

Canva как инструмент визуализации данных: рейтинг популярности социальных сетей в 2025 году

Пашкова Анастасия Петровна

Приамурский государственный университет им. Шолом-Алейхема

Студент

Аннотация

В исследовании приводятся данные о популярности социальных сетей в 2025 году, основанные на анализе численности их аудитории. Данные приводятся в виде таблицы. Результаты визуализированы в виде инфографики, созданной с помощью сервиса Canva. Приложение подробно характеризуется как удобный и эффективный инструмент для создания ярких и наглядных графических материалов, полезных для научных статей и докладов.

Ключевые слова: социальные сети, аудитория, инфографика, Canva, визуализация данных

Canva as a data visualization tool: social media popularity ranking in 2025

Pashkova Anastasia Petrovna

Sholom-Aleichem Priamurskiy State University

Student

Abstract

The study provides data on the popularity of social networks in 2025, based on an analysis of their audience size. The data is presented in the form of a table. The results of the study are visualized in the form of infographics created using the Canva service. The application is described in detail as a convenient and effective tool for creating vivid and illustrative graphic materials that are useful for scientific articles and reports.

Keywords: social networks, audience, infographics, Canva, data visualization

1 Введение

1.1 Актуальность

Актуальность исследования обусловлена растущим спросом на наглядное представление данных. Современная практика требует доступности инструментов для быстрой визуализации информации. Сервис Canva идеально подходит для этой задачи, предлагая интуитивный интерфейс и готовые шаблоны. Освоение программы позволит эффективно представлять сложную информацию в ясной и привлекательной форме.

1.2 Обзор исследований

Я.В. Лайкова рассматривает инфографику как визуальное представление данных и информации с помощью компьютерной графики. По словам автора, инфографика, благодаря наглядности и понятности, решает главную задачу СМИ — максимально точное и эффективное донесение информации до аудитории [1].

Е.А. Смирнова пишет, что качественная инфографика должна давать ответы на семь главных вопросов: что? кто? где? когда? как? зачем? почему. Автор определяет жанрообразующие факторы инфографики: символизацию обозначаемого (через визуальные образы), целостность текста и изображения, декодируемость инфографики (интерпретацию информации читателями) и игру (главными условиями инфографики являются информативность и привлекательность) [2].

В.В. Федотовский по способу отображения называет два основных вида инфографики в медиа: статичную и интерактивную. Подвидами интерактивной инфографики автор определяет анимированную (или вспомогательную) и инфографику, близкую к кастомизации [3].

Д.А. Титенко выделяет интерактивную и статичную инфографику. Ещё одним основанием для классификации автор определяет целевое назначение инфографики и обозначает следующие виды: инфографика-инструкция, бизнес-инфографика, инфографика-реклама, event-инфографика, инфографика-презентация, информационная инфографика, визуальное резюме [4].

Е.Г. Трушко и Ю.Ф. Шпаковский в основу эмпирического исследования авторы вкладывают разработанные ими критерии анализа инфографики [5].

1.3 Цель исследования

Целью исследования является представить визуализацию данных о численности аудитории популярных социальных сетей в 2025 году с помощью сервиса Canva в виде инфографики.

2 Материалы и методы

Материалы и методы исследования основаны на сборе и систематизации статистических данных о численности аудитории социальных сетей в 2025 году. Источниками данных послужили статистики и обзоры сайтов, представленные ведущими компаниями и исследовательскими центрами. Визуализация собранных данных осуществлялась с помощью онлайн-приложения Canva, которое позволило создать качественную и наглядную инфографику.

3 Результаты

Для выполнения исследования, были взяты данные аудиторий социальных сетей в 2025 году с сайта <https://getuniq.me/blog/socset/>. Данные представлены в виде таблицы. Теперь данные необходимо представить в виде инфографики с помощью приложения Canva.

Таблица 1. Данные по аудитории соц.сетей

Соц.сеть	Аудитория, млн.
Вконтакте	90
YouTube	89
Telegram	88,4
Яндекс Дзен	77
TikTok	67,6
Одноклассники	36
Instagram	25,1
Facebook	18,1
Rutube	4,4

Шаг 1. Заходим в приложение Canva.

Шаг 2. Выбираем нужный шаблон путем поиска. Промт : «диаграмма». Выбираем шаблон.

Шаг 3. Нажимаем на диаграмму и выбираем править. Чтобы не вводить все вручную, выбираем импортировать данные. Данные автоматически загрузились в таблицу и диаграмма показывает данные.

Шаг 4. Далее, через элементы выбираем требуемые значки социальных сетей и размещаем их над показателями диаграммы, чтобы было обозначение и понятно какие данные соответствуют каждой социальной сети. Вносим правки по тексту, выбираем шрифт, меняем стиль, дизайн визуализации нашей диаграммы.

Шаг 5. Добавляем заголовок.

Шаг 6. Получился инфографик популярности социальных сетей в 2025 году (рис.1).



Рисунок 1 – Инфографика социальных сетей в 2025 году

4 Выводы

Исследование показало, что приложение Canva упрощает работу с визуализацией данных путем инфографики. Хорошо подобранные шаблоны играют ключевую роль в достижении желаемого результата. Приложение Canva может быть успешно применено в любой деятельности и дизайне, экономя время и ресурсы.

Библиографический список

1. Лайкова, Я. В. «Инфографика в СМИ разного типа». Журнал «Вестник Московского университета. Серия 10, журналистика», 2014, №4, с. 41–53.
2. Трушко, Е. Г., Шпаковский, Ю. Ф. «Инфографика как современный способ представления информации». Труды БГТУ. Серия 4: Принт-и медиатехнологии, 2017, с. 111–117.
3. Титенко, Д. А. «Видовое разнообразие инфографики». Сборник статей «Актуальные вопросы гуманитарных наук — 2020», Архангельск, 2020, с. 132–136.
4. Е. А. Смирнова. «Инфографика в системе журналистских жанров». Журнал «Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 8: Литературоведение. Журналистика», 2012, №11, с. 92–95.
5. В. В. Федотовский. «Интерактивная и статичная инфографика в медиа». Журнал «Медиасреда», 2017, №12, с. 286–292.