

оригинальная статья

<https://elibrary.ru/nusccc>

Освещение пандемии COVID-19 в российских и зарубежных дата-трекерах

Сенинг Марина Андреевна

Национальный исследовательский Томский государственный университет, Россия, Томск

eLibrary Author SPIN: 2271-7254

sening.m@gmail.com

Аннотация: Статья посвящена семиотическому анализу дата-трекеров о пандемии COVID-19 – материалов, в которых дата-журналисты представляли актуальную и динамическую информацию о заболеваемости и смертности от коронавируса. Источники информации – данные официальных органов и общественных институтов (Росстат, Роспотребнадзор, Министерство здравоохранения и социальных служб США, Центр по контролю и профилактике заболеваний США, Австралийское бюро статистики, общественный проект CovidLive, Университет Джона Хопкинса и др.), а также собственные расчеты журналистов. Цель – выявить суггестивность материалов дата-журналистов, основанных на статистических данных, и дополнительные смыслы, формируемые авторами материалов при предоставлении читателю информации. Выяснено, что, несмотря на фактологическую основу, в вербальном тексте использовались метафоры и лексические единицы, несущие негативную эмоциональную окраску. Установлено, что в интерактивной дата-визуализации содержались графические метафоры, цветом выделялись определенные графические элементы. В основе дата-визуализации, которая является ключевым элементом дата-трекера, лежит *продолженное сообщение*, не имеющее окончания во времени, развитие которого непредсказуемо для авторов, так как зависит от поступающих данных. С течением времени сообщение меняется в зависимости от того, какие данные поступают. Однако авторы дата-трекеров акцентировали внимание читателя на определенных показателях и переносили фактологическую информацию в аксиологическое поле.

Ключевые слова: дата-журналистика, COVID-19, дата-трекер, дата-визуализация, продолженное сообщение, суггестия, семиотика

Цитирование: Сенинг М. А. Освещение пандемии COVID-19 в российских и зарубежных дата-трекерах. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2025. Т. 4. № 3. С. 251–260. <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2025-4-3-251-260>

Поступила в редакцию 03.05.2025. Принята после рецензирования 09.06.2025. Принята в печать 11.06.2025.

full article

COVID-19 Pandemic in Russian and Foreign Data Trackers

Marina A. Sening

Tomsk State University, Russia, Tomsk

eLibrary Author SPIN: 2271-7254

sening.m@gmail.com

Abstract: During the COVID-19 pandemics, numerous data trackers presented relevant information on morbidity and mortality rates. Journalists combined their own calculations with official data from Rosstat, Rospotrebnadzor, US Department of Health and Human Services, US Center for Disease Control and Prevention, Australian Bureau of Statistics, CovidLive, Johns Hopkins University, etc. As a result, COVID-19 data trackers acquired a certain suggestive potential and developed additional meanings. Despite the official factual basis, they contained metaphors and lexical units with a negative emotional connotation, accentuated by title typography. The interactive data visualization contained color-highlighted graphic metaphors and other graphic elements. As the key element of data tracking, data visualization is a *continuous message* that has no end in time: its development is unpredictable for the journalist since it depends on the incoming data. Ideally, this message is supposed to be updated as the new data keep coming.

However, the journalists that published COVID-19 data trackers directed their readers' attention to certain indicators, thus transferring unbiased facts to the axiological field.

Keywords: data journalism, COVID-19, data tracker, data visualization, continuous message, suggestion, semiotic

Citation: Sening M. A. COVID-19 Pandemic in Russian and Foreign Data Trackers. *Virtual Communication and Social Networks*, 2025, 4(3): 251–260. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2025-4-3-251-260>

Received 3 May 2025. Accepted after review 9 Jun 2025. Accepted for publication 11 Jun 2025.

Введение

Несмотря на то что пандемия COVID-19 ушла с передовой новостной повестки, опыт, который получили журналисты во время ее освещения, нуждается в осмысливании. Пандемия внесла существенные изменения в работу этих специалистов, указав на важность деятельности data-журналистов, представлявших широкой аудитории статистику заболеваемости и смертности [Бондарчик 2021]. Количество публикаций data-журналистов во время и после пандемии значительно выросло [Witzenberger, Pfeffer 2024]. Ценность data-журналистов и, соответственно, ценность собираемой ими информации была признана медицинским и географическим сообществом. Так, в 2020 г. в журнале *The Lancet* врачи выступили с призывом к более тесному сотрудничеству с data-журналистами, представляющими данные о последствиях пандемии и показателях избыточной смертности [Desai et al. 2021]. В свою очередь D. Halpern и др., изучая расхождения в базах данных о COVID-19, включили в исследовательский материал сведения, которые собирали data-журналисты [Halpern et al. 2021].

Освещение COVID-19 широко изучается как отечественными, так и зарубежными исследователями, однако деятельность data-журналистов остается, на наш взгляд, недостаточно изученной. Например, B. Cyrek и J. Peltonen проанализировали 358 научных статей о коммуникациях в период пандемии, опубликованных в высокорейтинговых журналах SJR за 2020–2024 гг., с целью их систематизации по географическому распределению и тематическим направлениям [Cyrek, Peltonen 2024]. Ими было выявлено доминирование четырех основных тем: особенности освещения, роли экспертов в медиа, изменения в работе журналистов и проблема свободы прессы. Кроме того, B. Cyrek и J. Peltonen обращали внимание на то, как журналисты использовали в своей работе визуализацию данных и статистику. Однако исследователи не выделили работу data-журналистов во время пандемии в качестве отдельного тематического направления.

C. Pentzold с коллегами рассматривали data-журналистов во время пандемии COVID-19 как брокеров знаний, помогающих обществу и политикам ориентироваться в условиях неопределенности [Pentzold et al. 2021]. S. Bisiani и др. провели опрос 1274 data-журналистов из 136 стран и выяснили, как изменилась их работа во время пандемии. Так, 46 % респондентов отметили, что COVID-19 укрепил репутацию data-журналистики, а 43 % указали на рост грамотности аудитории в области данных [Bisiani et al. 2025].

Отечественные исследования носят в основном описательный характер. Например, Д. Неренц, анализируя data-проекты о пандемии, опубликованные в российских и зарубежных СМИ, классифицирует их в зависимости от тематики и цели: 1) проекты со статистической информацией; 2) симуляции распространения инфекции; 3) проекты, основанные на сборе данных через краудсорсинг; 4) data-материалы о влиянии вируса на жизнь граждан; 5) расследования нарушений и преступлений во время пандемии [Неренц 2021]. Ф. Ван описывает *риторическую визуализацию* как форму журналистики данных, которую использовали журналисты РИА Новости при освещении хода пандемии [Ван 2023].

Цель данного исследования – выявить суггестивность материалов data-журналистов, основанных на статистических данных, и дополнительные смыслы, формируемые авторами материалов при предоставлении читателю информации.

Методы и материалы

Материалом для исследования послужили семь data-трекеров: РБК (освещает события в России), 2 data-трекера Медиазоны (освещает события в России; юридическое лицо ООО «ЗП», учредившее это издание, внесено в реестр иностранных агентов), The New York Times (освещает события в США), The Washington Post (освещает события в США), The Guardian (освещает события в Австралии)

и The Economist (освещает международные события)¹. Посредством перечисленных data-трекеров журналисты представляли актуальную и динамическую информацию об эпидемиологической ситуации.

При подготовке материалов специалисты использовали данные официальных органов и общественных институтов (Росстат, Роспотребнадзор, Министерство здравоохранения и социальных служб США, Центр по контролю и профилактике заболеваний США, Австралийское бюро статистики, общественный проект CovidLive, Университет Джона Хопкинса и др.), а также проводили собственные расчеты. Некоторые из изданий (например, The New York Times, The Economist, Медиазона) опубликовали свои наборы данных в открытом доступе² для того, чтобы ими могли воспользоваться все желающие.

Дата-трекер, по нашему мнению, является поликодовым текстом, т.к. сочетает в себе вербальный, цифровой и графический коды, взаимодействующие друг с другом³. В связи с этим применен метод семиотического анализа поликодового текста.

Для анализа использована модель, представленная в работе [Сенинг 2023], которая посвящена изучению data-материалов о COVID-19 в российской журналистике. Предложенная модель основана на исследованиях пользовательского поведения при чтении интернет-текстов. K. Moran отмечает, что при чтении текстов пользователи в первую очередь обращают внимание на заголовки, графически выделенные элементы, текст, расположенный рядом с иллюстрациями и т.д.⁴ В связи с этим элементы поликодового текста анализировались в следующей последовательности:

- 1) заголовочный комплекс: рассмотрение наличия лексических единиц, несущих негативную эмоциональную окраску;

- 2) data-визуализация как когерентный многоуровневый объект: исследование отдельных микроэлементов (линий графиков, столбцов диаграмм, используемых цветов и других составляющих визуализации), вербальной части, выраженной в заголовке визуализации и подписи к ней; определение послания, которое было сформулировано посредством вербально-графического языка;
- 3) вербальный текст: определение доли суггестивных слов и особенностей структурирования текста;
- 4) взаимоотношения между элементами: рассмотрение элементов data-визуализации с точки зрения когезии поликодового текста, определение средств когезии и способов ее создания.

Результаты

Установлено, что в data-трекерах используются семиотические способы моделирования информации. С их помощью авторы текстов концентрируют внимание читателя на определенных показателях (*смертность* или *заболеваемость*). Ключевым элементом data-трекера является *дата-визуализация* – визуальное представление данных, которое составлено алгоритмически, легко восстанавливается с использованием разных данных, имеет эстетичный вид и используется для представления больших данных [Iliinsky, Steele 2011]. Дата-визуализация передает фактологическую информацию графически, например статистику заболевших в виде линейного графика (рис. 1⁵).

Дата-визуализации регулярно обновлялись в течение 1–3 лет, но при их первоначальной публикации временный диапазон обновлений был неясен. Таким образом, в основе визуализации data-трекера

¹ Началась выдача QR-кодов по антителам. Актуальное о COVID на 22 февраля. РБК. 22.02.2022. URL: <https://www.rbc.ru/society/22/02/2022/5e2fe9459a79479d102bad6>; Френкель Д. Коронавирус в России. Избыточные смерти. Медиазона. URL: <https://zona.media/coronadeaths>; Френкель Д. Коронавирус в России. Инфографика. Медиазона. URL: <https://zona.media/coronagraph>; Coronavirus in the U.S.: Latest map and case count. The New York Times. URL: https://www.nytimes.com/interactive/2021/us/covid-cases.html?action=click&module=RelatedLinks&pgt;type=Article; Tracking U.S. COVID-19 cases, deaths and other metrics by state. The Washington Post. URL: https://www.washingtonpost.com/graphics/2020/national/coronavirus-us-cases-deaths/?itid=sn_coronavirus_1/; Nicholas J., Evershed N., Ball A. COVID-19 Australia data tracker: Coronavirus cases, deaths, hospitalisations and vaccination. The Guardian. 5 Dec 2022. URL: <https://theguardian.com/australia-news/datablog/ng-interactive/2022/dec/06/covid-19-weekly-cases-australia-vaccine-data-tracker-deaths-per-week-hospitalisations-coronavirus-tracking-latest-numbers-stats-live-update>; Tracking COVID-19 excess deaths across countries. The Economist. 20 Nov 2021. URL: <https://www.economist.com/graphic-detail/coronavirus-excess-deaths-tracker> (accessed 1 Mar 2025).

² U.S. Coronavirus data: Frequently asked questions. The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/interactive/2020/us/about-coronavirus-data-maps.html>; The Economist's tracker for COVID-19 excess deaths. GitHub. URL: <https://github.com/TheEconomist/covid-19-excess-deaths-tracker>; data-corona-Russia. GitHub. URL: <https://github.com/mediazona/data-corona-Russia> (accessed 1 Mar 2025).

³ Под *кодом* понимается система условных обозначений, символов, знаков и правил, их комбинации между собой для передачи, обработки и хранения (запоминания) информации в наиболее приспособленном для этого виде [Чернявская 2013].

⁴ Moran K. How people read online: New and old findings. Nielsen Norman Group. 5 Apr 2020. URL: <https://www.nngroup.com/articles/how-people-read-online/> (accessed 1 Mar 2025).

⁵ Coronavirus in the U.S...

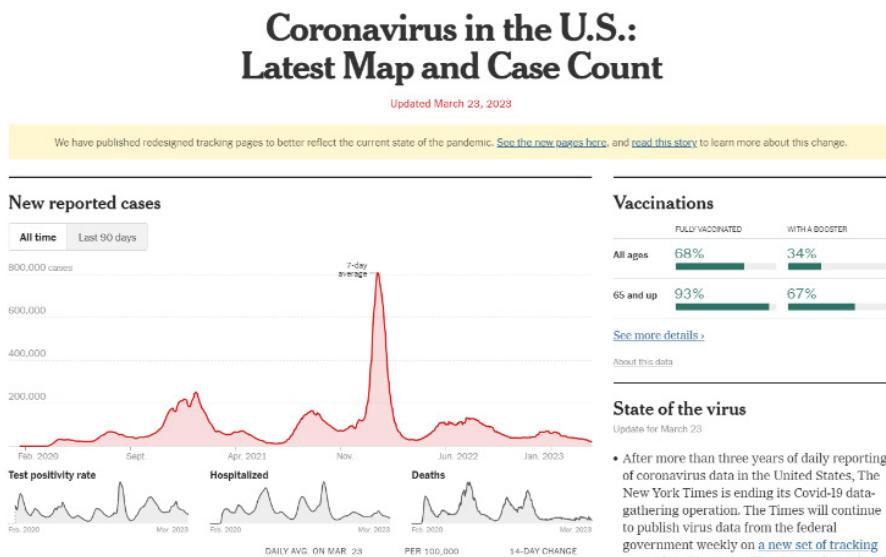


Рис. 1. Визуализация
дата-трекера The New York
Times
Fig. 1. Visualization
of The New York Times data
tracker

лежит сообщение, которое не имеет окончания во времени, соответственно, авторы материала не могут сформулировать информационный посыл, который они хотят донести до читателя. Мы предлагаем назвать это явление *продолженным сообщением*, которое регулярно обновляется и является безоценочным, т.к. его развитие непредсказуемо, и время окончания неизвестно для самих авторов.

Специфика продолженного сообщения влияет на семиотическую структуру дата-трекера – она меняется в зависимости от того, как изменяется дата-визуализация. Далее рассмотрим, как семиотические способы передачи информации применяются в разных элементах текстов дата-трекеров.

Заголовочный комплекс

Заголовки дата-трекеров фактологичны. Однако в них присутствуют лексические единицы, имеющие (*death, смерть*) либо получившие (*COVID-19, coronavirus, hospitalisations, коронавирус*) эмоциональную окраску в связи с потенциально опасной для жизни ситуацией пандемии.

Подзаголовки есть в дата-трекерах The Economist и The Washington Post. Подзаголовок первого дата-трекера включает в себя слова, которые несут дополнительную негативную эмоциональную окраску (*In many parts of the world, official death tolls undercount the total number of fatalities⁶*). Подзаголовок второго содержит слова *died, coronavirus*, а также числа, обозначающие количество умерших (выделено фиолетовым цветом) и заболевших (выделено красно-

оранжевым цветом): *More than 1,133,000 people have died from coronavirus in the U.S., and more than 104,659,000 cases have been reported.*

В дата-трекерах Медиазоны прямо под заголовком указаны числа (шрифт более крупный, чем у самого заголовка), обозначающие количество заболевших или умерших. В дата-трекере «Коронавирус в России. Избыточные смерти» под заголовком находится число 1188036, под которым есть подпись *Избыточных смертей к июню 2022*. В дата-трекере «Коронавирус в России. Инфографика» указаны три числа. Самым крупным кеглем обозначено количество заболевших – 4156211 (с подписью *Заболели на 20:00 20 февраля*), под этим числом указаны еще два: *3726193 выздоровели и 107673 умерли*. В дата-трекерах Медиазоны и числа, и заголовок указаны белым цветом, фон всего поликодового текста – черный.

Дата-визуализация

Tип

Графический способ передачи информации, выбранный изданиями, должен был соответствовать двум параметрам: 1) легкость обновления графики, т.к. данные постоянно менялись, визуализация обновлялась ежедневно или еженедельно в течение 1–3 лет; 2) понятность графики (иначе сообщение не дойдет до адресата) [Kennedy, Hill 2018]. В соответствии с этими параметрами в дата-трекерах используются следующие виды дата-визуализации: линейные графики, плиточные карты и хороплеты

⁶ Здесь и далее в примерах сохранены авторские орфография и пунктуация; выделено автором статьи.

(как наиболее эффективные виды карт для передачи информации такого рода [Hao et al. 2022]), столбчатые графики (барчарты) и таблицы.

Интерактивность

Практически все data-визуализации в трекерах интерактивны – их внешний вид зависит от действий читателя. Он может выбрать вид данных (целые числа / проценты), регион (штат / страна), в некоторых случаях – вид визуализации (например, в data-трекерах Медиазоны можно изменить плиточную карту на плиточный полигон). Интерактивность проявляется в том числе через появление тултипов – всплывающих подсказок, которые возникают на экране при наведении курсора на определенную точку линейного графика или барчарта. В таком тултипе обычно дана информация о заболевших / умерших в конкретный день или за неделю. При просмотре графика и перемещении курсора тултипы меняются, и, соответственно, меняется внешний вид визуализации (рис. 2⁷).

Таким образом, интерактивность делает читателя соучастником текста: он может влиять на сообщение, детализировать нужные фрагменты. Однако интерактивность ограничена и зависит от возможностей устройства и изменений, заложенных авторами.

J. Bertin описывает мультимодальность восприятия графики и называет ее однозначной областью пространственного восприятия: «знаковые

системы, предназначенные для восприятия глазом, являются прежде всего пространственными и вневременными»⁸ [Bertin 1983: 3]. Интерактивность data-трекера снимает параметр вневременности: для того, чтобы прочитать продолженное сообщение, читателю необходимо совершить определенные действия. Полное сообщение складывается из нескольких элементов data-визуализаций, связанных между собой и влияющих друг на друга.

Например, в data-трекере Медиазоны «Корона-вирус в России. Избыточные смерти» линейный график показывает данные по конкретному региону, представленному на плиточной карте (рис. 3⁹). Элементы карты взаимодействуют друг с другом: линейный график меняется в зависимости от того, какой регион выбрал читатель. Особенно ярко характеристика времени проявляется в анимированной визуализации *Избыточные смерти в других странах с начала 2020 года*. Столбцы ее барчарта начинают расти при нажатии читателем кнопки, расположенной под графиком (полный просмотр этой визуализации занимает 1 минуту 24 секунды).

Графические метафоры

Линии графиков и столбцы барчартов визуализаций data-трекеров могут быть интерпретированы как концептуальная метафора [Лакоф, Джонсон 2004]. Они выступают в роли визуализированной пространственной метафоры, связанной

New reported cases

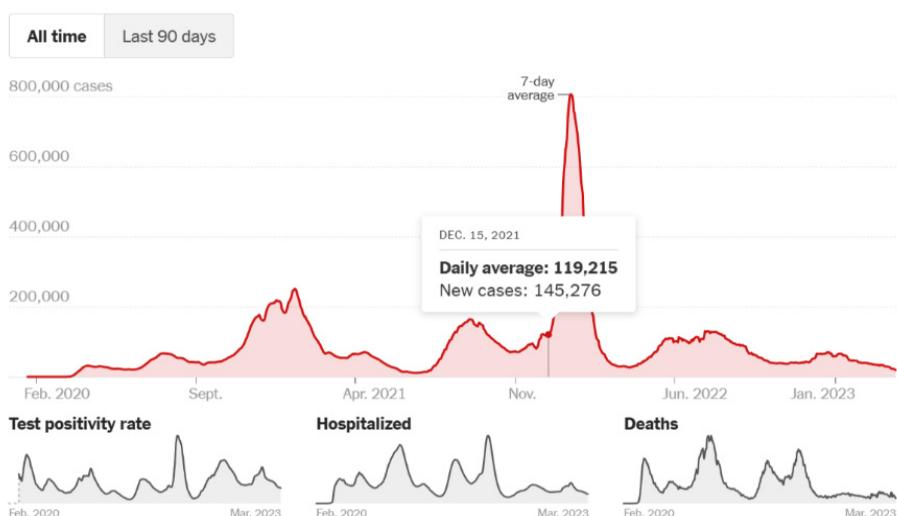


Рис. 2. Тултип
в визуализации data-
трекера The New York
Times
Fig. 2. Visualization tooltip
in The New York Times data
tracker

⁷ Coronavirus in the U.S...

⁸ Здесь и далее по тексту перевод выполнен автором статьи.

⁹ Френкель Д. Коронавирус в России. Избыточные смерти...

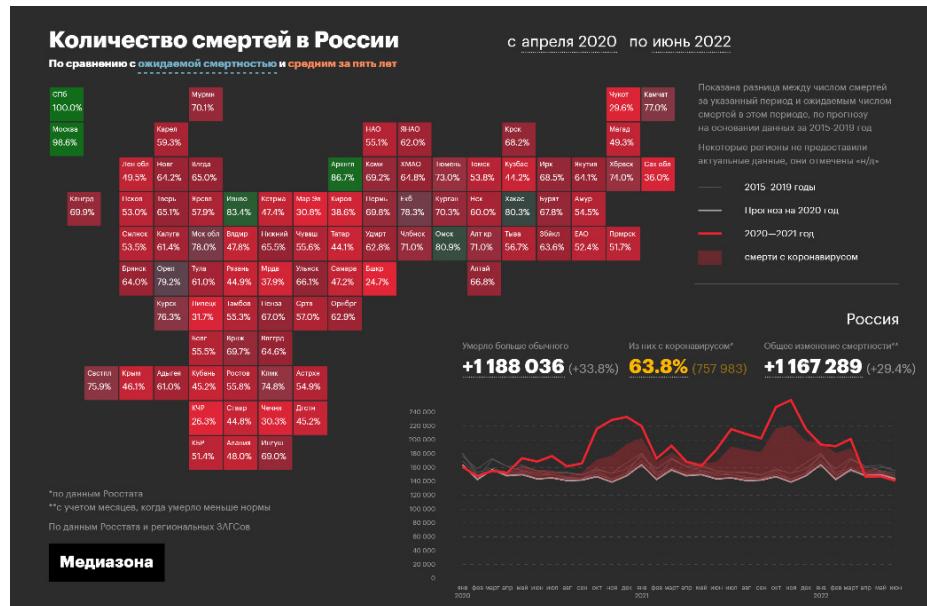


Рис. 3. Визуализация дата-трекера Медиазоны
Fig. 3. Visualization of Mediazona data tracker

с представлением о *верхе* и *низе* и отражающей аксиологический параметр структурирования пространства и положения в нем человека. Таким образом, фактологическую информацию авторы материалов передают суггестивным способом, эмоционально воздействуя на читателя. Но поскольку в основе визуализации дата-трекера лежит продолженное сообщение, то это воздействие меняется и не является однозначным. Знаки трансформируются в разные метафоры (линия графика идет вверх / линия графика идет вниз) в зависимости от того, какие данные получают авторы визуализации и в какой момент времени читатель ее видит.

Цвет

Цвет в дата-трекерах используется для передачи информации посредством графического кода и эмоционального воздействия на читателя. Основными цветами визуализаций в дата-трекерах, посвященных пандемии, являются красный, фиолетовый, зеленый, серый. Однако используют эти цвета издания по-разному:

1. The Economist красным цветом обозначает показатели смертности.
2. The Washington Post и The Guardian используют для обозначения показателей смертности фиолетовый цвет, а красным выделяют заболеваемость.
3. РБК в разных визуализациях обозначает красным цветом или смертность, или заболеваемость.

4. Аналогично РБК поступает и Медиазона, при этом в ее дата-трекере «Коронавирус в России. Инфографика» красный цвет используется для обозначения заболеваемости, а фиолетовым указывается смертность.

Согласно работе A. J. Elliot и M. A. Maier, символика цвета зависит от контекста и культурологических особенностей – один и тот же цвет может иметь разные значения в разных ситуациях [Elliot, Maier 2013]. В работе [Сенинг 2023] показано, что цвет приобретает определенное значение, когда оказывается в ситуации противопоставления: красным обозначается то, что плохо, зеленым – то, что хорошо. Так цвета применяются в материалах РБК (рис. 4¹⁰) и Медиазоны (рис. 3).

Следует отметить, что РБК использует цвета, чтобы поместить фактологическую информацию в аксиологическое поле (красный – плохо, заболеваемость растет, зеленый – хорошо, заболеваемость падает). В дата-трекере же Медиазоны зеленый используется не для того, чтобы обозначить падение смертности / заболеваемости. В интерактивной дата-визуализации *Количество смертей в России* на плиточной карте указаны данные по регионам (разница между числом смертей за указанный период и ожидаемым числом смертей в этом периоде по прогнозам). Плитки окрашены в красный цвет – и чем он темнее, тем больше смертей в этом регионе. Однако при нажатии на кнопку *Из них*

¹⁰ Началась выдача QR-кодов по антителам...

Темпы распространения коронавируса в России

Понедельные темпы прироста новых случаев, %. Сравнение недели к неделе.
Рассматривается период с начала мая 2020 года, когда количество ежесуточно проводимых тестов на коронавирус превысило 200 тыс.

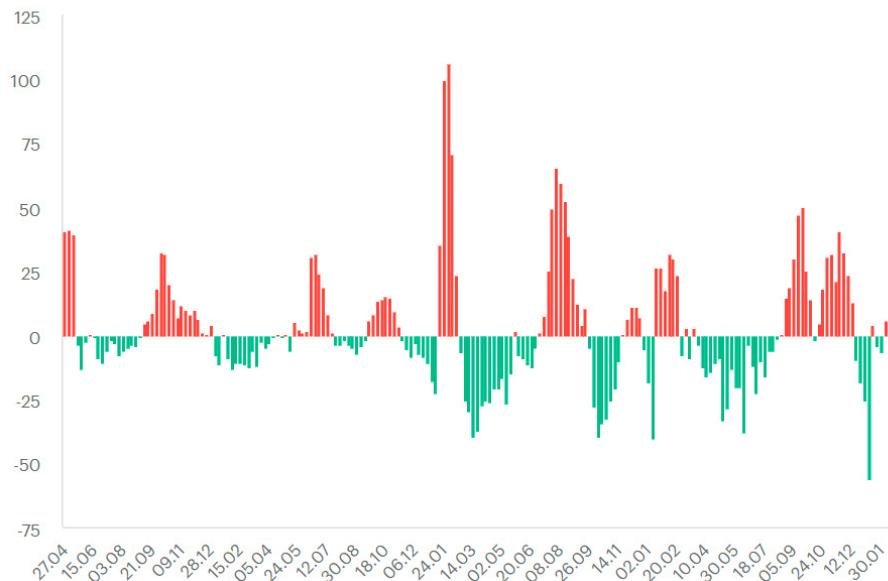


Рис. 4. Визуализация дата-трекера РБК
Fig. 4. Visualization of RBC data tracker

с коронавирусом цвет плиток меняется – если процент людей, умерших от COVID-19 (от числа избыточных смертей), больше 80, то плитка, символизирующая регион, окрашивается в зеленый цвет (рис. 3). При дихотомии красный – зеленый эти регионы воспринимаются как благополучные. Таким образом, сообщение, передаваемое с помощью этой визуализации, частично ошибочно¹¹.

5. The New York Times в своих визуализациях маркирует красным заболеваемость, а показатели смертности обозначает серым цветом. Несмотря на фактологическую основу, продолженное сообщение в дата-трекере The New York Times не является нейтральным, т.к. концентрируется на определенных аксиологически значимых показателях.

Вербальный текст

Количественный анализ лексики показал, что доля единиц, несущих негативную эмоциональную окраску, составила от 4,55 % (The New York Times) до 10,29 % (РБК). Наиболее часто в дата-трекерах

встречаются слова *death(-s)* (82), *COVID-19* (40), *смертность* (36), *коронавирус* (32), *смерть* (29). Стиль текстов преимущественно фактологический, за исключением текста в дата-трекере Медиазоны (Коронавирус в России. Инфографика) и The Economist.

В тексте Медиазоны использованы два метафорических выражения: *волны коронавируса* и *плато заболеваемости*. Они представляют собой онтологические метафоры, основанные на опыте обращения человека с физическими объектами и веществами [Лакофф, Джонсон 2004]. Существительное *волна* имеет несколько значений, но в прямом обычно употребляется во множественном числе: «водяные бугры, образующиеся в ветреную погоду в результате сильного колебания водной поверхности (реки, моря, океана и т.п.)»¹². Волна ассоциируется со стихийными явлениями, которые потенциально могут нести опасность. Слово *плато* имеет значение «возвышенная равнина, ограниченная четко выраженнымами уступами, крутыми

¹¹ A. Cairo отмечает, что «мозг гораздо лучше реагирует на изменения оттенков, чем на различия в форме» [Cairo 2013: 146]. При восприятии такого рода визуализации человек в первую очередь обращает внимание на цвета и только потом – на числа, изображенные на плитках.

¹² Волна. Большой толковый словарь русского языка, гл. ред. С. А. Кузнецов. СПб.: Норинт, 1998. URL: [https://gramota.ru/poisk?query=волна&mode=slovari&dicts\[\]](https://gramota.ru/poisk?query=волна&mode=slovari&dicts[]) (дата обращения: 01.03.2025).

склонами»¹³. На самом плато относительно безопасно, однако поскольку оно находится на возвышенности и имеет крутые склоны, нахождение на нем несет в себе потенциальную угрозу. Так, метафорические выражения, которые использует Медиазона, отождествляют изменение хода пандемии с природными явлениями, подчеркивая ее стихийность и неопределенность.

В тексте The Economist онтологические метафоры используются в большем количестве, чем в текстах других СМИ: *the pandemic has made it harder; America's east coast was hit hard by the pandemic; while COVID-19 was devastating New York* и др. Рассмотрим некоторые из этих метафор детальнее:

- глагол *devastate* (разрушать) имеет значения *to bring to ruin or desolation by violent action*¹⁴ – приводить в упадок посредством насильственных действий; *to reduce to chaos, disorder, or helplessness*¹⁵ – приводить к хаосу, беспорядку или беспомощности;
- прилагательное *devastating* (разрушительный) имеет значения *causing great damage or harm; causing extreme emotional pain; extremely effective or powerful*¹⁶, т.е. причиняющий большой ущерб или вред; причиняющий сильную эмоциональную боль; чрезвычайно эффективный или мощный.

С помощью выражений *while COVID-19 was devastating New York* – пока COVID-19 *опустошал* Нью-Йорк и *much of Latin America experienced a devastating first wave* – большая часть Латинской Америки пережила *разрушительную первую волну* пандемия оценивается не только как стихийное явление, но и явление, имеющее злой умысел, выражаящийся в насилии. В целом метафоры The Economist характеризуют пандемию как деструктивное явление, отождествляют ее с катастрофой. Помимо этого, в тексте присутствуют оценочные слова (*people have become grimly familiar with the death tolls*), что также эмоционально воздействует на читателя.

Взаимоотношения между элементами

Поликодовый текст дата-трекера имеет четкую и однотипную структуру **верbalная часть → визуализация → верbalная часть → визуализация** и т.п.

При этом верbalная и визуальная части по-разному взаимодействуют между собой в разных текстах. A. Hennecke выделяет два типа их взаимосвязи в поликодовом тексте – отношения дополнения и взаимозависимости [Hennecke 2015]. В соответствии с этой типологией можно классифицировать тексты исследуемых дата-трекеров.

При **отношениях дополнения** доминирующей является визуальная часть текстов, а верbalная комментирует дата-визуализации, объясняет, как их следует читать (например, в дата-трекерах Медиазоны, The New York Times, The Guardian, The Economist). Верbalная часть лексически выстроена так, что внимание читателя сосредоточено на визуализации, присутствуют указательные слова и выражения (на графике ниже, here, this chart) и прямое обращение к читателю (вы можете выбрать, you can see и т.д.): *Here you can see the number of people who have died each week due to Covid* (The Guardian); *This table is sorted by places with the most cases per 100,000 residents in the last seven days* (The New York Times); **На карте вы можете выбрать конкретный регион или смотреть на ситуацию в целом по России** (Медиазона).

При **отношениях взаимозависимости** верbalная и визуальная части не дополняют, а усиливают друг друга (например, в дата-трекерах The Washington Post и РБК). Так, верbalная часть текста РБК оформлена в виде маркированного списка, каждый пункт которого является самостоятельным коротким сообщением и содержит гиперссылки на соответствующие новостные тексты РБК. В верbalной и визуальной частях дата-трекера смысл дублируется на метафорическом уровне. Это выражается в использовании слов *wave*, *wave*, *всплеск* (заболеваемости) и выборе линейного графика как типа дата-визуализации для отображения изменений заболеваемости / смертности. В совокупности с верbalным текстом линии графика становятся онтологической метафорой [Лакоф, Джонсон 2004].

Заключение

Выявлено, что, несмотря на фактологическую основу информационной модели дата-трекера, он оказывает эмоциональное воздействие на читателя.

¹³ Плато. Большой толковый словарь... URL: [https://gramota.ru/poisk?query=плато&mode=slovari&dicts\[\]](https://gramota.ru/poisk?query=плато&mode=slovari&dicts[]) (дата обращения: 01.03.2025).

¹⁴ Devastate. Merriam-Webster: America's most trusted dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/devastate> (accessed 1 Mar 2025).

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Devastating. Merriam-Webster... URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/devastating> (accessed 1 Mar 2025).

Суггестия проявляется с помощью использования в заголовке лексических единиц, несущих негативную эмоциональную окраску; типографики заголовка (выделенные цветом или имеющие больший размер, чем основной текст, числа, которые несут информацию о количестве погибших или заболевших); выделения цветом элементов дата-визуализации; графических метафор дата-визуализации; интерактивности дата-визуализации, благодаря чему читатель становится соучастником текста; вербальных метафор и оценочных слов.

В основе дата-трекера лежит *продолженное сообщение* – регулярно обновляющееся и безоценочное, т.к. его развитие непредсказуемо, и время окончания неизвестно для самих авторов. Таким образом, эмоциональное воздействие, которое оказывает дата-трекер, меняется в зависимости от того, как изменяются данные, на основании которых создается сообщение.

Специфика продолженного сообщения влияет на семиотическую структуру дата-трекера: авторы не могут сформулировать однозначный информационный посыл, который хотят донести до читателя,

поскольку сообщение не имеет окончания во времени. Но с помощью перечисленных ранее способов авторы все же акцентируют внимание читателя на определенных показателях и переносят фактологическую информацию в аксиологическое поле, тем самым эмоционально воздействуя на читателя. Благодаря интерактивному взаимодействию элементов текста между собой, которым управляет читатель, дата-визуализация приобретает измерение во времени, выходя за пределы простого графического сообщения.

Перспективы исследования заключаются в дальнейшем изучении дата-текстов с помощью семиотического анализа и выявлении способов моделирования информации в разных жанрах и форматах.

Конфликт интересов: Автор заявил об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

Conflict of interests: The author declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

Литература / References

- Бондарчик В. В. Журналистика данных в период пандемии COVID-19. *Журналістика – 2021: стан, проблеми і перспективи*: 23 Міжнарод. навук.-практ. канф. (Мінск, 11 листопада 2021 р.) Мін.: БДУ, 2021. С. 13–16. [Bondarchik V. V. Data journalism during the COVID-19 pandemic. *Journalism – 2021: State, problems, and perspectives*: Proc. Intern. Sci.-Prac. Conf., Minsk, 11 Nov 2021. Minsk: BSU, 2021, 13–16. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/IrIreg>
- Ван Ф. Стратегии визуальной риторики в сфере журналистики данных (на примере инфографики «РИА Новости» о COVID-19). *Научные исследования и разработки. Современная коммуникационистика*. 2023. Т. 12. № 3. С. 81–88. [Wang F. Visual rhetorical strategies in data journalism (on the example of infographic "RIA News" about COVID-19). *Scientific Research and Development. Modern Communication Studies*, 2023, 12(3): 81–88. (In Russ.)] <https://doi.org/10.12737/2587-9103-2023-12-3-81-88>
- Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. М.: УРСС, 2004. 256 с. [Lakoff G., Johnson M. *Metaphors we live by*. Moscow: URSS, 2004, 256. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/qraadx>
- Неренц Д. В. Роль «журналистики данных» во время кризиса (на примере дата-проектов о COVID-19). *Региональная журналистика в новой коммуникационной среде: уроки пандемии COVID-19*: Всерос. науч.-практ. конф. с Междунар. уч. (Екатеринбург, 19–20 апреля 2021 г.) Екатеринбург: УрФУ, 2021. С. 81–84. [Nerents D. V. The role of data journalism during a crisis (on the example of data projects about COVID-19). *Regional journalism in the new communication environment: Lessons from the COVID-19 pandemic*: All-Russian Sci.-Prac. Conf. with Intern. Participation, Ekaterinburg, 19–20 Apr 2021. Ekaterinburg: UrFU, 2021, 81–84. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/uhcicu>
- Сенинг М. А. Пандемия COVID-19 в российской data-журналистике. *Вопросы журналистики*. 2023. № 14. С. 89–112. [Sening M. A. The COVID-19 pandemic in Russian data journalism. *Russian Journal of Media Studies*, 2023, (14): 89–112. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/zivssn>
- Чернявская В. Е. Текст в медиальном пространстве. М.: УРСС, 2013. 232 с. [Chernyavskaya V. E. *Text in the medial space*. Moscow: URSS, 2013, 232. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/rwlpqd>
- Bertin J. *Semiology of graphics*. Redlands: Esri Press, 1983, 439.

- Bisiani S., Abellan A., Arias Robles F., García-Avilés J. A. The data journalism workforce: Demographics, skills, work practices, and challenges in the aftermath of the COVID-19 pandemic. *Journalism Practice*, 2025, 19(3): 502–522. <https://doi.org/10.1080/17512786.2023.2191866>
- Cairo A. *The functional art: An introduction to information graphics and visualization*. Berkeley: New Riders, 2012, 384.
- Cyrek B., Peltonen J. A comprehensive review of recent advances in research on COVID in communication studies. *Discover Public Health*, 2024, 21(1). <https://doi.org/10.1186/s12982-024-00154-5>
- Desai A., Nouvellet P., Bhatia S., Cori A., Lassman B. Data journalism and the COVID-19 pandemic: Opportunities and challenges. *The Lancet Digital Health*, 2021, 3(10). [https://doi.org/10.1016/S2589-7500\(21\)00178-3](https://doi.org/10.1016/S2589-7500(21)00178-3)
- Elliot A. J., Maier M. A. Color psychology: Effects of perceiving color on psychological functioning in humans. *Annual Review of Psychology*, 2014, 65: 95–120. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010213-115035>
- Fang H., Xin Sh., Pang H., Xu F., Gui Yu., Sun Ya., Yang N. Evaluating the effectiveness and efficiency of risk communication for maps depicting the hazard of COVID-19. *Transactions in GIS*, 2022, 26(3): 1158 1181. <https://doi.org/10.1111/tgis.12814>
- Halpern D., Lin Q., Wang R., Yang S., Goldstein S., Kolak M. Dimensions of uncertainty: A spatiotemporal review of five COVID-19 datasets. *Cartography and Geographic Information Science*, 2021, 51(2): 20– 221. <https://doi.org/10.1080/15230406.2021.1975311>
- Hennecke A. Multimodale Texte und ihre Bedeutung für die Übersetzungspraxis. *trans-kom*, 2015, 8(1): 202–232.
- Iliinsky N., Steele J. *Designing data visualizations*. Sebastopol: O'Reilly Media, 2011, 110.
- Witzenberger B., Pfeffer J. Unleashing data journalism's potential: COVID-19 as catalyst for newsroom transformation. *arXiv*, 2024. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2401.14816> Kennedy H., Hill R. L. The feeling of numbers: Emotions in everyday engagements with data and their visualization. *Sociology*, 2018, 52(4): 830–848. <https://doi.org/10.1177/0038038516674675>
- Pentzold C., Fechner D. J., Zuber C. "Flatten the curve": Data-driven projections and the journalistic brokering of knowledge during the COVID-19 crisis, digital journalism. *Digital Journalism*, 2021, 9(9): 1367–1390. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1950018>