

**О. Г. Орлова**

*Новосибирский государственный университет  
ул. Пирогова, 1, Новосибирск, 630090, Россия*

*orlovaog@mail.ru*

## **ВИЗУАЛИЗАЦИЯ СТЕРЕОТИПОВ О РОССИИ В СОВРЕМЕННОМ ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ**

Рассматриваются способы визуализации стереотипов о России в современном интернет-пространстве. Даются определения понятиям визуализации, интернет-пространства, стереотипа, определяется взаимосвязь таких исследовательских единиц, как концепт, фрейм, дискурс, стереотип. Способы визуализации стереотипов по техническому признаку, т. е. по признаку физических свойств носителя информации, делятся на следующие: произведения изобразительного искусства, рисунок, карикатура, коллаж, цветовые решения, фотография. Стереотипное знание незрительного характера выражается при помощи индексальных или риторических знаков. Визуализация является верификацией идеологических смыслов, выраженных в языке, тексте, дискурсе. Делается вывод о том, что вербальный дискурс может быть визуализирован и при этом он также демонстрирует свойства связности, повторяемости и непрерывности.

*Ключевые слова:* визуализация, стереотип, медиапространство, интернет-пространство, дискурс.

Данная работа обобщает наблюдения над тем, при помощи каких способов происходит визуализация стереотипов о России в современном медиапространстве, а именно – интернет-пространстве.

Определим, что понимается под визуализацией. «Визуализация (в широком понимании) – это процесс представления данных в виде изображения с целью максимального удобства их понимания; придание зримой формы любому мыслимому объекту, субъекту, процессу и т. д.; механическое вызывание образа; создание четких, устойчивых и ярких образов любой сложности и специфики (как реально существующих, так и созданных в сознании автора) при помощи технических устройств или мыслеобразов (мыслеформ) непосредственно в своем уме (мысленная визуализация)» [Поис, 1998]. «В основе процесса визуализации заложены механизмы

восприятия и фиксации человеком информации внешнего мира посредством чувственных, в том числе наглядных, образов. Визуализировать – означает сделать доступным для зрительного восприятия, трансформировать вербальную информацию в информацию, выраженную визуальными средствами» [Малькина, 2008. С. 240].

Также определение термина *визуализация* дает А. А. Вербицкий: «Процесс визуализации – это свертывание мыслительных содержаний в наглядный образ» [1991. С. 207].

Изображение привлекает к себе внимание исследователей в области коммуникации, потому что передает информации гораздо больше, чем слово, и обрабатывается человеческим мозгом в 60 тысяч раз быстрее, чем текст. «Для сравнения, пропускная способность каналов приема и обработки информации по линии “ухо – мозг” равна 50 000 бит/

сек., а по линии «глаз – мозг» – 50 000 000 бит/сек.» [Рябцева, 2014. С. 156].

Изображение обладает свойством универсальности, т. е. оно может быть понято всеми собеседниками, которые видят, даже в том случае, если они говорят на разных языках.

«Изображение имеет преимущество над вербальным текстом: оно зримо, конкретно, наглядно. Для понимания вербального текста надо знать значения составляющих его слов – конвенциональных знаков, которые обозначают что-то условно, наделяются значениями в результате общей договоренности. Изображение – иконический знак – в коммуникативной ситуации замещает определенный предмет, на который он похож своими качествами, поэтому он способен вызывать в сознании воспринимающего такие же впечатления, как и замещаемый им предмет. Икона доступна восприятию любого человека, который владеет системой кодов и символов, свойственных данной культуре. Вербальный текст требует определенной затраты времени на его понимание – речь развивается последовательно. Изображение же способно быстро передать большой объем информации, оно воспринимается моментально и целиком» [Там же].

Кроме того, в настоящее время визуальные образы играют огромную роль в жизни отдельного человека и социума. Достаточно вспомнить о том, что развитие средств фиксации образов идет с поражающей быстротой, причем в направлении все большей реальности изображения. Изучая тренды в совершенствовании технических средств коммуникации и развития знаковых систем, ученые сделали вывод о том, что объем зрительной информации увеличивается по сравнению с другими видами общения, это является естественным процессом для человека. «Исследования физиологов показывают, что 80 % информации человек получает через зрительный анализатор» [Там же].

«...важное место в современной культуре занимает фотография, видео, а с конца XX в. – компьютерные технологии, позволяющие создать виртуальное пространство» [Овчинникова, 2011. С. 149]. «Мы живем в цифровую эпоху, в век технического прогресса, когда возникает кардинально новая визу-

альная культура. Темпы передачи и обмена информацией только растут, и мы все больше уделяем внимания изображениям: переписка и посты с иллюстрациями в соц. сетях, смайлики и другие цифровые изображения для передачи информации»<sup>1</sup>.

«По некоторым данным человек ежедневно воспринимает как минимум 5 000 визуальных сообщений. Возвращаясь к особенностям функционирования человеческого мозга, можно отметить, что около 65 % людей больше всего опираются именно на визуальное восприятие окружающего мира»<sup>2</sup>.

«Еще одно преимущество иконического языка заключается в том, что к сообщениям, сформулированным в знаках специальных семиотик, люди относятся менее критически, чем к сообщениям на естественном языке. Ученые вывели уравнение визуальной эпохи: “Видимое” – “Реальное” – “Истинное”. Изображение считается доказательством: вера в правдоподобность, объективность визуального образа вытекает из его наглядности – трудно отрицать то, что видишь. И поскольку мы не умеем контролировать визуальный канал в равной степени с вербальным, с помощью визуального сообщения легче манипулировать реципиентом. Важно и то, что изображение представляет собой действенное средство семантической компрессии» [Рябцева, 2014. С. 157].

Ученые находят различие между визуальным и визуализированным. «Визуализированным же является только такое зрительное представление, которое получено в результате творческой деятельности» [Рахматуллин, 2015. С. 163]. Специфика визуализированных представлений состоит в том, что в «основе визуализированного образа лежит идея, которую человек считает сущностью объекта оригинала» [Там же]. «Как писал немецкий математик Д. Гильберт, абстрактную теорию саму по себе нельзя назвать ни ложной, ни истинной, она завоевывает эти свойства только тогда, когда найдена ее интерпретация на чувственном уровне» [Там же. С. 164].

<sup>1</sup> Собченко Т. А. Визуализация как способ структурирования знаний при изучении иностранного языка. URL: <http://www.apriori-nauka.ru/media/slovo/8-2015/Sobchenko.pdf>

<sup>2</sup> Там же.

Данные свойства изображения делают изображаемый, визуализированный стереотип интересным объектом исследования. Во-первых, свойство универсальности изображения делает визуализированный стереотип уникальным способом передачи всеми одинаково понимаемого смысла. Таким образом, визуализация стереотипного знания – это своего рода верификация стереотипа как истинного, имеющего отношение к реальности. Во-вторых, изображение визуализирует идею, и тогда набор стереотипных образов, визуализирующих идеи о России, дает выход на идеологическую составляющую стереотипов о России.

Определим, что понимается под медиа-пространством и интернет-пространством. Е. Г. Ним выделяет такие измерения медиа-пространства, как медиированное пространство, медиатизированное пространство и пространство медиа. Медиированное пространство – это «переданное», репрезентированное посредством медиа пространство (как физическое, так и социальное). Медиатизированное пространство – это любой тип социального пространства, предполагающий использование медиа и / или испытывающий их значительное влияние. Пространство медиа («старых», «новых», их конвергентных форм) – это, прежде всего, материальное пространство масс-медийных сетей и потоков [Ним, 2013].

Интернет-пространство, являясь одним из видов медиапространства (по признаку используемого вида медиа), представляет собой совокупность интернет-ресурсов, которые характеризуются определенными коммуникативными способами взаимодействия между реципиентом и коммуникатором, зависящими от технических средств передачи и получения информации, которые одновременно определяют и специфические свойства всех видов интернет-сообщений. Материалом для исследования служат визуализированные стереотипные образы России, распространяемые в современном интернет-пространстве. Всего для исследования было отобрано более 100 визуализаций стереотипов о России, размещенных на различных интернет-ресурсах, таких как сайты американских изданий New York Times, Time, Newsweek, другие сайты – Neftgaz.ru,

rusvesna.su, Aljazeera. В проведенном исследовании выбор сайтов для сбора материала не ограничивался тематикой или страной происхождения: важно было отобрать визуальные стереотипные образы России и проанализировать тенденции их актуализации.

Рассмотрим, что такое стереотип. Стереотип – это отдельный, зафиксированный в устойчивых средствах языка признак концепта, воспроизводимый в дискурсе и отмеченный национально-культурной спецификой. Этот признак встраивается в структуру концепта как терминал фрейма: это не нейтрально-облигаторные понятийные признаки, формирующие ядро концепта, а субъективно-национально-культурные и идеологически обусловленные признаки.

Стереотип имеет определенный статус в дискурсе. С одной стороны, сам дискурс стереотипичен, и не только с точки зрения коммуникативных, но и содержательных стереотипов. С другой стороны, стереотип обладает статусом «преконструкта» дискурса, т. е. обеспечивает его воспроизводимость, узнаваемость, создает идеологический каркас.

Стереотипы образуют систему в культуре и социуме, которые они описывают, а также в дискурсе, определяющем идеологические и ценностные признаки концепта, и в самом концепте, содержащем различные фреймы в своей структуре. Так, в геополитическом поддискурсе публицистического дискурса присутствуют геополитические стереотипы, которые объединяются в структуру посредством фреймов концепта 'Russia'. В политическом поддискурсе публицистического дискурса отмечены политические стереотипы. В социально-гуманитарном поддискурсе присутствуют социумные стереотипы и этнокультурные стереотипы-символы. В бытовом поддискурсе публицистического дискурса функционируют бытовые стереотипы – предметные символы.

В дискурсе стереотип актуализируется при помощи лексем-репрезентантов концептов идеологем и лингвокультурных концептов; словосочетаний – репрезентантов символов России.

Стереотип в дискурсе маркирован лексическими единицами с семантикой повтора, постоянства, абсолютности признака; при

помощи синтаксической структуры простого нераспространенного предложения 'SUBJECT – PREDICATE', сложноподчиненного предложения или простого распространенного предложения, имеющего в качестве семантического компонента пресуппозицию.

Логика соотнесения исследовательских единиц «стереотип», «концепт», «фрейм», «дискурс» представлена в табл. 1.

Наглядные изображения могут быть подразделены по различным основаниям. Рассмотрим способы визуализации стереотипов по техническому признаку, т. е. по признаку физических свойств носителя информации<sup>3</sup>. Изображения, визуализирующие стереотипы о России, представляющие собой произведения изобразительного искусства (картина, литография), транслируемые при помощи Интернета, систематизированы в табл. 2.

Таблица 1

Соотнесение исследовательских единиц «стереотип», «концепт», «фрейм», «дискурс»

Лексические единицы	Структура концепта	Виды дискурса
Russia	concept	«Russian» discourse
country	frame	Socio-cultural discourse
people	sub frame	
peasants / moujik	The most typical slot stereotype	Cultural discourse

Таблица 2

Стереотипы и символы России, визуализированные при помощи передачи произведений изобразительного искусства

Произведения изобразительного искусства	
(Этно)культурные	Бытовые
Стереотипы	Символы
Мужик	Тройка

Следует отметить, что среди стереотипных способов представления России встречаются как собственно стереотипы, так и символы. Под символом мы понимаем такой образ, за которым закреплены дополнительные коннотативные и идеологические смыслы, как правило, абстракции. Так, образ

тройки, изображенный на литографии XIX в. (рис. 1), транслируемой американским интернет-СМИ, является символом, поскольку отсылает к России, произведению Н. В. Гоголя «Мертвые души» и одновременно символизирует скорость, Русь-тройку. Именно благодаря частому повторению образа, созданного Н. В. Гоголем, тройка стала стереотипным символом – способом представления России, любви русских к скорости, уникальности пути России.

<sup>3</sup> Пятигор Т. В., Пятигор Н. Г. Визуализация и ее использование в процессе обучения иностранному языку. URL: <http://elib.bspu.by/>





Рис. 1. Aleksander Orłowski «Traveler in a Kibitka (Hooded Cart or Sledge)», lithograph, 1819.  
The Hermitage Museum, St. Petersburg, Russia  
Источник: <http://www.malarze.com/obraz.php>

Оба визуализированных образа – мужик и тройка – являются иконическими знаками, или пиктографиями, поскольку «представляют собой модель отношений между графическими феноменами, изоморфную той модели перцептивных отношений, которую мы выстраиваем, когда узнаем или припоминаем какой-то объект» [Эко, 2004. С. 168] (см. также [Зубарева, 2013 и др.]).

Отметим, что такой способ визуализации стереотипов России, как карикатуры и рисунки (табл. 3) является более частотным по сравнению с произведениями изобразительного искусства. Карикатуры и рисунки довольно активно используются в политическом дискурсе для передачи критических смыслов. Интересно отметить, что коннотативное содержание самих визуализированных стереотипов здесь является негативным.

Так, важным негативным (как правило) символом России, стереотипно используемым для передачи геополитической позиции России, является медведь. Медведь обозначает захватническую, агрессивную, сильную, нецивилизованную политику России на международном политическом пространстве. Эти дополнительные смыслы «вычитываются» из контекстуального окружения (также выраженного наглядными образами): карта, разинутая зубастая пасть, надпись «beware of the bear», когти.

В анализируемом блоке визуализированных стереотипов обнаружено такое явление, как «недискретность» дискурса о России. Так, при анализе публицистических текстов о России было выявлено, что «практически все анализируемые фрагменты текста демонстрируют «недискретность» дискурса: в нем

Таблица 3

Стереотипы и символы России, визуализированные при помощи передачи карикатур и рисунков

Карикатуры, рисунки			
Бытовые		(Гео)политические	
Стереотипы	Символы	Стереотипы	Символы
Шапка-ушанка		Кремль	Медведь
Водка			Флаг (триколор)

взаимосвязанно и одновременно актуализируются различные фреймы и стереотипы в их структуре. Так, сила России традиционно представляется варварской, экспансивной» [Орлова, 2011. С. 52]. При анализе визуализированных стереотипов обнаружено, что возможно изображение триколора на шапке-ушанке, медведя в шапке-ушанке, дер-

жащего в руке оружие (рис. 2), человека в шапке-ушанке и с бутылкой водки. Такая одновременная визуализация сразу нескольких стереотипов о России, по-видимому, призвана усиливать эффект узнавания образа.

Образы, визуализированные при помощи карикатур и рисунка, являются иконическими знаками, или пиктографиями.



Рис. 2. Карикатура на Америку и Россию. Источник: Neftegaz.ru

Таблица 4

Стереотипы и символы России, визуализированные при помощи техники коллажа

Коллаж			
Культурные		(Гео)политические	
Стереотипы	Символы	Стереотипы	Символы
Русская православная церковь		Военная сила	Двуглавый орел (великодержавность)
		Кремль	
		Царь	

Среди визуализированных при помощи коллажа стереотипов и символов (табл. 4) много таких, которые представляют собой индексальные знаки. Так, изображение ракеты на старте на заднем фоне президента РФ В. В. Путина само по себе не является ни стереотипом, ни символом, но указывает на военный и космический потенциал России.

Наиболее частотный в этой группе стереотипов – стереотип царь. Здесь он визуализирован при помощи изображения короны, условно (при помощи коллажа) надетой на голову президента. Данный стереотип является результатом наблюдений над такой чертой русской жизни, которая в этнопсихологии получила название «царецентризм». «Так как государство воспринималось народом как нечто чужеродное, отношения между ними должен был урегулировать только посредник и покровитель народа – царь. Носители российской ментальности, беззаветно любя правителя, могли полагать, что он наказывает по неведению, так как в силу интриг своего окружения не знает правды» [Орлова, 2011. С. 70].

Цветовые решения, используемые для символизации России и российского, – это, конечно, красный (соотнесен с историческим периодом существования СССР) и белый, красный, синий (не обязательно в виде флага – триколора) (табл. 5). Так, рассмотрим коллаж, который выполнен на фоне белой, красной и синей полос (рис. 3). На белой части коллажа на заднем фоне изображены марширующие войска, на синей – образы русской православной церкви, на красной – Кремль. Посередине – фото медведя. Белый, красный и синий цвета в отрыве от их физического носителя, триколора, являются индексальными знаками, отсылающими к нему; триколор – символ России, государственности, патриотизма.

Фотография является наиболее частотным средством визуализации стереотипов о России, распространяемых в интернет-пространстве (табл. 6). Причина – техническая и юридическая простота использования оригинальных фото.

Фотография также предоставляет исследователю для анализа разные виды знаков и разные способы визуализации стереоти-

Таблица 5

Стереотипы и символы России, визуализированные при помощи цвета

Цветовые решения	
(Гео)политические	
Символы	
Красный	
Белый, синий, красный	

Таблица 6

Стереотипы и символы России, визуализированные при помощи передачи фотографии

Фотография					
Политические		Геополитические		Культурные / бытовые	
Стереотипы	Символы	Стереотипы	Символы	Стереотипы	Символы
Разруха (разбитая дорога)		Оппозиция Америке		Противоречивость, непредсказуемость	
		Сила, основанная на богатстве природными ресурсами		Скорость	
		Военная сила		Водка	
		Агрессивность			



Рис. 3. Демотиватор о России. Источник: rusvesna.su



Рис. 4. Иллюстрация к встрече В. Путина и Си Цзиньпина. Источник: aljazeera

пов. Так, здесь представлены индексальные и риторические знаки (см.: [Рябцева, 2014]). Среди индексальных отмечены: разбитая дорога (кроме традиционного стереотипа «две беды – дураки и дороги» относит к разрухе), дорожный знак (скорость), газовая труба (сила, основанная на природном богатстве), танки, вертолет, военные (военная сила, агрессия), выпивающие люди, граненые стаканы (водка). Рассмотрим пример с фото, на

котором изображены политические лидеры, выпивающие что-то из небольшой по размеру посуды (рис. 4). Расположение тел людей указывает именно на то, что они выпивают, рюмки отсылают к традиционному русскому напитку – водке.

Среди риторических знаков отмечены антитеза (композиция кадра делит изображение на две четко противопоставленных части – русскую и американскую); метонимия



(разбитая дорога уходит вдаль, за горизонт, в результате осуществляется перенос части на целое); оксюморон (военный на плаце перед рядовыми сидит на шпагате, что означает противоречивость, необъяснимость, неожиданность русских).

Интересно отметить, что символы, как правило, не визуализируются при помощи фото. Так, рисунок медведя и фото медведя – это два разных образа; рисунок характеризуется определенной схематичностью, редуцированностью, что способствует наделению его дополнительными символическими смыслами. Фото максимально конкретизирует денотат.

Подведем итоги. Визуализированные стереотипы (и символы) обладают заметной идеологической составляющей, которая здесь усиливается именно благодаря визуализации, благодаря тому, что выражено наглядно. Сложные абстрактные смыслы становятся понятными. Визуализация идеологических смыслов является своего рода верификацией того, что выражено в языке, в тексте, в дискурсе.

В целом, визуализированный стереотип (символ) – это идеальная форма его представления. Стереотип – это редуцированный, схематичный образ; например, мы говорим «Россия – это бескрайние просторы, березы и русская душа», тем самым сокращая концепт до нескольких признаков. Вербально «редуцированность» выражается в том, что стереотип стремится к «простой» репрезентации при помощи одного и того же набора лексем, простого синтаксиса. Поскольку наглядные образы обладают однозначностью, простотой и быстротой восприятия, то стереотип и стремится именно к такому способу выражения.

По признаку техники исполнения визуализированные стереотипы, распространяемые в интернет-пространстве, делятся на следующие группы: произведения изобразительно-го искусства, рисунки, карикатуры, цветовые решения, фото, коллаж. Фотография – наиболее распространенный в Интернете способ визуализации стереотипов. Среди визуализированных стереотипов встретились бытовые, (этно)культурные, (гео)политические. В корпусе проанализированных стереотипов были отмечены и такие, которые не встречались в

письменном дискурсе: двуглавый орел (великодержавность), триколор (белый, синий, красный), разбитая дорога (разруха), шапка-ушанка, Кремль, русская православная церковь, богатство природными ресурсами. Некоторое стереотипное знание незрительного характера (например, противоречивость, непредсказуемость, русский характер) выражается при помощи индексальных или риторических знаков.

Следует также отметить, что визуализированные стереотипы демонстрируют такое же явление, что и стереотипы, выраженные вербально: встречаются примеры одновременной актуализации разных стереотипов в одном и том же фрагменте текста. В случае визуализированных образов фрагментом текста выступает единица изображения: фото, картинка и т. п. На наш взгляд, это объясняется тем, что дискурс в принципе недискретен; дискурс обладает протяженностью и связностью, а стереотипы в дискурсе являются своеобразными якорными точками, обеспечивающими его рекуррентность. Таким образом, дискурс может иметь визуальную репрезентацию. Визуализированные образы русского дискурса доказывают, что визуализированный дискурс и вербальный дискурс – это один и тот же дискурс, русский или дискурс о России, обладающий свойствами связности, повторяемости и непрерывности.

Следует также обратить внимание на особенности интернет-коммуникации, которые определяют специфику интернет-образов. Р. Ю. Овчинникова пишет: «Отметим, что развитие способов передачи информации, ориентированных на разные уровни массовой культуры, обеспечивает превращение транслируемых ими визуальных форм в стандарты, стереотипы, клише данной культуры. Средства массовой информации максимально ориентированы на соответствие ценностям, предпочтениям, вкусам потребителей определенного уровня массовой культуры, и таким образом обеспечивают себе существование и финансовую состоятельность» [2011. С. 151]. Интернет-пространство, будучи одним из пространств медиакommunikации, с одной стороны, способствует типизации образов с дальнейшим превращением их в стереотипы, с другой стороны, не может не

использовать их потому, что стремятся к ответственности ожиданиям массовой аудитории.

### Список литературы

Вербицкий А. А. Активное обучение в высшей школе: контекстный подход. М., 1991.

Зубарева М. А. Роль визуального мышления в образовательном процессе на современном этапе // Проблемы безопасности российского общества. 2013. № 2–3. С. 131–142.

Малькина А. П. Визуализация как способ понимания иноязычного текста по специальности в обучении иностранному языку (неязыковой вуз) // Вестник ТГУ. 2008. Вып. 2 (58). С. 239–245.

Ним Е. Г. Медиапространство: основные направления исследований // Бизнес. Общество. Власть. 2013. № 14. С. 31–41. URL: <http://www.hse.ru/mag/27364712/2013--14/83292427.html>

Овчинникова Р. Ю. Способы визуализации современной массовой культуры // Омские социально-гуманитарные чтения 2011: Материалы IV Межрегион. науч.-практ. конф. / Под ред. Л. А. Кудринской, В. О. Бернацкого, М. Т. Когут, Е. Г. Ефремова, Л. К. Кондратьевой, Н. Н. Ляlikовой. Омск, 2011. С. 148–151.

Орлова О. Г. Стереотипы о России и русских: Моногр. / Под. ред. М. В. Пименовой. Кемерово: Кемер. гос. ун-т, 2011. 154 с.

Поис А. Визуализация. М.: Присцельс, 1998. 272 с.

Рахматуллин Р. Ю. Визуализация как способ трансформации и развития научного знания // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2015. № 3 (53). Ч. 2. С. 163–165.

Рябцева Э. Г. Визуализация информации в семиотически осложненном тексте // Общетеоретические и типологические проблемы языкознания: Сб. науч. ст. / Отв. ред. У. М. Трофимова. Бийск: Алт. гос. акад. образования им. В. М. Шукшина, 2014. С. 155–161.

Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию: Моногр. / Пер. с ит. В. Резняк, А. Погоняйло. СПб.: Симпозиум, 2004. 544 с.

*Материал поступил в редколлегию 02.01.2016*

**O. G. Orlova**

*Novosibirsk State University  
1 Pirogov Str., Novosibirsk, 630090, Russian Federation*

*orlovaog@mail.ru*

### INTERNET VISUALIZATION OF THE 'RUSSIA' STEREOTYPES

This article discusses the ways of 'Russia' stereotypes visualization in the modern Internet. It provides the definitions for the concepts of visualization, web space, stereotype, determines the relationships of such research units as concept, frame, discourse, stereotype. The technical patterns for stereotypes imaging are as follows: a work of fine art, a drawing, a cartoon, a collage, colors, and photo.

Photography is the most common way of visualizing the Internet stereotypes. Among visualized stereotypes we meet cultural and (geo)political. In the discourse researched we met such stereotypes as: the two-headed eagle (great power), tricolor (white, blue, red), broken road (ruin), a cap with ear-flaps, the Kremlin, the Russian Orthodox Church, the wealth of natural resources.

Some stereotypical knowledge of non-visual nature (inconsistency, unpredictability, Russian character) is expressed by indexical or rhetorical signs.

Visualization is a verification of the ideological meanings expressed in language, in the text, in the discourse. Visualized stereotypes have a significant ideological component. Complex abstract meanings become more vivid. Visualization of ideological meanings is a kind of verification of these complicated senses. In general, a visualized stereotype is the perfect form of its representation. Stereotype is a reduced, a schematic image. Verbally reduction is expressed in the fact that the stereotype is committed to a «simple» representation by means of the same set of tokens, a simple syntax. As far as visual images possess uniqueness, simplicity and quickness of perception, a stereotype seeks for such a method of expression.

In the paper it is also concluded that discourse can be visualized and thus it also exhibits such properties as connectivity, recurrence and continuity. It should also be noted that there are examples of simultaneous updating of different stereotypes in the same piece of text. In our opinion, this is due to the fact that discourse is non-discrete. The stereotypes in the discourse are a kind of anchor points, providing its recurrence. Thus, the discourse can have a visual representation. Visualized images of Russian discourse argue that visualized discourse and verbal discourse are one and the same discourse, the discourse of Russia and it has the properties of coherence, continuity and repeatability.

It should be also paid attention to the specificity of online communication. Internet space, being one of the spaces of media communication, on the one hand, convert images into stereotypes, on the other hand, use them in order to meet the expectations of the mass audience.

*Keywords:* visualization, stereotype, media, web space, discourse.

## References

Verbickii A. A. Aktivnoe obuchenie v vysshej shkole: kontekstnyi podhod [Active learning in high school: the contextual approach]. Moscow, 1991. (In Russ.)

Zubareva M. A. Rol' vizual'nogo myshleniya v obrazovatel'nom protsesse na sovremennom etape [The role of visual thinking in the educational process at the present stage]. *Problemy bezopasnosti rossiiskogo obshchestva* [Security Problems of the Russian society], 2013, № 2–3, p. 131–142. (In Russ.)

Mal'kina A. P. Vizualizaciya kak sposob ponimaniya inozazychnogo teksta po special'nosti v obuchenii inostrannomu yazyku (neyazykovej vuz) [Visualization as a way to understand the foreign language text for the specialty in learning a foreign language (non-language high school)]. *Vestnik TGU* [Bulletin of the Tomsk St. Univ.], 2008, iss. 2 (58), p. 239–245. (In Russ.)

Nim E. G. Mediaprostranstvo: osnovnye napravleniya issledovaniy [The media: the main areas of research]. *Biznes. Obshchestvo. Vlast'* [Business. Society. Power], 2013, № 14, p. 31–41. URL: <http://www.hse.ru/mag/27364712/2013--14/83292427.html> (In Russ.)

Ovchinnikova R. Ju. Sposoby vizualizacii sovremennoi massovoi kul'tury [Methods of visualization of modern mass culture]. *Omskie social'no-gumanitarnye chteniya 2011: Materialy IV Mezhhregional'noi nauchno-prakticheskoi konferencii* [Omsk social and humanitarian readings 2011: Proceedings of IV Interregional Scientific and Practical Conference]. L. A. Kudrinskaya, V. O. Bernackii, M. T. Kogut, E. G. Efremov, L. K. Kondratjukova, N. N. Ljalikova (Eds.). Omsk, 2011, p. 148–151. (In Russ.)

Orlova O. G. Stereotipy o Rossii i russikh: Monografija [Stereotypes about Russia and Russian: Monograph]. M. V. Pimenova (Ed.). Kemerovo, Kemerovskii gosudarstvennyi universitet, 2011, 154 p. (In Russ.)

Pois A. Vizualizaciya [Visualisation]. Moscow, Priscel's, 1998, 272 p. (In Russ.)

Rahmatullin R. Ju. Vizualizaciya kak sposob transformacii i razvitiya nauchnogo znaniya [Visualization as a way of transformation and development of scientific knowledge]. *Istoricheskie, filozofskie, politicheskie i juridicheskie nauki, kul'turologija i iskusstvovedenie. Voprosy teorii i praktiki* [Historical, philosophical, political and legal sciences, cultural studies and art history. Theory and practice], Tambov, Gramota, 2015, № 3 (53), ch. 2, p. 163–165. (In Russ.)

Ryabceva Je. G. Vizualizaciya informacii v semioticheski oslozhnennom tekste [Visualizing information in semiotically complicated text]. *Obshheteoreticheskie i tipologicheskie problemy jazykoznanija: Sb. nauch. Statej* [General theoretical and typological problems of linguistics: Coll. scientific articles]. U. M. Trofimova (Ed.), Bijsk, Altajskaja gosudarstvennaja akademija obrazovanija imeni V. M. Shukshina, 2014, p. 155–161. (In Russ.)

Jeko U. Otsutstvuyushhaya struktura. Vvedenie v semiologiyu: Monografiya [Missing structure. Introduction to semiology: Monograph]. Saint-Petersburg, Simpozium, 2004, 544 p. (In Russ.)