

SVETLANA SIMAKOVA / СВЕТЛАНА СИМАКОВА

ORCID <https://orcid.org/0000-0001-5248-9459>

Chelyabinsk State University

IRINA TOPCHII / ИРИНА ТОПЧИЙ

ORCID <https://orcid.org/0000-0001-8601-9041>

Chelyabinsk State University

МЕДИАЭСТЕТИЧЕСКИЙ КОМПОНЕНТ В СПЕЦПРОЕКТАХ ИЗДАНИЯ «АРГУМЕНТЫ И ФАКТЫ»¹

Media aesthetic component in special projects of the “Arguments and facts” edition

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: медиаэстетика, визуализация, поликодовый текст, инфографика, спецпроект

KEYWORDS: media aesthetics, visualization, polycode text, infographics, special project

ABSTRACT: The article examines the special projects of the publication “Arguments and Facts”, which are a polycode journalistic text, determines the role of the media aesthetic component in creating a publicistic image. The theoretical basis of the research was the works of M. A. Berezhnoy, M. V. Zagidullina, E. Kats. The case method made it possible to characterize the main features of a polycode media text in terms of media aesthetic potential: interactivity, conceptual design, and organization of space. Together they allow you to create a coherent, convincing, expressive image, to establish contact with the addressee.

1. Введение

Визуализация медийного пространства и развитие цифровых технологий обусловили формирование новых принципов массовой коммуникации как с точки зрения взаимоотношений адресанта и адресата, так и с позиции формирования эстетических представлений. Исследователи указывают на доминирующую роль технологических изменений медиапространства, изменивших условия и способы коммуникации. Это привело к «трансформации культурных практик взаимодействия с символическими формами, одним из производителей которых принято считать журналистов» (Новикова/Кирия

¹ Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда, проект № 18-18-00007.

2018, 277). Журналистика как важнейший транслятор знаний и мнений о современной действительности традиционно рассматривалась в контексте влияния фактов и образов, составляющих основу любого журналистского произведения, на ценностные представления аудитории.

Между тем сегодня актуализируется проблема разграничения понятий «эстетика журналистики» и «медиаэстетика», о чем пишет М. В. Загидуллина (Загидуллина 2019а). Особого внимания заслуживают как раз технологический и коммуникативный аспекты, особенно когда речь идет о новых форматах медиатекста, которые, с одной стороны, стали ответом на вызовы нового века и запросы нового реципиента, а с другой стороны, могут рассматриваться как своего рода творческий эксперимент, как поиск наиболее интересных и эффективных способов предъявления информации. В этом случае воздействующая функция нередко оказывается более важной и значимой, чем информационная, соответственно, и выбор средств для ее реализации требует от авторов изобретательности, оригинальности, смелости, при безусловной необходимости бережного отношения к традициям отечественной публицистики.

Все это позволяет говорить об актуальности темы исследования (поддержано грантом Российского научного фонда, проект № 18-18-00007). Цель исследования – рассмотреть роль медиаэстетического компонента в журналистском материале и в создании публицистического образа. Реализация цели осуществляется на основе анализа спецпроектов издания «Аргументы и факты» (АиФ).

В качестве объекта изучения были выбраны два спецпроекта популярного, давно функционирующего на медиарынке, сохраняющего свою аудиторию издания «Аргументы и факты». Выбранные проекты представляют интерес с точки зрения исследуемой проблемы, так как в них эстетическая составляющая предопределена темой публикации: «Жизнь Исаака Левитана в картинках» (<http://levitan.aif.ru>), «Как читать Пикассо» (<http://picasso.aif.ru/>). Таким образом, данные публикации представляют научный интерес как раз с точки зрения взаимодействия эстетических и медиаэстетических компонентов. Проект «Жизнь Исаака Левитана в картинках» отмечен дипломом премии Digital Communications AWARDS-2019.

Поликодовый характер медиатекстов определил их жанровые особенности: это синтетические виды текста, в основе которых инфографика – способ визуализации и систематизации фактического материала. Однако пространство этих проектов организовано по принципу лонгрида: движущегося горизонтально («Жизнь Исаака Левитана в картинках») и вертикально («Как читать Пикассо») текста.

Анализ медиатекстов на основе кейс-метода позволяет определить их функциональные особенности, охарактеризовать приемы и способы орга-

низации материала, безусловно, обладающего эстетическим потенциалом, а также определить специфику медиаэстетического компонента в исследуемых спецпроектах.

2. Актуализация проблем медиаэстетики: тенденции и концепции

На основе концепций разных ученых группа Э. Каца выделила основные группы потребностей, которые удовлетворяют массмедиа (Katz 1973): когнитивные, аффективные, интегративные, эскапизм. В контексте исследуемой проблемы важны замечания ученых о тесной взаимосвязи когнитивных и аффективных потребностей, первые из которых обеспечивают необходимую информацию (знания, понимание, ориентирование), а вторые отвечают за эстетическое и эмоциональное наслаждение. В условиях переизбытка информации, ее глобализации, и как результата – панмедиатизации (Загидуллина 2019б) особого внимания заслуживает вопрос о том, как сделать информацию эстетически и эмоционально привлекательной, при каких условиях информационная функция (отвечающая за когнитивные потребности) и функция наслаждения, эскапизма (удовлетворяющие потребности в ослаблении контактов с социумом и его проблемами) могут быть гармонизированы и обеспечат наиболее эффективный диалог между автором и реципиентом, адресантом и адресатом (Jones 2015; Kiklewicz 2017; Kiklewicz 2018; Majooni 2018).

В качестве ответной реакции на эту проблему может быть рассмотрена тенденция визуализации, визуальный поворот (Mirzoeff 2012; Симакова 2017; McGarry 2020), которая повлияла в том числе и на появление новых текстовых форматов, прежде всего инфографики (Jones 2015; Amit-Danhi 2018; Выровцева 2019). Не случайно М. В. Загидуллина (2016, 49) указывает на «тяготение» понятия «медиаэстетика» к понятиям, «близким визуальным видам искусства».

Другим вектором, отражающим значимость визуального поворота, стала популярность и постоянное развитие креативного комментирования в современных медиа (Карасик 2018; Симакова 2019; Topchii 2018). Обращается внимание на возрастающую активность участия адресата как новый вызов цифровой эпохи (Новикова/Кирия 2018, 282-283).

Таким образом, как адресанты-журналисты, так и адресаты-комментаторы ищут оригинальные и универсальные способы создания медиатекста, способного обеспечить продуктивную и интересную коммуникацию, отвечающего на запросы времени и аудитории, то есть удовлетворяющего всем обозначенным учеными потребностям. В связи с этим медиаэстетический потенциал новых медиатекстов оказывается в центре внимания и исследователей, и потребителей информации.

Утрата границ эстетического и художественного (Валицкая 2009) обусловлена расширением типов потребления «чтения» медиапубликаций, уже в первое десятилетие XXI века их было выделено пять (Gardies 2007, 243): трансляция, чтение, справочная консультация, навигация, изучение, виртуальный визит.

3. «Открытость» текста как характерная черта современной медиаэстетики

Спецпроекты «АиФ» предлагают реципиенту виртуальный визит, при котором навигация, знакомство (от просмотра и скроллинга до внимательного изучения и со-творчества) с медиатекстом полностью зависит от желания и действий пользователя. Такой тип коммуникации усиливает медиаэстетический компонент именно за счет активной позиции адресата. Оба рассмотренные нами спецпроекта популярного еженедельника объединяют следующие принципы организации медиапространства:

- доминирование визуального компонента, начиная с этапа знакомства с материалом, медиатексты представляют собой систему интерактивных изображений;
- подвижность («текучесть», изменение ракурса и масштаба, поворот и т. п.) изображений, что увеличивает активность восприятия;
- интерактивность (пролистывание, интерактивные ссылки), рассчитанная на включенное восприятие;
- продуманная оформительская концепция – дизайнерские решения зависят от темы, идеи, объекта;
- пространство и элементы дизайна создают цельный эмоционально-насыщенный образ.

Все эти особенности объединяет в единое целое такое свойство текста, как «открытость», которую У. Эко объяснял «неупорядоченностью» современной культуры, «разрушением традиционного Порядка, который западный человек считал неизменным и отождествлял с объективным строением мира» (Эко 2004, 7). Открытость, незаконченность можно назвать характерной чертой современной медиаэстетики, основанной как раз на активном участии адресата, который в условиях интерактивности и мультимедийности сам определяет границы текста.

В случае со спецпроектами «АиФ» это реализуется за счет выбора объема информации и «глубины» погружения в текст: можно пролистать все картины (27 картин) И. Левитана, остановиться на одной или нескольких, прочитать текст и посмотреть полную версию картины; по-разному можно

«прочитать» и Пикассо – остановиться на просмотре картин и фотографий художника, изучить историю каждой из 25 картин или какой-то одной, проследить эволюцию творчества.

4. Целостность восприятия поликодового текста как задача дизайнера

Возникает вопрос о целостности восприятия медиатекста. Медиаэстетический компонент публикации берет на себя функцию организации и сохранения целостности: продуманное, четко структурированное оформление позволяет предложить адресату цельный образ, в создании которого участвуют визуально-оформительские и вербальные элементы.

Хронологический принцип лежит в основе композиции текста о жизни Исаака Левитана, а медиаобраз непростой судьбы великого художника формируется за счет медленного просмотра его картин, позволяющего увидеть его мир. Демонстрация картин вызывает разные чувства – тревоги, покоя, тоски, радости. Не случайно Левитана называют художником, создавшим «пейзаж настроения»: «Лёгкость, лиричность, удивительная задушевность кисти Левитана гораздо шире живописи как таковой» (слайд 1 <http://levitan.aif.ru>). Мультимедийные технологии позволили создать эмоционально насыщенный образ «движущихся картин», как определили пейзажи Левитана критики, визуально представить главное свойство его художественной эстетики, сформулированного другим живописцем К. Юоном – «Как мало нот и как много музыки!» (<http://levitan.aif.ru>). Эти слова появляются на первом «кадре» инфографики-лонгрида и определяют принципы его дизайнерского оформления: из девяти сотен картин отобраны только 27, авторы исключили солнечные летние пейзажи, сосредоточив внимание адресата на наиболее «музыкальных» и «подвижных»; из нескольких портретов в медиатекст заверстано два – неоконченный автопортрет, символизирующий раннюю смерть, оборванную жизнь, и портрет Софьи Кувшинниковой как символ той красоты, которую ценил И. Левитан: «Когда мне сестра говорит: „Зачем ты пишешь серый день, грязную дорогу?“ – я молчу. Но если бы мне это сказала она, которую я полюбил бы, моя женщина, – я ушёл бы тотчас же» (Коровин 2017, 49).

Эстетический принцип художника оказывается основанием не только для выбора средств и приемов оформления, но и для эстетической концепции: музыкальность пейзажей требует определенного темпа – взгляд медленно скользит по картинам Левитана, которые занимают все пространство экрана.

Кубизм, импрессионизм Пабло Пикассо определил композицию и ритм инфографики о его творчестве – картины будто бы разбросаны по экрану,

а некоторые из них все время переворачиваются, свобода и непредсказуемость творчества знаменитого сюрреалиста символизирует отсутствие границ экранного пространства.

Решение эстетических задач в инфографике «Как читать Пикассо» определило и выбор шрифта – рубленый, и цветовое оформление – яркие цвета, фигуры неопределенной формы, напоминающие элементы картин.

В современных медиатекстах с доминированием визуальной составляющей дизайнерские решения и концепция оформления обеспечивают целостность не только эстетического образа, но и всего произведения, и его автора. В рассмотренных спецпроектах это еще и рассказанная с помощью разных знаковых систем история – жизни художника Левитана, творчества Пикассо. При этом чередование моделей «чтения», которое предполагает любой поликодовый текст, требует «сохранения целостности истории, создание условий для формирования пользовательского доверия и готовности к погружению [...]» (Новикова 2018, 284).

5. Организация пространства в поликодовом тексте

На особенности восприятия-погружения влияет в первую очередь организация пространства. Выбор горизонтальной движущейся ленты, состоящей из картин-кадров, как принципа организации пространства в инфографике «Жизнь Исаака Левитана в картинках» объясняется главной идеей текста, отражающий информационный повод.

Посетителям сайта издания «Аргументы и факты» предлагается посмотреть фильм о жизни художника, каждый кадр – это его картина, а «камера оператора», точнее – глаз реципиента, направлена на каждую из тщательно отобранных шедевров живописи.

В инфографике «Как читать Пикассо» выбран лонгридный принцип организации пространства: вертикальная лента с расположенными (точнее, будто разбросанными) справа и слева картинами в богатых рамах и интерактивными ссылками-названиями работ художника (кликнув, можно узнать историю картины). Такая структура позволяет оставить в центре место для фотографий Пикассо, отражающих необычность его личности и многогранность его творчества. Белый фон, не ограниченный рамками, делает пространство экрана словно бы бесконечным и превращается в символ свободы творчества, главной идеи проекта: «Пикассо настолько *силён, многогранен и разнообразен*, что творить без оглядки, а то и равнения на него не может ни один современный художник» (<http://picasso.aif.ru/?page=text-popup-intro>).

Таким образом, можно говорить о гармоничности отобранных авторами разных типов инфографических публикаций средств, участвующих в создании

публицистического образа – художественной манеры П. Пикассо, творческой жизни И. Левитана. Гармония предполагает целостность композиции, которая является «комплексным показателем единства частей и целого», обеспечивая «соответствие формы условиям производства и потребления» (Бережная 2019, 52). Движущаяся (принципиальное отличие от статичной инфографики) структура, объединяющая спецпроекты, выполняет сразу несколько функций, значимых с точки зрения медиаэстетики. Во-первых, дает цельное представление об объеме текста и его содержательном наполнении, регламентируя способ и время знакомства с элементами масштабного поликодового произведения. Во-вторых, такая структура рассчитана на активное, включенное потребление информации, предполагающее в определенном смысле равноправие участников – адресанта и адресата – коммуникации: в любой момент можно остановить «движение», ускорить или замедлить просмотр. В-третьих, структура берет на себя роль «помощника», позволяющего эффективно объединять разные типы «чтения»: навигацию, представляющую собой «перемещение по заранее запланированному маршруту»; изучение, то есть «индивидуальное перемещение без заранее намеченного маршрута»; виртуальный визит, целиком зависящий от желаний и действий реципиента (Gardies 2007).

6. Медиаэстетический потенциал средств выразительности

Особого внимания при исследовании эстетического оформления и медиаэстетического компонента заслуживают средства выразительности. В каждом из рассмотренных спецпроектов «АиФ» средства выразительности представляют собой систему, устанавливающую связь с содержанием и авторской концепцией, обеспечивающую стилистическое единство, гармоничное сочетание вербальной и визуальной составляющих.

В «путешествии» по жизни Исаака Левитана каждая картина художника сопровождается мини-историей о том, почему появилась эта картина, что происходило в жизни художника в момент ее написания. При этом все 27 историй объединяет стилистическое единство вербальных элементов и визуального ряда (<http://levitan.aif.ru>):

- спокойный, размеренный ритм создается синтаксическими средствами – парцелляцией, сложными предложениями, развернутыми цитатами (слайд «Заросший пруд»);
- трагическое мироощущение передается прежде всего с помощью лексики (слайд «Река Истра»);
- ощущение радости от встречи с божественным и прекрасным представлено образно-выразительными средствами, экспрессивно-окрашенной лексикой (слайд «Тихая обитель»).

На доминирование в концепции инфографики визуального компонента (картин Левитана) указывает оформление вербальной составляющей: текст накладывается на изображение, выворотка шрифтового начертания и довольно крупный интерлиньяж позволяют не закрывать изображение (создается эффект прозрачности текста), что очень важно для создания настроения, эмоциональной атмосферы.

Наиболее самостоятельное положение занимают вербальные и визуальные элементы в инфографике «Как читать Пикассо»: кликнув на изображение картины, можно увидеть ее увеличенное изображение, а кликнув на прямоугольник «История картины», расположенный под ее названием, можно прочитать комментарий, визуальная составляющая в которой минимизирована – ограничена имитацией элементов картин знаменитого художника. Такой принцип соответствует идее, сформулированной в названии медиатекста – адресату предлагается не смотреть, а «читать» картины Пикассо.

Поэтому в комментарии основное внимание уделяется художественным принципам, творческим экспериментам. Факты биографии, которые интересуют авторов, связаны исключительно с первой женой художника – Ольгой Хохловой.

Несмотря на разные дизайнерские концепции, определяющие выбор вербальных и визуальных средств выразительности, принципы организации пространства, ритмические особенности восприятия информации, цветовые решения, оформление интерактивных элементов, для авторов инфографических спецпроектов важнейшими остаются общие законы эстетической деятельности: «целостность, структурность, симметрия, ритм, целесообразность, гармония, что определяет аспекты взаимодействия содержания и формы, которая является его модификацией» (Бережная 2019, 52).

7. Заключение

В рассмотренных спецпроектах все общие законы эстетической деятельности подчинены главной идее и интенциям авторов. Причем во всех случаях эстетические особенности, обусловленные темой и объектом журналистского исследования, подчинены медиаэстетике, определяющей «успешность современных проектов, которые сразу организуются в единстве технологического, био-эмоционального, культурно-семиотического пространств» (Загидуллина 2019а, 151). Представление разных творческих концепций, разного культурного опыта, разных эстетических (в том числе и национальных) ценностей не исключает общего медиаэстетического компонента, который проявляется на всех уровнях текста, делает цельным, убедительным, эмоционально-насыщенным представленный в поликодовом тексте публицистический образ.

Библиография

- БЕРЕЖНАЯ, М. А. (2019), Эстетическая оценка в профессиональных координатах журналистики. В: Вопросы журналистики. 5. 47-61.
- ВАЛИЦКАЯ, А. П. (2009), Эстетика и этика: стратегии понимания. В: Демидова, О. Р. (ред.), Эстетика и этика в изменяющемся мире. Санкт-Петербург, 6-14.
- ВЫРОВЦЕВА, Е. В./СИМАКОВА, С. И. (2019), Инфографика как тип публицистического текста: позиция автора. В: Вестник НГУ. Серия: История, филология. 18, 6: Журналистика, 104-114.
- ЗАГИДУЛЛИНА, М. В. (2016), Ключевые черты медиаэстетики: ментально-языковые трансформации. В: Челябинский гуманитарий. 2 (35), 46-54.
- ЗАГИДУЛЛИНА, М. В. (2019а), Медиаэстетика и эстетика журналистики: к вопросу о разграничении феноменов. В: Васильева, В. В. (ред.) Медиа в современном мире. 58-е Петербургские чтения. Санкт-Петербург, 150-151.
- ЗАГИДУЛЛИНА, М. В. (2019б), Панмедиазация: закат вербальной коммуникации: Челябинск.
- КАРАСИК, В. И. (2018), Креативы в сетевом дискурсе. В: Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 5, 29-44.
- КОРОВИН, К. А. (2017), Воспоминания о современниках. Москва/Берлин.
- НОВИКОВА, А. А./КИРИЯ, И. В. (2018), Эстетика иммерсивности: особенности творческой деятельности журналиста в мультимедийных и трансмедийных проектах. В: Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. 15, 2, 276-288.
- СИМАКОВА, С. И. (ред.). (2017), Визуальный поворот в массовых коммуникациях: коллект. Монография. Челябинск.
- СИМАКОВА, С./ПАНЮКОВА, С./ТОПЧИЙ, И. (2019), Автономия изображений: о месте авторских рисунков в современной коммуникации научно-популярной тематики. В: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. X/1, 337-345.
- ЭКО, У. (2004), Открытое произведение: Форма и неопределенность в современной поэтике. Санкт-Петербург.
- AMIT-DANHI, E. R./SHIFMAN, L. (2018), Digital political infographics: A rhetorical palette of an emergent genre. In: *New Media & Society*, 20 (10), 3540-3559.
- GARDIES, R. (ed.) (2007), *Comprendre le cinéma et les images*. Paris.
- JONES, J. (2015), Information Graphics and Intuition: Heuristics as a Techne for Visualization. In: *Journal of Business and Technical Communication*. 29 (3), 284-313.
- KATZ, E./GUREVITCH, M./HAAS, H. (1973), On the Use of the Mass Media for Important Things. In: *American Sociological Review*. 38/2, 164-181.
- KIKLEWICZ, A. (2017), Фрагментация текста как средство персуазивности в информационных интернет-сервисах. In: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. VIII/1, 185-205.
- KIKLEWICZ, A. (2018), Fascynacja jako kategoria komunikacji w internecie (na przykładzie rosyjskiego portalu rambler.ru). In: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. IX/2, 153-167.
- MAJOONI, A./MASOOD, M./AKHAVAN, A. (2018), An eye-tracking study on the effect of infographic structures on viewer's comprehension and cognitive load. In: *Information Visualization*. 17 (3), 257-266.
- MCGARRY, A./ERHART, I./ELEN-ZIYA, H. et al. (2020), *The Aesthetics of Global Protest: Visual Culture and Communication*. Amsterdam.
- MIRZOEFF, N. (2012), *The Visual Culture Reader*. London/New York.
- ТОПЧИЙ, И. (2018), Comprehensive analysis of the mass media visual component in the aspect of media aesthetics. In: *TEEM'18 Proceedings of the Sixth International Conference on Technological Ecosystems for Enhancing Multiculturality*. Salamanca, 546-552.

