

Комикс как элемент визуализации в современных медиа

Научный руководитель – Булдакова Юлия Вячеславовна

Шишкин Дмитрий Алексеевич

Студент (магистр)

Вятский государственный университет, Кировская область, Россия

E-mail: dmishkindmishkin@gmail.com

Каждый день СМИ в Рунете производят сотни часов «чтения». Из них востребованными являются в лучшем случае 1,5 часа [1]. В современности на читателя обрушивается шквал новостей. Текущая тенденция такова, что аудитория «сканирует» текст, а не вчитывается в него. Задача журналиста в этом случае не только поиск информации, ее фильтрация и проверка, но и грамотное толкование, частью которого может являться визуализация, поскольку даже самое красноречивое описание проблемы не способно заменить ее иллюстрации. Дополнительный визуальный контент поможет сфокусироваться на главной мысли. А, например, в случае комикса - изобразить сложные понятия более простым способом или вовсе преподнести объемную историю как отдельное литературное/графическое произведение с особенными образами и драматургией.

Последнее вот уже почти год успешно применяется редакцией «Новой газеты», открывшей новую судебно-сатирическую рубрику «Кафка-кодекс» [4]. В ней громкие судебные дела в России рассказываются в виде полноценных комиксов, за вдумчивым прочтением которых можно провести до 20-30 минут. Журналисты прибегают к помощи разных российских комиксистов, а потому каждый выпуск отличается своим авторским стилем.

К примеру, обозреватель «Новой газеты» Леонид Никитинский вместе с художником Алексеем Иоршем умело обыгрывают злободневную новость о спорном аресте правозащитника Льва Пономарева за повторное нарушение законодательства о митингах и демонстрациях [4]. Авторы изображают Пономарева в виде Дон Кихота, который также верит в нечто вечное, незыблемое, в истину и готов идти на жертвы ради помощи другим (в данном случае фигурантам дела «Нового величия»). Вдобавок на протяжении всего комикса сравниваются нравы средневековья и современной России, что добавляет сатирического подтекста некоторым ситуациям и поступкам героев (Рис. 1).

Согласно Скотту МакКлауду, известному американскому художнику и теоретику, комикс - это иллюстративные и другие изображения, сопоставленные рядом в продуманной последовательности для передачи информации и / или получения эстетического отклика от зрителя [2].

Объем в данном случае не так важен, а значит комиксами можно считать и некоторые картинки-мемы. Они крайне популярны, к примеру, в новостном сообществе «Лентач» в социальной сети «ВКонтакте». Созданная бывшими журналистами старой редакции Lenta.ru, Игорем Белкиным и Андреем Коняевым (до 2014 года) формула «подводка новости + запоминающаяся картинка с сатирой» работает и активно развивается и по сей день.

Пикчеры (редакторы новостей, специализирующиеся на создании картинок к новостям) нередко создают не просто картинка-мемы, а короткие комиксы. В данном случае они сильнее восходят к своей этимологии (от англ. comics «комический, смешной»), поскольку зачастую ориентируют читателя на комическое восприятие информации и намекают на неоднозначность события. Например, комикс (Рис. 2) идет в дополнение к новости про неразбериху с открытием/закрытием границ в Венесуэле из-за конфликта самопровозглашенного временного президента страны и действующего президента [3].

По словам Александра Амзина, бывшего редактора и шеф-редактора Lenta.ru, директора по развитию холдинга «Мед-Медиа», зачастую визуальный анонс способен заменить или дополнить текст [1]. В итоге общий смысл публикации с комиксом распределяется между текстом и рисунком таким образом, что они не только оказываются равноценными и зависимыми друг от друга компонентами общего содержания, но и могут обретать совершенно новый смысл, понятный лишь при одновременном получении сведений и в вербальном и в невербальном виде [5].

Данные примеры инновационной визуальной коммуникации в СМИ по-своему успешны. Они способны удержать внимание зрителя и даже задержаться на некоторое время в голове после усвоения материала. Но не обедняет ли это чтение - другой вопрос.

Одно ясно точно: подача новостей в современных медиа как никогда богата на разнообразные формы и порой способна преобразить традиционную журналистику до неузнаваемости.

Источники и литература

- 1) Амзин А., Галустян А. Как новые медиа изменили журналистику. 2012 – 2016. Екатеринбург, Гуманитарный университет, 2016. – 304 с.
- 2) МакКлауд С. Понимание комикса. М., Белое яблоко, 2016. – 216 с.
- 3) "Лентач": <https://vk.com/oldlentach>
- 4) Новая газета: <https://www.novayagazeta.ru>
- 5) Новостной комикс как новый конвергентный жанр интернет-СМИ Китая: <http://cyberleninka.ru/article/n/novostnoy-komiks-kak-novyy-konvergentnyy-zhanr-internet-smi-kitaya>

Иллюстрации



Рис. 1. Рис. 1: фрагмент комикса "Дело о 16 сутках и ветряных мельницах" от "Новой газеты" Рис. 1. Рис. 1: фрагмент комикса "Дело о 16 сутках и ветряных мельницах" от "Новой газеты"



Рис. 2. Рис. 2: комикс "Лентача" про новость неразберихи с открытием/закрытием границ в Венесуэле