

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра периодической печати и веб-журналистики

ШУПЕНЬКА
Дарья Александровна

ВИЗУАЛИЗАЦИЯ КАК ОТРАЖЕНИЕ КУЛЬТУРНОЙ ДИНАМИКИ
(НА ПРИМЕРЕ БЕЛОРУССКИХ ИНТЕРНЕТ-СМИ)

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат филологических наук
доцент В.А. Зразикова

Допущена к защите

« ____ » _____ 2019 г.

Зав. кафедрой периодической печати и веб-журналистики
кандидат филологических наук, доцент С.В. Харитонова

Минск, 2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	6
ГЛАВА 1 РОЛЬ ВИЗУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ	9
1.1 Влияние визуализации на аудиторию СМИ и формирование визуалзависимости	13
1.2 Визуализация в СМИ как синтез дизайнерских и эргономических решений	18
ГЛАВА 2 ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ВИЗУАЛЬНОГО МЕДИАВОЗДЕЙСТВИЯ.....	22
2.1 Визуальное кодирование и процесс расшифровки кодовых систем	23
2.2 Психологическое воздействие цвета	29
ГЛАВА 3 ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ДАННЫХ В МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЯХ БЕЛОРУССКИХ ИНТЕРНЕТ-СМИ (НА ПРИМЕРЕ CITYDOG.BY).....	35
3.1 Инструментарий маркетинговых коммуникаций белорусских интернет-СМИ.....	37
3.2 Визуализация как инструмент маркетинга новых медиа (на примере citydog.by)	43
ГЛАВА 4 СПОСОБЫ ВИЗУАЛИЗАЦИИ МЕДИАКОНТЕНТА (НА ПРИМЕРЕ БЕЛОРУССКИХ ИНТЕРНЕТ-СМИ)	47
4.1 Информационная графика и возможности ее использования в интернет-СМИ.....	50
4.2 Методы создания и представления видеосюжетов в интернет-СМИ	55
4.3 Типы визуальной коммуникации белорусских интернет-СМИ с аудиторией (на примере Onliner.by).....	59
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	66
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	69

РЕФЕРАТ

Общий объем дипломной работы – 74 страницы. Количество приложений – 7. Количество использованных источников – 65.

Ключевые слова: визуализация, социокультурная динамика, виртуальная среда, интернет-маркетинг, клиповое мышление, восприятие, медиапотребление, визуалзависимость, медиабизнес, инфографика, UX дизайн, когнитивная психология, медиаобраз.

Объект исследования – визуальная коммуникация белорусских интернет-СМИ с аудиторией.

Предмет исследования – способы построения эффективной визуальной коммуникации белорусских интернет-СМИ с аудиторией.

Цель дипломной работы – определить типы визуальной коммуникации белорусских интернет-СМИ с аудиторией (дизайн, цвет, графика, фотография, цифровые технологии).

Для реализации поставленной цели в дипломной работе решаются следующие **задачи**:

1. Охарактеризовать СМИ как инструмент формирования социокультурного пространства;
2. Проанализировать влияние цифровых технологий на изменение стиля коммуникации медиа с аудиторией;
3. Выявить общие приемы визуализации в СМИ;
4. Определить роль визуального образа в современной медиакommunikации (с учетом психологической составляющей);
5. Описать модели визуальной коммуникации белорусских интернет-СМИ с аудиторией (на примере onliner.by).

Методы исследования: классификация, абстрагирование, наблюдение, интервью, индукция, анализ, синтез, аналогия, сравнение, обобщение, описание.

Полученные результаты и их новизна: приведены причинно-следственные связи увеличения визуального контента белорусскими интернет-СМИ в культурологическом, психологическом и экономическом аспектах.

РЭФЕРАТ

Агульны аб'ём дыпломнай работы – 74 старонкі. Колькасць дадаткаў – 7. Колькасць выкарыстаных крыніц – 65.

Ключавыя словы: візуалізацыя, сацыякультурная дынаміка, віртуальнае асяроддзе, інтэрнэт-маркетынг, кліпавае мысленне, успрыманне, медыяспажывецтва, візуалізалежнасць, медыябізнес, інфаграфіка, UX дызайн, кагнітыўная псіхалогія, медыявобраз.

Аб'ект даследавання – візуальная камунікацыя беларускіх інтэрнэт-СМІ з аўдыторыяй.

Прадмет даследавання – спосабы стварэння эфектыўнай візуальнай камунікацыі беларускіх інтэрнэт-СМІ з аўдыторыяй.

Мэта дыпломнай работы – вызначыць тыпы візуальнай камунікацыі беларускіх інтэрнэт-СМІ з аўдыторыяй (дызайн, колер, графіка, фатаграфія, лічбавыя тэхналогіі).

Для рэалізацыі пастаўленай мэты ў дыпломнай рабоце вырашаюцца наступныя **задачы**:

1. Ахарактарызаваць СМІ як інструмент фарміравання сацыякультурнай прасторы;
2. Прааналізаваць уплыў лічбавых тэхналогій на змяненне стылю камунікацыі медыя з аўдыторыяй;
3. Выявіць агульныя прыёмы візуалізацыі ў СМІ;
4. Вызначыць ролю візуальнага вобраза ў сучаснай медыякамунікацыі (з улікам псіхалагічнага складніку);
5. Апісаць мадэлі візуальнай камунікацыі беларускіх інтэрнэт-СМІ з аўдыторыяй (на прыкладзе onliner.by).

Метады даследавання: класіфікацыя, абстрагаванне, назіранне, інтэрв'ю, індукцыя, аналіз, сінтэз, аналогія, параўнанне, абагульненне, апісанне.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: дадзены прычынна-выніковыя сувязі павелічэння візуальнага кантэнту беларускімі інтэрнэт-СМІ ў культуралагічным, псіхалагічным і эканамічным аспектах.

ABSTRACT

The total amount of thesis – 74 pages. The number of applications - 7. The number of sources used – 65.

Keywords: visualization, sociocultural dynamics, virtual environment, internet-marketing, clip thinking, perception, media consumption, visual addiction, media business, infographics, UX design, cognitive psychology, media image.

Object of study– visual communication of the Belarusian Internet media with the audience.

Subject of study– ways to build an effective visual communication of Belarusian Internet media with the audience.

Purpose of the thesis– determine the types of visual communication of Belarusian Internet media with an audience (design, color, graphics, photography, digital technologies).

To achieve this goal in the thesis work solves the following **tasks**:

1. To characterize the media as a tool for the formation of sociocultural space;
2. To analyze the influence of digital technologies on changing the style of media communication with the audience;
3. To identify the general methods of visualization in the media;
4. To determine the role of the visual image in modern media communication (taking into account the psychological component);
5. To describe the models of visual communication of the Belarusian Internet media with the audience (on the example of onliner.by).

Research methods: classification, abstraction, observation, interview, induction, analysis, synthesis, analogy, comparison, generalization, description.

The results and their novelty: the cause-and-effect relationships of increasing the visual content of the Belarusian Internet media in the cultural, psychological and economic aspects are given.