

Anna Maj

Uniwersytet Śląski w Katowicach

Przestrzeń danych: między projektowaniem informacji a manipulacją. Analiza specyfiki przekazów infograficznych na przykładzie portalu Visualizing Palestine

Teoria *information design* – poszukiwania ideału

Wizualizacja informacji jest dziś bardzo prężnie rozwijającą się dyscypliną poszukiwaną na pograniczu badań, designu i dziennikarstwa. Jako twórcy i odbiorcy komunikatów stajemy często wobec nadmiaru bodźców percepcyjnych, danych i informacji oraz jednocześnie wobec niedomiaru czasu do analizy czy możliwości poświęcenia uwagi danej sprawie. Rodzi to niewątpliwie frustrację, próbujemy bowiem sprostać nowym warunkom komunikacyjnym.

Interesującym kontekstem teoretycznym dla moich rozważań pozostają prace medioznawcze i socjologiczne, na czele z dziełem Manuela Castellsa i projektami-publikacjami Lva Manovicha. Manovich współczesną popularność nowych mediów i wizualizacji danych widzi w szerszym kontekście jako przemianę kultury postmodernistycznej w infoestetyczną, rozumianą jako proces konstruktywnej zamiany informacji w formę. Koncepcja Manovicha odwołuje się do wcześniejszych prac Castellsa, który opisuje przejście od modernizmu do informacjonalizmu (co Manovich interpretuje w kategoriach estetycznych i medioznawczych jako przejście od formy do informacji) (Manovich 2001; Manovich 2008; Stasieńko 2011: 65–79). Warto zastanowić się, czy współczesne zainteresowanie wizualizacją informacji pomoże w skutecznym zarządzaniu nadmiarem danych (wobec zjawiska smogu informacyjnego, tzw. *data smog*).

W tej sytuacji komunikacyjnej niezwykle znaczącą kulturowo praktyką jest podejście do danych (zwłaszcza dużych ich zbiorów – *big data*) stosowane przez projektantów informacji wizualnej – wykorzystanie narzędzi infografii oraz wizualizacji *real time*. Wymienione metody obrazowania mogą służyć nie tylko graficznemu przedstawieniu określonych procesów czy zjawisk, ale też nadać nowe lub wyakcentować pewne zestawy znaczeń danych wejściowych. Ich forma wyjściowa – ustrukturyzowana statyczna lub dynamiczna kompozycja wizualna, cechująca się komunikatywnością i zrozumiałością dla szerszego grona odbiorców niż zbiory surowych danych (*RAW data*) – potwierdza, że dane mają charakter polityczny (Frid-Jimenez, Dalton, 2013: 14–22) a ich zrozumienie jest dla społeczeństwa sprawą niezwyklej wagi. Dzięki uporządkowaniu informacji i atrakcyjnej wizualnej formie infografika proponuje bowiem lub wręcz narzuca określoną interpretację danych.

Podobnie dzieje się z wizualizacjami dynamicznymi, które wykorzystują dane pobierane z otoczenia w czasie rzeczywistym; tu nie tylko samo uporządkowanie danych jest rodzajem interpretacyjnego filtra dla informacji, ale jest nim sam algorytm.

Dzięki takim osobom jak Edward Tufte czy Krzysztof Lenk wzrasta świadomość projektantów dotycząca wagi informacji i zasad *information design*. Obaj teoretycy i praktycy zarazem podają niezliczone przykłady dobrych projektów i analizują, czym jest wizualne opracowywanie danych, którego efektem ma być dobry projekt, czyli projekt komunikatywny, zrozumiały dla odbiorcy, ale też tłumaczący pewien aspekt rzeczywistości i nadający abstrakcyjnemu danym konkretny wymiar obrazu, który można zapamiętać i który porusza (Tufte 1990, 2001; Lenk 2010).

Jak podkreślałam niegdyś na marginesie rozważań nad współczesnymi procesami retencji i analizy danych (Maj 2014: 24–45), infografika, dotąd sytuowana wyłącznie w obrębie projektowania graficznego, czyli na pograniczu sztuki i wzornictwa użytkowego, zwłaszcza reklamy, dziś zmienia diametralnie swój status – stając się jedną z równoprawnych dziedzin dziennikarstwa – *data journalism* (dziennikarstwo danych)¹. Warto przypomnieć, że to właśnie projektowanie przemysłowe i reklamę Victor Papanek uznał niegdyś za najbardziej szkodliwe działania wobec ludzkości, zarówno w sensie komunikacyjnym, jak i dosłownym (ekologicznym, ekonomicznym i kulturowym) (Papanek 2012: 9). Jest to niewątpliwie specyficzne podejście, które ukazuje proces projektowania w kontekście ideologii konsumpcyjnej i działań perswazyjnych. Warto o nim pamiętać, analizując prace projektantów informacji.

Większość projektantów podchodzi jednak bardziej idealistycznie do znaczenia własnej pracy, akcentując wymiar informacyjny, edukacyjny, naukowy i artystyczny². Przykładem może być Edward Tufte, guru projektowania graficznego, statystyk i prekursor wizualizacji informacji statystycznych oraz wnikliwy historyk dyscypliny, która w jego ocenie ma przynajmniej pięćset lat (Tufte 1990: 14). Badacz, przytaczając i analizując w wielu publikacjach historyczne przykłady rozwiązań graficznych z różnych kontekstów (mapy, diagramy, ilustracje naukowe, wykresy statystyczne, dzieła artystyczne, rozkłady jazdy etc.), wskazuje, na czym polega przejście od widzenia do pokazywania. Przedstawia i grupuje strategie projektowe, pokazując, jak należy przenosić pracę intelektualną, polegającą na analizie znaczenia danych, na formę wizualną, umożliwiającą odbiorcy pracy zrozumienie danego zagadnienia. W istocie opisując te strategie, tworzy on pewien kanon dzieł wzorcowych, który określa zasady dobrego designu, rozumianego jako planowanie i ukazywanie informacji, dzięki tworzeniu z danych określonych narracji

¹ O związkach infografiki z dziennikarstwem i gramami informacyjnymi interesująco piszą Bogost, Ferrari, Schweizer 2012. *Gry informacyjne. Dziennikarstwo epoki cyfrowej*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, s. 39–68. Warto jednak dodać, że mimo swojej wagi infografika nie powinna być przeceniana. Bo Bergström pisze, że „grafika prasowa nigdy nie pełni funkcji samodzielnego środka przekazu”, zawsze współtworzy sensy wraz z tekstem i fotografią, którym towarzyszy (Bergström 2009: 228).

² Podobnie Jan Stasieńko (2011: 67) wskazuje, że wielu teoretyków *information design* widzi infoestetykę (choć niekoniecznie tak ją nazywa – przyp. AM) jako formę „szansy” kognitywnej dla człowieka.

(Tuftę 1990: 9; 2001: 179). Tuftę mówi też, że to, co objawia się jako chaos i zagubienie, nie wynika z natury danych, lecz z niedostatków designu³.

Podobnie twierdzi Dieter Rams, twórca swoistego dekalogu designerów, który postuluje (w odniesieniu do projektowania produktów, ale można przełożyć to także na projektowanie informacji): innowacyjność, użyteczność, estetyczność, komunikatywność (zrozumiałość), dyskretność, szczerowość, trwałość, dopracowanie, ekologizm i prostotę (Rams 2011, 2014)⁴. Podkreślenie ostatniej cechy – „im mniej dizajnu, tym lepiej” odpowiada także prawom prostoty (*laws of simplicity*) proponowanym przez Johna Maedę. Tam, gdzie prostocie (*simplicity*) musi towarzyszyć złożoność (*complexity*), Maeda używa słowa *simplexity* (zawierającego w sobie zarówno prostotę, jak i złożoność), by pokazać, że nie są to sprzeczne ideały, a rolą designera jest sprawienie, by to, co skomplikowane (np. w sensie technicznym), wydawało się proste i „przyjazne dla użytkownika” (*user-friendly*) w sensie obsługi, nawigacji w interfejsie i wrażenia sensorycznego (Maeda 2006: 83). Podobnie Tuftę pisze: „Elegancję grafiki często można odnaleźć w prostocie projektu i skomplikowaniu danych” (Tuftę 2001: 177). Krzysztof Lenk, wybitny projektant i prekursor *information design*, którego konstatacje zbliżone są do podejścia zarówno Ramsa, Maedy, jak i Tuftę’go, ujmuje następująco istotę dobrze zaprojektowanej informacji:

Klarowność i logika przedstawienia, łatwość zrozumienia detali w kontekście całości, harmonijne zgranie środków wizualnych, kiedy przestrzeń, kolor, kształt, kontrast, wielkość i krój tekstu wspierają się nawzajem, a żaden z elementów nie pretenduje do grania samodzielnej roli. Są to sprawy warsztatu wizualnego, bez którego nie ma skutecznej komunikacji. Innym, trudnym do użycia elementem jest wczesne rozpoznanie stanu świadomości potencjalnych odbiorców, do których kierujemy nasz komunikat. Psychologia percepcji od dawna mówi nam, że odbiorca jest w stanie pojąć i przyswoić sobie tylko te nadchodzące komunikaty, które znajdują zaczepienie w już istniejących strukturach jego świadomości. To trochę tak, jak z różnicą między ‘patrzeć’ a ‘widzieć’ (Lenk 2010: 105–106).

Nie chodzi zatem jedynie o efektowną formę czy wykorzystanie narzędzi programistycznych, ale o zbudowanie koherentnej i dobrze uwarunkowanej semiotycznie koncepcji, która będzie czytelna dla odbiorcy w danym kontekście kulturowym. Zadaniem designera jest zatem także zaprojektowanie procesu komunikacyjnego i pokonanie barier różnego typu.

Współczesny wzrost znaczenia infografiki wiąże się z powszechnym natłokiem informacji i wynikającą z niego nieustanną koniecznością selekcji danych. Infosfera jest przestrzenią skomplikowaną i wielowymiarową; wiele komunikatów równocześnie konkuruje o dostęp do świadomości użytkownika mediów, który

³ 23 Design, *Data Visualisation and Presentation Quotes from Edward Tufte*. In: *Oracle Eloqua*. [blog]. 17 October 2013. <http://blog.eloqua.com/23-design-data-visualization-and-presentation-quotes-from-edward-tufte/> [dostęp: 30.03.2014]. Cytaty pochodzą z warsztatów dla projektantów i specjalistów w zakresie marketingu, prowadzonych cyklicznie przez Edwarda Tuftę’go w całych Stanach Zjednoczonych.

⁴ Por. też opis wystawy w MOMA, poświęconej Ramsowi: *Less and More. The Design Ethos of Dieter Rams*, 2011. <https://www.sfmoma.org/press/release/sfmoma-presents-less-and-more-the-design-ethos-of/> [dostęp: 11.07.2017].

odbiera informacje w trybie multitaskingingu i rozproszonej uwagi, często w pośpiechu i w ruchu, nie posiadając odpowiednich kompetencji w zakresie analizy danych. Infografika jako wstępnie wyselekcjonowany i zinterpretowany zestaw danych, przedstawionych w formie czytelnej metafory obrazowej, staje się zatem wygodnym narzędziem rozumienia świata, jak i nowym językiem, który trzeba znać, by komunikować się skutecznie. Jest to szczególnie istotne w kontekście polityczności danych w paradygmacie *ubicomp*.

Case study: Visualizing Palestine: opór, polityka, perswazja

Przyjrzyjmy się zatem, jak zasady dobrego designu działają w praktyce. Do analizy wybrałam serwis Visualising Palestine z uwagi na jego globalny zasięg (funkcjonowanie w Sieci, jak i w obiegu pozasieciowym: festiwalowym, galeryjnym i medialnym), nowatorstwo procesu projektowego oraz specyfikę tematyczną, która ogniskuje radykalne opinie odbiorców, a jednocześnie sugeruje możliwość uwikłania designu w kontekst polityczny⁵. Na początek należy dokonać analizy procesu twórczego, który w tym wypadku jest charakterystyczny dla usieciowionej, wiki-nomicznej pracy infograficznej. Visualizing Palestine jest bowiem interesującym i miarodajnym przykładem projektowania informacji w dobie Web 2.0, działań sieciowych, partycypacyjnych i oddolnych. Związana z serwisem grupa designerów i aktywistów zaprojektowała proces projektowy jako składający się z trzech etapów – koncepcji, produkcji i recepcji⁶. Etap pierwszy polega na przejściu od danych do opowieści. Drugi na przejściu od opowieści do ekspresji wizualnej. Trzeci – od infografiki do nowej percepcji. Etap koncepcji polega na identyfikacji nowych kierunków i pomysłów, badaniu surowych danych i ocenie źródeł oraz zbudowaniu zajmującej opowieści. Etap produkcji składa się z tłumaczenia tej narracji na *brief*, designu (czyli translacji briefu na wizualizację) oraz weryfikacji jakości. Etap recepcji – to publikacja pracy online oraz pomiar jej wpływu i działania wirusowego⁷. Warto podkreślić, że dopiero ostatni element etapu recepcji (a zatem wirusowe rozchodzenie się przekazu w sieciach społecznościowych) świadczy o sukcesie projektu i realizuje jego potencjał zmiany społecznego postrzegania danego problemu.

⁵ Chciałabym tu jednocześnie zaznaczyć, że nie ma dla mnie znaczenia w tym kontekście racja polityczna którejkolwiek ze stron konfliktu, nie staram się opowiedzieć po żadnej ze stron, ani którejkolwiek deprecjonować; analizuję powyższy przypadek jako przykład jawnego użycia projektowania graficznego do celów politycznych, co skutkuje określonymi praktykami oraz aktami komunikacji, zarówno wśród projektantów, jak i ich odbiorców. Interesuje mnie przebieg procesu komunikacyjnego, jaki tu zachodzi, jest on bowiem typowy dla środowiska sieciowego oraz współczesnego funkcjonowania przekazów informacyjnych z zakresu *data journalism*.

⁶ Współgra to z teorią innowacji i rozpowszechnionymi w branży IT oraz designu UX koncepcjami powtarzalnego trój etapowego cyklu procesu projektowego: obserwacji, projektowania i badania wyników. Por. np. E. Ries 2011. Autor wspomnianej pracy w zakresie planowania procesu projektowego wyróżnia etapy: definiowania, uczenia się, eksperymentowania; a w zakresie działania projektowego: testowania, mierzenia, odwracania.

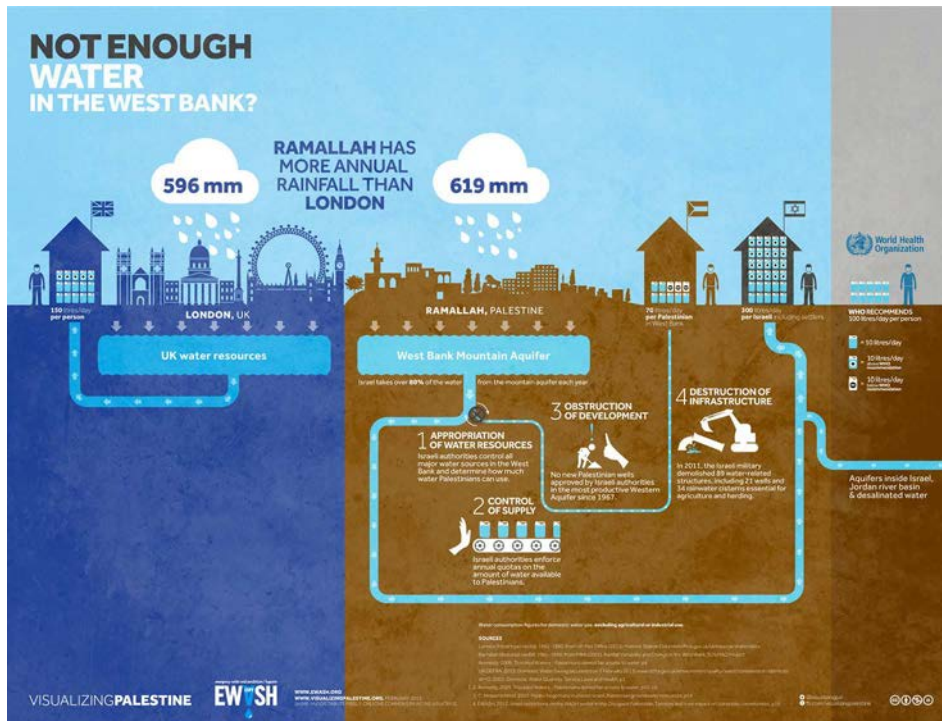
⁷ Visualizing Palestine. About. Infographic Design Process. <http://visualizingpalestine.org/about/infographic-design-process> [dostęp: 5.09.2013, 30.03.2014, 11.07.2017].

Serwis Visualizing Palestine w sposób charakterystyczny dla współczesnych designerów wykorzystuje siłę Sieci, współpracy wikinomicznej (współdziałania internautów w oparciu o zasady wikinonii, zdefiniowane przez Dona Tapscotta w kontekście Web 2.0) i społeczności wirtualnych oraz wirusowe oddziaływanie komunikatów prezentowanych w formie wizualnej. Doceniając moc oddziaływania *social media* w kreowaniu dyskursu publicznego, designerzy i aktywiści lobbujący na rzecz Palestyńczyków stworzyli otwartą sieć współpracy, której głos przedostał się do mediów mainstreamowych i zaczął wpływać na zmianę perspektywy postrzegania problemu współegzystencji palestyńsko-izraelskiej na forum międzynarodowym, za pośrednictwem dziennikarzy korzystających z serwisu. Dzięki Internetowi dyskurs palestyński pojawił się także w społeczeństwie amerykańskim, dotychczas pozbawionym kontaktu z tą narracją, co było rezultatem oficjalnej polityki i działania dominujących mediów masowych. Poprzez Sieć każdy internauta może wnieść swój wkład w nowe postrzeganie problemu, zaproponować temat plakatu czy animacji, zebrać dane, stworzyć scenariusz opowieści, wreszcie – stworzyć angażującą emocjonalnie i intelektualnie wizualizację danych.

Warto dodać, że Visualizing Palestine ma formułę dynamiczną – powstał w 2012 roku, początkowo prezentując się jako projekt społeczny, w którym wiodącą rolę odgrywa anonimowy i w pełni wikinomiczny zespół (współdziałający na wspólnej platformie internetowej, tworzący wiedzę wspólnotową w trybie „wiki”, czyli szybko i na zasadach równouprawnienia). Po uzyskaniu międzynarodowego uznania i kilku prestiżowych nagród w dziedzinie designu i sztuki cyfrowej platforma uległa przekształceniom, przy czym zmiany dotyczyły samego projektu serwisu, jak i autoprezentacji autorów. Dziś „VP team” prezentuje się jako zespół designerów, wspierany przez liczne znaczące instytucje i fundacje, posiadający sponsorów i zespół doradców. Na liście twórców nadal pozostają nazwiska wcześniejszych współpracowników, którzy nie rozwijają już projektu, lecz wnieśli do niego istotny wkład. Trudno oszacować, na ile zmiana ta – przejście od anonimowości i sieciowej otwartości do sprofesjonalizowanego parakorporacyjnego wizerunku grupy designerów wspieranej przez liczne osobistości, na czele z sułtanem SoouDEM Al-Qassemem – jest podyktowana sukcesem projektu, a na ile stanowi ujawnienie pewnej, istniejącej wcześniej struktury. Pytanie zatem, na ile głęboka jest to zmiana i jak bardzo tożsamość grupy uległa przeobrażeniu. Niewątpliwie, serwis nadal do pewnego stopnia ma charakter otwarty – proponuje współpracę, rekrutując konkretne grupy zawodowe: akademików, animatorów, designerów, developerów, dziennikarzy, muzyków, organizatorów, badaczy, „gawędziarzy” (*storytellers*), tłumaczy, czyli wszystkich, którzy mogą być gatekeeperami w procesie komunikacji. Istotnym miernikiem sieciowej popularności serwisu, a zarazem dowodem udanej strategii PR grupy, może być też informacja o zebranych w ciągu miesiąca (od 9 października do 8 listopada 2013) ponad 70 tysiącach dolarów (od ponad 400 osób) w serwisie crowdfundingowym Indiegogo⁸.

⁸ Suma ta nie plasuje się wśród największych zebranych za pośrednictwem tego serwisu, ale z pewnością należy do znaczących; co więcej, przekroczyła o 10 tys. USD cel, jaki wyznaczyła sobie grupa. Indiegogo: <https://www.indiegogo.com/projects/visualizing-palestine-visual-stories-for-social-justice#/> [dostęp: 19.10.2015] oraz: Serwis Visualizing

Dobrym przykładem sposobu działania i realizacji określonej polityki Visualizing Palestine może być infografika ukazująca zasoby i spożycie wody w Ramallah w przeliczeniu na mieszkańca, prezentująca totalnie odmienne warunki egzystencji Izraelczyków i Palestyńczyków na wspólnym obszarze i porównująca je do zasobów i spożycia wody w Londynie⁹. Unaocznia ona paradoks sytuacji, w której Izraelczycy wykorzystują z zasobów wodnych Zachodniego Brzegu średnio 300 litrów wody na osobę na dzień, a Palestyńczycy 70 litrów, przy zalecanej przez WHO normie 100 litrów. Jednocześnie projekt burzy stereotyp pustynnego krajobrazu terenów Izraela i Palestyny – Ramallah ma większe opady niż (stereotypowo deszczowy) Londyn. Porównanie z Londynem służy jeszcze jednemu celowi – odnosi abstrakcyjne liczby (litry wody *per capita*) do przeciętnego doświadczenia codziennego potencjalnego odbiorcy z zachodniego kręgu kulturowego. Infografika pokazuje też skomplikowany proces prawnych i technicznych restrykcji, jakim poddawany jest Palestyńczyk w kontekście ograniczania dostępu do wody.



Il. 1. Zasoby i spożycie wody w Ramallah w przeliczeniu na mieszkańca

Palestine: por. podstrony: VP Supporters / About. <http://visualizingpalestine.org/vp-supporters#about>, VP Board of Advisors & VP Global Committee. <http://visualizingpalestine.org/vp-board#about>; VP Volunteers. <http://visualizingpalestine.org/vp-volunteers#community> [dostęp: 19.10.2015].

⁹ Ramzi Jaber, Joumana al Jabri, Ahmad Barklay, Naji el Mir, Joe Sahyouni: *Not Enough Water in the West Bank?* [Infographics by Visualizing Palestine in partnership with EWASH, March 2013]. <http://visualizingpalestine.org/infographic/wb-water> [dostęp: 30.03.2014].

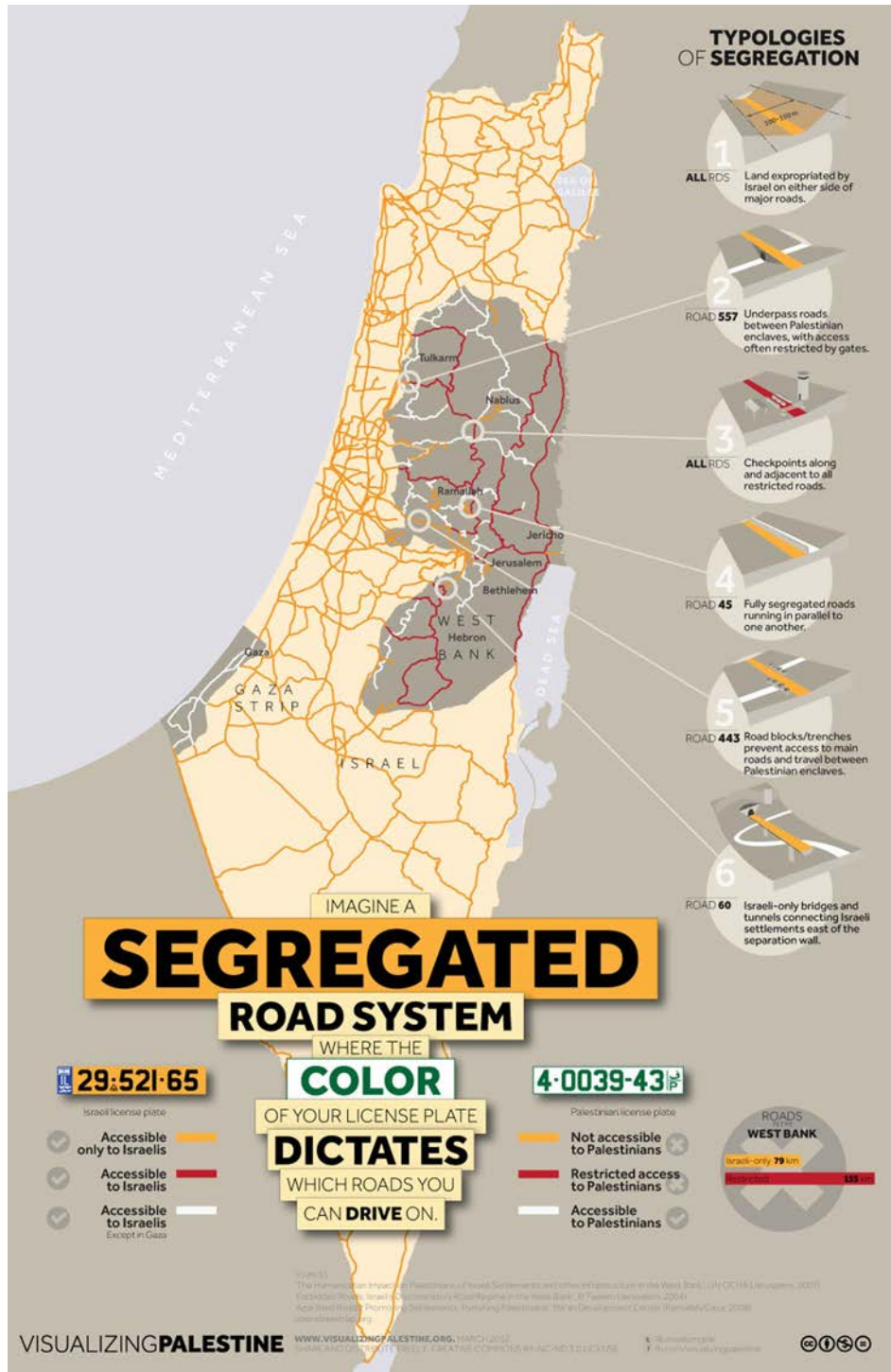
Inne infografiki dotyczą kwestii tak różnych, jak: strajk głodowy, segregacja Palestyńczyków i Izraelczyków pod względem dostępu do dróg oraz sieci autobusowej, liczba ofiar w konfliktach o Zachodni Brzeg, stan sytuacji mieszkaniowej na Zachodnim Brzegu kontra zniszczenia wojenne, własność ziemi na okupowanych terytoriach palestyńskich, ekonomiczny aspekt okupacji Strefy Gazy, zniszczenie palestyńskiego rolnictwa etc. Sposób komunikowania tych ściśle lokalnych problemów ma często charakter komparatystyczny, przy czym porównywane jest życie Palestyńczyków na ziemiach zajętych przez Izrael i życie mieszkańców Zachodu¹⁰. Przeglądając tematy prac i wczytując się w konkretne projekty można dojść do wniosku, że jest to zestaw przemyślany, realizujący wspólną politykę informacyjną, a zarazem nakierowany przede wszystkim na odbiorcę zachodniego. Można zaryzykować twierdzenie, że serwis ma na celu właśnie zmianę spojrzenia społeczeństw Zachodu na problem Palestyny i traktowania Palestyńczyków na terytoriach okupowanych przez Izraelczyków. Wszystkie infografiki działają podobnie – poprzez przybliżanie odległego kontekstu kulturowego i geograficznego za pośrednictwem zrozumiałych dla zachodniego odbiorcy metafor (np. zużycie wody *per capita*), poprzez tłumaczenie abstrakcyjnych cyfr na konkretne wydatki (np. ponoszone przez amerykańskiego podatnika na pomoc dla Izraela przeznaczaną na broń), poprzez wizualizację liczby zabitych po obydwu stronach konfliktów i ukazanie reprezentacji tych śmierci w mediach¹¹, etc. Twórcy serwisu wskazują, że statystyki pozbawiają ofiary tożsamości i godności. Rola designu polega zatem, jak się wydaje, na symbolicznym odwracaniu tego procesu – projektanci poprzez swoje dzieła ilustrują dysproporcje między ludźmi w różnych krajach, w zakresie wolności i możliwości życiowych.

Nie dziwi zatem, że wiele infografik staje się obiektem gorących dysput, w których biorą udział zarówno zwolennicy, jak i przeciwnicy niezależnej Palestyny. Projekty są tu często jedynie punktem wyjścia do obustronnych oskarżeń, czasem prowokują do przeprowadzenia głębszych poszukiwań materiałów dowodowych w Sieci, a czasem stanowią podstawę krytyki. Dobrego przykładu dostarcza tu np. dyskusja wokół infografiki *Israel's System of Segregated Roads in the Occupied Palestinian Territories*¹². Praca przedstawia mapę drogową Zachodniego Brzegu z legendą oraz zbliżenia kilku typowych, lecz szczególnych miejsc. Chodzi o system

¹⁰ Dobrym przykładem takiej metody porównania może być np. infografika *Born at Qalandia Checkpoint*, przedstawiająca troje dzieci: Jasona, Camille i Ramiego. Symbolicznym postaciom towarzyszą napisy informujące o miejscu ich urodzenia. Jason i Camille urodzili się w szpitalu – Rami w wojskowym punkcie kontroli Qalandia. Poniżej napisy tłumaczą sytuację przetrzymywania palestyńskich kobiet w wysokiej ciąży na licznych posterunkach kontrolnych i odpowiedzialności wojskowych za doprowadzanie do trudnych porodów (przedwczesnych, wywołanych stresem, niebezpiecznych dla kobiety i dziecka z uwagi na złe warunki sanitarne oraz odbywających się w warunkach poniżających dla matki). Ramzi Jaber, Joumana al Jabri, Ahmad Barklay, Naji el Mir, Joe Sahyouni: *Born at Qalandia Checkpoint*. [Infographics by Visualizing Palestine]. <http://visualizingpalestine.org/visuals/checkpoint-births> [dostęp: 20.10.2015].

¹¹ Wszystkie powyższe przykłady podaję w oparciu o konkretne przykłady infografik zamieszczonych w analizowanym serwisie.

¹² Ramzi Jaber, Joumana al Jabri, Ahmad Barklay, Hani Asfour, Joe Sahyouni: *Israel's System of Segregated Roads in the Occupied Palestinian Territories*. [Infographics by Visualizing



Il. 2. Mapa drogowa Zachodniego Brzegu

restrykcji pod względem geograficznego dostępu do określonych terenów – restrykcji, którym poddawani są wyłącznie Palestyńczycy. Izraelczycy mają prawo korzystać ze wszystkich dróg. Jedynie w legendzie mapy pojawia się pisana małą czcionką informacja, że nie dotyczy to dróg na terenie Strefy Gazy. Mapie towarzyszy duży napis tytułowy: *Imagine a segregated road system, where the colour of your licence plate dictates which roads you can drive on.* [Wyobraź sobie drogowy system segregacji, gdzie kolor twojej tablicy rejestracyjnej dyktuje, którymi drogami możesz jeździć]. Słowo: ‘segregacja’ ma barwy izraelskiej tablicy rejestracyjnej (czarne napisy na żółtym tle), natomiast słowo: ‘kolor’ – palestyńskiej tablicy rejestracyjnej (zielone napisy na białym tle). Zastosowany zabieg graficzny niesie symboliczny przekaz – dzięki niemu wiadomo, kto dyskryminuje, a kto jest dyskryminowany. Zabieg ten wykorzystano też w innej grafice, gdzie segregacja rasowa w USA została zrównana z segregacją etniczną w autobusach na Zachodnim Brzegu – obok słów wspomnianego hasła zamieszczono dwie tablice rejestracyjne w odpowiednich kolorach i dwie minilegendy (w zasadzie realizujące też ideę segregacji – jedna dotyczy Palestyńczyków, druga Izraelczyków, ale obie przedstawiają te same drogi, zatem z punktu widzenia teorii informacji jedna jest nadmiarowa, redundantna). Generalnie, mapa przedstawia trzy typy dróg: żółte, czerwone i białe: żółte – wyłącznie dla Izraelczyków, Palestyńczycy mają tam zakaz wstępu; czerwone to drogi dla Izraelczyków z ograniczonym dostępem dla Palestyńczyków (punkty kontrolne oraz inne elementy widoczne na zbliżeniach – ograniczony wjazd na mosty, bariery blokujące dojazdy do głównych dróg, oddzielone murem drogi wiodące równolegle), białe – dostępne zarówno dla Izraelczyków (ze wspomnianym wyjątkiem dotyczącym Strefy Gazy), jak i dla Palestyńczyków. Można się spierać, na ile takie potraktowanie danych jest obiektywne – niewątpliwie Strefa Gazy powinna być oznaczona innym kolorem, na co zwracają też uwagę niektórzy dyskutanci komentujący infografikę. Inni traktują to uproszczenie jako złą wolę projektanta. Dyskutanci odnoszą się do kwestii kontroli, zwracając uwagę na fakt, że poddany może być jej każdy, także Izraelczyk, i tłumaczą to względami bezpieczeństwa (dla innych oznacza to przede wszystkim opresyjny charakter państwa Izrael). Dyskutanci po obydwu stronach starają się rzeczowo dowodzić swoich twierdzeń, odnoszą się do materiałów w Sieci (pojawia się tu wątek nieobiektywnej moderacji ze strony operatora serwisu), spotkać można tu także emocjonalne wywody, hasła propagandowe, a nawet oskarżenia wobec designerów i współdyskutantów, co charakterystyczne jest dla wszystkich gorących tematów poruszanych na forach w Sieci. Ważne, że nawet jeśli dyskusje dotyczą polityki, punktem wyjścia jest tu projekt, jego mocne strony i słabości. Można stwierdzić, że im bardziej grafika wydaje się nadinterpretacją danych, im mniej powołuje się na źródła, tym dyskusja staje się bardziej emocjonalna.

Projektanci (Ramzi Jaber, Joumana al Jabri, Ahmad Barklay, Hani Asfour, Joe Sahyouni) omawianej infografiki niewątpliwie zaniedbali kwestię podania źródeł, a poprzez kolorystykę hasła, pominięcia i uproszczenie danych dokonali

nieobiektywnej ich interpretacji. Widać to też w subiektywnym użyciu kontekstu: zgodnie z tytułem infografika powinna przedstawiać okupowane terytoria palestyńskie, a zatem Zachodni Brzeg i Strefę Gazy, tymczasem przedstawiono także drogi w Izraelu. Wywołuje to efekt osaczenia: większość dróg dookoła Zachodniego Brzegu ze zrozumiałych względów oznaczona jest kolorem żółtym (co jest raczej nadużyciem, każdy, kto wjedzie do Izraela, może przecież poruszać się po drogach). Abstrahując od ewentualnych uzasadnień historycznych, którymi mogli się powołać designerzy, infografika przedstawia co innego, niż zapowiada tytuł; gdyby jednak ukazywała jedynie Zachodni Brzeg i Strefę Gazy, nie robiłaby takiego wrażenia na odbiorcy: łączna długość dróg dostępnych wyłącznie dla Izraelczyków na tych terenach to 79 km, dróg z ograniczonym dostępem natomiast 155 km. Co więcej, drogi w Strefie Gazy dostępne są wyłącznie Palestyńczykom. Znika zatem wrażenie nierównowagi. Może dlatego mają one kolor biały i nie jest to jednak przeoczenie. Tylko wtedy grafika przedstawia „drogi dla uprzywilejowanych”. Infografika nie zdradza danych liczbowych na temat tego, ile kilometrów liczą drogi dostępne Palestyńczykom na Zachodnim Brzegu – autorzy po prostu pominieli tę kwestię, choć jest to sprzeczne z logiką legendy mapy. Można spytać o powody. Niewątpliwie, gdyby dane takie zostały podane, straciłaby na tym moc dowodowa grafiki. Jeśli spojrzeć na mapę, długość białych dróg wydaje się bowiem porównywalna z drogami czerwonymi (oczywiście mowa o mapie Zachodniego Brzegu, trudno zresztą to ocenić na podstawie tak ogólnego rysunku, trudno też zweryfikować prawdziwość tych danych, jeśli nie znamy źródła¹³).

Wizualizacja danych – między informacją a manipulacją

Niewątpliwie, analiza portalu Visualizing Palestine wykazuje słaby punkt współczesnego sieciowego aktywizmu – design został tu użyty jako narzędzie komunikacji *stricte* perswazyjnej, dane mają tu charakter ściśle polityczny, nawet jeśli są to dane statystyczne, które powinny mieć charakter miarodajny, bywają wykorzystywane wybiórczo lub tendencyjnie. Oczywiście, trudno poddać większość z tych danych weryfikacji, często źródłami są też inne media, jakby jedynym odnośnikiem do rzeczywistości były przekazy medialne. Jedne prace są lepiej udokumentowane,

¹³ Grafika początkowo została opublikowana bez podania danych źródłowych. Z czasem pojawiły się linki do raportu ONZ na temat systemu segregacji obywateli pod względem uprawnień do korzystania z dróg na Zachodnim Brzegu oraz do stron organizacji chroniących prawa człowieka. W dziale *SOURCES & DATA – Segregated Roads West Bank* autorzy wymieniają następujące dokumenty i mapy: UN OCHA, 2007. The Humanitarian Impact on Palestinians of Israeli Settlements and other Infrastructure in the West Bank http://www.ochaopt.org/documents/thehumanitarianimpactofisraeliinfrastucturethewestbank_full.pdf, <http://www.ochaopt.org/>, B’Tselem, 2004. Forbidden Roads: Israel’s Discriminatory Road Regime in the West Bank. http://www.btselem.org/about_btselem, Ma’an Development Center, 2008. Apartheid Roads: Promoting Settlements, Punishing Palestinians, Open Street Map. 2012 (accessed on May 2012). Pierwsze dwa linki prowadzą do dokumentów na temat segregacji dróg, dwa ostatnie nie prowadzą do żadnych treści (są wadliwe lub nieaktualne).

inne gorzej. Jedne wydają się bardziej obiektywne, inne mniej. Można w omawianym serwisie dostrzec przede wszystkim próbę odzyskania głosu przez marginalizowaną społeczność, a zatem pewien element perswazji jest zrozumiały. Nie oznacza to jednak, że choć często cytowany jako źródło informacji dziennikarskich serwis ma charakter zupełnie obiektywny. Problem nie dotyczy wyłącznie designu i intencji projektantów graficznych – nie tylko wizualizacje, ale też same statystyki są przecież narzędziem politycznym, tworzonym i wykorzystywanym przez obydwie strony każdego konfliktu. Analizowany serwis oraz jego funkcjonowanie w globalnym obiegu informacji medialnych dostarcza dowodów potwierdzających tę tezę.

Staralam się wykazać, w jaki sposób idealistyczne teorie z zakresu projektowania komunikacji rzutują na praktyki *information design*, włączając w to: wybór tematu, interpretację i selekcję danych, ich kodowanie i wizualizację, programowanie preferowanego odczytania oraz wirusowe rozchodzenie się przekazu i generalnie budowanie relacji nadawczo-odbiorczych w modelu sieciowego rozchodzenia się informacji. Z jednej strony sytuacja komunikacyjna tego typu daje przestrzeń dla manipulacji projektantów (zarówno profesjonalnych, jak i oddolnych oraz dziennikarzy), z drugiej także poczucie, że odbiorca może zaufać autorytetom – designer przedstawiany jest w nich jako dobry doradca, pomocny interpretator, kompetentny analityk, obiektywny i transparentny w swych działaniach ekspert. Design – prezentowany jest tu jako neutralna aktywność o charakterze translacji kodu tekstowego lub liczbowego na wizualny. W pewnym sensie teorie *information design* zachęcają odbiorców do pozostawania w nieświadomości i tym samym bezbronności w zakresie dekodowania języka wizualizacji danych. Pozbawiają użytkowników czujności wobec przekazu perswazyjnego. Nie jest to jednak do końca wina samych teorii i metod designu (które uczą jak skutecznie komunikować i przekonywać) czy nadmiernego społecznego zaufania do dziennikarzy i projektantów (którzy starają się to czynić w zgodzie ze swoim kodeksem etycznym). Warto jednak uświadomić sobie, że projektant informacji, projektant komunikacji czy dziennikarz danych to w istocie nowy zawód zaufania publicznego, a w edukacji medialnej należy uwzględnić także potrzebę analizy i interpretacji danych wizualnych.

Na zakończenie powyższych badań warto przytoczyć słowa Edwarda Tufte'go: „Grafiki atrakcyjne wizualnie czerpią siłę także z treści oraz ich interpretacji, nie tylko bezpośrednio przedstawiają parę cyfr. Najlepsze grafiki dotyczą tego, co użyteczne i ważne, dotyczą życia i śmierci, świata. Piękne grafiki nie komunikują trywialności” (Tufte 2001: 177). W tym sensie analizowane prace z portalu Visualizing Palestine są dobrymi projektami, gdyż wzbudzają emocje, zmuszając odbiorców do zastanowienia się, a nawet do weryfikacji danych i własnych poszukiwań. Dotyczą życia i śmierci, dotyczą świata, są narzędziem polityki, a zatem są użyteczne i komunikują ważne treści. W tym sensie okazuje się, że nawet manipulacja danymi może ostatecznie prowadzić do pozytywnej komunikacji międzyludzkiej, choć niekoniecznie kompromisu politycznego.

Bibliografia

- Bergström Bo. 2009. *Komunikacja wizualna*. J. Tarnowska (przeł.). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Bogost Ian, S. Ferrari, B. Schweizer. 2012. *Gry informacyjne. Dziennikarstwo epoki cyfrowej*. J. Gilewicz (przeł.). Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- B'Tselem, 2004. *Forbidden Roads: Israel's Discriminatory Road Regime in the West Bank*. http://www.btselem.org/about_btselem [dostęp: 11.07.2017].
- Frid-Jimenez Amber, B. Dalton. 2013. *Data is Political: Investigation, Emotion and the Accountability of Institutional Critique*. W: *Accountability Technologies. Tools for Asking Hard Questions*. D. Offenhuber, K. Schechtner (red.). Vienna: Ambra V, 14–22.
- Lenk Krzysztof. 2010. *Krótkie teksty o sztuce projektowania*. Gdańsk: Słowo / obraz terytoria.
- Maeda John. 2006. *The Laws of Simplicity. Design, Technology, Business, Life*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Maj Anna. 2014. „The Role of Retention and Data Analysis in the UbiComp Paradigm”. *Transformations—An Interdisciplinary Journal* nr 3–4(82–83), 24–45.
- Manovich Lev. 2001. *Info-Aesthetics. Information and Form*. Bloomsbury Academic. <http://manovich.net/index.php/projects/info-aesthetics> [dostęp: 11.07.2017].
- Manovich Lev. 2008. *Introduction to Info-Aesthetics*. <http://manovich.net/content/04-projects/060-introduction-to-info-aesthetics/57-article-2008.pdf> [dostęp: 11.07.2017].
- Papanek Victor. 2012. *Dizajn dla realnego świata. Środowisko człowieka i zmiana społeczna*. J. Holzmann (przeł.). Łódź: Wydawnictwo Recto Verso.
- Rams Dieter. 2011. *As Little Design as Possible*. London: Phaidon Press.
- Rams Dieter. 2014. *Less, but Better*. Berlin: Gestalten.
- Ries Eric. 2011. *The Lean Startup. How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. New York: Crown Business, Random House.
- SFMOMA. 2011. *Less and More. The Design Ethos of Dieter Rams*. <https://www.sfmoma.org/press/release/sfmoma-presents-less-and-more-the-design-ethos-of/> [dostęp: 11.07.2017].
- Stasieńko Jan. 2011. *Perspektywy wykorzystania wizualizacji cyfrowych w badaniu utworów literackich. W Od liberatury do e-literatury*. E. Wilk, M. Górską-Olesińska (red.). Opole: Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego. 65–79.
- Tufte Edward R. 1990. *Envisioning Information*. Cheshire, Connecticut: Graphic Press.
- Tufte Edward R. 2001. *The Visual Display of Quantitative Information*. Cheshire, Connecticut: Graphic Press.
- UN OCHA. 2007. *The Humanitarian Impact on Palestinians of Israeli Settlements and other Infrastructure in the West Bank*. http://www.ochaopt.org/documents/thehumanitarian-impactofisraeliinfrastucturethewestbank_full.pdf, <http://www.ochaopt.org/>.

Analizowane serwisy i infografiki

- Visualizing Palestine. About. Infographic Design Process, <http://visualizingpalestine.org/about/infographic-design-process>.
- Ramzi Jaber, Joumana al Jabri, Ahmad Barklay, Hani Asfour, Joe Sahyouni. “Israel's System of Segregated Roads in the Occupied Palestinian Territories”. [Infographics by Visualizing Palestine]. <http://visualizingpalestine.org/visuals/seggregated-roads-west-bank>.

Ramzi Jaber, Joumana al Jabri, Ahmad Barklay, Naji el Mir, Joe Sahyouni: "Born at Qualand-ia Checkpoint". [Infographics by Visualizing Palestine]. <http://visualizingpalestine.org/visuals/checkpoint-births>.

Ramzi Jaber, Joumana al Jabri, Ahmad Barklay, Naji el Mir, Joe Sahyouni. "Not Enough Water in the West Bank?" [Infographics by Visualizing Palestine in partnership with EWASH, March 2013]. <http://visualizingpalestine.org/infographic/wb-water>.

Streszczenie

Celem artykułu jest ukazanie problematyki wizualizacji danych w kontekście komunikacyjnym. Infografika staje się dziś za sprawą dziennikarstwa danych i popularności mediów wizualnych narzędziem powszechnie stosowanym; nie do końca rozpoznane są jednak właściwości manipulacyjne projektowania graficznego, które przedstawiane jest odbiorcom jako ilustrujące, tłumaczące i wyjaśniające treści statystyczne oraz tekstowe w sposób systemowy, uporządkowany i wizualny, co konotuje prostotę i uniwersalność oraz obiektywizm. Autorka stara się wykazać, jak idealistyczne teorie z zakresu projektowania informacji rzutują na proces nadawczo-odbiorczy (z jednej strony dając przestrzeń na manipulację danymi, z drugiej – tworząc idealny obraz projektanta jako strażnika obiektywizmu i posiadacza kompetencji interpretatora, wyzwalają tym samym bezbronność odbiorców w dekodowaniu języka wizualizacji danych i pozbawiają ich czujności, należynej przekazom perswazyjnym). Tymczasem, przekaz graficzny ma charakter nie tylko edukacyjny, ale też często polityczny czy szerzej – ideologiczny. Analiza przekazów graficznych zamieszczonych w portalu Visualizing Palestine (wybranego ze względu na globalny zasięg i popularność, polaryzację polityczną odbiorców oraz nowatorski, partycypacyjny i społecznościowy charakter procesu projektowego), służy tu przedstawieniu technik wizualizacji jako interpretacji i manipulacji danymi, a także potwierdza moc dyskursywną infografiki jako narzędzi komunikacyjnych. Artykuł ma na celu zwrócenie uwagi na problem powszechnego braku kompetencji w zakresie dekodowania znaczeń zawartych w wizualizacjach danych (*datavis*) oraz celowej (lub nie) nonszalancji projektantów w kwestii podejścia do danych.

The Dataspace: Between Information Design and Data Manipulation. The Analysis of Specificity of Infographic Messages Based on Case Study of Visualising Palestine

Abstract

The goal of the paper is to present the issues concerning data visualisation in communication context. Infographics nowadays becomes – due to data journalism and popularity of visual media – a commonly used tool; but still little recognition is given towards manipulatory features of graphic design which is presented to its recipients as illustrating, translating and explaining statistical and textual content in systemic, ordered and visual way that connotes simplicity, universality and objectivity. The author tries to prove that idealistic information design theories impact the communication process (on one hand giving the space for data manipulation, on the other – creating an ideal image of a designer seen as a guard of objectivism and an owner of an interpreter's competences, thus they evoke recipients' vulnerability in decoding the language of data visualisation and deprive them of awareness, which they should devote to persuasive messages). Whereas graphic message is not only of an educational nature but also often of a political or – widely speaking – an ideological one. The goal of the analysis of infographics published at the Visualizing Palestine website (chosen for its global range and popularity, as well as for the political polarisation of its recipients and for innovative, participative and grassroots character of the design process) is to indicate the technics of

visualisation as interpretation and also data manipulation, as well as to prove the discursive potential of infographics as a communication tool. The paper aims at drawing attention to the common lack of competences in the range of decoding meanings of datavis and the nonchalance (whether conscious or not) of designers in their usage of data.

Słowa kluczowe: wizualizacja danych, projektowanie graficzne, dziennikarstwo danych, manipulacja danymi, polityka danych (ideologia), komunikacja wizualna, perswazja wizualna, przestrzeń danych

Keywords: data visualisation (datavis), graphic design, data journalism, data manipulation, data politics (ideology), visual communication, visual persuasion, dataspace.

Anna Maj – dr, adiunkt w Zakładzie Komunikacji Kulturowej w Instytucie Nauk o Kulturze i Studiów Interdyscyplinarnych Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach, autorka monografii *Media w podróży* oraz kilku książek zbiorowych na temat nowych mediów i komunikacji, w tym kilku anglojęzycznych.