

УДК 070

DOI: 10.21209/1996-7853-2020-15-1-125-133

Светлана Ивановна Симакова,
Челябинский государственный университет
(г. Челябинск, Россия),
e-mail: simakovi@mail.ru

«Цивилизация глаза»: специфика визуальной репрезентации события

Сформулировав цель исследования – рассмотреть наиболее востребованные виды и формы визуализации журналистского контента на примере освещения трагических событий, автор последовательно идёт к её реализации. Это удастся сделать благодаря комплексному подходу к анализу визуального контента журналистских материалов (метод сплошной выборки, контент-анализ, описание и обобщение). Эмпирической базой исследования послужили журналистские материалы, содержащие информацию о трагическом событии, сопровождающиеся визуальным контентом таких изданий, как «Аргументы и факты» (AIF.ru), «Известия» (iz.ru), «РИА Новости» (ria.ru), «ТАСС» (tass.ru). Приводятся и анализируются конкретные примеры использования визуального образа при передаче информации – журналистские материалы, содержащие визуальный медиаобраз. Статья состоит из нескольких взаимосвязанных частей, каждая из которых является логическим продолжением и дополнением предыдущей – благодаря предложенной структуре читатель может наблюдать динамику развития визуального образа в средствах массовой коммуникации – от общего к частному – от появления фотографии к визуальному повороту в культуре (параграфы «Фотография как основа тотальной визуализации» и «От фотографии факта к визуальному повороту») – к созданию визуального медиаобраза (параграф «Визуализация в средствах массовой информации»). Параграф «Оперативное освещение трагических событий – визуальный контент» посвящён анализу особенностей визуального контента при оперативном освещении средствами массовой информации трагических событий. Рассмотрены два способа визуальной репрезентации оперативного освещения трагического события. Отмечено, что каждый из них отражает визуальный образ конкретной ситуации. В результате выполненного анализа автор обосновывает преимущества использования того или иного способа визуализации в зависимости от конкретной сложившейся ситуации. Делается вывод о том, что осмысление визуального медиаконтента современных СМИ в категориях визуального поворота даёт мощную мировоззренческую базу для анализа медиаявлений и открывает перспективы исследования в самых разных направлениях.

Ключевые слова: визуализация, визуальный поворот, визуальный контент, инфографика, трагические события, фотография, фотоконтент

Svetlana I. Simakova,
Chelyabinsk State University
(Chelyabinsk, Russia),
e-mail: simakovi@mail.ru

“Civilization of the Eye”: the Specifics of the Visual Representation of the Event

Having formulated the goal of the study – to consider the most popular types and forms of visualization of journalistic content using the example of coverage of tragic events, the author successively goes to its implementation. This can be done thanks to an integrated approach to the analysis of the visual content of journalistic materials: continuous sampling method; content analysis; description and generalization. The empirical basis of the study was journalistic materials containing information about a tragic event, accompanied by visual content, from such publications as *Argumenty i Fакты* (AIF.ru), *Izvestia* (iz.ru), *RIA Novosti* (ria.ru), *TASS* (tass.ru). Concrete examples of the use of a visual image in the transmission of information, journalistic materials containing a visual media image are given and analyzed. The article consists of several interconnected parts, each of which is a logical continuation and complement of the previous one, thanks to the proposed structure, the reader can observe the dynamics of the development of the visual image in the media of communication – from general to particular – from the appearance of photography to a visual turn in culture (paragraphs “Photography as basis of total visualization” and “From a photo of a fact to a visual turn”) to create a visual media image (paragraph “Visualization in the media ratings”). The paragraph “Operational coverage of tragic events – visual content” is devoted to the analysis of the features of visual content during operational media coverage of tragic events. Two methods of visual representation of operational coverage of a tragic event are considered. It is noted that each of them reflects a visual image of a specific situation. As a result of the analysis, the author substantiates the advantages of using one or the visualization method, depending on the particular one prevailing in a situation. We conclude that comprehension of the visual media content of modern

© Симакова С. И., 2020





media in the categories of visual rotation provides a powerful ideological base for the analysis of media statements and opens up research prospects in a variety of directions.

Keywords: visualization, visual rotation, visual content, infographics, tragic events, photography, photo content

Введение. Современную культуру зачастую называют «медиатизированной», «визуальноцентричной» или «визуализированной медиакультурой» [19, с. 7], имея в виду тот факт, что развитие медиа «демонстрирует безграничную трансгрессию визуального. Визуальные образы, запечатлённые в невообразимом множестве фотографий, видео и т. п., практически мгновенный процесс их порождения и репрезентации в медиaprостранстве, а также «вирусный» характер распространения становятся «неотъемлемым атрибутом повседневного существования современного человека» [8, с. 23]. Это условная точка «Б» на графике эволюции, распространения и расширения влияния визуальности. Движение к ней из точки «А» цивилизация начала с создания алфавита (и письменности на его основе), а также изобретения в середине XV века И. Гутенбергом печатного станка, породившего крупномасштабное развитие книжной культуры, по сути своей являющейся визуальной (видимой глазом). По мнению канадского литературоведа, социолога и культуролога М. Маклюэна, эти открытия стали отправным моментом в истории поворота от гармоничности и естественности трайбализма, коллективизма и прочего к демократии, капитализму, индивидуализму и, конечно, апологетике визуальности [10]. Учитывая актуальные визуальные практики, вслед за М. Загидуллиной считаем, что «переход слова в предмет, материализация эмоций, формирование коммуникационных потоков по сегментированным правилам должны определять исследовательские тактики изучения этих разнонаправленных потоков в рамках национальной коммуникации, для каждого из которых нужна особая оптика рассмотрения» [6, с. 51]. В связи с чем цель данной статьи – рассмотреть наиболее востребованные виды и формы визуализации журналистского контента на примере освещения трагических событий. Вопросам визуализации в средствах массовой информации посвящено немало научных трудов исследователей в различных сферах, включая исследования по журналистике. Однако работ, расставляющих акценты на приёмах и способах визуализации журналистского контента в зависимости от типа новостных материалов, нами не обна-

ружено. В этом заключается актуальность и новизна данной работы.

Методология и методы исследования. При выполнении исследования нами использован комплексный подход к анализу визуального контента журналистских материалов [см.: 22] – совокупность таких методов, как метод сплошной выборки; контент-анализ; описание и обобщение.

Результаты исследования и их обсуждение. *Фотография как основа тотальной визуализации.* Книжная культура на протяжении нескольких веков оставалась элитарной, доступной образованному меньшинству, как, впрочем, и живопись, являвшаяся ведущим инструментом визуальной репрезентации. Частные коллекции не ориентировали на массовый просмотр; дворцы и замки, наполненные артефактами визуального искусства, предполагали вдумчивое рассматривание образованным, грамотным, эстетствующим зрителем, способным оценить «прекрасное». В то время как для большинства, обладавшего куда более низким социальным статусом, столкновение с образами не было рядовым или повседневным. Храмы, с образцами иконописи и фресковой живописи, по выходным и праздникам, ярмарки с их карнавальными культурами, малочисленные, с точки зрения доступности памятники архитектуры, лубочные картинки – вот, пожалуй, и весь визуальный набор¹, доступный обывателю к моменту появления медиафеноменов, обеспечивших взрывное развитие визуальности.

Всё кардинально изменилось с изобретением фотографии. Открытия Н. Ньепса, Ж. Л. М. Дагера и Ф. Талбота, сделанные в 30-х годах XIX века, не одновременно, постепенно (хотя и мгновенно по меркам истории), привели к тому, что мир проснулся другим. Как отметит сто с лишним лет спустя М. Маклюэн, «фотография сыграла

¹ В этот набор мы сознательно не включаем дешёвые газеты, появившиеся со становлением массовой аудитории несколькими годами ранее изобретения фотографии, поскольку, во-первых, при всей своей условной дешевизне они были актуальны преимущественно для городской образованной и далеко не самой бедной аудитории, а во-вторых, потому что процессы создания реплу press и фотографии шли практически одновременно, так что нельзя сказать, что к моменту появления фото газета была доступна большинству, это случится гораздо позже.



<...> решающую роль в создании разрыва между простым механическим индустриализмом и графической эпохой электронного человека. Шаг из эпохи Книгопечатного Человека в эпоху графического человека был сделан с изобретением фотографии» [11, с. 215]. Таким образом, современная эпоха, с привычным для нас обликом реальности, начинается именно с фотографического снимка. Фотография была первой в цепочке появления и распространения визуальных и синтетических средств массовой коммуникации (среди которых – кинематограф, телевидение, видео, интернет), ставших этапами большого пути к тотальной визуализации окружающего нас мира.

За счёт имманентной ей документальности, фотография (а затем и кино как движущееся фото) имеет возможность казаться очищенной от примесей реальностью. Несмотря на предостережения В. Беньямина, констатировавшего, что «природа, открываемая камере – другая, чем та, что открывается глазу» [2, с. 54], фотография с момента своего изобретения воспринималась, по мнению Ю. Лотмана, «как сама жизнь в своей реальности и подлинности. Она прочно заняла место текста наибольшей документированности и достоверности в общей системе текстов культуры начала XX века» [9, с. 297]. Как подчёркивал Р. Барт, «ничто написанное не в силах сравниться по достоверности с фото. Несчастье языка, возможно, и присущее ему сладострастие, связано с тем, что он неспособен проверить собственную аутентичность» [1, с. 152].

При этом нужно понимать, что такая достоверность – это в некоторой мере оптическая иллюзия, «не безусловная верность воспроизведения объекта», а «эмоциональное доверие зрителя» – реально и подлинно то, что я вижу своими глазами: «Все мы знаем, как непохожи, искажающе бывают фотографии. Чем ближе мы знаем человека, тем больше несходства обнаруживаем в фотографиях. Для каждого человека, лицо которого нам действительно знакомо, мы предпочтём портрет хорошего художника равной ему по мастерству фотографии. В нём мы найдём больше сходства. Но если нам предоставят портрет и фотографию неизвестного нам человека и попросят выбрать более достоверное, мы не колеблясь остановимся на фотографии, – таково обаяние “документальности” этого вида текста» [9, с. 297]. Реальность оказывается замещённой визуальностью, однако это давно никого не удивляет.

То есть фотография стала не просто частью искусства, она изменила его. Демократизация искусства привела к тому, что последнее, благодаря техническому репродуцированию, вошло в пространство повседневной культуры, заложив основы новой визуальности. Впрочем, здесь очевиден и обратный процесс. Став частью обыденной культуры, искусство активно начало втягивать её в себя. Ж. Бодрийар в «Паролях» описывает этот феномен как вселенную, где вещи попали в плен к «повторяемости», «серийности», «где над ними господствует визуальное»: «То, с чем мы столкнулись, – это нашествие демократии взгляда, это её вторжение в мир, в котором до нее ощутимым становилось далеко не всё, в котором чести быть увиденным удавалось лишь избранное. Большинству вещей вход в зону наблюдаемости был категорически воспрещён... И вдруг в данной зоне оказались сразу все объекты без исключения, вдруг произошла настоящая революция» [3, с.179].

От фотографии факта к визуальному повороту. Реальность XX века активно расширяла открытый фотографией визуальный коридор, создавая всё новые и новые феномены, генерирующие визуальность. С одной стороны, появлялись и развивались ранее не известные каналы распространения визуальности (прежде всего, кинематограф, телевидение и интернет) как инструменты донесения хаотично и прогрессивно увеличивающейся массы образного. С другой – множились и обретали популярность новаторские экспериментальные художественные практики (инсталляции, перформансы, поп-арт, саморазрушающееся искусство и т. д.), постепенно размывавшие искусство и делавшие границу между искусством и тем, что вне его, всё более условной. Как подчёркивает М. Джей, предмет искусства, воплощённый в единственном образце, каталогизированный и нуждающийся в заботе реставратора, уже не вполне понятен нашему современнику. «Современные технологии позволяют воспроизводить искусство, а само современное искусство предпочитает жить одним днём, а не создавать вечные монументы... Потребитель искусства, любя игру красок на плоскости, выбирает тем не менее медленно движущийся видеоарт Билла Виола и редко вспоминает о полотнах, висящих в музеях или особняках коллекционеров» [4].

Таким образом, с демократизацией пространства визуальности и переосмыс-



лением искусства (от объекта поклонения до объекта оценивания и критики), а также с развитием визуальных средств массовой коммуникации и их относительно недавней дигитализацией «бассейн изображений», доступных массовому человеку, стал стремительно приближаться к плюсу бесконечности. Это, во-первых, изменило «саму внутреннюю структуру и способ бытия визуальных образов», потребовав для феномена визуальности «иного теоретического переосмысления, которого классические эстетические концепции или теория искусства дать не могут» [5, с. 255]. Во-вторых, трансформировало социально-психологические характеристики личности (в том числе алгоритмы восприятия, мышления, мнемонические процессы, поведенческие паттерны и т. д.). Апеллируя к теории трёх волн Э. Тоффлера, происходящее можно описать так: «Информационная бомба взрывается в самой гуще людей, осыпая нас шрапнелью образов и в корне меняя и восприятие нашего внутреннего мира, и наше поведение. Переходя от информационного пространства Второй волны к Третьей волне, мы изменяем свою психику» [18, с. 263]. В данном контексте актуализируются феномены зрения человека и его видения. В фокусе внимания исследователей оказываются визуальное мышление, визуальное восприятие и клиповое сознание.

Визуализация в средствах массовой информации. Развитие средств массовой информации (СМИ) под влиянием технического прогресса сделало визуализацию действительности неизбежной. Причём это является взаимобратным процессом – действительность, в свою очередь, всё сильнее визуализирует СМИ, которые публикуют все больше фото, видео, графики и т. п. При этом явления, феномены и предметные сферы требуют различных форм визуализации контента. В одном случае наиболее уместным будет фоторепортаж, в другом – «объясняющая инфографика», в третьем – достаточно лишь яркого цветового акцента. Серьёзные развёрнутые аналитические материалы чаще требуют совмещения разных видов визуального контента. Разнообразии видов и подвидов визуализации в СМИ требует их классификации. Исследователи в области журналистики активно разрабатывают типологии визуального контента [см.: 13, с. 3; 20]. Отметим, что в настоящее время интернет становится ведущим генератором создания новых

типов и видов визуального контента – развитие технологий приводит к появлению новых видов визуализации. Типологию необходимо дополнить различными формами мультимедийного контента – видео, клипы, инсталляции, флеш-анимация, слайд-шоу и т. п. [17, с. 14]. Таким образом, мы можем с уверенностью констатировать множественность типов визуального контента, представленного в современных средствах массовой информации (особенно в интернет-медиа). Однако следует признать, что разные типы визуального контента имеют разный «удельный вес», разную частотность использования, разную сферу применения. Отметим, что фотография, как и прежде, является ведущим типом визуализации журналистского контента. Этот наиболее распространённый способ образного представления материала зачастую выступает в качестве зрительно-смыслового центра медийного сообщения (независимо от того, есть в этом сообщении текст или его нет). По мнению Херберта Хейеса, “Visualization means thinking in pictures or, more precisely, in individual shots or brief sequences” («Визуализация означает мышление на фотографиях, а точнее на отдельных снимках и короткой последовательности снимков» – *пер. авт.*) [23, с. 203]. Фотография привлекает внимание, повышает значимость журналистского материала, позволяет мгновенно «схватить» взглядом произошедшее. Специфика фотографического изображения состоит в фиксации момента присутствия, уникальной данности, которая никогда больше не повторится.

На наш взгляд, в данном случае важно мнение У. Митчелл. В одной из своих работ Митчелл говорит о наступающей эре «Биокибернетического размножения» (“biocybernetic reproduction”), которая характеризуется наличием “biodigital picture” – виталистическая и анимистическая концепция образа привела автора к предположению, что правильный вопрос к изображениям – это не просто то, что они имеют в виду или что они делают, а то, что они хотят (“When these developments are coupled with the revolution in information science produced by the invention of the computer, we find ourselves entering a new era of what I have called “biocybernetic reproduction,” characterized by the appearance of the “biodigital picture.” This vitalistic and animistic conception of the image (whose pedigree in the work of Michael Camille would be worth exploring) has led me to speculate that the proper question to ask of

pictures is not merely what they mean or what they do, but what they want”) [21, с. 24].

Для описания результатов исследования, представленных в данной статье, необходимо обозначить и другой тип визуализации журналистского текста – инфографику. Инфографика, которую можно рассматривать как сочетание текста и изображения, созданного при помощи дизайн-графики с целью трансляции каких-либо смыслов – это достаточно новый, динамично развивающийся инструмент визуализации, несколько лет назад переживший пик популярности в медиасфере. Инфографика как продукт совместного творчества дизайнера и журналиста является «ценной социальной валютой», эстетически привлекательной, информационно ёмкой, аттрактивной. Продуманная и качественно структурированная инфографика «может обеспечить зрителям незамедлительное и глубокое, очень полное впечатление, и дать путь прохода через беспорядок сложной истории, чтобы добраться прямо до сути» [7]. В интернете современная инфографика может быть представлена не только в ставшем традиционным статичном виде, но и в интерактивном формате, позволяющем потребителю управлять отображением данных.

Оперативное освещение трагических событий – визуальный контент. В рамках нашего исследования (поддержано Российским научным фондом, проект № 18-18-00007) более подробно остановимся на визуальном контенте при оперативном освещении трагических событий.

Необходимо признать, что современная человеческая реальность катастрофична, пожалуй, даже чрезмерно. Техногенные катастрофы, падение самолётов, террористические акты и атаки, крупномасштабные ДТП с большим количеством жертв происходят в нашем мире с постоянством. В этом контексте вполне закономерно, что они оказываются включенными в повестку дня средств массовой информации.

Рассмотрим особенности визуального контента при оперативном освещении в СМИ трагических событий – в качестве примера охарактеризуем два события, вызвавшие огромный диссонанс в обществе – пожар в торгово-развлекательном комплексе (ТРЦ) «Зимняя вишня» в Кемерово (25.03.2018) и крушение российского самолёта Ил-20 у берегов Сирии (17.09.2018).

Эмпирическую базу исследования составили: 1) материалы, содержащие визуальный контент, официального сайта еже-

недельник «Аргументы и факты» (AIF.ru): 107 публикаций, освещающих трагические события пожара в торгово-развлекательном комплексе (ТРЦ) «Зимняя вишня» в Кемерово в конце марта 2018 года за период 25–27 марта 2018 года (от начала освещения до окончания спасательной операции); 2) группа материалов, сопровождающих сообщение о крушении российского самолёта Ил-20 у берегов Сирии – материалы сайтов ведущих СМИ и информагентств: «Аргументы и факты» – AIF.ru¹; «Известия» – iz.ru²; «РИА Новости» – ria.ru³; «ТАСС» – tass.ru⁴.

Анализ публикаций сайта «AIF.ru», посвящённых пожару в ТРЦ «Зимняя вишня», показал, что трагические события являются не менее (даже более) «продуктивной» сферой визуализации информации, чем любые другие. Однако стремление превращать в картинку даже самые страшные трагедии заставляет актуализировать вопросы этического и эстетического характера: что можно показывать и как, что нельзя скрыть и т. п. Освещение событий в Кемерово сопровождалось лавинообразным увеличением визуального контента в соцсетях и разнообразных интернет-изданиях: видеороликов, фотоматериалов с места событий, инфографики, объясняющей устройство ТРЦ и ошибки в эвакуации его посетителей и др.

На основании проанализированных публикаций сайта «АиФ», имеющего огромный опыт информационной деятельности, выявлено, что основным видом визуального контента в данном случае оказалась фотография. При этом, вопреки нашим исследовательским ожиданиям, портретная фотография значительно уступала по количеству панорамным снимкам репортажного характера, основным героем которых было само здание ТРЦ. Лица жертв и родственников катастрофы в визуальных

¹ Слободян Е. Крушение российского Ил-20 у берегов Сирии. – Текст: электронный // Инфографика. – 2018. – URL: https://aif.ru/incidents/krushenie_rossiyskogo_il-20_u_beregov_sirii_infografika (дата обращения: 05.12.2019).

² Технические характеристики самолёта Ил-20. 18 сентября 2018. – URL: <https://iz.ru/790286/2018-09-18/tekhicheskie-kharakteristiki-samoleta-il-20> (дата обращения: 05.12.2019). – Текст: электронный.

³ Крушение самолёта Ил-20 ВКС России в Сирии. 18.09.2018. – URL: <https://ria.ru/20180918/1528789903.html?> (дата обращения: 05.12.2019). – Текст: электронный.

⁴ Синяев П. «Преднамеренная провокация». Что известно о крушении Ил-20 над Средиземным морем. 18.09.2018. – URL: <https://tass.ru/armiya-i-opk/5575746> (дата обращения: 05.12.2019). – Текст: электронный.



материалах «АиФ» крайне малочисленны. Чаще в кадр попадали спасатели и очевидцы, а также крупные официальные фото чиновников. В результате визуализируется, прежде всего, место событий и официальные лица, имеющие отношение к происшествию, личное горе не выносится на всеобщее обозрение. Как следствие, трагедия становится несколько обезличенной и в то же время коллективной. Следует отметить отсутствие манипулятивности в фотоматериалах – постановочных кадров, излишнего натурализма и т. п. Тем не менее эмоциональный эффект достигается изображением обугленных интерьеров комплекса, импровизированного мемориала жертвам трагедии, и, конечно, текстами и т. п. Человек на снимках AIF.ru, как правило, изображён как часть единого целого – толпы, массы, что показывает коллективность горя и масштабы трагедии [подробнее об этом см.: 16]. Резюмируя результаты исследования, приходим к выводу, что «визуальным лицом» кемеровской трагедии является комплекс «Зимняя вишня», что отражено в виде фотографий и фотогалерей. И именно оно (здание) становится «провокатором» воображения зрителя – он сам достраивает эмоциональные элементы.

Обратимся к другому событию – крушению российского Ил-20 у берегов Сирии. Рассмотрены четыре материала, опубликованные, что называется, «по горячим следам». Назовем их в хронологическом порядке, т. е. по времени появления в сети.

Несмотря на то, что полноценный материал о событии под названием «Уголовное дело возбуждено по факту крушения Ил-20 в Сирии»¹ – с двумя видеосюжетами, комментариями – появился на сайте 18.09.2018 в 23:16, в своём рейтинге именно это издание оцениваем как наиболее оперативное. Из просмотренных сообщений, «Известия» первыми, в 05:10, отреагировали на трагедию – на сайте появился материал «Технические характеристики самолёта Ил-20», размещённый под тегом #крушение российского Ил-20 в Сирии². Краткий вербальный текст – характеристика самолёта – дополнен визуальным. Информативная и каче-

ственная, с технической точки зрения, инфографика (анимированная графика 3D) – виртуальная фотография в левом верхнем углу сопровождается цифровыми данными в правой части картинки. Сложные технические характеристики самолёта поясняются чётким голосом диктора, что позволяет массовому потребителю, не владеющему специальными знаниями, воссоздать картину происшествия. Отметим, что «Известия» – единственное издание, которое за сутки дважды опубликовало материалы в связи с описанной трагедией. При этом, что важно в контексте нашего исследования, визуальный контент – это инфографика и видео. На этом, оперативном этапе освещения события фотографии отсутствуют.

Вторыми отреагировали «РИА Новости». В 12:29 на сайте издания появился материал «Крушение самолёта Ил-20 ВКС России в Сирии»³. Сделав анонс события, авторы переадресуют нас к инфографике. В данном материале инфографика является статичной. В качестве дизайнерских приёмов используются: цифра – показывающая количество погибших; 2D-карта с изображением места крушения; схема самолёта с описанием лётно-технических характеристик Ил-20. И вновь замечаем, что на первый план выходят технические характеристики самолёта, подробное описание контекста катастрофы. Фотографии по-прежнему отсутствуют.

Из выбранной нами группы третье сообщение появилось на сайте «ТАСС»⁴. Материал «Преднамеренная провокация». Что известно о крушении Ил-20 над Средиземным морем» опубликован в 14:50 и представляет собой структурированный текст в виде шести карточек. Визуальный контент представлен минимально (на обложке размещена фотография модели самолёта данного типа). Информационное агентство «ТАСС» приняло решение о создании лаконичного вербального текста. При этом использование таких дизайнерских приёмов, как структурирование по карточкам, наличие «воздуха», выделение ключевых данных жирным шрифтом, список (на карточке под номером шесть) лётно-технических характеристик само-

¹ Уголовное дело возбуждено по факту крушения Ил-20 в Сирии. 18.09.2018. – URL: <https://iz.ru/790627/2018-09-18/ugolovnoe-delo-vozbuzhdeno-po-faktu-krusheniia-il-20-v-sirii> (дата обращения: 08.12.2019). – Текст: электронный.

² Технические характеристики самолёта Ил-20. 18.09.2018. – URL: <https://iz.ru/790286/2018-09-18/tekhnicheskie-kharakteristiki-samoleta-il-20> (дата обращения: 08.12.2019). – Текст: электронный.

³ Крушение самолета Ил-20 ВКС России в Сирии. 18.09.2018. – URL: <https://ria.ru/20180918/1528789903.html?> (дата обращения: 05.12.2019). – Текст: электронный.

⁴ Синяев П. «Преднамеренная провокация». Что известно о крушении Ил-20 над Средиземным морем. 18.09.2018. – URL: <https://tass.ru/armiya-i-opk/5575746> (дата обращения: 05.12.2019). – Текст: электронный.



лёт, потерпевшего крушение, фотография – изображение самолёта на обложке. Выбранный лаконичный стиль передаёт трагизм произошедшего. Отметим, что материал был создан 18.09.2018, но редакция, по мере появления информации, возвращалась к нему и дополняла имеющиеся данные. Последнее обновление отмечено 26.09.2018 – «Крушение российского Ил-20 у берегов Сирии. Инфографика»¹. При этом отмечаем соединение инфографики и геопозиционирования – это спатильная (пространственная) модель 2D – простейшее изображение карты. На наш взгляд, в целом такое художественное решение напоминает об игровой эстетике (карта, изображение кораблей, самолётов), причём даже для старшего поколения, не вовлечённого в компьютерные игровые практики, эта карта напоминает «морской бой». Такая модель в каком-то смысле нейтрализует трагичность события. Война превращается в игру, используя тиражированные образы массовой культуры.

Очевидно, что в таких случаях, как информирование о крушении военного самолёта, редакция газеты ищет возможность проиллюстрировать событие, к которому не может быть представлен фотографический ряд. Инфографика становится заменителем фотографии, как вынужденная визуализация (заменитель «живого изображения» события), решая задачу иллюстрирования, но одновременно и сглаживая, вытесняя трагизм ситуации, апеллируя к уже готовым образам войны. Мы видим, что здесь есть фигурки кораблей, само-

лёт, но нет места человеку. Фактически инфографика усиливает ощущение войны техники, а не людей, что перемещает нас в ситуацию постгуманизма [см.: 14, с. 301; 15, с. 129–130].

В исследовании отмечено, что выбор инфографической формы, использующей геопозиционную эстетику, создаёт эффект отчуждения от события, перемещает зрителя и читателя в постгуманистическое пространство.

Заключение. Таким образом, рассмотрены два способа визуальной репрезентации оперативного освещения трагического события.

Отмечено, что фотография сохраняет связь с реальным событием, отражает переживания человека, погружает читателя в мир «живых» эмоций. Инфографика предлагает готовый образ, создающий эффект отчуждения от конкретного события. Инфографика, существующая в эпоху медиаэстетики, отсылает к готовым образам, растрожированным в медиaprостранстве.

Анализируя изложенное, приходим к выводу, что осмысление визуального медиаконтента современных СМИ в категориях визуального поворота даёт мощную мировоззренческую базу для анализа медиавывлений и открывает перспективы исследования в самых разных направлениях. Однако конкретизация методик, приёмов подобного анализа, его проецирование на разные инфосферы (спорт, война, экономика и т. п.) – это дело будущего и вопрос перспектив исследования.

Список литературы

1. Барт Р. Camera lucida. Комментарий к фотографии; пер. с фр., послесл. и коммент. М. Рыклина. М.: Ад Маргинем Пресс, 2011. 272 с.
2. Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Избранные эссе. М.: Медиум, 1996. 240 с.
3. Бодрийяр Ж. Пароли. От фрагмента к фрагменту / пер. с фр. Н. Сулова. Екатеринбург: У-Фактория, 2006. 200 с.
4. Джей М. Опыт эстетический и опыт исторический: констелляция XXI века / пер. с англ. А. Маркова. Текст: электронный // Новое литературное обозрение. 2009. № 99. URL: <http://magazines.russ.ru/nlo/2009/99/dz3.html> (дата обращения: 10.12.2019).
5. Дроздова А. В. Специфика визуальных исследований в современном гуманитарном знании // Ярославский педагогический вестник. 2015. № 3. С. 254–259.
6. Загидуллина М. В. Ключевые черты медиаэстетики: ментально-языковые трансформации // Челябинский гуманитарий. 2016. № 2. С. 46–52.
7. Использование визуализаций для рассказывания историй и создания материалов: пособие по журналистике данных. URL: https://web.archive.org/web/20180607161601/https://ria.ru/files/book/_site/index.html (дата обращения: 08.12.2019). Текст: электронный.
8. Ищенко Е. Н. «Визуальный поворот» в современной культуре: опыты философской рефлексии // Вестник Воронежского государственного университета. Серия «Философия». 2016. № 2. С. 16–27.

¹ Слободян Е. Крушение российского Ил-20 у берегов Сирии. Инфографика. 18.09.2018. – URL: https://aif.ru/incidents/krushenie_rossiyskogo_il-20_u_beregov_sirii_infografika (дата обращения: 05.12.2019). – Текст: электронный.



9. Лотман Ю. М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики // Об искусстве. СПб.: Искусство-СПБ, 1998. С. 287–372.
10. Маклюэн М. Галактика Гутенберга: сотворение человека печатной культуры. Киев: Ника-Центр, 2004. 432 с.
11. Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева; закл. ст. М. Вавилова. М.: Кучково поле; Жуковский: КАНОН-пресс-Ц, 2003. 464 с.
12. Мухаматгалиев Д. Н. Принцип наглядности в журналистике // Вестник Чувашского государственного университета. 2011. № 2. С. 159–163.
13. Свитич А. Л. Графическая иллюстрация как визуальный компонент контента качественных изданий: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. М., 2016. 29 с.
14. Симакова С. И. Инфографика – философия восприятия // Журналистский текст в новой технологической среде: достижения и проблемы: сб. материалов III Конф. РММИС (г. Челябинск, 28–29 марта 2019 г.) / под общ. ред. М. В. Загидуллиной. Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2019. С. 299–302.
15. Симакова С. И. Инфографика в контексте постгуманистических тенденций в журналистике // Вестник Воронежского государственного университета. 2019. № 3. С. 127–131.
16. Симакова С. И. Медийное измерение Кемеровской трагедии в контексте теорий визуального поворота (на примере web-сайта «АиФ») // Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации: материалы VI Междунар. науч.-практ. конф. (13–14 сент. 2018 г.): в 2 ч. Ч. 1 / редкол. А. Н. Гуда [и др.]. Ростов н/Д.: РГУПС, 2018. С. 79–90.
17. Симакова С. И., Федотовский В. В. Инфографика: прошлое, настоящее, будущее // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2016. № 3. С. 13–25.
18. Тоффлер Э. Третья волна / пер. с англ. П. С. Гуревич. М.: АСТ, 1999. 784 с.
19. Чубарь П. И. Визуальный и медиальный повороты сквозь призму осмысления современной культуры // Молодёжный вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры: сб. ст. аспирантов, магистрантов, студентов: прил. к журн. «Вестник СПбГУКИ». 2016. № 1. С. 5–7.
20. Шевченко В. Э. Визуальный контент как тенденция современной журналистики. Текст: электронный // Медиаскоп: электрон. журн. 2014. Вып. 4. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1654> (дата обращения: 08.12.2019).
21. Mitchell William J. T. Image science: iconology, visual culture, and media aesthetics. Chicago: University of Chicago Press, 2015. 272 p.
22. Topchii I. Comprehensive analysis of the mass media visual component in the aspect of media aesthetics // TEEM'18. Proceedings of the Sixth International Conference on Technological Ecosystems for Enhancing Multiculturality (October 24–26, 2018). Salamanca, 2018. Pp. 546–552.
23. Zettl H. Sight Sound Motion: Applied Media Aesthetics, Sixth Edition. Wadsworth Cengage Learning. Boston, 2011. 422 p.

Статья поступила в редакцию 10.01.2020; принята к публикации 29.01.2020

Сведения об авторе

Симакова Светлана Ивановна, кандидат филологических наук, доцент, Челябинский государственный университет; 454001, Россия, г. Челябинск, ул. Братьев Кашириных, 129; e-mail: simakovi@mail.ru; ORCID: 0000-0001-5248-9459.

Источники финансирования статьи

Исследование выполнено при финансовой поддержке гранта Российского научного фонда в рамках научного проекта № 18-18-00007 «Медиаэстетический компонент современной коммуникации».

Библиографическое описание статьи

Симакова С. И. «Цивилизация глаза»: специфика визуальной репрезентации события // Гуманитарный вектор. 2020. Т. 15, № 1. С. 125–133. DOI: 10.21209/1996-7853-2020-15-1-125-133.

References

1. Bart, R. Camera lucida. Commentary on the photo. M.: Ad Marginem Press, 2011. (In Rus.)
2. Ben'yamin, V. A work of art in the era of its technical reproducibility. Selected Essays. M: Medium, 1996. (In Rus.)
3. Bodriyar, Zh. Passwords. From fragment to fragment. Yekaterinburg: U-Faktoriya, 2006. (In Rus.)
4. Dzhei, M. Aesthetic and historical experience: a constellation of the 21st century. New literary review, no. 99, 2009. Web. 10.12.2019: <http://magazines.russ.ru/nlo/2009/99/dz3.html>. (In Rus.)
5. Drozdova, A. V. Specificity of visual research in modern humanitarian knowledge. Yaroslavl Pedagogical Bulletin, no. 3, pp. 254–259, 2015. (In Rus.)



6. Zagidullina, M. V. Key features of media aesthetics: mental-linguistic transformations. Chelyabinsk Humanities, no. 2, pp. 46–52, 2016. (In Rus.)
7. The use of visualizations for storytelling and the creation of materials. Data Journalism Handbook. Web. 08.12.2019: https://web.archive.org/web/20180607161601/https://ria.ru/files/book/_site/index.html. (In Rus.)
8. Ishchenko, E. N. “A visual turn” in modern culture: experiments of philosophical reflection. Bulletin of the Voronezh State University. Ser. Philosophy, no. 2, pp. 16–27, 2016. (In Rus.)
9. Lotman, Yu. M. Semiotics of cinema and the problems of cinema aesthetics. On art. St. Petersburg: Iskusstvo-SPB, pp. 87–372, 1998. (In Rus.)
10. McLuhan, M. Gutenberg Galaxy: The Creation of Human Print Culture. Kiev: Nika-Tsentr, 2004. (In Rus.)
11. McLuhan, M. Understanding Media: Human External Extensions; per. from English V. Nikolaev; bookmark Art. M. Vavilova. M.; Zhukovskii: KANON-press-TS, Kuchkovo pole, 2003. (In Rus.)
12. Mukhamatgaliev, D. N. The principle of visualization in journalism. Bulletin of the Chuvash State University, no. 2, p. 159–163, 2011. (In Rus.)
13. Svitich, A. L. Graphic illustration as a visual component of the content of high-quality publications. Cand. ped. sci. diss. abstr. M., 2016. (In Rus.)
14. Simakova, S. I. Infographics – the philosophy of perception. Journalistic text in a new technological environment: achievements and problems: collection. materials III conf. PMMIS (Post mass media in the modern informational society), Chelyabinsk, March 28–29, 2019 / Ed. ed. M. V. Zagidullina. Chelyabinsk : Izd-vo Chelyab. gos. un-ta, 2019: 299–302. (In Rus.)
15. Simakova, S. I. Infographics in the context of posthumanistic trends in journalism. Bulletin of the Voronezh State University: scientific journal. Voronezh, no. 3, pp. 127–131, 2019. (In Rus.)
16. Simakova, S. I. The media dimension of the Kemerovo tragedy in the context of theories of visual rotation (using the AiF website as an example). Advertising and public relations: traditions and innovations: materials of the Sixth International Scientific and Practical Conference (September 13–14 2018): at 2 p. m. Part 1 / editorial: A. N. Guda (previous) [et al.]. Rostov-na-Donu: FGBOU VO RGUPS, 2018: 79–90. (In Rus.)
17. Simakova, S. I., Fedotovskii, V. V. Infographics: past, present, future. Sign: problematic field of media education, no. 3, pp. 13–25, 2016. (In Rus.)
18. Toffler, E. Third wave. M: Izdatel'stvo ACT, 1999. (In Rus.)
19. Chubar', P. I. Visual and medial turns through the prism of understanding of modern culture. Youth Herald of the St. Petersburg State Institute of Culture: Sat. Art. graduate students, undergraduates, students. Appendix to the scientific journal “Bulletin of St. Petersburg State University of Economics”. SPb: SPBGIK, no. 1, pp. 5–7, 2016. (In Rus.)
20. Shevchenko, V. E. Visual content as a trend in modern journalism. Mediascope: electron. journal. Issue 4, 2014. Web. 08.12.2019: <http://www.mediascope.ru/node/1654>. (In Rus.)
21. Mitchell, William J. T. Image science: iconology, visual culture, and media aesthetics. The University of Chicago Press. 2015. (In Engl.)
22. Topchii, I. Comprehensive analysis of the mass media visual component in the aspect of media aesthetics. TEEM'18. Proceedings of the Sixth International Conference on Technological Ecosystems for Enhancing Multiculturality, Salamanca, Spain. October 24–26, 2018: 546–552. (In Engl.)
23. Zettl, H. Sight Sound Motion: Applied Media Aesthetics, Sixth Edition. Wadsworth Cengage Learning, Boston. 2011. (In Engl.)

Received: January 10, 2020; accepted for publication January 29, 2020

Information about author

Simakova Svetlana I., Candidate of Philology, Associate Professor, Chelyabinsk State University; 129 Kashirin Brothers st., Chelyabinsk, 454001, Russia; e-mail: simakovi@mail.ru; ORCID: 0000-0001-5248-9459.

Sources of article funding

The research was carried out with the financial support of a grant from the Russian Science Foundation in the framework of the research project no. 18-18-00007 “Media-aesthetic component of contemporary communication”

Reference to the article

Simakova S. I. “Civilization of the Eye”: the Specifics of the Visual Representation of the Event // Humanitarian Vector. 2020. Vol. 15, No. 1. PP. 125–133. DOI: 10.21209/1996-7853-2020-15-1-125-133.