

ОТ СЕМИОСФЕРЫ ЖУРНАЛИСТИКИ К СЕМИОСФЕРЕ ИНФОГРАФИКИ

С. И. Симакова

*Челябинский государственный университет,
ул. Братьев Кашириных, 129, 454001, г. Челябинск, Россия,
simakovi@mail.ru*

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда, проект № 18-18-00007 «Медиаэстетический компонент современной коммуникации»

Определив тему исследования как «От семиосферы журналистики к семиосфере инфографики», автор концентрирует внимание на таких понятиях, как семиосфера, семиосфера журналистики, семиосфера инфографики. В статье они рассматриваются во взаимосвязи и показано, что эти феномены логически дополняют и развивают друг друга. На конкретном примере – определении инфографики – очерчены контуры семиосферы инфографики. Данное исследование представляет ценность в научном осмыслении такого понятия, как «инфографика». Показаны перспективы дальнейшего исследования.

Ключевые слова: инфографика; семиосфера; семиозис; семиосфера журналистики; семиосфера инфографики; семиотический подход.

FROM THE SEMIOSPHERE OF JOURNALISM TO THE SEMIOSPHERE OF INFOGRAPHICS

S. I. Simakova

*Chelyabinsk State University,
129, Kashirinykh Brothers Str., 454001, Chelyabinsk, Russia
Corresponding author: S. I. Simakova (simakovi@mail.ru)*

Having defined the research topic as «From the semiosphere of journalism to the semiosphere of infographics» the author focuses on such concepts as semiosphere, semiosphere of journalism, semiosphere of infographics. The article examines them in interrelation and shows that these phenomena logically complement and develop each other. Using a specific example – the definition of infographics – the contours of the semiosphere of infographics are outlined. This study is valuable in the scientific understanding of such a concept as «infographics». Prospects for further research are demonstrated.

Key words: infographics; semiosphere; semiosis; semiosphere of journalism; semiosphere infographics; semiotic approach.

Формирование понятия семиосферы на территории России происходило под влиянием научных идей таких выдающихся ученых, как Ю. М. Лотман, Б. А. Успенский и др. Первый подходил к определению семиосферы как пространства столкновений различающихся элементов, а также свободы этих столкновений, что лучше всего соответствует метафоре поэзии (не подчиняющейся строгим законам языка, коммуникации, философии, логики и т. д., но стремящейся кинуть вызов любым областям сознания и духа, деавтоматизировать и «перезагрузить» действительность, вскрыть ее невидимые механизмы) [1]. Другой стремился обнаружить в текучей действительности закономерности, поддающиеся кодированию, преодолевающему эту текучесть, способному составить метаописание самых различных и противоречивых, казалось бы, несопоставимых и несоизмеримых явлений, феноменов, событий, фактов и любых сущностей [2]. Как результат – в истории гуманитарной мысли в России закрепляется «поэтическая» трактовка семиосферы, когда под ней понимается «броуновское движение» (и даже хаос) идей, мнений, позиций, формирований отдельных социальных ансамблей, вырабатывающих свою идентичность, утрачивающих ее и распадающихся, чтобы уступить место новым сообществам, несущим иные образцы риторики и самоосмысления. Именно в таком ключе понятие семиосферы (и семиозиса – как действия по означиванию, происходящего исключительно в контексте семиосферы и без нее невозможного) [1, с. 13] утвердилось в отечественной науке как «исследовательская рама» для анализа отдельных сторон деятельности социума уже в пост-тартуско-московский период [3].

Опираясь на апробированные в истории гуманитарной мысли процедуры и техники, можно охарактеризовать журналистику как часть общей семиосферы культуры, для чего необходимо описать способы ее отграничивания («выгораживания») из общей семиосферы культуры, а также рассмотреть журналистику в аспекте ее внутреннего диалога (динамика обмена ядра и периферии, подвижность ядра, тенденции захвата ядра определенными потоками, движущимися от границ семиосферы). Для общей семиосферы массовой коммуникации как части общественной жизни работу такого «насыщенного описания» сделал П. Фаббри в 1973 г. [4]. Рассматривая вопрос семиосферы журналистики, мы можем выделить труды таких авторов, как М. Р. Альсина (Alsina), П. Фаббри, Е. П. Прохоров, Л. Г. Свитич, М. Деза (Дизе, Deuze) и др. В рамках нашей статьи наибольший интерес представляет статья «Журналистика» С. Г. Корконосенко [5], в которой автор выдвигает тезис о неизбежности

семиотического подхода к журналистике при решении задачи ее обобщенного («насыщенного») описания. Ученый констатирует многозначность понятия – выбор правильного значения зависит исключительно от контекста. Описывая непосредственно понятие «журналистика», ученый говорит, по сути, о характеристике семиосферы журналистики: это и отображение актуальной действительности, и инструмент общественного познания и преобразования действительности, и выражение разнообразных индивидуальных и частно-групповых интересов. Интерпретируя предположенное определение, мы приходим к мысли, что семиосфера журналистики представляет собой три «вложенные» модели, которые объединяются в две: первая – это «союз» «пассивного» фиксирования социально значимых событий и «активного» вторжения в социальную действительность, а вторая – зона «бегства» от социально значимого пространства в область частных интересов.

Говоря об инфографике как части журналистики, основное внимание сосредоточим на возможности ее рассмотрения как самостоятельной семиосферы, у которой свое ядро и своя периферия, своя граница, в рамках которой идет обмен с внешнеположенными по отношению к инфографике иными семиосферами – собственно журналистики, частью которой она выступает, общего состояния коммуникации и ее трендов, техносферы и других пространств, непосредственно создающих условия для возникновения «симметрии и асимметрии» в рамках инфографики.

Обратимся прежде всего непосредственно к понятию «инфографика». В более ранних наших работах этому термину уделялось немало внимания: мы рассматривали его историю и развитие, различные подходы к определению. Наиболее полно обзор данного понятия можно найти в коллективной монографии «Судьба печатной прессы в эпоху Интернета» [6, с. 84–87]. Мы предлагаем вернуться к определению инфографики, данному нами в 2014 г., и рассмотреть его с позиций семиотического подхода. Итак, в соответствии с указанным определением, инфографика – это «визуальное представление информации, данных или знаний в виде статистических карт, схем, таблиц, диаграмм и так далее, с помощью которых сложное воспринимается как простое, а абстрактное конкретизируется. Состоящая из многочисленных информационно емких элементов, связанных между собой, инфографика представляет собой объект, обращенный к ассоциативному мышлению читателя или зрителя, его прошлому опыту, его знаниям и умениям. При этом человек, воспринимающий инфографическое сообщение, остается в достаточной мере свободным в выборе способов анализа материала, последовательности просматривания тех или иных фрагментов инфографики и так

далее [7, с. 78]. В определении несколько слоев, совокупность которых позволяет очертить контуры семиосферы инфографики:

1. Основа инфографического контента – визуальность, предназначенность для рассматривания. Благодаря этому инфографика становится сегментом семиосферы журналистики и самостоятельной семиосферой.

2. Инфографика в журналистике – это набор функций, который напрямую связывает инфографику с ядром семиосферы журналистики.

3. Язык семиосферы инфографики организован с помощью специальных инструментов, обладающих выраженной жанровой, операциональной, эстетической функциями.

4. Язык инфографики базируется на традициях репрезентации информации в культуре, с одной стороны, и на когнитивном опыте адресатов – с другой. В категориях истории инфографики и пересечения этой истории с историей технологий может быть описана диахроническая глубина семиосферы инфографики.

5. Элементы отдельного инфографического объекта в журналистике могут рассматриваться в аспекте ее морфологии.

6. Значимая часть семиосферы инфографики – система кодов, подлежащая декодированию воспринимающего сознания. В области декодирования реципиент обладает достаточной степенью свободы, однако суть инфографического сообщения – сохранение смыслового инварианта.

Очевидно, что такая трактовка понятия может быть применена и к иным сегментам информационного поля, поэтому значимо рассмотреть феномен инфографики в аспекте его уникальности, «различия», как это обозначает Ю. М. Лотман применительно к участникам диалога, каковыми в семиосфере выступают все элементы, взаимодействующие друг с другом. Речь идет об отграниченности инфографики среди других подсистем, ее особом мире, не тождественном иным мирам (даже очень сходным с нею – например, фотографией, дизайном и т. д.). Но это уже тема отдельного исследования. В этом мы видим его дальнейшую перспективу.

Библиографические ссылки

1. *Лотман Ю. М.* О семиосфере // Избр. статьи: в 3 т. Т. 1: Статьи по семиотике и топологии культуры. Таллин : Александра, 1992. С. 11–24.
2. *Успенский Б. А.* К проблеме генезиса тартуско-московской семиотической школы // Ю. М. Лотман и тартуско-московская семиотическая школа. М. : Гнозис, 1994. С. 265–278.
3. *Гаспаров Б. М.* Тартуская школа 1960-х годов как семиотический феномен // Ю. М. Лотман и тартуско-московская семиотическая школа. М. : Гнозис, 1994. С. 279–294.

4. *Fabbri P.* Le comunicazioni di massa in Italia: sguardo semiótico e malocchiodel-lasociologia // *Versus*. 1973. V. P. 57–112.
5. *Корконосенко С. Г.* Журналистика // Медиалингвистика в терминах и понятиях : словарь-справочник / под ред. Л. Р. Дускаевой. М.: Флинта, 2018. С. 192–195.
6. *Симакова С. И.* Инфографика как особый тип визуального медиаконтента // Судьба печатной прессы в эпоху Интернета : коллектив. моногр. / М. В. Загидуллина, С. И. Симакова, Л. Г. Александров, Л. Г. Свитич и др; под ред. М. В. Загидуллиной, С. И. Симаковой. Челябинск : Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2018. С. 74–91.
7. *Симакова С. И.* Инфографика как средство визуализации экономической информации в СМИ // Вестник Челябинского государственного университета. Сер. Филология. 2014. Вып. 92. С. 77–83.

ТЕХНОЛОГИИ СОВРЕМЕННОГО ДИЗАЙНА И ВЕРСТКИ В РЕГИОНАЛЬНЫХ ГАЗЕТАХ БЕЛАРУСИ

Д. П. Синявский

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
siniavsky@yandex.ru*

В публикации представлены результаты внедрения разработанных автором технологий дизайна и верстки периодических изданий в производственный процесс государственных региональных газет Беларуси.

Ключевые слова: технологии дизайна и верстки газет; архитектоника.

TECHNOLOGIES OF MODERN DESIGN AND LAYOUT IN REGIONAL NEWSPAPERS OF BELARUS

D. P. Siniavski

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: D. P. Siniavski (siniavsky@yandex.ru)*

The publication presents the results of implementation of the author's design and layout technologies for periodicals in the production process of state regional newspapers in Belarus.

Key words: technologies of newspaper design and layout; architectonics.