенных алгоритмов.
2. Выбор и использование методов и приемов.
3. Творческое решение поставленной задачи
4. Анализ процесса и результата.
5. Личное участие

Подготовка докладов

Доклад - сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материал, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласована с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям вуза и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать

регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными.

Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Для подготовки к докладу необходимо самостоятельно выявить и изучить научные публикации и материалы профессиональных изданий на выбранную тему, подобрать аргументы, привлекая примеры из журналистской практики и высказывания отечественных или зарубежных журналистов.

Объем доклада - 5-10 страниц печатного текста. Шрифт - Times New Roman, кегль - 14, интервал - 1,5.

Доклад должен быть подготовлен самостоятельно и сдан преподавателю на практическом занятии.

При проверке задания оцениваются полнота раскрытия выбранной темы, ясность изложения собственной позиции и уровень ее аргументации, уровень привлечения фактов, мнений специалистов, ученых

Тема докладов

1. Исторический обзор развития инфографики в медиа: от первых статистических графиков до современной дата-журналистики.
2. Инфографика как инструмент сторителлинга: как данные превращаются в убедительную историю.
3. Анализ целевой аудитории: как адаптировать сложность и формат инфографики для разных типов медиапотребления.
4. Критерии качества исходных данных и их влияние на достоверность инфографики.
5. Методы предварительного анализа данных (статистический и визуальный) для поиска инсайтов в журналистских датасетах.
6. Психология восприятия визуальной информации и ее учет при разработке инфографики.
7. Использование предвнимательных атрибутов (цвет, размер, форма) для управления вниманием читателя.
8. Сравнительный анализ эффективности различных типов графиков для представления одних и тех же данных (на примере конкретного датасета).
9. Типичные ошибки при выборе типа визуализации и их влияние на понимание сообщения.
10. Визуализация ранжирования и распределения данных: гистограммы, ящики с усами и альтернативы.
11. Представление динамики данных: лучшие практики создания линейных графиков и работы с временной осью.
12. Борьба с "визуальным шумом": принципы минимализма и удаления лишних элементов в инфографике.
13. Функциональное использование цвета в инфографике: кодирование, акцентирование и создание гармоничных палитр.
14. Роль типографики в инфографике: выбор шрифтов, размер и микротипографика для улучшения читаемости.
15. Создание убедительных заголовков и подзаголовков для инфографики.
16. Использование аннотаций для выделения ключевых инсайтов и пояснения сложных участков графика.
17. Значение указания источников данных и принципы прозрачности в медиаинфографике.

18. Кейс-стади: Анализ успешных примеров инфографики в ведущих мировых медиа (например, The New York Times, The Guardian, РИА Новости).
19. Инфографика в исследовательской журналистике: примеры и методики использования визуализации для раскрытия сложных тем.
20. Инфографика для социальных сетей и мобильных форматов: особенности дизайна и адаптации.

7. Методические указания по подготовке к экзамену

При подготовке к экзаменам следует ориентироваться в первую очередь на содержание основной рекомендуемой литературы. Часть ответов на вопросы экзамена может содержаться в рекомендованной дополнительной литературе, в том числе – в научных публикациях.

Процедура проведения экзамена осуществляется в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования в СКФУ.

В экзаменационный билет включаются два вопроса. Для подготовки по билету отводиться 30 минут.

При подготовке к ответу студенту предоставляется право пользования рабочей программой дисциплины.

Базовый уровень

Вопросы для проверки уровня обученности

Знать

1. Роль инфографики в современной журналистике и медиакommunikации.
2. Отличие инфографики от простой визуализации данных.
3. Три ключевых компонента эффективной инфографики (данные, визуальная форма, текст).
4. Значение определения задачи инфографики как первого этапа работы.
5. Влияние анализа целевой аудитории на дизайн и содержание инфографики.
6. Понятие "сообщения" инфографики и методы его формулирования.
7. Требования к качеству данных (свежесть, целостность, единообразие) для создания убедительной инфографики.
8. Сравнение статистического и визуального анализа данных на этапе подготовки инфографики.
9. Важность правильного структурирования исходного датасета перед визуализацией.
10. Процесс визуального кодирования: преобразование числовых значений в визуальные свойства объектов.
11. Три "предвнимательных атрибута", помогающих быстро считывать информацию с графика.
12. Принцип Теории близости и его применение в группировке визуальных элементов в инфографике.
13. Влияние особенностей человеческого восприятия (например, точность считывания длины vs. угла) на выбор типа графика.
14. Типы данных и сообщений, для которых наиболее подходит столбиковая диаграмма.
15. Причины, по которым круговая диаграмма не всегда является лучшим выбором для показа долей, и альтернативные типы.

Уметь, Владеть

1. Использование линейного графика для отображения изменений во времени и типичные ошибки при работе с временной осью.

2. Понятие гистограммы и ее отличие от столбиковой диаграммы.
3. Принцип удаления "визуального шума" (chart junk) и его важность для эффективности инфографики.
4. Функции цвета в инфографике, помимо декоративной.
5. Разница в использовании цвета для кодирования категориальных и количественных данных.
6. Основные правила выбора и использования шрифтов в инфографике.
7. Понятие микротипографики и ее значение для читаемости текста в инфографике.
8. Роль заголовка в инфографике и принципы его формулирования.
9. Назначение аннотаций на графике и рекомендации по их расположению.
10. Необходимость указания источников данных на инфографике и ее влияние на доверие.
11. Искажение сообщения инфографики из-за некачественных данных (с примером).
12. Искажение сообщения инфографики из-за неправильного выбора типа графика (с примером).
13. Этические вопросы, которые могут возникнуть при создании инфографики.
14. Влияние интерактивности на эффективность инфографики.
15. Основные этапы процесса создания инфографики от идеи до публикации.

Повышенный уровень

Повышенный уровень предполагает выполнение **практического задания** в и его объяснения на основе теоретического знания данного курса.

6. Список рекомендуемой литературы

Основная литература:

1. Богачев А. А. Графики, которые убеждают всех. – «Издательство А%&», 2020.
 2. Сальникова, Е. Визуальная культура в медиасреде: современные тенденции и исторические экскурсы / Е. Сальникова ; Государственный институт искусствознания. - Москва : Прогресс-Традиция, 2017. - 578 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-89826-496-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473543>
- Дополнительная литература:

1. Никитенко А. А. Основы медиажурналистики: учебное пособие. - Новосибирск: НГТУ, 2012. - Доступно: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=228794
2. Федоров А. В. Анализ аудиовизуальных медиатекстов. - М.: Директ-Медиа, 2013. - Доступно: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=210365

Интернет-ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система «Лань»// Доступно: <http://e.lanbook.com>
2. Университетская библиотека онлайн // Доступно: <http://www.biblioclub.ru>

6.3. Методическая литература:

1. Горбачев А.М. Медиаинфографика: методические указания по выполнению практических работ. - Ставрополь: Изд-во СКФУ, 2025.
2. Горбачев А.М. Методические рекомендации студентам по организации самостоятельной работы по дисциплине «Медиаинфографика». - Ставрополь: Изд-во СКФУ, 2025.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

При чтении лекций используется компьютерная техника, демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На семинарских и практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные справочные системы:

Информационно-справочные и информационно-правовые системы, используемые при изучении дисциплины:

1	Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» – www.biblioclub.ru ;
2	Научная электронная библиотека e-Library – https://elibrary.ru ;
3	«Фолиант» – http://catalog.ncstu.ru
4	Издательство «Юрайт» ONLINE» – http://biblio-online.ru ;
5	Электронная библиотека диссертаций РГБ – http://diss.rsl.ru
6	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) http://uisrussia.msu.ru ;

1. Программное обеспечение:

1	Альт Рабочая станция 10
2	Альт Рабочая станция К
3	Альт «Сервер»