

УДК 070

СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ ВИЗУАЛИЗАЦИИ КОНТЕНТА В НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫХ СМИ

© Цыбульская А.В., Ахматова И.В.

e-mail: stenestargers@gmail.com

*Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королёва, г. Самара, Российская Федерация*

Стремительное развитие информационных технологий приводит к трансформации структуры и качества медиапотребления современного читателя. Меняются приоритетные каналы СМИ при одновременном увеличении объема и интенсивности информационного потока. Оперативность, доступность и удобство восприятия информации становятся одними из ключевых критериев эффективности СМИ.

Основное назначение научно-популярных изданий – распространение и популяризация достижений науки, техники, культуры и результатов прикладных достижений исследовательской деятельности среди широких масс населения. В связи с этим современные СМИ должны не только просвещать читателя, но и пробуждать в нем познавательный интерес и развивать творческое знание.

Типологический анализ научно-популярных изданий дает их полную характеристику по аудиторному, целевому и тематическому признакам. Исследование тенденций оформления печатных и электронных средств информации показывает, что в зависимости от особенностей читателя (специалист или обучающийся, взрослый или ребенок и т. д.) и характера материалов (научный, познавательный, информационный и пр.) при создании публикации используются различные средства визуализации контента. В основе современного информационного дизайна заложены принципы эргономики; функциональных возможностей; психологических критериев восприятия информации человеком; эстетики визуальных форм представления информации и др. факторов.

Работа редактора в данном случае требует специфической переработки информации с целью преобразования сложных неструктурированных данных (делинеаризация и динамизация текста) и их визуализации с помощью таблиц, графиков, схем, пиктограмм, цвета и подбора иллюстраций. Отличие современного подхода при реализации этих методов состоит в использовании цифровых интерактивных технологий, примерами которых могут служить следующие: облако тегов, интерактивные диаграммы, визуальные словари, средства создания инфографики, а также создание интеллект-карт «mind-map» и использование таких сравнительно новых явлений в подаче материала, как «скетчноутинг», «лонгрид» и его разновидности «сноуфолл» [1].

Естественно, такое эффектное, захватывающее читателя представление научно-популярных материалов возможно только с развитием цифровых технологий и облегчения их доступности широкой аудитории. Современный редактор имеет большие технические возможности: компьютерные издательские системы, программное обеспечение, средства интернет, онлайн программные и информационные ресурсы, однако для создания эффективных публикаций также становятся важными не только редакторское знание, но и знания основ психологии и социологии при работе со своей аудиторией.

Библиографический список

1. Золотухин, А.А. Лонгрид, сноуфолл, мультимедийная история – как новые вершины журнализма? [Текст] // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика / А.А. Золотухин, Ю.Н. Мажарина. – Воронеж: Изд-во Воронежский государственный ун-т, 2015. – №2. – С. 93-96.