

ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ИНФОРМАЦИИ В МЕДИАТЕКСТЕ: ФУНКЦИИ И ВИДЫ

Н. Н. Вольская

*Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова,
ул. Моховая, 9/1, 125009, г. Москва, Россия,
navolskaya@yandex.ru*

Данная статья посвящена проблеме внедрения визуальности в сферу массмедийной коммуникации, определяющей формирование новой языковой реальности. В статье рассмотрены функции и виды визуальной информации в медиатексте.

Ключевые слова: визуализация информации; медиатекст; фотография; инфографика; параграфемные средства.

VISUALIZATION OF INFORMATION IN A MEDIA TEXT: FUNCTIONS AND TYPES

N. N. Volskaya

*Lomonosov Moscow State University,
9/1, Mokhovaya Str., 125009, Moscow, Russia
Corresponding author: N. N. Volskaya (navolskaya@yandex.ru)*

This article is devoted to the problem of introducing visuality into the sphere of mass media communication, which determines the formation of a new linguistic reality. The article discusses the functions and types of visual information in the media text.

Key words: information visualization; media text; photography; infographics; paragraph-based tools.

Современный медиатекст представляет собой сложную семиотическую систему или комплекс семиотических систем. Одной из актуальных проблем подобных медиатекстов является довольно агрессивное внедрение визуальности в сферу массмедийной коммуникации, опреде-

ляющей формирование новой языковой реальности. Главенствующую роль в медиатекстах играют такие виды визуализации информации, как фотографии и инфографика, а также параграфемные средства (шрифтовые выделения – курсивное, полужирное, капитель, подчеркивающие и отчеркивающие линейки, цветовые выделения: выворотка, растры, фоновые подложки); особенности верстки: композиционное расположение основного текста, элементов заголовочного комплекса и иллюстративного материала; размер, гарнитура и цвет шрифта; использование пунктуационных и прочих знаков. Быстрое развитие различных форм и форматов медиа под влиянием глобализации и цифровизации интернет-пространства определило и новые требования аудитории к подаче информации. Так, увеличилась степень визуализации контента, а вербальный текст заметно сократился. Это связано с такими функциями визуализации, как возможность лаконично фиксировать, быстро воспроизводить и тиражировать актуальную информацию; транслировать то, что в техническом отношении не всегда возможно передать словами; подвергать компрессии слишком объемную информацию; делить длинные тексты на блоки. Достоинства визуализации в том, что она значительно облегчает восприятие текста, заостряет внимание аудитории на особо значимой информации, дает возможность на время отвлечься от основного текста; повышает интерес адресата к прочтению всего текста (изображение не только визуально привлекает к себе внимание, но и выделяет познавательность всего текста).

Визуализация как метод репрезентации информации активно применяется в медиакommunikации, дополняя, а иногда и заменяя полностью вербальный контент. Визуальная форма представления информации – одна из наиболее естественных и экономичных с точки зрения законов восприятия и эмоциональной экспрессивности. Иллюстрируя вербальный контент, «авторы, с одной стороны, преследуют цель «оживить» и украсить сообщение, а с другой, стремятся к улучшению восприятия информации путем двойного кодирования: вербального и визуального» [1, с. 7]. Иллюстрация-визуализация, к которой, например, относится рисунок, фотография, коллаж или карикатура, создается, как правило, для того, чтобы выделить субъект, а не форму. Она выполняет в массмедиа несколько функций. Во-первых, чаще всего сопровождает, иллюстрирует вербальный медиатекст в тесной связи с

контентом, т. е. визуально верифицирует знание. Эта особенность верификации знания лежит в основе приема речевого воздействия. Во-вторых, она может быть отдельной единицей содержания, представляющей собой самостоятельную публикацию, которая информирует о факте внеязыковой действительности и т. д.

Инфографика часто используется не только как самостоятельный материал в медиатексте, но и как иллюстрация к нему. Анализируя контент текстов массмедиа, следует обратить особое внимание на возможности использования инфографики. В подавляющем большинстве случаев, независимо от вида медиа, инфографика используется либо в качестве дополнения и иллюстрации журналистского текста, либо как автономный текст, наглядно демонстрирующий информацию и представляющий собой гибрид вербального текста и иллюстрации. К инфографике относятся карты, списки, таблицы, диаграммы, графики и т. д. Композиционно она может быть относительно небольшой вставкой в медиатекст либо может занимать целую страницу. Важно, что инфографика не только разбивает вербальный текст на фрагменты (блоки), что облегчает восприятие всего текста, но и позволяет автору выводить фоновую для основного содержания информацию за пределы основного текста, выделяя ее в отдельные, хорошо заметные блоки. «Инфографика – как один из жанров журналистики – притягивает внимание абсолютно всех средств массовой информации» [2, с. 220].

Что касается параграфемных средств, то именно параграфемные средства наиболее подходят для реализации различных манипулятивных стратегий автора. Под манипулятивной стратегией понимается механизм реализации коммуникативного намерения адресанта, стремящегося внедрить в сознание адресата определенную информацию с целью изменения его мировоззрения и системы ценностей в нужном для адресанта направлении. К параграфемным средствам, обладающим манипулятивным потенциалом относятся: курсивное выделение слов, предложений, абзацев внутри основного текста; капитель; постскриптумы; подчеркивающие и отчеркивающие линейки и т. п.

Визуализация как метод репрезентации информации используется весьма широко в современном медиатексте. Постепенно доля визуальной информации по сравнению с вербальностью контента увеличивается. Этот факт необходимо учитывать, в частности, при редактировании

медiateкста и оценивать степень верификации информации, учитывать возможные интерпретации медiateкста, а также видеть очевидные и неочевидные недостатки визуального компонента медiateкста.

Библиографические ссылки

1. *Варушина И. В.* Взаимодействие визуальных и вербальных составляющих при восприятии креолизованного текста. Нижний Новгород, 2007. 521 с.
2. *Симакова С. И.* Инфографика: визуализация цифрового контента // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. 2012. № 3. С. 219–227.