

Американська журналістська картографія

У США дослідження карт новин як самостійного жанру почалося в 1957 р., коли була опублікована стаття Уолтера Рістоу (Walter Ristow) про карти, які друкувалися в газетах і щотижневих журналах новин під час другої світової війни й у повоєнний період. Був виданий посібник із журналістської картографії (Monmonier M. *Maps with the news: The development of American journalistic cartography*. – Chicago (Ill.): Univ. of Chicago Press, 1989. – xii, 331 p.), який містить детально викладені узагальнені положення про становлення журналістської картографії як самостійного картографічного жанру, про агентства новин і синдикати графічних робіт, про використання карт у друкованих й електронних засобах масової інформації. Посібник ґрунтується на журналістських матеріалах не тільки США, а й ряду інших країн і містить дуже багато систематизованого ілюстративного матеріалу.

Кarti новин супроводжують і підтримують слова – друковані слова газети, журналу, книги й усні слова телевізійних передач. Слова подають інформацію лінійно, в одному вимірі, а карти – наочно, у двох вимірах. Здається, що читачі й глядачі краще сприймають слова, ніж карти, і що в журналістиці для повідомлення фактів і думок, які не є просторовими, використовується набагато більше стислих повідомлень, ніж карт. Коли читач або глядач уявляє карту схематично, тоді вона є ефективним засобом зазначення місця та опису географічних зв'язків.

Хоча карти новин становлять малу частку бізнесу новин, журналістика є однією з кількох галузей, що забезпечують громадськість географічною інформацією. Іншими великими постачальниками такої інформації є урядова й комерційна картографія, переписи й статистичні огляди, навчальні системи та галузь подорожей. Від них журналістика відрізняється великим числом продукції й тим, що в центрі її уваги перебувають останні події, часто швидкоплинні. Картографічна галузь системніша з погляду подання інформації, для неї характерним є топографічний опис, але її продукти часто не повні або застарілі. Переписи й огляди за своїм характером періодичні, й у них основна увага зосереджена на вузьких демографічних й економічних явищах. Географічну освіту отримують здебільшого в дитячому і юнацько-

му віці; вона може бути дуже концентрованою й зумовлювати корисні результати, але часто її вадю є те, що вона є нудним додатком до соціальних досліджень. Мандрівки можуть викликати чудові враження, але мандрівки суто індивідуальні й не системні, до того ж значне охоплення іноземних територій доступне лише вишуканій і заможній еліті. Звідси випливає, що більшість дорослих опосередковано отримують географічну інформацію, підібрану й оформлену журналістами. Карти можуть бути важливою частиною оформлення й подання новин.

У журналістиці карти використовуються в кількох цілях. Деякі карти є в основному інформативними, інші – декоративними, багато карт є водночас інформативними й декоративними. Більшість звичайних карт новин є простими картами, на яких показано одну ділянку й певні навколишні об'єкти, які необхідні для орієнтування читача. Великомасштабні карти часто відтворюють детальний схематичний вигляд, наприклад, відповідної вулиці для точного зазначення місця політичної акції, нещасного випадку, злочину тощо. Іноді для показу подробиць на карті великого регіону використовують додаткову, малу карту-вставку. Часто для зображення незнайомих іноземних територій використовують дрібномасштабні карти.

Складніші в картографічному й багатші в географічному відношенні карти новин можуть містити зображення маршрутів, певних територій або точкових явищ.

Газети й телевізійні станції можуть використовувати карти, наприклад, для узагальнення результатів виборів або для показу поширення кислотних дощів чи радіоактивного забруднення.

Іноді карти новин мають вирішальне значення для пояснення динаміки битви, бомбардування, геополітичної стратегії чи загрози доквітлю. Одні тільки слова порівняно з картами більш незграбні й менш драматичні, коли потрібно описати просторові взаємовідносини.

Деякі карти є звичними складниками газети: карти дорожніх робіт, які інформують читачів про тимчасові транспортні незручності; карти з позначеннями місць рибної ловлі; карти парків і зон відпочинку; карти, що використовуються разом із рекламними оголошеннями для показу

місцезнаходження відповідних підприємств чи закладів.

Часом газети групують оголошення стосовно придбання-продажу нерухомості за районами чи зонами й пов'язують такі оголошення з відповідними картами, оскільки для читача, який цікавиться певним регіоном, двовимірна карта набагато зручніша для пошуку, ніж одновимірна таблиця, складена, наприклад, за алфавітом.

Найзвичнішими картами, які використовуються в газетах і на телебаченні, є метеорологічні карти. Телевізійні метеорологічні карти кольорові, численні, динамічні та захоплюючі.

Карти дуже корисні в рубриках, присвячених подорожам, оскільки вони не тільки відображають відстані й розташування об'єктів, а й дозволяють читачеві краще уявити, скажімо, прогулянку по історичному району, серед доісторичних об'єктів. Такі карти мають і багато спільного з картами, що є невід'ємними частинами туристичних довідників.

Карти додають інтерес і збалансованість до оформлення сторінки, особливо недільної сторінки, присвяченої подорожам. Дизайнери сторінок уважають карти корисним додатком до фотографій і прийнятними їхніми заміниками.

Іноді карта чи картоподібний твір виконують суто декоративну функцію. Так, стара карта, роза компаса чи орнаментальний завиток – картуш – додають „присмак“ античності ілюстраціям, які стосуються захованих скарбів або ранніх поселень.

За дизайном і змістом карти, що використовуються в засобах масової інформації, є самостійним картографічним жанром. Вони, на відміну від більшості карт, є порівняно малим складником більшої за обсягом публікації, тобто газетного тексту або журнальних фотографій. У зв'язку з тим, що аудиторія карт новин велика – більша, напевно, ніж аудиторія будь-якого іншого картографічного жанру, – вони зазвичай прості за змістом і символікою, тому їх можна зрозуміти, не маючи спеціальної підготовки. На жаль, редакції часто наймають художників, які не ознайомлені з картографічними принципами, а тому вони іноді складають карти новин, не враховуючи вимог картографічних проєкцій або картографічних угод. Карты новин часто готуються в дуже стислі терміни, тому іноді їхня якість не висока. У США телеграфні агентства й синдикати графічних робіт готують багато карт і передають їх в електронній формі газетам-клієнтам, редактори яких, маючи велику кількість карт, фотографій, статей, повинні вибрати кілька таких карт і використати

їх разом із відповідними повідомленнями. Публікація карти новин відображає не тільки віру в цінність повідомлення, яке вона ілюструє, а часом і відсутність необхідної фотографії.

Друковані карти новин значно відрізняються від карт, які використовуються на телебаченні й в Інтернеті. У газетах і щотижневих журналах новин основною одиницею планування є сторінка, яка потребує збалансованого викладу і яка зумовлює структуру сітки, що зазвичай складається з чотирьох – шести шпальт. Карта новин може ілюструвати конкретне повідомлення, але водночас вона є складником сторінки, і тому розмір такої карти залежить від характеру всього матеріалу, викладеного на сторінці.

Карты новин, які використовуються на телебаченні й в Інтернеті, відбивають особливості цих засобів масової інформації. Усі глядачі телевізійних передач і користувачі Інтернету отримують одні й ті самі запрограмовані послідовності зображень. У зв'язку з тим, що на телевізійному екрані карту новин показують менше хвилини, така карта повинна бути простішою порівняно з друкованою. Розмір екрана, його вигляд і спроможність відтворювати подробиці оригіналу обмежують форму карти новин, можливості викладу на ній окремих елементів і використання написів. Як і всі телевізійні графічні жанри, карти новин кольорові, але багато глядачів бачать їх як чорно-білі або через свою фізичну нездатність розрізнити кольори, або через брак кольорових телевізорів (що, звичайно, трапляється дуже рідко). Погано налагоджені телевізори й різні джерела електронних перешкод утруднюють сприйняття карт новин. За своїми розмірами карти новин утворюють цілий спектр, від малих іконографічних творів, які використовуються в заголовках новин, до великих настінних метеорологічних карт, насичених значним обсягом інформації, а також карт, які прикрашають інтер'єр студій новин.

Комп'ютерна техніка й програмне забезпечення дають змогу „оживляти“ телевізійні карти новин, наприклад, картографічні символи можуть змінювати колір, блимати, рухатися тощо. Сучасні відеотехнології й телекомунікаційні засоби забезпечують поєднання високодинамічного картографічного програмного забезпечення з великими за обсягом базами географічних даних.

Карты новин як окремих картографічний жанр відбивають цілі й цінності, яких дотримуються журналістські організації. Вони своєчасні, зосереджують увагу читача або глядача на вузькому ас-

пекті повідомлення та відображають дуже вибіркові погляди на події, які редактори вважають вартими уваги. Оскільки журналісти часто намагаються повідомити сенсацію, карти новин більше, ніж інші картографічні твори, стосуються злочинів, воєнних дій, нещасних випадків та природних катастроф.

Такі карти унікальні за своєю величезною аудиторією. У США, наприклад, більше половини дорослих регулярно дивляться вечірні телевізійні програми новин і понад 60% є постійними читачами газет. Крім того, велика розмаїтість і кількість карт новин, а також їх своєчасне подання читачеві або глядачеві свідчать про необхідність розробки теорії журналістської картографії (*journalistic cartography*), а значить, і теорії редагування в цій сфері.

Журналістська картографія варта уваги дослідників із кількох причин: по-перше, з погляду гуманітарних досліджень вона цікава тим, що відображає технічні зміни як у галузі оприлюднення карт, так і в журналістиці в цілому; по-друге, з погляду паралінгвістичних досліджень журналістська картографія є багатим джерелом інформації про іконографію друкованих засобів масової інформації та про необхідність розробки такої двовимірної мови графіки, яка має допов-

нювати одновимірну мову тексту; по-третє, з погляду соціальних досліджень журналістська картографія має велике значення як джерело всебічної географічної інформації для більшості споживачів, а значить, як і важливий засіб впливу на сприйняття іноземних і вітчизняних, у тому числі місцевих, проблем.

Вплив технічних змін на вигляд карт і на їхній зміст є важливим предметом дослідження історії картографії, у тому числі й журналістської.

Кarti новин також відображають величезні інституційні, або організаційні, зміни в оприлюдненні новин.

Оскільки карти новин „підпорядковані” тим газетам, журналам новин і телевізійним програмам новин, а також матеріалам Інтернету, в яких вони використовуються, усвідомити їхній розвиток і значення не можна без глибокого розуміння сутності відповідних засобів масової інформації.

Викладений матеріал дозволяє зробити висновок, що американська теорія журналістської картографії має велике значення для української журналістики, оскільки запозичення й адаптація відповідного досвіду США можуть сприяти швидкій розробці в Україні аналогічної теорії та підвищенню ефективності українських мас-медіа.