

ინფორმაციის ვიზუალიზაციის უპირატესობათექსტურ
ინფორმაციასთან შედარებით
(ქართულ ბეჭდურ და ონლაინ მედიაში)

მაგდა გუგავა

*სადისერტაციო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის
მეცნიერებათა და ხელოვნების ფაკულტეტზე მედია კვლევის მაგისტრის
აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად*

მედია, ჟურნალისტიკა და კომუნიკაცია: პრაქტიკა, კვლევა

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: დავით პაიჭაძე, პროფესორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2015

აბსტრაქტი

ნაშრომი ეხება მედიაკომუნიკაციის პროცესში ინფორმაციის ვიზუალიზაციის მნიშვნელობას.

რატომ შეიძლება მივანიჭოთ უპირატესობა ვიზუალიზებულ ინფორმაციას ტექსტურ თანშედარებით? ამკითხვაზე პასუხის მიღებას კვლევის ასშევეცადეთ.

თეორიულ ისაფუძვლებს გათვალისწინებით გავანალიზებთ ქართული ბექდური და ონლაინ მედიის კონტენტი და შევეცადეთ იმ უპირატესობის დადგენას,

რაც ვიზუალიზაციას აქვს. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ვიზუალიზაციაში გვსხმის ხმოვანი ინფორმაცია და არაფოტორეპორტაჟებს, კარიკატურებს ან დიაგრამებს.

კვლევის მეთოდი შერეულია და მოიცავს როგორც რაოდენობრივ,

ისეთვის ობრივ მეთოდებს.

თვის ობრივი კვლევა კი გვსხმის ხმოვან შერჩეულ ვიზუალიზაციების კონტენტს ანალიზს, ჟურნალის ტექსტს და გრაფიკურ ლიზინერებთან ინტერვიუებს და ექსპერიმენტს.

კვლევის შედეგებმა აჩვენა,

რომ ქართული ბექდური მედია გამოცემებით ავიანთ გვერდებზე ინფორმაციებს არაქვეყნებენ, ონლაინ მედიის განგანსხვავებით,

სადაც ინფორმაციის ვიზუალიზაციებს მცირედს, მაგრამ აინცხვდებით. ასევე, გავანალიზებთ ონლაინ სივრცეში მომხმარებლის დამოკიდებულებას მედია პროდუქტის ამსახვის მიმართ. შერჩეული ინფორმაციები უდაკვირვებოთ კი,

გამოიკვეთა რამდენიმე დეტალი,

რომელიც ვიზუალიზაციების ფორმასა და შინაარსებს და შედეგებში გრცლად აგანხილული.

ჟურნალის ტექსტთან და გრაფიკულ ლიზინერებთან ინტერვიუებთან ათლად დაგვანახა ის პროცესები, რომელიც ინფორმაციის ვიზუალიზებისას ხდება და შედეგები,

რაც ამ პროცესში მოჰყვება. ხოლო ექსპერიმენტმა შეიძლება ითქვას,

უპასუხა ჩვენს ძირითად საკვლევი თხვას -

თუ რატომ შეიძლება მივანიჭოთ მედია კომუნიკაციის პროცესში ინფორმაციის ვიზუალიზებას დიდი და გადამწყვეტი მნიშვნელობა.

კვლევა აჩვენა,

რომ მომხმარებელი ვიზუალიზებულ ინფორმაციით უმოკლეს დროში ანალიზებს მნიშვნელოვან სოციალურ,

პოლიტიკურ თუ ეკონომიკურ საკითხებს და ამის გათვალისწინებით შეიძლება ვისაუბროთ იმ მედიასაშუალებების უპირატესობაზე,

რომლებიც ავიანთ გვერდებზე ინფორმაციებს აქვეყნებენ.

ძირითადი სიტყვები: ინფორმაციის ვიზუალიზაცია, ინფოგრაფიკა, ბეჭდური მედია, ონლაინ მედია;

Abstract

The goal of this MA thesis is to underline and show the importance of visualized information in the media-communication's process. Within our research we tried to answer the main question, why using the visualized information is preferable in contrast with textual information. By adopting the basic theoretical frames we analyzed both printed and online media content in Georgia in order to show the efficiency of visualization. (important note: under the concept- "visualization" we only mean info-graphics and not political cartoons, diagrams and etc.

Research methodology includes the qualitative and quantitative research methods. Qualitative method implies content analyze of visualized information, interviews with journalists, graphical designers and experts.

To sum up the research results, we can say that Georgian printed media representatives are not publishing the info-graphics in contrast with online media publishers , where info-graphics barely but still exists. In our research we also analyzed the attitude of Georgian consumers towards this media-product. While observing the instantly selected info-graphics we discovered several important details related to the content and structure of visualization.

The research proved and elucidate that, by using the info-graphics consumer analyzes the key issues (in the field of socio-economics and politics) in the shortest time. By taking these results into consideration we can talk about the advantages and efficiency of those media subjects which are using and publishing info-graphics on their publications and pages.

Key Words: Visualization of information, info-graphics, printed media, online media.