

Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania z siedzibą w Rzeszowie
Kolegium Mediów i Komunikacji Społecznej

Streszczenie rozprawy doktorskiej

Infografika w tabloidach i prasie opiniotwórczej na przykładzie

„Gazety Wyborczej” i „Faktu”

Gabriela Piechnik-Czyż

Promotor
dr hab. Sławomir Gawroński, prof. WSIiZ

Rzeszów 2023

Streszczenie

Infografiki zyskują na popularności jako modny i angażujący odbiorcę sposób wizualizacji złożonych treści. Zapotrzebowanie na przekazy wizualne oraz potrzeba bardziej wydajnej i skutecznej komunikacji wciąż rosną. Postanowiono zatem usystematyzować wiedzę na temat infografik i zbadać czy ich potencjał wykorzystywany jest w polskiej prasie codziennej. Do badań zostały wybrane infografiki z dwóch tytułów prasowych, które w różnym stopniu wymagają odpowiednich kompetencji odbiorczych od czytelnika: „Gazeta Wyborcza” oraz „Fakt Gazeta Codzienna”.

Głównym celem dysertacji było zweryfikowanie twierdzenia, które mówi o tym, że infografika jako gatunek dziennikarski w polskiej prasie codziennej rozwinął się w XXI wieku pod wieloma aspektami. W badaniach brano pod uwagę liczbę publikacji w danym roku, wielkość oraz stopień skomplikowania infografiki, zastosowanie do coraz większej ilości tematów oraz zróżnicowanie pod względem wybieranych rodzajów. Hipotezą uzupełniającą było twierdzenie, że infografika w tabloidzie występuje częściej niż w prasie opiniotwórczej oraz wykorzystuje więcej ilustracji oraz zdjęć. Kolejnym celem rozprawy była ocena stanu infografiki w polskiej prasie opiniotwórczej na przykładzie „Gazety Wyborczej” oraz tabloidzie na przykładzie „Fakt Gazety Codziennej”. Za cel obrano także uzupełnienie i wzbogacenie polskich badań nad zagadnieniem rozwoju infografik. By lepiej móc dostrzec ewentualnie zachodzące zmiany wybrano odstępy czasowe co 5 lat i zebrano materiał do badań z lat 2005, 2010, 2015 oraz 2020. Do analiz wykorzystano metody badań ilościowych (analiz zawartości z użyciem klucza kategoryzacyjnego) oraz jakościowych (case study oraz wywiady pogłębione). Dokonano także przeglądu literatury.

Rozdział pierwszy traktuje o komunikowaniu i informacji w społeczeństwie informacyjnym, a także komunikacji wizualnej. Zostały opisane biologiczne uwarunkowania człowieka do przetwarzania komunikatów wizualnych, a także zwrócono uwagę na wybrane badania dotyczące infografik. Zawarte w tym rozdziale informacje miały na celu zwrócenie uwagi na cechy współczesnego społeczeństwa oraz na to, jakie oczekiwania mogą mieć odbiorcy i jakie sposoby mogą być wykorzystane, by nadawane treści były efektywne. Wiedza ta posłużyła do uzmysłowienia, dlaczego infografika jako narzędzie do przekazywania informacji w formie obrazu może mieć kluczowe znaczenie w komunikacji.

W rozdziale drugim m.in. dokonano opisu definicji infografik, ich cech charakterystycznych oraz funkcji i zasad budowy. Na podstawie wielu dotychczasowych podziałów i własnych doświadczeń, podjęto się m.in. stworzenia nowej klasyfikacji rodzajów

infografiki ze względu na charakterystyczny element budowy. Przedstawiono również przegląd literatury z zakresu wykorzystania i metod badania grafik informacyjnych w różnych dziedzinach. Na podstawie własnych obserwacji i doświadczeń, a także wywiadów pogłębionych wskazane są funkcje, dobre praktyki w projektowaniu infografik, a także ich budowa. Dokonano również próby zarysowania przyszłości infografiki, kierunku zmian tego gatunku. Rozdział ten jest podłożem do dalszych rozważań i badań.

Rozdział trzeci przedstawia opis metodologii. Opisano przedmiotowy obszar badań, szczegółowo zaprezentowano wybrane tytuły prasowe, a także zostały opisane użyte metody badawcze wraz z użytymi narzędziami. Przedstawione zostały zalety i wady poszczególnych metod oraz uzasadniono ich wybór. Zwrócono także uwagę na pewne ograniczenia i trudności badawcze.

Rozdział czwarty to przedstawienie wyników badań. Z wykorzystaniem wizualizacji danych ukazano wyniki analiz ilościowych wraz z ich opisem, a w drugiej części dokonano analizy wybranych przypadków. Udzielone zostały odpowiedzi na postawione ogólne i szczegółowe pytania badawcze. W analizach zauważono różnice pomiędzy infografikami w prasie opiniotwórczej a tabloidem, a w studium przypadków uwypukliły się także schematy dotyczące budowy grafik informacyjnych w danym tytule prasowym. Końcowa analiza tematu w kontekście przyjętych celów badawczych i hipotez została przedstawiona w zakończeniu.