

## ВИЗУАЛЬНЫЙ ОБЛИК ЖУРНАЛА «СНОБ»

Т.Ф. Семьян

## VISUAL APPEARANCE OF THE «SNOB» MAGAZINE

T.F. Semyan

The article deals with the genre, structural and stylistic factors creating prosaic  
Проанализированы визуальные особенности концепции журнала «Сноб», стратегия которого направлена на визуально активное взаимодействие с читателем. Каждый выпуск журнала «Сноб» тематизирован: и вербальный, и иллюстративный материал посвящены определённой истории. Поэтому номер журнала рассматривается как единый текст, целостное физическое пространство, компоненты которого эстетически и идейно связаны, репрезентируют общий замысел, и для воспринимающего представляют единое символическое пространство, подобно тому, как это происходит при чтении художественного произведения.

*Ключевые слова:* визуальный облик, визуальная стратегия, журнал, проект, шрифтовый акцент, креолизация.

The paper analyses the visual features of the «Snob» magazine conception, the strategy is aimed at visually active interaction with the reader. Each issue of the magazine «Snob» has a definite subject matter: both verbal and illustrative aspects are devoted to certain stories. Therefore the issue is seen as one single text, integral physical space, the components of which are aesthetically and conceptually related, they represent the overall design and are perceived as an interconnect symbolic space, just as it happens when reading a work of art.

*Keywords:* visual representation, visual strategy, magazine, design, font emphasis, creolization.

Современные технологии развивают визуальные способы воздействия на человека, многие сферы общественной жизни и культуры имеют акцентированные, визуально яркие особенности воплощения. Это касается рекламы, спецэффектов кинематографической продукции, дизайна интернет-сайтов, видеоигр.

Значение возможностей визуального облика осознаёт и художественная литература, развивается жанр видеопэзии, визуальной поэзии, современной наукой разработана теория визуального облика прозаического текста.

Воспроизведение текста на бумаге издревле, со времен рукописных книг имеет визуальные особенности, смысловое наполнение которых безусловно. Элементы убранства книги – инициал, орнамент, миниатюра, заставка – имели не только оформительскую функцию, но являлись информативно насыщенным приёмом и соотносились с содержанием, должны были помочь читателю правильно разобраться в написанном, вовремя приостановить чтение, заставить задуматься, обратить

особое внимание на какую-то мысль, показать начало новой логической части.

За века существования ко덱сового формата книги накоплен значительный материал по изучению внешнего оформления книги. Проблема визуального облика книги, исторические, теоретические, прикладные аспекты разработаны с достаточной степенью полноты. Существует огромное количество трудов по искусству полиграфии: это работы Б. Валуенко, Ю. Герчука, В. Ляхова, В. Фаворского, в которых рассматриваются проблемы создания книги, физиологически удобной для восприятия глазом, предлагаются идеи по улучшению процесса чтения удобочитаемым шрифтом, разметкой для лучшего запоминания и пр. Полиграфисты ставят задачу сделать книжный текст как можно более активным, воздействующим на ум и чувства читателей, разрабатывают приёмы акцентировки текста самыми различными способами: расположением строк, цветом, размером букв, их начертанием и т. д. Осознание роли визуального компонента в быту, культуре, психо-

---

Семьян Татьяна Фёдоровна, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры русского языка и литературы, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). E-mail: tatyana\_semyan@mail.ru

---

Tatyana F. Semyan, PhD, associate professor, professor of Russian language and literature of South Ural State University (Chelyabinsk). E-mail: tatyana\_semyan@mail.ru

логии актуализировало изучение этого аспекта с теоретической и методологической точек зрения в разных областях науки. По мнению полиграфистов, такое внимание уделяется типографике потому, что именно эта сфера наиболее ярко отвечает новейшим перцептуальным вызовам.

Логично, что опыт, накопленный в искусстве оформления книг в необходимом время<sup>1</sup>, в момент возникновения прессы, был заимствован и перенесён в практику создания газет и журналов.

Теория визуализации художественного текста, безусловно, связана с областью полиграфии, изучает одни и те же параметры текста – шрифтовые выделения, расположение текста на странице, рисунки и пр. Эти две сферы знания взаимообогащают и дополняют друг друга теоретическими концепциями и терминологическим аппаратом. В данной статье высказана мысль о том, что на современном этапе осмысления феномена визуального облика текста литературная теория готова предложить новые аспекты изучения полиграфического воплощения журнальной продукции.

Наша страна имеет богатые журнальные традиции, современные журналы во многом наследуют их, но, безусловно, произошли принципиальные изменения в стратегиях воплощения главной идеи того или иного журнального продукта. Современные журналы позиционируют себя как проекты, сфера деятельности которых многогранна и визуальная составляющая является одной из основных. Стратегии не только глянцевого журналов (ELLE, VOGUE и другие), но и общественно-политических, таких как «Русский репортёр», направлены на визуальное активное взаимодействие с читателем.

Первым «манком» для читателя является обложка. Запоминающийся визуальный знак представляли собой обложки журналов XIX–XX века, известных советских «толстых» журналов, которые чаще всего были монохромными: по скромной голубоватой обложке с синим шрифтом узнаётся легендарный журнал «Новый мир», по зеленоватой с красной надписью – журнал «Знамя».

<sup>1</sup> Известно, что европейская журналистика ведёт свой отсчет с 1609 г., когда в немецком городе Страсбурге была напечатана еженедельная газета Relation: Aller Furnemmen с новостями из Кельна, Антверпена, Рима, Венеции, Вены и Праги, в том же 1609 г. в Аугсбурге появилась другая еженедельная газета – Avis Relation oder Zeitung. Относительно даты издания первого европейского журнала ведутся споры, но есть мнение, что первый европейский журнал Journal des Swavants («Журнал ученого») вышел в Париже в январе 1665 г.

Первая русская рукописная газета «Куранты» начала выходить в 1621 году, печатная – с декабря 1702 года, когда Петр I издал указ о создании первой русской газеты. Первый журнал в России — «Месячные исторические, генеалогические и географические примечания в Ведомостях» начал выходить в виде приложения к газете «Санкт-Петербургские Ведомости» в 1728 году.

Исследование истории визуального облика художественных текстов показывает, что можно говорить о преобладании определённых визуальных моделей, функционирующих в тот или иной период. Внутри визуальной модели, безусловно, существуют авторские модификации. Специфические черты визуальной модели напрямую связаны с ментальностью эпохи. Теоретики искусства полиграфии отмечают связи визуального облика текста с эпохой и культурными унаследованиями общества.

Обложки современных журналов демонстрируют перемену вектора от вербального к визуальному, от слова к рисунку, яркому иконическому образу. Обложка должна быть яркой, информативной, являться ключом к общей концепции журнала, к тематике конкретного выпуска так же, как заглавие является ключом к пониманию смысла художественного произведения.

Визуально яркий, интересный материал предлагает иллюстрированный журнал «Сноб», который является частью мультимедийного проекта. Журнал был основан в 2008 году. Основными жанрами являются репортажи, интервью, авторские фотоистории, эссе, рассказы. Литературная составляющая в журнале представлена активно, неслучайно с журналом сотрудничают ведущие писатели современности – Владимир Сорокин, Людмила Петрушевская, Борис Акунин, печатаются Александр Кабаков, Ольга Славникова, Захар Прилепин, Александр Иличевский, Андрей Геласимов и многие другие. Новый номер журнала «Сноб» посвящён творчеству Чарльза Диккенса. В нём напечатаны рассказы Марины Степновой, Эдуарда Лимонова, Сергея Жадана, Евгения Попова.

Значение визуальной составляющей в креативной концепции журнала «Сноб» манифестируется уже в необычном заглавии, где первая буква развёрнута по оси на 180 градусов, а после заглавия в нарушение пунктуационных норм поставлена точка. Журнал также имеет свой логотип, что популярно в современных медиа, это развёрнутая буква С с точкой.

Визуальный облик журнала «Сноб» формируется в соединении таких же внешних характеристик, какие определяют визуальные особенности любого текста, в том числе и художественного, это – шрифтовая акциденция, расположение текстового материала на пространстве страницы, рисунки, фото, иллюстрации, т.е. интеграция вербального и иконического компонентов.

Каждый выпуск журнала «Сноб» тематизирован: и вербальный, и иллюстративный материалы посвящены определённой истории, выпуски имеют название, например, за июль 2011 года – «Всё о Еве». Поэтому логично рассматривать каждый номер журнала как единый текст, целостное физическое пространство, компоненты которого эстетически и идейно связаны, репрезентируют общий

замысел и для воспринимающего представляют единое символическое пространство подобно тому, как это происходит при чтении художественного произведения, иллюстрации в котором стимулируют воображение читателя.

Теоретически обосновано, что все визуально-графические элементы определяются как семиотические знаки. Согласно с идеей об указывании как первичном свойстве знака, визуально-графические приёмы обозначают необходимость прочтения, расшифровки, извлечения смысла. Проявляя семиотическую природу, визуальные знаки текста представляют организованную систему структурных отношений.

Известно, что в основе визуально-графических приёмов лежит принцип остранения, нарушающего автоматизацию восприятия. Визуально-графические приёмы являются одним из способов организации читательского восприятия; актуализируют отношения текст – читатель. Поэтому визуальные особенности текста следует рассматривать как категорию рецептивную. Зрительный образ конфигурации текста соотносится с его общим смыслом и эстетически воздействует на читателя. Параметры визуального облика текста превращаются в средство передачи дополнительной, вербально не выраженной информации.

В концепции журнала «Сноб» заявлено, что журнал иллюстрированный. Действительно, иллюстративная, невербальная составляющая в визуальном облике журнала акцентирована за счёт большого количества фото, рисунков, а также рекламных вставок. Определившись с тем, что каждый выпуск журнала являет собой общее идейно-эстетическое пространство, можно определить этот тип текста как креолизованный, смешанный, семиотически осложнённый, в создании которого участвуют средства разных семиотических кодов. Креолизованный текст предстаёт сложным текстовым образованием, в котором вербальные и иконические высказывания образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое, оказывающее комплексное воздействие на адресата. Корреляцию двух разносистемных знаковых образований следует идентифицировать как явление дискурсное.

Феномен креолизации напрямую представлен в рекламном тексте, который сегодня является обязательным компонентом средств массовой информации, присутствует также в журнале «Сноб» и, безусловно, нарушает нарратив номера, хотя делает его ещё более ярким и красочным. Следует отметить деликатность работы создателей журнала с рекламными вставками, которые практически никогда «не заходят на территорию» основного материала, а имеют собственное пространство.

Реклама настолько глубоко проникла в нашу жизнь, что встречается даже в литературных произведениях, и не только в виде продакт плейсмента, но и визуально. Примеры можно найти в про-

изведениях современной литературы, в частности, в такой передовой на сегодня области, как драма. Драматург Оля Мухина написала пьесу «Летит», визуальный облик которой повторяет стилистику глянцевого журнала, изобилует рекламными фотографиями (часто со снижающими рекламный пафос надписями) и фотографиями западных и российских селебрити, звёзд мирового кино (например, английского актёра Джуда Лоу) и моделей, которые визуализируют для читателя персонажей произведения. Пьеса Оли Мухиной – яркий эксперимент, пока единичный, особая художественная акция, цель которой обнажить специфические явления времени. Нарочитая демонстрационность выражает специфическое качество актуального искусства – представлять себя в форме акцентировано яркого перформанса.

Перформативные качества присущи и визуальной стратегии журнала «Сноб», если перформативность понимать как саморепрезентацию, как способ вызвать понимание и отношение со стороны других участников коммуникации. Исследователи определяют перформативный текст как тип текста, актуализирующийся в ситуации коммуникации.

Проект «Сноб» активизирует взаимодействие с читателем всеми возможными способами и подаёт информацию не только визуально, но и аудиально. На сайте проекта [www.snob.ru](http://www.snob.ru) можно послушать аудиозаписи музыки («Вальс цветов» П. Чайковского), впечатление от которой описывает на одной из последних страниц номера за декабрь 2012 – январь 2013 режиссёр Андрей Кончаловский, рядом с описанием дана ссылка на сайт. Такая интерактивность значительно расширяет как поле влияния проекта «Сноб», так и культурное поле читателей.

Интерактивность в общении с читателем выражается в таком прикладном элементе, как закладка, которая вложена в журнал «Сноб». На ней размещены адреса сайта проекта, адрес интернет-страницы, где можно узнать подробности об участии в проекте «Сноб», а также логотип.

Перформативные качества журнала явлены также в фотогалереях, или иначе фотонеллах, талантливо представленных в каждом выпуске: в начале номера авторы опубликованных рассказов визуально, фотографически представлены таким образом, чтобы иллюстрировать общую тему. В номере за декабрь 2010 – январь 2011, который назывался «Снежный номер: всё о моём отце», на разворотах рядом с фотографиями авторов выпуска размещены фотографии их отцов. Это придаёт изданию неповторимую атмосферу, в данном случае, атмосферу теплоты семейного уюта, доверительности, преемственности поколений. Фотографии оживляют опубликованные истории о попытке примирения с отцом, возобновлении отношений, попытке прощения, в этих историях много мудрости и доброты, человечности, они также своего рода психологическая поддержка для чита-

теля, которому эта тема близка либо биографически, либо эмоционально. Тема отцов и детей, как известно, восходит к самым древним мифам и в современном мире получила статус архетипической. Фотографии непосредственных участников историй, описанных в рассказах и эссе, впускают читателя в мир глубоко интимных переживаний, в сокровенные семейные тайны, не просто позволяя быть наблюдателем и судьёй, но, заставляя через сопереживание (а это невозможно не делать, посмотрев в глаза людям на фото), понять проблемы собственной жизни.

В «Литературном номере: Рождественская песня» (декабрь 2012–январь 2013) проделан эксклюзивный эксперимент: фотографии авторов материалов помещены в рамки эпохи Чарльза Диккенса. Выяснилось, что Диккенс ассоциируется у большинства авторов номера с детскими годами. Создатели выпуска задались вопросом, как бы смотрелись юные лица известных современных писателей (Ильдар Абузяров, Юрий Мамлеев, Эдуард Лимонов и другие) в викторианскую эпоху. Детские фотографии в рамках размещены в окружении стилизованных под эпоху XIX века драгоценностей, часов, шкатулок и прочих предметов роскоши и интерьера, которым в то же время сделана реклама, так как названы фирмы изготовители и прочие реквизиты.

Начитанный читатель должен знать, что номер назван по одноимённой сказочной повести Чарльза Диккенса «Рождественская песня в прозе». Это история-притча о перерождении скряги и человеконенавистника Скруджа, в которой писатель с помощью фантастических образов святочных Духов показывает своему герою единственный путь к спасению – делать добро людям. В 2009 году режиссёр Роберт Земекис снял по этой сказке мультфильм, чем ещё более связал восприятие произведения с темой детства.

Таким образом, на разворотах журнала «Сноб» предложена история детства, рассказанная с помощью различных средств, вербальными и иконическими приёмами, что буквально воспроизводит идею двойственного существования текста как явления коммуникативного и дискурсивного. Такой текст смешанной природы проявляет изначально присущую ему амбивалентность, с одной стороны, в виде материального объекта, с другой, как совокупность идей. Эта концептуальная двойственность генерирует эстетическое единство журнала, выстраивает модель действительности во всей возможной полноте ее выражения.

Ещё в 1930-е годы А.А. Реформатский о текстах с иконическим компонентом писал, что иллюстрация как особый структурный момент высказывания подлежит ведению лингвиста, и исследование взаимодействия внешнего (полиграфического) и внутреннего (литературного и языкового) оформления текста, их органического взаимного вхождения в целях максимального воздействия из-

дания относятся к одной из актуальных задач лингвистики. При этом учёный высказывался за создание нового профиля специалистов – лингвографов, вооружённых как методами лингвистического анализа текста, так и знаниями полиграфической техники.

В журнале «Сноб» интенсивность связей между вербальными и иконическими средствами может быть различна: элементы обоих кодов могут быть интегрированы друг в друга или быть обособленными. Например, создатели журнала использовали визуальную особенность, которая для читателя вызывает ассоциации с традицией чтения художественной литературы: автор эссе или рассказа и название вынесены на отдельный разворот, которая оформлена как обложка книги, а только потом, на следующей странице дублируются непосредственно перед текстом. В каждом эссе первое предложение выделено качественно по-разному: изменяется кегль, цвет шрифта и по отношению к фоновому, и по сравнению с другими текстами рассказов.

Журнал «Сноб» активно использует приём шрифтовой акциденции. Прежде всего, в заглавиях рассказов, играя разновидностями декоративных шрифтов, цветом, размещая белый шрифт на чёрном сплошном фоне и так далее.

Очевидно, что слова, выделенные шрифтом, имеют особое композиционное значение и являются средством художественной выразительности. При использовании приёма шрифтового выделения происходит увеличение семантической самостоятельности каждого маркированного шрифтом слова. Шрифтовые выделения нарушают задаваемый основным, фоновым шрифтом ритм, задерживают внимание читателя (глаз словно бы «спотыкается»), становятся зрительным раздражителем, конечно, играя необходимую семантическую и художественную роль. Любое изменение шрифта – это сознательное преодоление нормы, отступление, выразительное именно по отношению к ней, на фоне «обычного» шрифта; это форма остранения слова на фоне графически нейтрального контекста.

Иллюзию чтения книги при восприятии журнала «Сноб» поддерживают иллюстрации к каждому рассказу или эссе по основной теме номера. Указаны имена художников-иллюстраторов, которые, как и в книжной продукции, с одной стороны, визуализируют основные идеи, образы и мотивы творчества писателя, с другой, предлагают свою интерпретацию литературного произведения, которая может оказаться эмоционально близкой и понятной читателю. Среди иллюстраторов журнала «Сноб» такие известные современные художники, как Алексей Курбатов, Павел Гришин, Юлия Блюхер и другие.

Создатели журналов осознают, придают большое значение и используют возможности феномена пространства страницы, поскольку в процессе чтения срабатывает физиологическое свой-

ство человеческого глаза воспринимать плоскость одной страницы одновременно.

Значительный потенциал визуального облика отдельной страницы развивался на протяжении веков, но в XX веке были выдвинуты авангардные идеи по использованию поля страниц. Философ и писатель Василий Розанов предложил располагать каждый фрагмент своей книги «Уединённое», каким бы незначительным по объёму он ни был, даже в одно предложение, на отдельной странице. Тем самым было активизировано белое поле страницы, рама, значение которой в искусстве основополагающее, поскольку именно феномен рамы (границы) семиотизирует явления искусства.

Визуальный эксперимент В. Розанова по важности и концептуальности стоит в ряду с экспериментами А. Белого, которого называют основоположником литературной визуальной модели XX века. Мощным мышлением философа, чьё творческое сознание улавливало веяния эпохи, В. Розанов осознал необходимость визуализировать невизуализируемое, а именно, подсознательные процессы мышления. В. Розанов воспроизвёл структуру сознания такой, какова она есть на самом деле. Примечательно заметить, что современник В. Розанова философ Лев Шестов рассматривал форму афоризма как наиболее современную форму мысли и речи в России начала XX века.

В журнале «Сноб» оформлению пространства

страницы как единого эстетического объекта, имеющего значительное влияние на воспринимающего, уделяется большое значение. Так, в номере, посвящённом Диккенсу, на странице 0335 (такова оригинальная пагинация) в орнаментированной рамке приводится выделенное шрифтом афористичное высказывание поэта Иосифа Бродского, взятое из его нобелевской речи, о влиянии творчества Диккенса: «Я полагаю, что для человека, начитавшего Диккенса, выстрелить в себе подобного во имя какой бы то ни было идеи затруднительнее, чем для человека, Диккенса не читавшего».

Тем самым объясняется выбор темы номера, указывается значение творчества Диккенса и значение литературы вообще в жизни человека. Этот украшающий, арабесочный элемент оформления журнала визуально воплотил и манифестировал одну из ключевых идейных позиций журнала «Сноб», направленную на воспитание и поддержание культурного вектора современного общества. Главный редактор журнала Сергей Николаевич во вступительной статье мечтает, что «Сноб», может быть, подвигнет кого-то заново перечитать давно забытые романы.

Стратегия журнала «Сноб», несмотря на яркую визуальную составляющую, ориентирована на культурно просвещённого читателя, гуманитария, для которого слово и чтение всё ещё сохраняет приоритетные позиции.

*Поступила в редакцию 9 января 2013 г.*