

新媒体时代下信息可视化的设计研究

周敏琪 孔令辉

西安培华学院, 中国·陕西 西安 710000

【摘要】互联网时代下的短视频传播,从2017年开始到当前正处于风头正劲。主流融媒体短视频作品与用户的碎片化时间相契合,传播内容也丰富几乎不受限制,这也就是短视频传播时代到来的关键。现今随着互联网技术的不断前进和革新,新媒体环境下的新技术不仅改变着人们的生活方式,阅读和思维方式也受到了极大影响。因而,怎样在大数据到来之时快速的转变思维方式、如何制作符合时代要求并且新颖的信息可视化作品将是一大挑战。

【关键词】信息可视化;新媒体技术;短视频

1 什么是可视化

“数据”在我们的潜意识里是一种比较枯燥死板的信息印象,那么数据可视化又是什么呢?从字面意思来看,很多人会说就是将数据以图表的形式呈现出来,这样讲是片面的。数据可视化是以数据为视角,以图表或者图像的形式为依托来看世界,简言之,数据是我们用来探索世界,描述世界的工具之一。

起源于1960年计算机图形学的数据可视化,是人们在使用计算机创建图形图表时,把数据的各种变量和属性呈现出来。但是如今是信息数据大爆炸时代,以往旧的数据计算方法已经满足不了人们对信息的追求了,需要更加高级的方法来给人们创建更加复杂,展现效果更加丰富的实时动态数字模型。因此对于数据可视化有学者给出以下定义:“数据可视化技术的基本思想是将数据库中每一个数据项作为单个图元元素表示,大量的数据集构成数据图像,同时将数据的各个属性值以多维数据的形式表示,可以通过对不同纬度数据的观察,进而对各种数据有更加深入的分析 and 理解”。我们现在所处的大数据时代,数据可视化被当做一种应用技术,与数据的挖掘和分析密切相连。

数据可视化系统目前被大规模用于城市智慧系统,如,智慧城管、智慧医疗、智慧园区、智慧灌溉、智慧警务等,近两年开始流行,对这些特定行业也起到极其重要的作用,也是数据可视化应用的趋势与前景。

可视化的作用主要可以从两个方面来分析。第一是展示需求,也就是数据可视化会将我们已经知道的数据或者是分析所得的结果,通过图标或者图像的形式展现给大众,这种技术大多用于公告平台或者是研究报告场合,展现于大屏幕之上。这种方式也迎合了受众的喜爱;第二是数据的分析需求。一些很好的可视化展现方式可以将数据转化的非常有趣,让读者对此感兴趣。同时这种直观的表现方式也为受众提供了高效的信息决策方法。

2 数据可视化的发展现状

2.1 国外数据可视化的发展

在数据可视化新闻发展上,国外数据新闻可视化对比国内数据新闻可视化要早,借助数据可视化技术,已有国内外众多优秀报刊杂志将视觉化传播和图像化传播手段作为新闻创新、提升自身影响力的重要方式。如卫报、芝加哥论坛报、BBC、ABC等。但我国也有后发制人的优势,随着超级计算机的发展和搜索引擎技术的进步,政府信息公开化,众包模式的兴起,人们获取和解读数据的可能性大大提高,基于数据挖掘、理解数据基础上的数

据新闻可视化,成为新闻叙事手段一个新的发展方向 and 突破。

2.2 国内数据可视化的发展现状

我国媒体利用数据可视化进行新闻报道的整体水准处于上升阶段。在传统媒体时代,我们借助于常用表格、柱状图、饼状图等形式来编辑美化版面,通过数字和文字介绍、画外音的形式宣扬某一领域的发展历程。这种陈旧的报道方式充满了封闭性,语言僵化,宏观理论流于表面,难以让受众直观理解和思考数字的具体意义,揭示事件发展的方向和趋势。

现如今,国内的腾讯的“数据控”、网易的“数读”、新浪的“图解新闻”,还有人民日报的“中央大厨房”都显示了我国数据可视化相比过去有所发展。以前新媒体信息或产品的表现方式主要以图片为主,就是将具体的文字信息转化为抽象的图像符号,用视觉表达方式来向人们灌输文字信息。目前随着互联网技术的飞跃前进,图像符号已经是最最简单的向用户传达信息的表现方式了,越来越多的新媒体开始借助大数据背后的各种价值来发展与创作。

3 数据内容可视化的优势

融媒体时代的到来萌生了新的媒介形态,比如现在常见的微信公众号、抖音短视频 app 等。在种种机遇下,产品可视化在新媒体时代的变革中改变了媒介事物中所有的表达方式。本次实践中,我们运用新媒体技术将漫画以短视频的方式呈现给用户,产品内容从图片的形式转化为生动的动画形式,突破了本身的表达方式,顺应了充满压力的社会生活节奏,让读者在碎片化时间上达到放松的目的,同时也具有感情色彩从而深入人心。

我们也可以拿抖音来看,从2017年底起到现在大火,前两日有研究称“短视频”成为现在年轻人时间的一大杀手。其实不只是年轻人,我们平时出行不论是地铁上还是公交上的行人,几乎人人抱着手机,大部分人都刷着小视频,这也是现在短视频发展快速的原因之一,能够让体验者在短时间内不需要费脑就能获得自己想要的內容。

作为一名合格的新媒体人,我们在产出的过程中一定要将用户的体验感放在第一位,要重视用户的碎片化时间,提高用户的在线时间,在这里以往的文字或者图像的表现方式在吸引力上就很小了,这就体现出了“可视化”的优势。因为我们的大脑在接收纯文字的时候,是需要耗费一定脑力来分析和成像,但用户看到了可视化产品时,就会省略大脑的部分处理工作,从而用户才会有精力和兴趣阅读更多的內容。

4 新媒体传播中数据可视化的研究与应用

以抖音APP为案例,作为实时信息的新媒体短视频分享平台,在突发事件、群体事件等时效性信息传播上,抖音更是超越了传统新媒体成为信息传播的流量渠道,产生了巨大影响。但是,与其他各种新媒体社交平台不同的是,抖音短视频的碎片化、强互动的传播方式以及病毒式的扩散速度,使得可视化内容传播与传统文字数据传播方式差异甚大,正如抖音平台的slogan“抖音记录美好生活”,抖音涵盖了颜值、美食、美妆、服饰、宠物、明星、探店等近60种垂直细分内容领域,可谓贯穿生活的方方面面,这为大数据可视化的推广和应用提供了近乎全面的植入场景空间。

同时,抖音的短视频内容适应性极广,各行各业都能通过短视频的方式呈现内容,其内容承载量也大,15秒的短视频内容,将信息内容碎片化,减少了大篇幅的文字叙述信息的复杂性。

数据可视化与新闻传播的融合发展在短视频平台上的发展尤为明显。大数据时代意味着一切皆可被数据化,新闻媒体肩负着监测环境、传播信息、对周围世界变化。作为新闻传播者可以通过数据可视化检测新闻信息传播的方向、受众、领域等重要传播数据,作为受众也可以通过数据可视化比如点赞量、评论量、排名等去选择信息。这样的大数据可视化既给了创作人方向,也给了受众垂直的信息领域,不得不说的数据可视化更是开启了一种将传统的新闻嗅觉、讲述引人入胜的故事的能力和海量的数据信息结合在一起的可能性。新媒体产品生产流水线化,影视制作人员负责视觉包装,记者搭建新闻讲述框架,大大提高了新闻产品的生产效率,并且提高了信息的传播效果。

数据可视化等应用技术在加快推进传统媒体和新兴媒体融合发展方面也功不可没,传统媒体的新闻作品由文字、图标和图片等形式构成,而可视化后的数据新闻表现形式更加丰富,将视觉的冲击力放在了第一位。由此,就要求新媒体新闻记者不但要求具有良好的文字表达功底还要具备图像设计能力、信息编辑的能力,甚至是要会使用数字模型搭建等技能,后期制作,Adobe photoshop、Adobe After Effects、3D Max等软件应用。这些软件功能的运用可以使单调的文字和数字变成具象且生动的可视化内容。或将数据置于三维空间,亦或者用生动的图

形、图像来呈现出事实、道理和故事。

5 新媒体信息可视化发展的思索与展望

互联网的快速发展给信息的可视化传播带来了极大的便利,但是我们也要清楚的一点是,互联网是一把双刃剑,为我们带来信息交流便利的同时也会存在一定的弊端。新媒体信息可视化的弊端之一是缺乏创新性。新媒体技术的发展为信息可视化的社会实践提供坚实的基础,但是在互联网背景下的资源共享时代,人们在做新媒体内容会出现模仿借鉴甚至抄袭现象,这都是屡见不鲜的,使得很多作品缺乏内容和价值。因此,我们一定要利用好互联网资源,用心创作,设计出新颖有内涵的作品。

新媒体信息可视化未来的发展前景无疑是可观的,一是因为互联网只会发展的越来越好,在这种大背景下推动其向前走,但要想发展的好就一定要融入用户的情感体验,将其做为第一设计要素,如果忽略了这一点进行创作,则失去了创作的意义。二是信息传播人文性逐渐被关注。早期新媒体的发展就已经能够满足人们对基本信息的需求,现在打开各类型的短视频APP我们不难发现情感类的作品受关注很高,人们很容易就能产生情感共鸣,这也就是为什么一定要基于用户的情感体验,大众的焦点已经逐渐转移到心理层面和精神层面上了。那么在数据内容可视化发展的必然趋势下,学习新媒体传播的传媒从业者就要树立以数据内容可视化为目标,加强以用户体验感为设计理念的信息可视化设计,紧跟新媒体内容信息可视化趋势,将新媒体新技术深耕于行业进步与发展。

参考文献:

- [1]熊婧雯,苏箐.新媒体信息可视化应用设计与研究[J].戏剧之家,2019(26).
- [2]田鑫.探究新媒体环境下的信息可视化设计[J].信息记录材料,2019,020(011):118-119.
- [3]邢璐.新媒体时代下动态图形的信息传达优势研究[D].呼和浩特:内蒙古师范大学,2016.
- [4]杨彦波,刘滨,祁明月.信息可视化研究综述[J].河北科技大学学报,2014(01).
- [5]林汝佳.信息可视化的沟通——视觉传达设计让数据发声[D].沈阳:鲁迅美术学院,2015.