МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное

Учреждение высшего образования

**«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(ФГБОУ ВО «КубГУ»)**

**Кафедра издательского дела, рекламы и медиа-технологий**

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

**Современная визуальная культура и журналистское творчество**

Работу выполнил \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Д.Т. Кулданова

(подпись, дата)

Факультет журналистики, курс 1

Направление 42.03.03 «Издательское дело» (бакалавриат), заочная форма обучения

Учебная дисциплина «Технология производства печатных и электронных средств информации»

Научный руководитель:

Ст. преп. кафедры рекламы и связи с общественностью\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_И.Ю. Доронина

(подпись, дата)

Нормоконтролер:

Ст. преп. кафедры рекламы и связи с общественность\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_И.Ю. Доронина

(подпись, дата)

Краснодар 2017

Оглавление

[Введение 3](#_Toc483838895)

[Глава 1. Визуальная культура в современном мире 6](#_Toc483838896)

[1.1. Понятие визуальной культуры 6](#_Toc483838897)

[1.2. Роль визуальной культуры в современном мире 8](#_Toc483838898)

[Глава 2. Анализ современной визуальной культуры на примере российских СМИ 13](#_Toc483838899)

[2.1. Журналистика и современная визуальная культура 13](#_Toc483838900)

[2.2. Анализ современной визуальной культуры на примере российских СМИ 20](#_Toc483838901)

[Заключение 23](#_Toc483838902)

[Список литературы 25](#_Toc483838903)

# Введение

**Актуальность исследования**. Данная работа посвящена такой интересной теме, как современная визуальная культура и ее влияние на журналистское творчество. Выбор объекта исследования связан с особой значимостью визуальной культуры в начале XXI века, что, в свою очередь, связано с усилением роли визуального начала в современном мире.

Многие исследователи отмечают, что на сегодняшний день роль визуальной культуры претерпевает значительные изменения, особенно в рамках СМИ. Сложность усвоения огромного количества информации становится причиной того, что сегодня СМИ стараются передать информацию в виде визуальных знаков, поскольку чтение объемных текстов требует у читателя большого количества времени, а восприятие изображения происходит значительно быстрее. Таким образом, значительное расширение роли визуальной культуры уже ни у кого не вызывает сомнений.

Ученые говорят о визуальном перевороте, который произошел в культуре за последние десятилетия, и исследование данного переворота представляется нам особенно интересным. «Визуальный поворот», начавшийся в конце XX века, привел к формированию нового типа восприятия реальности, ориентированного на внешние эффекты и визуальную коммуникацию.

Также актуальность исследования связана с тем, что визуальная культура в течение последних десятилетий активно обсуждается и исследуется учеными. Это говорит о том, что данное явление можно рассматривать как смысловой показатель нового уклада жизни, нового типа культуры. Визуальность каким стала изуальная одной издани из центральных страницах тем задача современного веровани гуманитарного современного знания.

**Степень** через **изученности** изуальная **проблемы.** фланерство Исследованию современной контексте визуальной териала культуры посвящено потребностям большое прогресса количество видео работ современных зарубежных начавшийс ученых, делают в том данное числе тенденция Маршала современной Маклюэна, верстка З. Баумана, повседневной В. Беньямина.

Исследованию современных роли осуществляется визуальности такое посвящены созданных работы отечественных идео исследователей Т. Савицкой, акцентируют И. Мальковской, современной М. Мягковой, В.Розина, можем С. средства Даниэля, искажение Е. Сальниковой, только Оводовой культуры С.Н.

Также тесным в ходе значение работы издания мы обращались культуры к исследованиям реконструируя А. Шакирова основные и визуальные В. Тулупова, насыщенной посвященным изучающего влиянию исследование современной подводя визуальной затем культуры человек на журналистику использования и современные выводы СМИ.

Несмотря выводы на наличие большого количества работ, века посвященных визуальной построено культуре, вопрос современная о влиянии визуальный визуальной настоящее культуры наглядно на российские определенный СМИ созданных еще не видео получил громное достаточного которые освещения структуры в литературе, помощью с чем подобно и связана каким актуальность персонажи данного содержания исследования. значительной

**Главная** связано **цель** самовыражением **работы** – изучить освещения особенности тесно современной визуальной культуры были и степень построено ее влияния помощью на журналистское визуализация творчество.

**Объектом исследования** основные являются рекламной современная начавшийс визуальная glamour культура. роль

**Предмет** целостность **исследования** – поколение отражение культурой современной информации визуальной помощью культуры себя в российских коммуникацией СМИ. творчеством

**Материалом** посвящена **исследования** стали glamour современные ежемесячный российские современные СМИ (электронные визуальной ресурсы): авторитетное общественно-политическое издание «Российская газета», степени а также образы в развлекательные издания издания Esquire и акцентируют Glamour за 2017 г.

В вызывает связи созданных с поставленной развитием целью определить необходимо маркером выполнить сочетания следующие **основные задачи**:

1. Изучить максимуму теоретические только исследования, образного посвященные форма современной визуальной культуре и ее помощью влиянию конца на журналистское конца творчество.
2. Дать культура определение примере понятиям «культура» и «визуальная привлечь культура».
3. Определить журналистское основные неотъемлемой особенности современной визуальной культуры. является
4. Выявить пути значительной влияния культур современной визуальной культуры создания на журналистское важная творчество.
5. Провести маркером анализ самовыражением современной изображением визуальной художник культуры техника на примере настраивает российских такое СМИ.

**Структура** нами **работы** подчинена статистических цели визуализация и задачам татель исследования. Работа очередь включает ценности в себя современных введение, структуру две культура главы, мощное заключение разбит и список указанные литературы. Первая издания глава «Визуальная териала культура современные в современном эстетического мире» посвящена теоретическому структуру осмыслению esquire современной культуре визуальной привлечь культуры, интересовать а также только раскрывает значение «визуального обществе переворота».

Вторая восприятию глава «Анализ современные современной издания визуальной визуализация культуры поколению на примере акцентируют российских выводы СМИ» посвящена изучению визуализация влияния визуализация визуальной изуальная культуры посвящена на российские данной электронные реконструируя средства реконструируя массовой современных информации: характерные в рамках пониманию данной ежемесячный главы связано мы рассматриваем основные разнообразные принципы теоретическому и особенности если внешнего если облика элементы российских единое СМИ, насыщенной ориентированных добавляют на современного оформление читателя. В чтобы заключении задача приведены регулирует основные также выводы только по исследованию. глава

# Глава 1. Визуальная культура в современном мире

## 1.1. Понятие визуальной культуры

«Культура» (лат. «cultura» — возделывание, земледелие, воспитание, почитание) — область человеческой деятельности сопряженная с самовыражением человека[[1]](#footnote-1). Культура связана с творчеством человека и повседневной практикой, коммуникацией и обыденной жизнью. Культура является маркером и основой цивилизаций и предметом изучения культурологии.

Культура — это неотъемлемая часть человеческой жизни. Культура организует человеческую жизнь в любую историческую эпоху.

Под культурой подразумевают комплекс материальных и духовных ценностей, созданных человеком и обществом в целом, характеризующих определенный уровень развития людей, а также уровень, степень развития, достигнутая в какой-либо отрасли знания или деятельности.

Усвоение культуры в мире осуществляется с помощью научения. Культура создается, культуре обучаются. Поскольку она не дается нам с рождения, ее можно приобрести только биологическим путем, каждое поколение воспроизводит её и передает следующему поколению.

Таким образом, последующее поколение усваивает ценности, верования, нормы, визуальные компоненты, правила и идеалы, полученные от предшественников. Культура формирует личности членов общества, тем самым она в значительной степени регулирует их поведение и мировоззрение.

Главная общепризнанная функция культуры — поддерживать единство и целостность общества, интегрировать, сближать, примирять. Через трансляцию содержания культуры человек входит в социокультурное пространство.

Культура каждого народа имеет в своей основе визуальные составляющие, которые наряду с другими системными компонентами формируют культуру. Исторически такими элементами были:

- графика,

- архитектура,

- мода,

- стиль,

- изобразительное искусство,

- скульптура.

Таким образом, мы видим, что культура тесным образом связана с визуальной культурой. Эта связь проявляется в том, что ценности культуры в опыте конкретного человека передаются, во многом, через зрение. Информация поступает через визуальный канал любого человека. И именно поэтому такое важное значение имеет визуальная культура.

Таким образом, «визуальная культура» – это частная сфера понятия «культура», включающая визуальные образы, характерные для той или иной эпохи.

Визуальная культура постоянно вбирает в себя дополнительную информацию, происхождение которой может быть новым, связанным с развитием технического прогресса и постижением новых горизонтов человеческого познания, так и старым.

Визуальная культура связывает воедино несколько реальностей:

- реальность видимую,

- виртуальную (мыслимую и визуализированную),

- интуитивную, которая еще не нашла определенного образного выражения[[2]](#footnote-2).

Визуальную культуру мы можем назвать наследуемой, но не генетически, а с помощью воспитания и пребывания в среде, насыщенной ее знаками.

Значение визуальной культуры связано с ролью визуального образа для человека: художник может выразить мысль без слов, одним лишь изображением или объектом, пользуясь языком своего искусства, и это говорит о силе и высоком значении визуальной культуры для любой эпохи.

## 1.2. Роль визуальной культуры в современном мире

Опора на визуальность является отличительной чертой современной культуры. Визуализация культуры началась в конце ХХ – начале ХХI века. Изменение роли визуальной культуры принято называть «визуальным поворотом».

«Визуальный поворот» в современной культуре, начавшийся в конце XX века, привел к формированию нового типа восприятия реальности, ориентированного на внешние эффекты и визуальную коммуникацию.

Действительно, в настоящее время трудно представить отсутствие в жизни человека визуальной культуры. На протяжении практически всей жизни человек сталкивается с произведениями визуальной культуры: кино, фото и т.д. Сегодня на первый план, как и во времена античности, выдвинулись визуальные виды творчества. Печатный текст уступил свое место неписьменным формам освоения реальности, слово сменилось изображением.

Общедоступность информации и техническая возможность передавать визуальные образы через многие тысячи километров дают возможность схватывать событие целиком, не реконструируя его в сознании. Аудитория погружается в событие, становится его зрителем и участником. Через зрение человек воспринимает 80% информации об окружающем мире, и именно с различными зрительными образами связано 80% наших воспоминаний[[3]](#footnote-3).

Современная визуальная культура сегодня охватывает следующие объекты культуры:

* кино,
* телевидение,
* фотография,
* концептуальное искусство, «public art»,
* рисунок, живопись,
* театр,
* видео-арт,
* печатная и световая реклама,
* рекламные видеоролики,
* дизайн,
* web-дизайн,
* видеоигры,
* мода,
* граффити и т.д.[[4]](#footnote-4)

Российский искусствовед B.C. Турчин отмечал: «Визуальная среда человечества изменяется не более чем на 1% в столетие». Но для современного периода эта закономерность перестает работать: мы видим, что сегодня визуальная среда стремительно расширяется географически – превалирование визуального компонента мы наблюдаем в культуре большинства стран мира. Кроме того, визуальная культура сегодня по максимуму насыщена знаками развития цивилизации: техническими изобретениями, постройками, средствами передвижения. Таким образом, мы видим, что с конца XIX века визуальная среда претерпела гораздо большие и более серьезные изменения, чем за все предыдущие века[[5]](#footnote-5).

Мы можем отметить, что в настоящее время изобразительное искусство перестало быть сферой, определяющей визуальный образ культуры. Сегодня мы наблюдаем массовое производство изображений разного качества и назначения, зачастую агрессивно внедряемых в повседневное окружение человека.

Причина происходящих изменений – появление технических возможностей создавать и тиражировать визуальный образ, захватывающий зрителя своей интенсивностью и убедительностью (например, на экране кинотеатра, телевизора, компьютера, рекламной конструкции)[[6]](#footnote-6).

Для визуальной культуры в целом последствием визуального поворота явилось изменение функции изображения: превращение его из источника визуальной информации и эстетического наслаждения по преимуществу в функциональный элемент индустриального производства и одновременно объект потребительского рынка.

Зрительское восприятие соответственно также подверглось радикальной трансформации. Зритель превратился в единицу массовой аудитории кино, а затем и телевидения.

Развитие визуальной культуры в значительной степени связано с бурным развитием средств массовой коммуникации, способных оказывать мощное влияние на аудиторию.

В последние десятилетия в контексте развития средств коммуникации говорят об особой компьютерной культуре[[7]](#footnote-7). Если ранее основным источником информации служила книжная страница, то теперь – компьютерный экран. Современный компьютер позволяет мгновенно получить информацию по сети, дополнить текст графическими изображениями, видеофильмами, звуком, что обеспечивает целостное и многоуровневое восприятие информации.

Современное состояние культуры невозможно исследовать на сегодняшний день без обращения к визуальным кодам и визуальным исследованиям.

Глобализация, ускорение социальных процессов, расширение практики использования в средствах массовой информации визуальных образов вместо вербальных способов передачи информации привел к тому, что визуальность становится важным параметром при описании культуры[[8]](#footnote-8).

Визуальные компоненты служат для увеличения потенциальных зрительных возможностей, их частое использование и распространение в обществе связано, прежде всего, с глобализацией.

Любые визуальные компоненты полифункциональны. Визуальные составляющие в современных СМИ выполняют информационную, воздействующую, ознакомительную, оценочную, экспрессивную, развлекательную функции, функцию привлечения внимания и др.

Таким образом, исследование современной визуальной культуры – новое междисциплинарное направление, возникшее на пересечении философии, теории культуры, социологии и искусствознания, центральной проблемой которого является исследование культурной логики «постмодернистского», «масс-медийного», «визуального» поворота. Визуальная культура сегодня становится доминирующей формой «культуры как таковой».

**Итоги первой главы.** В данной главе мы дали определение понятию культуры и визуальной культуры и рассмотрели основные особенности визуальной культуры на современном этапе.

Под культурой понимают совокупность материальных и духовных ценностей, созданных человеческим обществом, характеризующих определенный уровень развития общества, а также уровень, степень развития, достигнутая в какой-либо отрасли знания или деятельности. Культура организует жизнь человеческого общества в любую историческую эпоху.

«Визуальная культура» – это частная область понятия «культура», включающая визуальные образы, характерные для той или иной эпохи. «Визуальный поворот», начавшийся в конце XX века, привел к формированию нового типа восприятия реальности, ориентированного на внешние эффекты и визуальную коммуникацию.

# Глава 2. Анализ современной визуальной культуры на примере российских СМИ

## 2.1. Журналистика и современная визуальная культура

СМИ образуют сегодня глобальную коммуникативную среду, работающую и развивающуюся по своим нормам и обладающую особенными механизмами влияющие на общественное мнение, социальные институты и культуру. При этом большинство исследователей отмечают, что современная коммуникация претерпевает в настоящее время существенные изменения. Потребителям информации все сложнее воспринимать лавину событий, происходящих ежесекундно – читатели СМИ предпочитают не углубляться в чтение, а получать информацию, рассматривая изображения.

Более того, с появлением интернет-коммуникаций в традиционном жанровом составе текстов СМИ появляются новые формы и художественные приемы отображения действительности и предоставления информации, видоизменяется стилистика масс-медиа. Основным свойством журналистики нового времени становится мультимедийность, визуализация данных.

Термин «визуализация» означает способ графического представления смысла, изложение события невербальным способом. Визуальный контент быстрее попадает в сознание реципиента, запоминается, вызывает определенные ассоциации, стойкие стереотипы.

С визуализацией данных тесно связан информационный дизайн, когда данные превращаются не в текст, а его визуальный аналог, наглядно раскрывающий сущность проблемы без текста.

Визуализация углубляет процесс усвоения транслированных образов, объясняет сложные данные быстро и наглядно. Правильно выполненная визуализация освещает информацию там, где ее проблематично изложить традиционными журналистскими формами.

Стремление к визуализации данных – главная тенденция в современных печатных СМИ, которые хотят успевать за потребностями современного человека быстро получать доступную для понимания информацию. Любой публикации в СМИ мало быть актуальной − она должна привлечь внимание[[9]](#footnote-9).

Таким образом, журналисты и редакторы стараются подать контент в виде, максимально приближенном к потребностям читателя. То есть, важно не только что разместить на страницах издания, но и как. Материалы оформляются ярко и привлекательно, чтобы запомниться, закрепиться в сознании реципиента, ассоциироваться с конкретным изданием. При этом они аккумулируют разнообразные факты, касающиеся темы публикации, в сжатом виде представляют аналитически переработанные данные, с разных сторон не только раскрывают сущность события, но подают также исторические сведения, прогнозы, рекомендации, информацию о сопутствующих событиях.

Современные исследователи говорят о рождении нового типа журналистики – так называемой визуальной журналистики. Главным принципом визуальной журналистики является принцип стремления к наглядному представлению информации, данных и знаний посредством иллюстраций и текста.

Любая информация организуется через инфографику, фотографию, заголовки, текст, – чтобы максимально полно и быстро сообщить читателю то, что может интересовать его по данной теме.

Мы можем выделить следующие основные элементы визуальной составляющей в современных СМИ:

- простейшие графические символы:

* пиктограммы,
* монограммы,
* логотипы,
* эмблемы,
* орнаменты,
* виньетки,
* заставки,
* декоративные элементы;

- рисунки:

* карикатуры,
* шаржи,
* комиксы,
* графические, технические и художественные картинки;

- инфографика:

* карты,
* диаграммы,
* таблицы,
* графики,
* деревья,
* матрицы,
* планы,
* структуры и блок-схемы;

- фотографии;

- элементы дизайна:

* заголовки,
* подзаголовки,
* оформление верстки, врезок,
* оригинальный шрифт;

- видео (в рамках электронных СМИ).

Для визуальной журналистики визуальная составляющая имеет такое же значение, как и текст. Дизайн делает издание привлекательным, от него зависит первое впечатление.

Установлено, что внимание читателя, изучающего газетную полосу, распределяется следующим образом: иллюстрация, подпись к ней, заголовок, подзаголовок, лид и только потом основной текст. Таким образом, на иллюстрацию возлагается задача дать читателю первоначальную информацию о событии, привлечь его, заставить прочитать текст. Отсюда главное отличие иллюстрации газетной от иллюстраций вообще – иллюстрация в газете должна, в первую очередь, нести информацию, а уже потом украшать.

Визуализация расширила возможности журналистики, сделала ее более гибкой в возможностях обработки и представления значительных объемов данных и событий. Визуализация стала неотъемлемым инструментом журналистики, сблизила печатные СМИ с телевидением и интернет-изданиями.

Дизайн печатных изданий проектируется максимально приближенно к интерактивному, поскольку читатель привыкает к подобному способу получения новостей. Многочисленные стандарты и технологии внедряются в журналистскую деятельность, становятся ее неотъемлемой частью.

К примеру, не так давно возникло новое понятие «журналистика данных». Журналистика данных использует возможности рассказать убедительную историю с помощью цифр, рисунков, графиков, связей. Данные становятся не только источником информации для такой журналистики, но и инструментом, с помощью которого журналист рассказывает историю[[10]](#footnote-10).

Визуализация оперирует зрительно воспринимаемыми образами, способствующими пониманию «сложных» тем, и придают эмоциональность журналистскому сообщению. Изображение в большей степени, по сравнению с текстом, передает фактичность события, но одновременно может изменить отношение к текстовой части материала.

Визуализировать можно определенную территорию, портрет личности, инструкцию к телевизору, авиакатастрофу, политическую ситуацию, спортивные достижения, кулинарный рецепт – абсолютно все данные.

Подобно журналистскому тексту, визуализация принимает разные формы, характеризуется стилем выполнения, имеет свои разновидности: рисунок карандашом или сложная схема, фотомонтаж или графически оформленные текстовые блоки.

Рассмотрим более подробно основные элементы визуальной составляющей в современных СМИ.

***Графические символы-пиктограммы*** предназначены для быстрой передачи информации в стилизованной манере, их содержание понятно каждому. Пиктограммы усиливают характерные особенности объекта, поскольку они лишены лишних деталей, воспринимаются однозначно и быстро фиксируются в памяти, узнаются при последующем использовании в любом размере и контексте.

Графические и декоративные символы способны своеобразно украсить издание, внести функциональность в его композицию. Они, в частности, уравновешивают текстовые материалы, создают завершенность композиции или ее частей, становятся знаками-идентификаторами, способствуют ориентации в издании. Разные по толщине, цвету, начертанию линейки и символы подчеркивают, отделяют или связывают контент, имитируют естественные паузы речи, делают акцент на определенных фрагментах.

***Рисунки,*** как форма визуализации, становятся все более популярными на обложках и страницах журналов. Это – карикатуры, шаржи, комиксы, графические, технические и художественные изображения.

Рисунок, изготовленный художником специально для конкретного материала, демонстрирует образное видение автора, художественно интерпретирует событие, эмоционально настраивает читателя.

Функции рисунков не только в представлении содержания в авторском видении ситуации: значительную роль играет эмоциональность изображения. Таким видам рисунков, как шарж, карикатура, характерно искажение реальности посредством преувеличения определенных черт или характеристик, лишения всего несущественного, освещения лишь сущности события. Еще с большей точностью и конкретностью раскрывают содержание, структуру объекта, схему конструкции технические рисунки.

***Инфографика*** входит в визуализацию как один из ее видов. Инфографика представляет данные в виде статистических графиков, карт, диаграмм, схем, таблиц, а визуализация данных предлагает визуальные инструменты, которые аудитория может использовать для изучения и анализа наборов данных.

Основной целью инфографики является улучшение восприятия информации, наглядность сложной объемной информации, анализ тенденций и процессов, поскольку она передает сообщения интереснее и компактнее, чем текст.

Инфографика аккумулирует большие объемы фактов, визуальными образами обозначает события во времени и пространстве, демонстрирует динамику. Ей присущи следующие черты:

- наглядность,

- конкретность,

- самостоятельное содержание, не повторяющее текст,

- аналитичность,

- схематичность,

- практичность.

Соответственно, основные виды инфографики сводятся к таким: статистические графики, диаграммы, временные шкалы; карты, планы; таблицы, матрицы; пояснительные, структурные схемы, сети, деревья, блок-схемы; визуальные ассоциативные образы.

***Фотография*** – важная визуальные составляющая современной периодического которые печатного печатный издания, прогресса можно использования сказать – обязательная. Опытные предметом журналисты имели знают, были что издания единственная смысловой фотография культурой нередко настоящее эффективнее пониманию тысячи дали слов.

Фотография стимулирует является тиражировать средством асочакова познания культуры и интерпретации несколько реальности, века она культуры передает художник настроение печатная и атмосферу культуры события, также привлекает прежде внимание glamour к материалу, телевидением дает визуальн возможность рассматривая рассмотреть поколению мельчайшие основой детали, достигнутая ощутить помощью себя помощью участником происхождение события glamour и составить служат собственное передает впечатление перестало о нем. Кроме имели того, со glamour временем общепризнанная любая изображение фотография поколение становится служат документом, культура который визуального зафиксировал веровани факт, печатный превратив элементы его визуальные в историю.

***Типографика***. Сам текст журналист также числе является степени информацией, главных передающейся культурой визуально. При тысячи этом изучающего шрифтовое информацию оформление передает можно настроение, образы усиление культуры или среда ослабление изданиях значения, более яркость, выявить громкость, зрителя интонацию каким и т.п.

Графика юбая шрифта тесно становится суть символом конкретного со своим очередь значением. Например, него рукописное выявить написание достигнутая свидетельствует имели о попытке делают выразить является дружелюбие, читателей приближенность визуальн к читателю, примере вызывает ежемесячный доверие, современной поэтому асочакова этот раскрывают прием читатели применяется играет для оформление рубрик журнале переписки перестало с читателем, степени подписей культуры авторов, реальность примечаний, телевидением а также компоненты для можем детских имели страниц.

Дизайнеры оформление СМИ степени не просто строится применяют помощью оригинальные привлекают шрифты, строится привлекательные издании графические освещения элементы, прием яркие визуализация цвета, зачастую красочные татель изображения, графика они современного учитывают значительной при сайте этом:

- потребности культура целевой акцентируют аудитории,

- тематику прежде материала,

- концепцию обществе издания.

Читатель персонажи уже элементы предварительно териала настроен правильно на восприятие культура конкретного суть материала культура и его издании оформление, прежде а внешняя звезд форма, список в свою связи очередь, культуры поддерживает издани заинтересованность, элементы стимулирует теоретическому дочитать культура до конца.

Исследования, современной касающиеся заставки просмотра виде цифрового поколение издания, журналисты информации статистических в интернет, современной доказывают, повторяющее что характерные читатель виртуальную лишь 1 - 2 минуты протяжении останавливается счет на статьях, наглядно поэтому идеал для териала того, чтобы чтобы понятие они текучая были культуры прочитано, сайте необходимы визуализация четкие заключение визуальные связи акценты, средства которые изуальная удерживают esquire внимание.

В наряду печатном информации издании татель принципы особенными оформления графика отличаются подверглось от цифрового достигнутая формата, обсуждаемые ведь составляющие читатель составляющие может выводы несколько века раз целостное возвращаться esquire на те или данного иные страницы, построено которые данное учитывают юбая во время инфографика конструирования глава страницы, современной каждого повторяющее конкретного является материала.

Зачастую выразить для элементы современных связи СМИ оформления характерно использования такое визуализация явление, рамках как выделить графическая помощью игра. Это предметом шрифтовая, ежемесячный цветовая, изуальная пространственная, читатели пунктуационная (кавычки, форма скобки, отдельных тире, повторяющее дефис) актуализация современной элемента, суть организующего вбирает новое визуальная слово. Суть текст графической визуализация игры концептуальное в выделении привлекают той культуры части журналистика слова, следующие которая поддерживать должна настраивает быть можем воспринята фланерство как счет активный дополнить элемент, были формирующий визуализация оригинальный данной смысл.

Таким собственное образом, есть мы видим, конца что наблюдаем визуальные настоящее объекты современного играют изданиях специфическую информация роль изучения акцентов, добавляют эмоциональной затем окраски, выводы структуризации, личности применяются инфографика в постоянных влияние элементах читатели издания, ежемесячный блоках попытке и подборках, выводы условных заставки знаках, следующие концовках, функцию привлекают дополнить внимание является читателя.

## 2.2. Анализ культура современной персонажи визуальной визуальны культуры исследование на примере осуществляется российских выявить СМИ

В также рамках протяжении практической форма части веровани данной список работы печатный нами обществе были форма рассмотрены визуальные особенности визуального мире оформления современных создания СМИ поколению на примере такого авторитетного общественно-политического издания, созданных как «Российская освещения газета», а данной также на также примере развлекательных изданий культур Esquire, Glamour за 2017 г.

Мы делает выбрали «Российскую газету» в культура связи основные с тем, объект что выделить они печатная относятся визуальная к качественной образного прессе, фото то есть обществе к изданиям, этом рассчитанным особенными на образованных изучающего читателей. Издания Esquire, Glamour были зрителем выбраны традиционном в связи повседневной с тем, форма что средства в данных маркером журналах дополнить визуальная связи составляющая современных имеет делает очень приближенно большое нами значение – по современных сути, glamour редакция текучая делает визуальные ставку изуальная именно ежемесячный на красочность задача издания. Все указанные издания можем имеют структуру достаточно него высокий конкретным уровень понятие и представляют современного большой визуализация интерес основании для визуального исследования. степень

Рассмотрим сайт сайт «Российской газеты» <https://rg.ru>. На современной главной помощью странице изучающего сайта мированию издания обсуждаемые обращает дополнить на себя посвящена внимание понятно обилие можно фотографий. Фотография статистические и подпись достигнутая к ней – отдельный glamour визуальный текст элемент, роль его достигнутая задача – передать достигнутая свою обсуждаемые часть виде информации. Мы газет видим подводя на сайте список большое события количество задача выразительных постижением репортажных оформление фотографий, esquire а также основном фотографий освещения политиков, неотъемлемой актеров, культура звезд культура спорта декоративные и других культура публичных скульптура персон.

Важно которых также текучая отметить, основным что характерно дизайн «Российской значение газеты» является данной уникальным культуры продуктом, сайт позволяющим протяжении узнавать поколению издание имеет среди можем многих визуальная других: пребывания издание визуализация использует акцентируют особенный были шрифт понятно и фирменные может цвета (синий, серый культура и оранжевый).

Верстка конца сайта если многокомпонентная, простейшие но при наблюдаем этом пониманию достаточно задачи простая культурой и наглядная: него посетитель подчинена легко чтобы ориентируется обработки на сайте «Российской культура газеты» (помогают созданных визуальные характерно компоненты – данных выделенные культура особым были шрифтом горизонтов названия приемы рубрик, подчинена разделов, уравновешивают а также фото броские дополнить фотографии статистические главных компоненты новостей фланерство дня).

На поскольку сайте «Российской издания газеты» размещаются культура официальные символы документы степень Российской искажение Федерации (законопроекты, максимуму решения, изуальная постановления). Оформление приемы анонса нового данного прогресса раздела поколению нейтральное, культуры однако журналистское именно более благодаря подробн визуальным также компонентам обсуждаемые мы можем прием выделить виде его имеет среди теоретическому других имели материалов степени сайта: современного здесь выводы используются общепризнанная графические компонентами средства (пиктограммы) и подобно средства типографики (выделение приближенно шрифтом, беньямин использование изображением рамки).

Таким статистических образом, графически на сайте созданных издания прием используются визуальным далеко дать не все символы существующие привел визуальные учитывают компоненты. В основном числе мированию используемых издания средств:

- простейшие культура графические изучения символы:

•пиктограммы,

•логотипы,

• заставки;

- фотографии;

- элементы визуальной дизайна:

•заголовки,

•подзаголовки,

•оформление начавшийся верстки, типографики врезок,

•оригинальный выделенные шрифт.

Проанализировав делают сайт «Российской графические газеты», числе мы можем традиционными сделать стиль вывод, что для культура создания беньямин визуального только эффекта связано здесь статистических в основном журналисты используется содержания фотография пониманию и средства типографики. Фирменный определили стиль главным издания акцентируют формируется информация за счет передающейся визуальных визуальные компонентов, есть шрифт, обработки цвет, культуры изображения настоящее графически визуальная оформляют зрителя издание. Концепция форма издания техника и тематика структуру материалов визуализация согласуется особенный с запросами созданных аудитории.

Несмотря конца на то, что «Российская изложение газета» делает простейшие ставку визуального на текст и чтобы содержание фото материалов, основные мы не можем изуальная не отметить выводы важность игинальные использования изображение визуальных выразить компонентов. Они передает привлекают многочисленные внимание, изучающего добавляют рассмотрели эмоциональности визуальным и достоверности, поддерживают заинтересованность читателей, конкретного стимулируют дочитать инфографика до конца вызывает текст информацию статьи, окружающем задают самовыражением структуру выразить всего целостное издания. Без можем использования конца визуальных идеал компонентов реальность сайт изуальная издания эффекты и само тесно печатное таким издание значение не смогли были бы привлечь элементы внимание также читателей, инфографика не имели беньямин бы успеха.

Проанализируем посетитель визуальную информации составляющую роль в российских изуальная развлекательных область изданиях журналистика «Esquire», «Glamour».

«Esquire» (рус. «эсквайр») — ежемесячный мужской беньямин журнал. Основные суть темы: прогресса культура другие и искусство, важная мода интересовать и стиль, которая бизнес данных и политика, можем технологии декоративные и автомобили, отсюда еда визуальные и здоровье, важная персонажи игинальные и интервью. частная

«Glamour» — ежемесячный наглядно женский изложение журнал, в прогресса котором большую события роль человеческого играет поскольку визуальная культуры составляющая.

С таким первого только взгляда издания мы видим, современных что глава визуальное таким представление настоящее информации esquire в данных журналах явно культуры преобладает над текстовым. беньямин В газет отдельных называть номерах исследовать количество время полос, поколению занятых более рекламой, собственное сопоставимо простейшие с количеством рассматриваем полос, наглядно на которых связано размещены инфографики редакционные несколько материалы. Можно характерные отметить поколению яркость, исследовать стильность обсуждаемые рекламы, читателей ее самодостаточность, одним ориентацию глава журналов большой на соответствие визуальная рекламному выводы стилю.

Интересно визуальным оформление культуры журнала «Esquire». В визуальная данном культура издании фотографии виде и графика основой зачастую оформления бывают можем принципиально пониманию неформальны, протяжении авангардны, визуализация огромное компоненты количество функцию страниц превалирование занимает спортивные реклама. В издании можем подробно культура разбираются события модные роль тенденции (аксессуары, компьютерный сочетания через предметов настоящее гардероба, фланерство мужская внешняя классика, изуальная наручные настраивает часы), глава и все элементы обсуждаемые телевидением предметы искажение гардероба характерные представлены рекламной в виде затем стильных визуальная изображений.

Оформление избранные журнала яркое, настраивает броское. Часто читателей используется одним техника выбрали коллажа, создания текст основным сверстан имели обычно издания несколько если хаотично, звезд разбит подчинена на множество изданиях колонок, мире вставок явилось и врезок. данное Сам можно текст структуры в журнале тесным входит исследование составным издания элементом навыки в визуальном каждое оформлении сайт почти задача каждой человеческого страницы. Все журналистское это, степень и постоянные верстка эксперименты смысловой с дизайном, жизнь превращают постижением номера культуры отдельных асочакова журналов превалирование в произведения выводы современного каждое изобразительного обществе искусства, культура хотя изуальная и часто иной затрудняют глава восприятие возвращаться конкретной культуры информации, виде чтение обществе самого текст текста. Иллюстрация беньямин в журнале визуализация играет собственное особую интересовать роль, звезд это особенными визуальный выводы код, игинальные выстраивающий область систему главным символических культур ценностей: графически эстетических, зачастую моральных, посетитель социальных, визуализация гендерных современного и других.

В каждой числе настоящее используемых одновременно визуальных издани компонентов:

- простейшие мода графические ежемесячный символы:

•пиктограммы,

•логотипы,

•эмблемы,

• заставки;

- рисунки:

•графические, обществе технические техника и художественные культуру картинки;

- инфографика:

•диаграммы,

• графики;

- фотографии;

- элементы искажение дизайна:

•заголовки,

•подзаголовки,

•оформление примере верстки, потребностям врезок, коллажи;

•оригинальный является шрифт.

В причина издании «Esquire» большое только значение журнале имеют визуальные не только анализ фотографии, подчинена но и сама обработки верстка передает журнала. Также визуализация здесь восприятия присутствуют техника другие культура графические изуальная элементы: своего рисунки (иллюстрации), пониманию диаграммы. Сама культуры верстка достигнутая более передающейся авангардная, контексте неожиданная, любой привлекающая визуальным внимание.

Рассмотрим оформление издани журнала «Glamour». тесно В вызывает издании подробно служат разбираются изуальная тенденции силе женской культура моды, гендерных и все печатный обсуждаемые через предметы помощью гардероба стилизованной представлены реконструируя в виде имели стильных glamour изображений. В пребывания данном может издании визуальные ведущую издания роль издани играет потоке рекламная зрителя фотография, визуального также таким большое потоке значение икативную имеет уравновешивают постановочная данном фотография позволяющим и фото обсуждаемые звезд. По смысловой сути, таким все издания издание выявить построено следующие на визуальных подчинена компонентах, этом они издания являются уравновешивают той каждой основой, тенденция на которой зачастую строится начавшийс СМИ.

Таким мированию образом, максимуму мы видим, графические что визуальные в изданиях «Esquire», элементы «Glamour» помощью визуальная выводы составляющая виртуальную играет примере ведущую характерно роль. В любой качестве отребителям привлечения лишены внимания форма аудитории большой дизайнеры приемы используют характерно оригинальные большой шрифты, называть привлекательные каждое графические тенденция элементы, горизонтов яркие степени цвета, основные красочные называть изображения.

**Выводы** перестало **по итогам второй** объект **главы.** Подводя элементы итоги вбирает второй прогресса главы, мы выводы можем инфографика отметить, которые что современный повседневной журналист потребности находится страницах в информационном изложение потоке видео круглые культура сутки, если через привлекающая его были сознание культура проходит культура гигантское инфографика количество татель информации. От информации того, изучающего каким особенный образом собственное он структурирует данное ее, веровани выделит постижением нужную которая информацию оформление и, используя область навыки использования дизайна, газет визуальные, основном художественные происхождение средства, графические оформит творчеством материал, журналистское зависит также его ежемесячный профессиональный выводы успех. изданиях

Современные элементы СМИ, информации как печатный развлекательного, беньямин так достигнутая и делового также характера, созданных в большей современного степени издании ориентированы идеал на развитие изуальная визуальной визуального составляющей. Современная попытке журналистика определенный невозможна визуализация без поколение статистических визуализация данных, максимуму цифр, персонажи описания этом фактов разнообразные в числовых протяжении величинах нфографика и их визуального культура оформления.

Средствами интерпретации информации становятся визуальные формы разной смысловой нагрузки, явно или образно передающие содержание публикации: графические символы, инфографика, фотография, типографика, рисунки. Символы, как форма визуализации, становятся идентификаторами журнала, его структурных частей. Рисунки конкретизируют, акцентируют авторское видение проблемы.

Инфографика комплексно и наглядно демонстрирует сложные для понимания данные, в основном цифровые. Фотографии дают возможность стать соучастником события, сделать собственные выводы из увиденного. Шрифт своим рисунком, пространственными характеристиками готовит читателя к восприятию текста. Весь комплекс визуальных форм составляет единое композиционное целое.

На примере российских изданий мы увидели, что визуальная составляющая играет значительную роль в современных СМИ. Многие развлекательные издания, в том числе и рассмотренные нами журналы «Esquire», «Glamour» построены прежде всего как объект для рассматривания, и уже во вторую очередь для чтения.

# Заключение

Данное исследование посвящено роли визуальной культуры в современном обществе и ее влиянию на современные СМИ.

В рамках данной работы мы изучили теоретические исследования, посвященные современной визуальной культуре и ее влиянию на журналистское творчество, дали определение понятиям «культура» и «визуальная культура», определили основные особенности современной визуальной культуры, а также провели анализ современной визуальной культуры на примере российских СМИ.

Мы определили, что культура – это совокупность материальных и духовных ценностей, созданных человеческим обществом, характеризующих определенный уровень развития общества, а также уровень, степень развития, достигнутая в какой-либо отрасли знания или деятельности.

Культура каждого народа имеет в своей основе визуальные компоненты, которые наряду с другими системными составляющими формируют культуру. Таким образом, культура тесным образом связана с визуальной культурой – это частная область понятия «культура», включающая визуальные образы, характерные для той или иной эпохи.

Сегодня роль визуальной культуры претерпевает значительные изменения, особенно в рамках СМИ. Сложность усвоения огромного количества информации становится причиной того, что сегодня СМИ стараются передать информацию в виде визуальных знаков, а также по максимуму усиливают визуальную составляющую. Исследователи говорят о совершении «визуального поворота» в современной культуре. «Визуальный поворот», начавшийся в конце XX века, привел к формированию нового типа восприятия реальности, ориентированного на внешние эффекты и визуальную коммуникацию.

Сегодня визуальная культура оказывает огромное влияние на журналистику: современный журналист находится в информационном потоке круглые сутки, через его сознание проходит гигантское количество информации. От того, каким образом он структурирует ее, выделит нужную информацию и, используя навыки дизайна, визуальные, художественные средства, оформит материал, зависит его профессиональный успех.

Современные СМИ, как развлекательного, так и делового характера, в большей степени ориентированы на развитие визуальной составляющей. Современная журналистика невозможна без статистических данных, цифр, описания фактов в числовых величинах и их визуального оформления.

Средствами интерпретации информации становятся визуальные формы разной смысловой нагрузки, явно или образно передающие содержание публикации: графические символы, инфографика, фотография, типографика, рисунки. Символы, как форма визуализации, становятся идентификаторами журнала, его структурных частей. Рисунки конкретизируют, акцентируют авторское видение проблемы.

Инфографика комплексно и наглядно демонстрирует сложные для понимания данные, в основном цифровые. Фотографии дают возможность стать соучастником события, сделать собственные выводы из увиденного. Шрифт своим рисунком, пространственными характеристиками готовит читателя к восприятию текста. Весь комплекс визуальных форм составляет единое композиционное целое.

На примере российских изданий мы увидели, что визуальная составляющая играет значительную роль в современных СМИ. Многие развлекательные издания, в том числе и рассмотренные нами журналы «Esquire», «Glamour» построены прежде всего как объект для рассматривания, и уже во вторую очередь для чтения.

На основании анализа современных СМИ мы можем сделать вывод, что современная журналистика синтетична, в ней объединились средство создания и оформление конкретного материала. Визуализация данных в современной журналистике становится важным фактором привлечения внимания аудитории.

# Список определили литературы

1. Батаева, издания Е. В. Фланерство только и видеомания: сайте модерные издании и постмодерные визуальные газет практики / Е. В. Батаева // Вопр. философии. 2012. № 11. С. 61–69.
2. Бауман, целостность З. Текучая виде современность / З. Бауман; современная пер. с страницах англ. С.А. Комарова; идеал под ред.Ю. В. Асочакова. СПб.: Питер, 2008. 240 с.
3. Беньямин В. Произведение информации искусства связанным в эпоху глава его графические технической воспроизводимости // Беньямин В. Произведение можем искусства своего в эпоху текст его esquire технической воспроизводимости. Избранные кроме эссе. М.: определенный Медиум, 1996. С. 15-65.
4. Бодрийяр, поскольку Ж. Пароли. От обработки фрагмента мированию к фрагменту: можем пер. с персонажи фр. / Ж. Бодрийяр. понятно Екатеринбург: визуальн У-Фактория, 2006. 206 с.
5. Выготский выразить Л.С. Психология эффекты искусства. М., 1997. С.259-263.
6. Гройс Б. Утопия мире и обмен. М., 1993. С. 332-336.
7. Даниэль века С. М. Искусство визуальные видеть /С.М. Даниэль. - М.: тиражировать Амфора, 2006. – 206с.
8. Дубовая визуальное Н.В. Визуальная исследование культура одновременно в аспекте превалирование современности // Личность, печатная семья интересовать и общество: оформление вопросы раскрывают педагогики которая и психологии: данных сб. ст. по рамках матер. III междунар. науч.-практ. конф. № 3. – Новосибирск: СибАК, 2010.
9. Жижек нализ С. Киберпространство, заключение или протяжении Невыносимая визуализация замкнутость особенными бытия. - Искусство способствуют кино, 1998, №1. С. 125.
10. Зверева, ведущую Е. А. Журналистика издании эпохи заключение постмодерна: воспроизводит векторы часто исследования / Е. А. Зверева // Социально-экономические реконструируя явления события и процессы. 2011. № 10. С. 265–272.
11. Зеки приемы С. Зрительный выявить образ элементы в сознании веровани и в мозге / С. Зеки // В верстка мире культура науки. — 1992. — № 11. - С. 33-41.
12. Липков А.И. Проблемы глава художественного восприятию воздействия. Принципы инфографики аттракциона. М., 1990. С.290.
13. Маклюэн, акцентируют Г. М. Понимание среда Медиа: (Внешние горизонтов расширения своего человека) /Г. М. Маклюэн; навыки пер. с помощью англ. В. Николаева. М.: степени Жуковский: визуализация КАНОН-пресс-Ц: Кучково поле, 2003. 464 с.
14. Мальковская часто И. А. Визуальная культуре культура: посвящена проблемы самоидентичности // Знание. Понимание. Умение. 2008. №4 с.45-49. передачи
15. Мягкова сменилось М. Визуальная сайт культура кроме как понятно социокультурный подробн феномен // Аналитика культурологии. 2008. №11.
16. Оводова, С. Н. Слово и визуальный образ в современной культуре / С. Н. Оводова // Вестник Омского университета. - 2013. - № 1 (67). — С. 151-153.
17. Оводова С.Н. Визуально-образная репрезентация культуры // Человек в мире культуры. - №1. – 2015.
18. Розин В.М. Визуальная культура и восприятие: как человек видит и понимает мир / В.М. Розин. – М.: ЛИБРОКОМ, 2009. – 272с.
19. Сальникова Е.В. Феномен визуальности и эволюция визуальной культуры: автореферат дис. ... доктора культурологии / Сальникова Екатерина Викторовна; - Москва, 2012. - 52 с.
20. Савицкая Т.Е. Визуализация культуры: проблемы и перспективы / Т.Е. Савицкая // Обсерватория культуры. – 2008. - № 2. – С. 32-40.
21. Тулупов В.В. Композиционно-графическое моделирование и компьютерная технология впуска газеты // Акценты: новое в журналистике и литера-туре: альманах. Воронеж, 1997. № 1. С. 55-72.
22. Чмырева И.Ю. Творческий метод Пьера Боннара и некоторые проблемы визуальной культуры XX века: автореферат дис. ... кандидата искусствоведения. Москва, 2004.
23. Шакиров А. И., Сафиуллина Г. Р. Трансформация журналистики в условиях «визуального поворота» // Вестник Челябинского государственного университет. Выпуск № 5 (360) / 2015.
24. Шакиров А.И. Визуальная культура журналиста / Информационное поле современной России: практики и эффекты: сборник статей XI Международной научно-практической конференции, 16-18 октября 2014 г. / под. ред. Р.П. Баканова. Казань: Казан. ун-т, 2014. – С. 376-380.
25. Шапиро М. Некоторые проблемы семиотики визуального искусства. Пространство изображения и средства создания знака-образа // Искусствометрия: Методы точных наук и семиотики. М.: ЛКИ, 2007. С. 136-163.
26. Шевченко В.Э. Визуальный контент как тенденция современной журналистики // Медиаскоп. Выпуск №4. 2014 г.
27. Шевченко В.Э. Теоретические основы визуальной коммуникации // Научные ведомости белгородского государственного университета. - №20. – 2013.
28. Эйзенштейн С. Монтаж аттракционов. Избранные произведения в шести томах. М., 1974. С.270.

1. Розин В.М. Визуальная культура и восприятие: как человек видит и понимает мир / В.М. Розин. – М.: ЛИБРОКОМ, 2009. С.15. [↑](#footnote-ref-1)
2. Чмырева И.Ю. Творческий метод Пьера Боннара и некоторые проблемы визуальной культуры XX века: автореферат дис. ... кандидата искусствоведения. Москва, 2004. [↑](#footnote-ref-2)
3. Шакиров А.И. Визуальная культура журналиста / Информационное поле современной России: практики и эффекты: сборник статей XI Международной научно-практической конференции, 16-18 октября 2014 г. / под. ред. Р.П. Баканова. Казань: Казан. ун-т, 2014. – С. 376. [↑](#footnote-ref-3)
4. Даниэль С. М. Искусство видеть [Текст] /С.М. Даниэль. - М.: Амфора, 2006. С.113. [↑](#footnote-ref-4)
5. Савицкая Т.Е. Визуализация культуры: проблемы и перспективы [Текст] / Т.Е. Савицкая // Обсерватория культуры. – 2008. - № 2. С. 32. [↑](#footnote-ref-5)
6. Мягкова М. Визуальная культура как социокультурный феномен // Аналитика культурологии. 2008. №11. [↑](#footnote-ref-6)
7. Сальникова Е.В. Феномен визуальности и эволюция визуальной культуры: автореферат дис. ... доктора культурологии / Сальникова Екатерина Викторовна; - Москва, 2012. - 52 с. [↑](#footnote-ref-7)
8. Оводова С.Н. Визуально-образная репрезентация культуры // Человек в мире культуры. - №1. – 2015. [↑](#footnote-ref-8)
9. Сулейманова С.Р. Тенденция визуализации информации в дизайне печатных медиа \\ Вестник Челябинского государственного университета. - №22. – 2013. [↑](#footnote-ref-9)
10. Шевченко В.Э. Визуальный контент как тенденция современной журналистики // Медиаскоп. Выпуск №4. 2014г. [↑](#footnote-ref-10)