

Андрій Берегельський,

мол. наук. співроб. відділу обслуговування інформаційними ресурсами НЮБ
Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського

Юлія Половинчак,

канд. іст. наук, ст. наук. співроб., заввідділу обслуговування інформаційними
ресурсами НЮБ Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського

АНАЛІЗ НОВИНИХ ПОТОКІВ У ДОСЛІДЖЕННІ ВІТЧИЗНЯНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ПОЛЯ

Стаття присвячена розгляду інфографіки як аналітичного продукту, дослідженню якісного та кількісного моніторингу вітчизняних і зарубіжних новин, виявленню тенденцій висвітлення окремих тем в українському інформаційному просторі, специфіки аналізу інформації соціальних мереж та реалізації результатів відповідних досліджень у графічному вигляді на прикладі інформаційно-аналітичних проектів інформаційно-аналітичних підрозділів НБУВ.

Ключові слова: національні бібліотеки, інформаційний ресурс, новини, інфографіка, візуальна журналістика, інформаційно-аналітичні служби.

Сьогодні одним з найбільш актуальних завдань інформаційно-аналітичних центрів різного спрямування – як бізнесових, так і політологічних, екологічних та інших – є обробка й аналіз великих обсягів структурованих і неструктурованих даних. Очевидно, що зростання інформації, а в епоху цифрових технологій цей процес відбувається в експонентному режимі, актуалізує проблему оптимальних методів роботи з нею. Способи фіксації та збереження необхідної інформації, виділення головного, виявлення взаємозв'язків і тенденцій, оптимізація операцій з інформацією (можливість переходити на різні рівні деталізації даних, додавати нові параметри, змінювати вигляд), гнучкі форми подання результатів аналізу в разі підвищують зручність роботи з даними та спрощують їх інтерпретацію. Тому сучасні методи візуалізації даних стають не просто затребуваним інструментом представлення та інтерпретації інформації, а еволюціонують до систем підтримки прийняття рішень. Графічне зображення – один з найефективніших інструментів у цій галузі. Його, очевидно, досить складно назвати характерним лише для сучасної доби, проте технічні можливості інформаційної епохи дають можливість говорити про принципово новий етап використання

інфографічних проєктів, що в ситуації надлишку інформації є продуктивним прийомом структуризації потоків даних і максимально зрозумілого й наочного донесення інформації до аудиторії.

Відповідно, на часі не лише активне використання на практиці, а й методологічне та теоретичне осмислення інфографіки як напряму аналітики, журналістики й нового явища інформаційного простору. Щодо практичного використання, то сьогодні існують інтернет-видання, що спеціалізуються виключно чи переважно на візуальному представленні інформації – інфографіці: *infographer* (<http://infographer.ru>), «Инфографика» (<http://infographicsmag.ru>), *Vectorboom* (<http://ru.vectorboom.com>), *Tuts+* (<http://tutsplus.com>). Такі проєкти, як *Тексти.org.ua* (<http://texty.org.ua>), «Слово і Діло» (<http://www.slovoidilo.ua>), *Infolight.org.ua* (<http://infolight.org.ua>), використовують візуалізацію даних як у своїх статтях, так і у вигляді окремих інформаційно-аналітичних робіт. Відповідно, і дослідження впровадження аналітики даних та інфографіки, як у практичній площині [1, 2, 3, 4], так і на рівні теоретичних узагальнень [5, 6, 7; 8, с. 440], проводяться сьогодні досить активно, утім переважно в контексті такого нового напряму медіадосліджень, як «журналістика даних», тоді як аналіз новинних потоків як методу аналітичного опрацювання та ширше – способу соціокультурної комунікації залишається недостатньо розробленим у науковому дискурсі.

Отже, із зростанням кількості даних, що потребують аналізу, інформації, яку необхідно узагальнити, зростає роль схематичного або графічного представлення цієї інформації. Відповідно, для позначення візуального подання інформації, знань або даних у зручному для сприйняття вигляді використовується поняття «інфографіка». Під цим терміном, як правило, розуміють будь-яке поєднання графіки й тексту від найпростіших варіантів – діаграм, карт, таблиць, логічних схем до складних блоків візуальної та текстової інформації, що може містити комбінації фотографій, текстових блоків, таблиць, діаграм, реконструкцію подій, пояснюючі схеми і бути представленою у вигляді коміксів, карикатур, емблем, ілюстрацій тощо. Фактично в сучасній інфографіці використовується будь-який образ чи схематичне позначення, що може ефективно передавати комплексну інформацію та забезпечувати оптимальне її сприйняття. Інфографіка як спосіб осмислення і подання інформації включає сьогодні декілька напрямів: «журналістика даних» (*open data journalists*, *дата-журналістика*) – як галузь журналістики, що використовує для надання інформації доступні бази даних і через сучасні

інструменти візуалізації створює максимально наочний інформаційний продукт; «візуальна аналітика» – як інформаційно-аналітична діяльність, спрямована на створення візуальних моделей структурованих і слабо структурованих даних, виявлення через візуалізацію динаміки, тенденцій процесів, відображених в інформації.

Візуальна аналітика видається перспективною при виявленні та співставленні різнопланової інформації – офіційної, новинної, масивів даних соціальних медіа тощо. Можна виокремити різні підходи до відбору й структурування інформації, що залежатимуть від завдань, поставлених перед дослідником. Так, дослідження, результатом яких є створення інфографічного аналітичного продукту, здійснювані співробітниками аналітичних підрозділів Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського, спрямовані на моніторинг та опрацювання зростаючих інформаційних потоків, аналіз і виявлення тенденцій новинного інформаційного поля, відстеження особливостей та динаміки найактуальніших повідомлень у ЗМІ.

Вибір методик роботи залежить від поставлених перед аналітиками завдань, як і способи графічної подачі, на які впливають також характер та кількість даних. Зокрема, ефективним з точки зору дослідження головних тенденцій та динаміки змін в інформаційному просторі у вітчизняних чи іноземних ЗМІ є аналіз новинних потоків за генетичним принципом, що передбачає максимально вичерпний відбір новин за походженням – українських ЗМІ, регіональних, зарубіжної новинної україніки; офіційних, продукованих певною політичною силою, окремим виданням чи журналістом тощо.

Інформаційно-аналітичними службами НБУВ здійснюється постійний моніторинг сайтів новин з метою визначення найбільш актуальних питань суспільно-політичного життя України, дослідження та порівняння їх висвітлення у повідомленнях центральних і регіональних електронних ЗМІ. Результатом є проект «Інформаційні акценти»¹⁵, що представляє візуалізацію результатів аналізу резонансних повідомлень за підсумками місяця. Систематизований і проаналізований матеріал зводиться до кількох основних діаграм: загальна картина резонансних повідомлень за місяць (див. рис. 1–2); оціночний розподіл – виявлення

¹⁵ Повнотекстові проекти представлено на сайті Центру досліджень соціальних комунікацій (<http://nbuviap.gov.ua>) у рубриці «Візуальна аналітика» (http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=76&Itemid=387).

висвітлення новин у позитивному/негативному ключі чи нейтрально (див.рис. 3) з основних суспільно-політичних та економічних тем за місяць; середньодобовий показник резонансних тем за місяць.

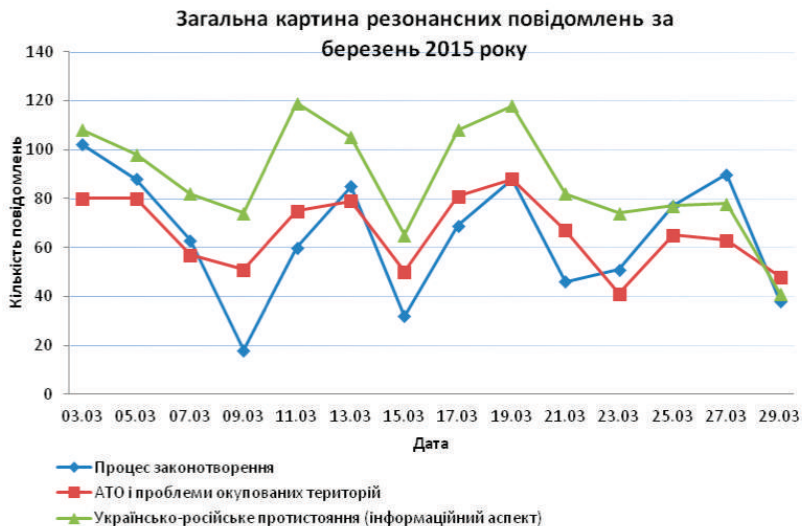


Рис. 1. Загальна картина резонансних повідомлень за березень 2015 р.

Оскільки аналізований продукт щомісячний, щоденний моніторинг і систематизація новин за цей період дає близько 30 точок по кожній з досліджуваних тем і підтем. Це досить багато, що робить картину занадто «густою» і знижує показовість основних тенденцій. Для полегшення сприйняття як готової таблиці з даними, так і графіків доцільно об'єднати сумарну кількість повідомлень за кожні наступні два дні – точок виходить вдвічі менше, але картина від цього «не страждає», тенденція зберігається. Водночас, говорячи про подібні усереднення, потрібно бути досить обережним: при зменшенні кількості точок більше ніж удвічі діаграма може бути істотно спотворена і, у результаті, не вірно інтерпретована кінцевим користувачем або замовником. Так само потрібно бути обачним з масштабом та початковою точкою відліку на графіках.

Щодо оціночного розподілу, аналізується сумарна кількість повідомлень основних тематичних блоків за місяць (рис. 3), що дає змогу виявити особливості висвітлення актуальних ключових проблем і, відповідно, коригувати інформаційну політику.



Рис. 2. Динаміка висвітлення особливостей законотворчого процесу у березні 2015 р.

Оцінний розподіл основних суспільно-політичних та економічних проблем за березень 2015 року

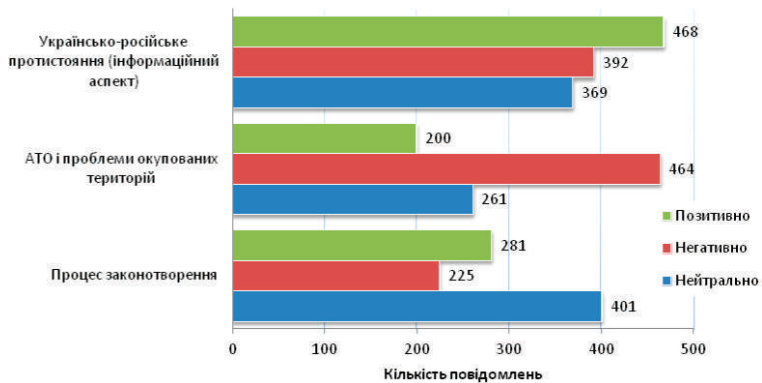


Рис. 3. Особливості оцінкового розподілу висвітлення резонансних тем у березні 2015 р.

Розглянутий вище проект «Інформаційні акценти» є прикладом генетичного (відбір здійснюється за походженням – українських потоків новин) підходу до аналізу новинної інформації. Іншим підходом можна назвати тематичний, коли об'єктом аналізу є вся наявна, незалежно від походження, інформація з тієї чи іншої теми. Прикладом такого проекту може бути проект «Проблеми окупованих територій», що, зокрема, включає й аналіз основних тенденцій висвітлення кримського питання в ЗМІ. Однойменною рубрикою проекту представляє інфографічний продукт за результатами щомісячного виявлення, систематизації й аналізу висвітлення проблематики окупованого Криму як в українських, так і в російських ЗМІ. Відповідно, проект дає змогу виявити як загальні тенденції (рис. 4), так і специфіку української та російської подачі матеріалів (рис. 5–6).

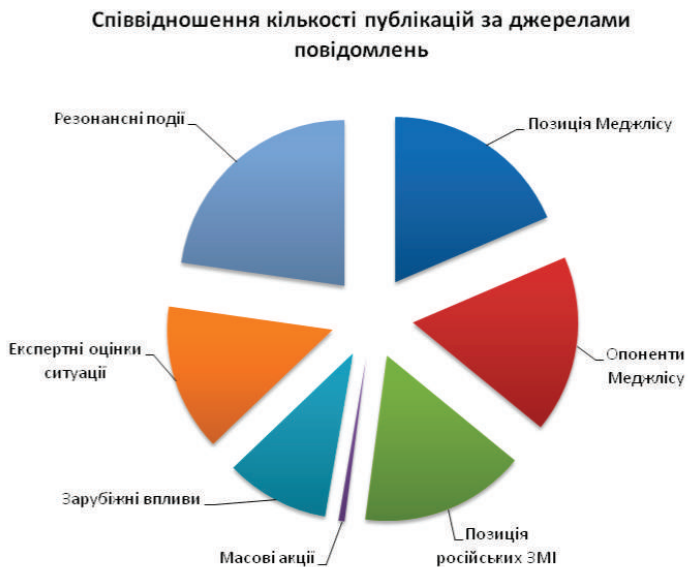


Рис. 4. Основні тенденції висвітлення кримського питання в ЗМІ (квітень, 2015 р.)

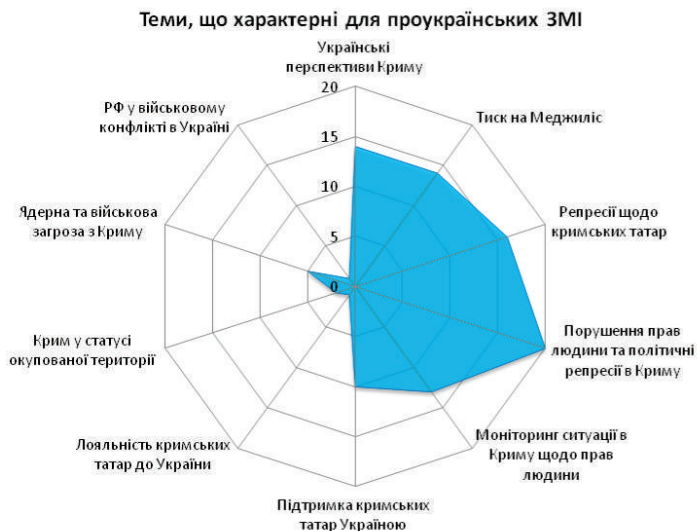


Рис. 5–6. Основні тенденції висвітлення кримського питання в українських та російських ЗМІ (квітень, 2015 р.)

Крім тематичного підходу, що передбачає постійний моніторинг тієї чи іншої теми, можна виділити проблемний, що видається доцільним у випадку, коли є необхідність виявити тенденції висвітлення не протяжних у часі процесів, а окремих подій, явищ чи ситуацій, що не передбачає дослідження динамічних аспектів. Як приклад наведемо візуалізацію дискурсивного аналізу обговорення у соціальній мережі Facebook проблем, що турбують жителів Волинської області. Приводом для обговорення, за результатами якого було здійснено відбір емпіричного матеріалу, став пост популярного українського блогера, політика й політехнолога В. Чепиноги (Vitalii Chepynoga), де він повідомляв, що його під час виборчої парламентської кампанії 2015 р. «закріпили за Волинською областю по виборам. Чи область за мною, хто його зна, як правильно», та зізнавався у тому, що знає про регіон переважно за матеріалом, представленим в електронній енциклопедії «Вікіпедія». У наступному пості автор звертався до читачів із проханням вказати на «локальні проблеми» регіону.



Рис. 7. Пост В. Чепиноги від 6 жовтня
(www.facebook.com/vitalii.chepynoga/posts)

Незважаючи на іронічний тон звернення (рис. 7), автор за добу отримав понад 600 відгуків, причому з досить високим рівнем конструктивну – 77 % (рис. 8). На так званий інформаційний шум – неінформативні відгуки припало менше чверті коментарів, при цьому негативні серед них практично відсутні – 10 іронічно-скептичних коментарів та 19 на сторонні теми; решта 114, віднесених до неінформативних, – підтримка, поради, уточнення, жарти.

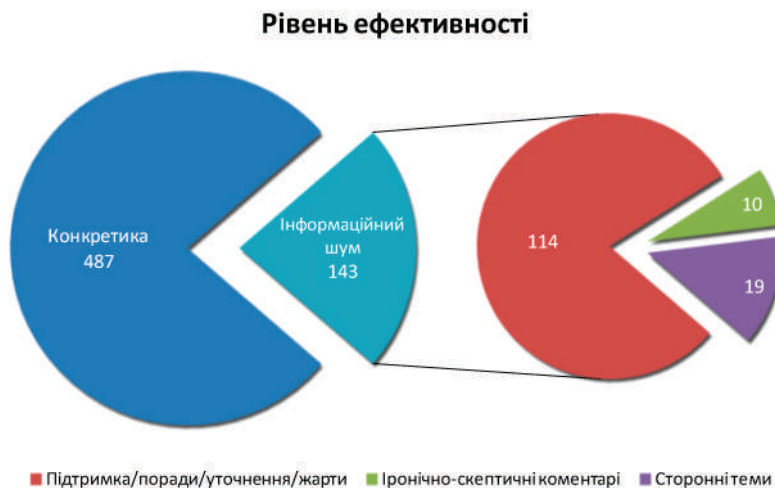


Рис. 8. Рівень ефективності Facebook-опитування В. Чепиноги

Незважаючи на те що опитування, подібні аналізованому, не можна вважати релевантними, використання їх для отримання робочих даних видається цілком виправданим з огляду на такі серйозні переваги, як оперативність (отримано до 500 відгуків за добу, що можуть вважатися експертними завдяки добровільності наданої інформації і включеності респондентів у обговорювану проблему) та доступність – хоч і наближені, але результати отримані без жодних капіталовкладень, лише внаслідок конвертації соціального капіталу ініціатора опитування.

Результати аналізу наданих відповідей було візуалізовано у вигляді деревовидної діаграми, що дало змогу з'єднати близькі й дотичні аспекти обговорюваної проблеми (рис. 9).

Подібний проблемний підхід у візуальній аналітиці досить ефективний при аналізі даних соціальних мереж, особливо тоді, коли йдеться про резонансні питання, обговорювані на різних майданчиках, що передбачає значно більші потоки інформації, ніж у випадку, описаному вище, а також обмеженість вибірки (при аналізі даних соціальних медіа використовується або автоматичний відбір, що істотно знижує релевантність результатів, або ручний, що, відповідно, виключає можливість вичерпного відбору).



Рис. 9. Результати Facebook-опитування щодо проблем, що турбують

Загалом, кожен з описаних підходів – генетичний, тематичний чи проблемний – застосовується залежно від мети дослідження, результати якого мають бути візуалізовані, від специфіки аналізованого матеріалу та запитів кінцевого споживача.

Література

1. Инфографика в современных российских журналах [Электронный ресурс] // Молодой учёный : издательство. – Режим доступа: <http://www.moluch.ru/conf/phil/archive/25/989>. – Загл. с экрана.
2. Все, что Вы должны знать, если хотите развивать инфографику на газетном сайте [Электронный ресурс] // Mediascope.ru. – 2013. – 6.12. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/1435>. – Загл. с экрана.
3. Мультимедиа и визуальная журналистика [Электронный ресурс] // Deutsche Welle. – 2013. – 1.09. – Режим доступа: <http://onmedia.dw-akademie.de/russian/?p=5615>. – Загл. с экрана.

4. *Bounegru L.* The Data Journalism Handbook / [L. Bounegru, J. Gray, L. Chambers] ; under tot. editing. L. Bounegru. – USA, NY : O'Reilly Media, 2011. – p. 242.

5. *Лосева Н.* Конвергенция и жанры мультимедиа / Н. Лосева // Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А. Г. Качкаевой. – Москва, 2010. – С. 129–135.

6. *Bounegru L.* The Data Journalism Handbook / [L. Bounegru, J. Gray, L. Chambers] ; under tot. editing. L. Bounegru. – USA, NY : O'Reilly Media, 2011. – p. 242.

7. *Смирнова Е. А.* Инфографика в системе журналистских жанров / Е. А. Смирнова // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 8: Литературоведение. Журналистика. – Вып. № 11. – 2012. – С. 92–95.

8. *Березельський А.* Візуальне представлення інформації та роль сучасних бібліотек у створенні та зберіганні інфографічних продуктів [Електронний ресурс] / А. Березельський // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. – Київ, 2014. – Вип. 39. – 429 с.

References

1. Infografika v sovremennyh rossijskikh zhurnalah [Infographics in modern Russian journals]. Molodojuchjonyj: izdatel'stvo [Youngscientist: publisher]. Retrieved from <http://shhshhshh.moluch.ru/conf/phil/archive/25/989> [in Russian].

2. Vse, chto Vy dolzhny znat', esli hotite razvivat' infografiku na gazetnom sajte [All that You should know if you want to develop an infographic on newspaper website]. (2013, 6 December). Mediascope.ru. Retrieved from <http://shhshhshh.mediascope.ru/node/1435> [in Russian].

3. Mul'timedia i vizual'naja zhurnalistika [Multimedia and visual journalism] (2013, 1 September). Deutsche Welle. Retrieved from <http://onmedia.dshh-akademie.de/russian/?p=5615> [in Russian].

4. Bounegru, L., Gray, J., Chambers, L. (2011). The Data Journalism Handbook. (p. 242). USA, NY: O'Reilly Media [in English].

5. Loseva, N. (2010). Konvergencija i zhanry mul'timedia [Convergence and multimedia genres]. Zhurnalistika i konvergencija: pochemu i kak tradicijnyye SMI prevrashhajutsja v mul'timedijnye [Journalism and convergence: why and how traditional media are transformed into multimedia]. (pp. 129–135). A. G. Kachkaeva (Ed.). Moscow [in Russian].

6. Bounegru, L., Gray, J., Chambers, L. (2011). *The Data Journalism Handbook*. (p. 242). USA, NY: O'Reilly Media [in English].

7. Smirnova, E. A. (2012). Infografika v sisteme zhurnalistskikh zhanrov [Infographics in the system of journalistic genres]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta*. Seriya 8: Literaturovedenie. Zhurnalistika – *Bulletin of Volgograd state University*. Ser. 8: The Literary Criticism. Journalism, issue 11, 92–95 [in Russian].

8. Berehel's'kyi, A. (2014). Vizual'ne predstavlennia informatsii ta rol' suchasnykh bibliotek u stvorenni ta zberihanni infografichnykh produktiv [A visual representation of information and the role of modern libraries in the creation and storage of products infographic]. *Nauk. pr. Nats. b-ky Ukrainy im. V. I. Vernads'koho* [Transactions of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine], issue 39. (p. 440). Kiev: NAN Ukrainy, Nats. b-ka Ukrainy im. V. I. Vernadskoho, Asots. b-k Ukrainy [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 02.06.2015.

Yuliia Polovynchak

V. I. Vernadsky National Library of Ukraine

Andrii Beregelsky

V. I. Vernadsky National Library of Ukraine

An Analysis of News Streams in Research of the Home Informative Field

The article is devoted to consideration of infographics as a product of news, to research of quality and quantitative monitoring of home news at the time of active information war, and its realization in a graphic look on the example of creation of the information-analytical edition «Information Accents».

The role of information and analytical services NBUV in definition of the most topical issues of social-political life of Ukraine, in research of tendencies and perspectives is shown during implementation of continuous monitoring of the sites of news.

The methods of structurization of data were considered given and additional receptions of graphic serve of information for the improvement of her perception end-user, the search of accessible instruments of visualization and educational information generators that will help constantly to promote the professional level of workers of modern MASS–MEDIA is carried out. Main problems, that is related to manipulation of data, methods of serve of information and other aspects that present a danger in the process of creation of infographic product.

Keywords: national libraries, information resource, news, the Internet-based technologies, infographics, visual journalism, research and information services.

Юлія Половинчак

Национальная библиотека Украины имени В. И. Вернадского

Андрей Берегельский

Национальная библиотека Украины имени В. И. Вернадского

Анализ новостных потоков в исследовании отечественного информационного поля

Статья посвящена рассмотрению инфографики в качестве новостного продукта, исследованию качественного и количественного мониторинга отечественных новостей во времена активной информационной войны, его реализации в графическом виде на примере создания информационно-аналитического издания «Информационные акценты».

Показана роль информационно-аналитических служб НБУВ в определении наиболее актуальных вопросов общественно-политической жизни Украины, в исследовании тенденций и проблематики во время осуществления постоянного мониторинга сайтов новостей.

Были рассмотрены способы структуризации данных и дополнительные приемы графической подачи информации для улучшения ее восприятия конечным потребителем, осуществлен поиск доступных инструментов визуализации и источников учебной информации, которые помогут постоянно повышать профессиональный уровень работников современных СМИ. Главные проблемы, которые связаны с манипуляцией данных, способами подачи информации и другими аспектами, которые представляют опасность в процессе создания инфографического продукта.

Ключевые слова: национальные библиотеки, информационный ресурс, новости, инфографика, визуальная журналистика, информационно-аналитические службы.