

ЯЗЫК И СТИЛЬ

УДК 070

В. В. Антропова

Челябинский государственный университет, Челябинск

«НУЛЕВАЯ» ВИЗУАЛИЗАЦИЯ В ДИСКУРСЕ ЭЛИТАРНЫХ «ТОЛСТЫХ» ЖУРНАЛОВ: ТРЕНДИНГ ИЛИ АУТСАЙДИНГ?

*Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда,
проект № 16-18-02032*

Визуальный поворот в полной мере проявил себя в массовой коммуникации. Журнально-газетная периодика по-разному использует ресурсы визуальной культуры: от тотального «изобразительства» до полного игнорирования визуальных знаков. В частности, элитарные «толстые» журналы используют исключительно вербальный код означивания. Автор предпринимает попытку установить причины авизуальной подачи информации в дискурсе старейших журналов типа «Знамя», «Звезда», «Наш современник», учитывая их амбивалентную природу, поскольку они являются одновременно агентами журналистского и литературного процессов.

Ключевые слова: медиатекст, дискурс, визуальный компонент, иконические элементы, изображение, вербальный компонент, «толстые» журналы, элитарная культура.

«Толстые» отечественные журналы представляют собой уникальный продукт современной медиакультуры, генетически восходящий к литературным, сатирическим и энциклопедическим журналам XVIII-XIX веков, а позже – к советским «толстым» журналам. Ряд типологических признаков делает их отечественными изданиями, не имеющими аналогов в иных национальных культурах. Перечислим эти черты, которые, по большому счету, обусловлены двумя противоположными константами, имеющими характер диалектического единства – гомогенностью и одновременно гетерогенностью:

– универсально-образовательная направленность (журналы являются для читателей своего рода «периодической энциклопедией»);

– структурная и содержательная полифония журналов, полидискурсивность, обусловленная обилием разнородных текстов, многообразие функциональных стилей;

– кросс-жанровость, кросс-темпоральность (смещение жанров, временных пластов), авторская кросс-персональность (публикации являются продуктом различных типов авторской креативной деятельности: публицистической, художественной, документальной, научной и др.);

– единство впечатления от журнального номера, цельность, недискретность восприятия: «для отдельного читателя каждый журнальный номер – это всегда цельная книжка, “большая литературная форма” (В. Шкловский), “самостоятельное литературное явление” (Ю. Тынянов), единое текстуальное пространство» [10. С. 8];

– идейная монолитность, идеологическая цельность (имеется единая программа и общность проводимой редакцией информационной политики);

– двусоставность структуры на уровне институализации (журналы позиционируют себя в качестве литературно-художественных и общественно-политических, что делает их одновременно акторами двух процессов: журналистского и литературного);

– устойчивая трехмодульная структура на уровне креативной деятельности, объединяющая в каждом отдельном номере художественное творчество, публицистику (в различных ее видах – политическую, документально-историческую, мемуарную, научно-популярную, философскую, нравственно-этическую, религиозную и т. п.) и литературную критику;

– однотипность структурирования определенными рубриками (как правило, это рубрики «Проза», «Поэзия», «Литературная критика», «Мемуары», «Дневник писателя», «Рецензии», «Без комментариев», «Исторические чтения», «Философский комментарий», «Мнение», «Люди и судьбы», «Уроки изящной словесности», «Новые переводы» и др.);

– глубокая персонифицированность и оценочность как главные категории отображения действительности;

– специфичность адресата: это сравнительно небольшая аудиторная группа – читающая интеллигенция, которая является одновременно и творцом «толстого» журнала;

– хорошо различимый среди других СМИ информационно-эстетический феномен, имеющий в культурном пространстве страны свою традиционную нишу [5; 6; 12].

Таким образом, мы можем утверждать, что набор формальных и содержательных признаков неизбежно определяет место «толстых» журналов в элитарном сегменте культуры и элитарном типе отечественных печатных изданий.

Традиционно выделяемая в культурогенезе и социогенезе оппозиция «элитарная культура vs. массовая культура» (Г. Лебон, Х. Ортега-и-Гассет, К. Маннгейм, В. Беньямин, Ж. Бодрийяр, С. Московичи и др.) базируется на одном из главных критериев – адресат (потребитель) определенных культурных форм и смыслов. В связи с этим каждый тип культуры и каждый тип изданий, ориентируясь на своего адресата и на его способности интерпретировать (считывать) текст, используют определенные способы кодификации информации (письма). Исследователи наделяют элитарного и массового читателя (Х. Ортега-и-Гассет, У. Эко) следующими чертами:

Элитарный читатель	Массовые читатель
<ul style="list-style-type: none"> – наличие читательской квалификации, предполагающей степень знакомства читателя с языковым кодом, на котором написан текст, и с принципами построения данного типа текстов, способность к осмыслению языковых и литературных фактов; – отношение к тексту не только как к линейной последовательности словесных форм и смыслов, а как к многоуровневому, объемному образованию; – умение видеть в тексте не только диктальный план (содержание высказывания, последовательность определенных событий), но и модусный (синтез различных мнений, точек зрения, оценок; взаимодействие сознания автора, героев, читателя); – получение эстетического удовольствия от дешифровки многослойности текста, распадающегося на множество истин, интерпретация интертекстом, языковой игры 	<ul style="list-style-type: none"> – дефицит определенной читательской компетентности; – буквальное и единственное понимание одномерного текста; – восприятие диктального плана высказывания, модусный план воспринимается фрагментарно, упрощенно – через систему бинарных оппозиций («хорошо – плохо», «свой – чужой», «добрый – злой», «красивый – некрасивый» и т. д.); – получение удовольствия от содержательно-фактуальной информации, которая представляет собой линейную последовательность сюжетных поворотов, и неспособность считывать содержательно-концептуальную и содержательно-подтекстовую информацию

В связи с этим можно говорить о признаках элитарного и массового письма [11]:

Элитарное письмо	Массовое письмо
<ul style="list-style-type: none"> – нарочито усложненная техника письма, которая требует от реципиента необъятного кругозора и способности к анализу многоуровневого текста; – вербальный метод передачи информации, обуславливающий аксиологическое доминирование именно тех текстов, которые воплощают в себе принципы детерминизма, рациональности и основываются на оригинальности и сложности 	<ul style="list-style-type: none"> – предельно простая техника письма, которая ориентируется на «среднюю» языковую и семиотическую норму, поскольку обращается к огромной читательской аудитории (так называемое «формульное письмо», «формульное повествование» – по определению Д. Кавелти); – визуально-экранный способ организации информации, где на смену принципам системности и детерминизма приходят антииерархичность, нелинейность, семантический и аксиологический плюрализм

Нетрудно заметить, что «формульное повествование» и визуальный способ кодификации информации связаны с использованием иконических элементов текста, коррелирующим с массовой

культурой и периодикой, а письменная фиксация текста – с использованием вербальных компонентов и соответственно – с элитарной культурой и элитарными журналами.

Предполагается, что элитарная культура и элитарная журнальная периодика в соответствии с объективными законами действительности производят новые смыслы и значения [7. С. 28], а значит, существуя в визуальной реальности, должны все же следовать этим тенденциям.

Как отмечает абсолютное большинство исследователей, сегодня визуальная коммуникация становится одной из доминант развития современной цивилизации и является, несомненно, важным (если не главным) компонентом медиатекста в его предельно широком понимании (см. работы С. И. Симаковой, А. В. Дроздовой, А. А. Градюшко, А. В. Колосова, С. В. Федоровой, В. Э. Шевченко и др.). Это связано с тем, считает С. И. Симакова, что «языковая гегемония, ещё несколько десятилетий назад казавшаяся естественной, сегодня уходит в прошлое, поскольку все серьезнее ощущается неудовлетворенность в рассмотрении, описании и дешифровке мира как вербального текста. Образы, ранее считавшиеся комплиментарными, дополнительными по отношению к тексту, теперь становятся ведущим средством передачи информации. Восприятие реальности переключается с вербальной ориентации на визуальную» [9. С. 11]. Таким образом, наиболее эффективной и оптимальной сегодня признается такая подача информации, при которой изобразительный и вербальный компоненты высказывания комбинируются либо присутствует только иконическая составляющая, так как в силу своей многозначности, полисемиотичности она дает возможность плюралистической интерпретации медиасообщения. Поэтому доля креолизованных медиатекстов с автосемантическими связями изобразительного и вербального компонентов все уменьшается и, напротив, увеличивается – с синсематическими.

В связи с этим возникает очевидное противоречие: элитарные печатные СМИ, главная функция которых – производство и трансляция инновационных смыслов и форм, остаются верными традиционной – вербальной – манере письма, в то время как массовые издания четко следуют тенденциям времени и расширяют присутствие в медиаконтенте доли изображения. Единственные элементы визуальной выразительности, которые позволяют себе толстые журналы, – это особенности шрифта и в редких случаях – виньетки (например, в «Нашем современнике»), представляющие собой наследие эпистолярного жанра в его классическом понимании. В связи с этим возникают закономерные вопросы: следование старым традициям – это проявление моральной и технической отсталости литературно-художественных журналов или осознанная позиция, которая заключается в принципиальном игнорировании зрительных образов и неследовании визуальным трендам? Почему «толстые» журналы сохраняют герметичность по отношению к визуальной экспансии?

Решение этих вопросов, как нам все же представляется, обусловлено несколькими факторами:

- 1) историей возникновения и развития «толстых» журналов;
- 2) типологическими чертами «толстых» журналов, представляющих элитарный сегмент культуры;
- 3) типологическими особенностями самой элитарной культуры;
- 4) способами восприятия визуальной и вербальной информации.

Во-первых, «толстые» журналы задумывались, с одной стороны, как преемники дореволюционных журналов, в которых, однако, присутствовали в большом количестве изобразительные элементы, но с другой – это было принципиально новое культурно-эстетическое явление в журнальном сегменте советской России, поскольку они появились именно в 20–30 годы XX века. Отсутствие визуализации в такого рода советской прессе как бы перечеркивало генетическую связь литературно-художественных и общественно-политических журналов с дореволюционными и акцентировало внимание на их новом формате, настраивало читателей на серьезную интеллектуальную деятельность по считыванию информации. В целом, они задумывались как «интеллектуальные центры, выразители и общественного мнения, и художественного самосознания страны», «критика и публицистика <...> были плацдармом популистской идеологии – в отличие от собственно художественного корпуса текстов, на самом деле ориентированного на повышение культурного уровня читателей» [3]. И хотя визуальная коммуникация занимала важное место в советском идеологическом дискурсе, она имела место все же в массовом, а не элитарном сегменте социокультурного поля, на что указывает, например, К. В. Киуру [4].

Во-вторых, стоит вспомнить о таких типологических характеристиках журналов, как полидискурсивность, кросс-жанровость, кросс-темпоральность, авторская кросс-персональность, кото-

рые при восприятии даже вербального текста оставляют впечатление немонолитности, разрозненности, дискретности смыслового пространства, поэтому «нулевая» визуализация в дискурсе «толстых» журналов в этом случае может стать одним из способов формирования и удержания журнальной целостности, однокодовости текста.

В-третьих, сам тип культуры – элитарный (или высокий) – предполагает ее смысловую и функциональную закрытость, узость, специализированность, обособленность от общенациональной культуры, что «превращает элитарную культуру в подобие тайного, сакрального, эзотерического знания, табуированного для остальной массы, а ее носители превращаются в своего рода “жрецов” этого знания, избранников богов, “служителей муз”, “хранителей тайны и веры”» [5]. Подчеркивая внутренний «аристократизм» как главный идейный принцип контентообразования, редакторы и авторы «толстых» журналов таким образом выражают верность русской эпистолярной культуре в ее классическом понимании.

В-четвертых, не стоит забывать об особенностях адресата: это читающая интеллигенция, которая без труда дешифрует вербально-языковые знаки, являющиеся по определению искусственными. В этом случае интерпретация текста будет сложной, двухэтапной: 1) непосредственное восприятие языкового знака; 2) соотнесение определенного знака со значениями и смыслами, которые за ним стоят. Отделение информации от транслирующего ее фиксированного письменного знака предполагает подключение абстрактного, отвлеченного мышления, что требует определенных интеллектуальных усилий. Изобразительный же контент, как правило, воспринимается непосредственно, так как зрительные знаки-образы являются естественными, их одноэтапная интерпретация состоит только из перцепции (буквальное восприятие естественных знаков). Первый метод кодификации информации апеллирует к рационально-интеллектуальной сфере реципиента, а второй ориентируется на эмоциональное преподнесение и постижение идеи. Таким образом, мы можем предположить, что отсутствие визуализации в дискурсе «толстых» журналов – это дань литературным традициям самих журналов и уважение своего – квалифицированного, подготовленного – читателя, который привык воспринимать исключительно вербальный текст и может испытывать раздражение от «банальных картинок», иллюстрирующих текст, либо не умеет и не хочет считывать более сложные инфографические знаки.

Итак, рассмотрев в комплексе факторы, обуславливающие отсутствие визуальности в современных элитарных литературно-художественных и общественно-политических журналах, мы можем сделать предположение, что это осознанная позиция редакции и авторов, некий культурный знак, коммуникационный тренд времени именно в этом сегменте медиaprостранства. Данный тезис можно объяснить несколькими причинами общего (социокультурного) и частного (журналистского) характера:

1) мы оказались в ситуации дефицита книги («книгу» понимаем предельно широко – как предшествующий информационной эпохе этап развития коммуникативных технологий, имевший литературоцентричный характер в противовес сегодняшнему медиacentричному; как альтернативу визуально-экранной культуре; как социальную практику), а «сакральность книги возрастала только тогда, когда она становилась редкой (даже независимо от содержания)» [2. С. 42];

2) элитарная культура всегда оставалась герметичной по отношению к новым маргинальным идеям, пришедшим из общенационального поля, в том числе из масскульта, и отстаивала свое право на «особость» и неследование массовым тенденциям;

3) «толстые» журналы как образцы элитарной периодики поддерживали в литературоцентричном обществе и поддерживают в современном медиacentричном, визуально-ориентированном принципы рациональности, детерминизма, однокодовости текстового пространства. Такая коммуникативная практика, на наш взгляд, является ярким примером «тотальной частности» (М. В. Загидуллина) в условиях панмедиатизации, где под «тотальной частностью» понимается некое «коммуникативное сообщество, вырабатывающее свои особенные правила коммуникации (от символических идеологем до стилистических приемов и даже правил правописания), принимаемые членами сообщества как идеал и ориентир», которому присуще внутреннее «стремление конструировать замкнутый цельный мир, нечувствительный к наличию иных миров» [1. С. 44].

Список литературы

1. Загидуллина, М. В. Кибергетто или ареал обитания? О политических границах тотальных частностей в социальных медиа в контексте «зеленой лингвистики» [Текст] / М. В. Загидуллина // Речевое воздействие в политическом дискурсе: материалы Международной научной конференции. – Екатеринбург, 2016. – С. 44–47.
2. Загидуллина, М. В. Фольклорные предания, «видимый текст» и эпоха «цифры»: к вопросу о философских смыслах ревизуализации языка [Текст] / М. В. Загидуллина // Вестник Челябинского государственного университета. – 2015. – № 20 (375). – С. 41–54.
3. Звезда – литературно-художественный журнал. Официальный сайт [Электронный ресурс]. – URL: <https://zvezdaspb.ru/?page=5> (дата обращения: 26.03.2018).
4. Киуру, К. В. Визуальный миф в идеологическом нарративе: репрезентация в советском монументальном искусстве [Текст] / К. В. Киуру // Вестник культуры и искусств. – 2017. – № 3 (51). – С. 113–118.
5. Кондаков, И. В. Элитарная культура [Электронный ресурс] / И. В. Кондаков // Культурология. XX век. Энциклопедия в двух томах. – URL: <http://psylib.org.ua/books/levit01/txt131.htm#13> (дата обращения: 24.03.2018).
6. Коровин, В. Л. Литературные журналы в России [Электронный ресурс] / В. Л. Коровин. – URL: http://www.krugosvet.ru/enc/kultura_i_obrazovanie/literatura/LITERATURNIE_ZHURNALI_V_ROSSII.html (дата обращения: 25.03.2018).
7. Костина, А. В. Соотношение и взаимодействие традиционной, элитарной и массовой культур в социальном пространстве современности: автореф. дис. ... докт. культур. [Текст] / А. В. Костина. – М., 2009. – 40 с.
8. Симакова, С. И. Визуализация в СМИ: вынужденная необходимость или объективная реальность? [Текст] / С. И. Симакова // Вестник Самарского университета. – 2017. – №1.2. – С. 135–139.
9. Симакова, С. И. Визуальный поворот – революция мировосприятия и репрезентации реальности [Текст] / С. И. Симакова // Визуальный поворот в массовых коммуникациях: коллективная монография. – Челябинск, 2017. – С. 7–40.
10. Снигирева, Т. А. «Толстый» журнал в России как текст и сверхтекст [Текст] / Т. А. Снигирева, А. В. Подчиненов // Известия Уральского государственного университета. – 1999. – № 13. – С. 5–13.
11. Форшток, А. М. Homo legens в XX веке (к проблеме массового читателя) [Текст] / А. М. Форшток // Вестник Нижегородского университета. – 2010 – № 2. – С. 274–280.
12. Шильникова, О. Г. Типологический алгоритм «толстого» журнала в России XX–XIX веков [Электронный ресурс] / О. Г. Шильникова. – URL: <https://psibook.com/sociology/tipologicheskiy-algoritm-tolstogo-zhurnala-v-rossii-xix-xx-vekov.html> (дата обращения: 27.03.2018).

"ZERO" VISUALIZATION IN THE DISCOURSE OF ELITARIAN "THICK" JOURNALS: TRAINING OR AUTHENTICATION?

Antropova V. V., Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, ava45@yandex.ru

The visual turn has fully manifested itself in mass communication. This is expressed in the fact that verbal-written hegemony today is a thing of the past, as there is a growing sense of dissatisfaction in the consideration, description and decipherment of the world as a verbal text. Images that were previously considered additional, now become the main means of information transfer. Perception of reality switches from a verbal orientation to an iconic one. Magazine and newspaper periodicals use the resources of visual culture differently: from total "depiction" to complete ignoring of visual signs. In particular, elite "thick" magazines use only the verbal code of signification. The author of the article makes an attempt to establish the reasons for the provision of information to the public in the discourse of the oldest journals of Russia such as Znamya, Zvezda, Nash Sovremennik, Novy mir;

and their ambivalent nature is taken into account, as they are simultaneously agents of journalistic and literary processes.

Keywords: media text, discourse, visual component, iconic elements, image, verbal component, "thick" magazines, elite culture.

References

1. Zagidullina, M. V. (2016) Kibergetto ili areal obitaniya? O politicheskikh granicah total'nyh chastnostej v social'nyh media v kontekste «zelenoj lingvistiki» [=Cyberghetto or habitat? On the political boundaries of total particulars in social media in the context of "green linguistics"], in: *Rechevoe vozdejstvie v politicheskom diskurse: materialy Mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii* [=Speech Impact in Political Discourse: Proceedings of the International Scientific Conference], Ekaterinburg, pp. 44–47. (In Russ.).
2. Zagidullina, M. V. (2015) Fol'klornye predaniya, «vidimyj tekst» i ehpocha «cifry»: k voprosu o filosofskih smyslah revizualizacii yazyka [=Folklore legends, "visible text" and the epoch of "numbers": to the question of the philosophical meanings of the revision of the language], in: *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta* [=Bulletin of the Chelyabinsk State University], No. 20 (375), Chelyabinsk, pp. 41–54. (In Russ.).
3. *Zvezda – literaturno-hudozhestvennyj zhurnal. Oficial'nyj sajt* [=The star is a literary and art magazine. Official site], available at: <https://zvezdaspb.ru/?page=5>, accessed 26.03.2018. (In Russ.).
4. Kiuru, K. V. (2017) Vizual'nyj mif v ideologicheskom narrative: reprezentaciya v sovetskom monumental'nom iskusstve [=Visual myth in ideological narrative: representation in Soviet monumental art], in: *Vestnik kul'tury i iskusstv* [=Herald of Culture and Arts], No. 3 (51), pp. 113–118. (In Russ.).
5. Kondakov, I. V. *Elitarnaya kul'tura* [=Elite culture], available at: <http://psylib.org.ua/books/levit01/txt131.htm#13>, accessed 24.03.2018. (In Russ.).
6. Korovin, V. L. *Literaturnye zhurnaly v Rossii* [=Literary Journals in Russia], available at: http://www.krugosvet.ru/enc/kultura_i_obrazovanie/literatura/LITERATURNIE_ZHURNALI_V_ROSSII.html, accessed 25.03.2018. (In Russ.).
7. Kostina, A. V. (2009) *Sootnoshenie i vzaimodejstvie tradicionnoj, ehлитarnoj i massovoj kul'tur v social'nom prostranstve sovremennosti* [=Correlation and interaction of traditional, elite and mass cultures in the social space of our time], Moscow, 40 p.
8. Simakova, S. I. (2017) Vizualizaciya v SMI: vynuždennaya neobhodimost' ili ob'ektivnaya real'nost'? [=Visualization in the media: forced necessity or objective reality?], in: *Vestnik Samarskogo universiteta* [=Bulletin of the Samara University], No. 1.2, Samara, pp. 135–139. (In Russ.).
9. Simakova, S. I. (2017) Vizual'nyj povorot – revolyuciya mirovospriyatiya i reprezentacii real'nosti [=The visual twist – the revolution of the worldview and the representation of reality], in: *Vizual'nyj povorot v massovyh kommunikacijah : kollektivnaya monografiya* [=Visual twist in mass communications: collective monograph], Chelyabinsk, pp. 7–40. (In Russ.).
10. Snigireva, T. A., Podchinenov, A. V. (1999) «Tolstyj» zhurnal v Rossii kak tekst i sverhtekst [=“Thick” magazine in Russia as text and context], in: *Izvestiya Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta* [=Bulletin of the Ural State University], No. 13, Ekaterinburg, pp. 5–13. (In Russ.).
11. Forshtok, A. M. (2010) Homo legens v XX veke (k probleme massovogo chitatelya) [=Homo legens in the XX century (to the problem of the mass reader)], in: *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta* [=Bulletin of the University of Nizhny Novgorod], No. 2, Nizhny Novgorod, pp. 274–280. (In Russ.).
12. SHil'nikova, O. G. *Tipologicheskij algoritm «tolstogo» zhurnala v Rossii XIX-XX vekov* [=Typological algorithm of the "thick" magazine in Russia of the XX-XIX centuries], available at: <https://psibook.com/sociology/tipologicheskij-algoritm-tolstogo-zhurnala-v-rossii-xix-xx-vekov.html>, accessed 27.03.2018. (In Russ.).

Антропова Вера Владимировна – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций, Челябинский государственный университет, Челябинск. ava45@yandex.ru