УДК 070.482
ББК И602.53

Елена Владимировна Пономарёва,
доктор филологических наук, доцент,
Южно-Уральский государственный университет
(Национальный исследовательский университет),
(Челябинск, Россия), e-mail: ponomareva_elen@mail.ru

Татьяна Фёдоровна Семьян,
доктор филологических наук, доцент
Южно-Уральский государственный университет
(Национальный исследовательский университет)
(Челябинск, Россия), e-mail: tatyana_semyan@mail.ru

Медиапроект «Сноб» в современном информационном пространстве

В статье охарактеризован известный современный мультиформатный проект «Сноб», деятельность которого представляет актуальные тенденции современного информационного пространства; описана стратегия сайта «Сноб», его интерактивные возможности. Проект «Сноб» активизирует взаимодействие с читателем всеми возможными способами и подаёт информацию не только визуально, но и аудиально. Специальное внимание уделяется анализу журнала «Сноб», ориентированного на создание и сохранение гуманитарной среды в современном обществе. Значимым моментом исследования является анализ визуальной составляющей креативной концепции сайта и журнала «Сноб», визуальный облик которых демонстрирует стратегическую перемену вектора современной культуры от вербального к визуальному, от слова к яркому иконическому образу. Внешний облик интернет-страницы сайта «Сноб» и пространство страницы одноимённого журнала очень сегментирован, содержит много разделов, подразделов и отсылок, что отражает клиповую модель современного типа сознания. В современном информационном пространстве оформились определённые модели, визуальный облик которых напрямую связан с ментальностью эпохи.

Ключевые слова: медиапроект, сайт, журнал, интерактивность, визуальность, иконический образ.

Elena Vladimirovna Ponomareva,
Doctor of Philology, Associate Professor,
South Ural State University (National Research University)
(Chelyabinsk, Russia), e-mail: ponomareva_elen@mail.ru

Tatyana Fedorovna Sem'yan,
Doctor of Philology, Associate Professor,
South Ural State University (National Research University)
(Chelyabinsk, Russia), e-mail: tatyana_semyan@mail.ru

Media Project *Snob* in Modern Information Environment

The paper describes a famous multimedia project *Snob* whose work represents the current trends of modern information space, describes the strategy of *Snob* website, its interactive capabilities. The *Snob* project intensifies interaction with the reader in every possible way and provides information not only visually, but also verbally. Special attention is paid to the analysis of the magazine *Snob* based on the creation and preservation of humanitarian environment in today's society. A significant aspect of research is the analysis of the visual component in creative concept of *Snob* magazine, which shows the visual appearance of strategic variable vector of contemporary culture from verbal to visual, from the word to the bright iconic image. The external appearance of *Snob* web page and space of the magazine pages is much segmented and contains a lot of sections, subsections and references, reflecting the model of modern video clip type of consciousness. In today's information space a certain model is crystallized, the visual appearance of which is directly connected with the mentality of the era.

Keywords: mediaproject, website, magazine, interactivity, visuality, iconic image.

В современном медиапространстве проект «Сноб» представляет собой уникальное явление современной культуры, выражающее актуальные тенденции информационного поля. Проект имеет международный охват деятельности, но ориентирован, пре-

© Е. В. Пономарёва, Т. Ф. Семьян, 2013

жде всего, на русскоязычную аудиторию, проживающую не только в России, но и по всему миру. Проект основан в 2008 году, включает в себя ежедневные материалы и активные дискуссии на сайте, а также бумажную и электронную версии журнала и клубы «Сноб» в Москве, Лондоне и Нью-Йорке. Членами клуба «Сноб» являются такие медийные персоны, как Владимир Сорокин, Григорий Чхартишвили (Борис Акунин), Илья Лагутенко, Игорь Вдовин, главный редактор российского Vogue Алена Долецкая, художник Андрей Бартенев, режиссеры Павел Лунгин и Кирилл Серебренников и многие другие.

Проект «Сноб» декларирует, что его целевая аудитория – это большая социальная группа высокоуспешных профессионалов, это интеллектуалы, которые зарабатывают своими профессиональными знаниями и креативными способностями. Это люди самых разных профессий: бизнесмены, писатели, банкиры, режиссёры, художники, учёные, музыканты, артисты, политики. Их объединяет профессиональный успех, образованность, либерализм взглядов. Одна из характерных черт этих людей заключается в их географической независимости. Они много путешествуют, ездят по миру, часто работают не только в России, но и в Соединённых Штатах, Европе.

Деятельность проекта активна и многоаспекта. Участники проекта получают возможность посещать все мероприятия: лекции, вечеринки, дегустации, дискуссии, превью выставок, генеральные репетиции, а также пользоваться всеми возможностями сайта Snob.ru: вести собственный блог, участвовать в дискуссиях, задавать вопросы в открытых интервью, общаться с другими участниками.

Создатели проекта хотят уйти от устаревшей модели СМИ, где в отличие от блогов право голоса имеют только журналисты. Члены клуба – это представители целевой аудитории, которые участвуют в создании контента проекта. В этом смысле редакция проекта работает, создавая возможность для участников проекта выразить свои взгляды и идеи. В отличие от обычной редакции на сайте «Сноба» каждому члену клуба предоставлено множество жанровых возможностей, медийных способов донести любую информацию до всего мира.

Сайт «Сноб» имеет очень разветвлённую тематику разделов и размещает материалы о культурной, политической, научной жизни общества, информирует об актуальных событиях, в частности о музыкальных премиях года, например, о главном событии в английской музыкальной индустрии – вручении наград Brit Awards.

Внешний облик интернет-страницы сайта «Сноб» очень сегментирован, содержит много разделов, подразделов и ссылок, имеет выход во все основные социальные сети: Facebook, Twitter, LinkedIn, ВКонтакте; разработано приложение для iPad. Таким образом, информация сайта активна и интерактивна. Например, можно проголосовать за понравившийся материал: по просьбам посетителей сайта создали внутреннюю систему рейтинга, под каждым материалом можно найти большую красную кнопку «Поддержать».

Все части проекта «Сноб» взаимосвязаны и взаимоинтегрированы. На странице проекта в социальных сетях размещены основные новости проекта «Сноб», ссылка на свежий номер журнала, ведутся активные дискуссии.

Стратегия проекта «Сноб» отличается активностью в работе с аудиторией. Формы взаимодействия с аудиторией различны: например, сайт «Сноб» предлагает прямую трансляцию самой известной научно-популярной конференции TED, которая организована в Москве с 26 февраля по 1 марта 2013 года. TED – это частный некоммерческий американский фонд, который ежегодно проводит конференции в Лонг-Бич. Именно на конференциях TED Стив Джобс показал свой первый Macintosh. Большинство лекций TED выкладываются на официальный сайт. Их можно увидеть бесплатно на необходимом языке: в рамках TED более восьми тысяч волонтёров по всему миру переводят выступления на десятки языков.

«Сноб» был первым изданием в России, начавшим публиковать русские переводы лекций TED. В этом году конференция состоит из более чем 70 выступлений, разбитых на 12 сессий по различным тематикам: наука, искусство, дизайн, политика, культура, бизнес, глобальные проблемы, технологии, развлечения. В списке выступающих – знаменитые предприниматели, писатели,

учёные, музыканты, политические деятели и нобелевские лауреаты, в том числе и российские.

Интерактивные материалы представлены и в разделе блогов, в том числе таких известных персон, как Андрей Макаревич и Григорий Чхартишвили, в рубрике «Реплика дня» участники проекта могут оставить свои мнения и комментарии по взволновавшей их теме: в последних обновлениях наибольшее количество реплик получила тема, связанная с падением метеорита в Челябинске.

В постоянно обновляющейся и пополняющейся рубрике «Только что» также можно прочитать реплики по самым разным актуальным проблемам. Каждая реплика датирована и снабжена активной ссылкой. Участница проекта российская актриса Дина Корзун 19 февраля 2013 года в 15.38 разместила приглашение на выставку детского рисунка «Видимо-невидимо». Это сообщение носит рекламный характер (указано, где и когда будет проходить мероприятие) и снабжено комментариями об идее выставки, характеристикой участников, в том числе содержит иллюстративный материал – рисунки детей.

В проекте «Сноб» так же, как и в других современных средствах массовой информации, активизирована визуальная составляющая контента. Философы и культурологи высказывают мнение, что визуальная реальность, автоматизмы визуального восприятия в повседневной жизни предстают как культурный конструкт, подлежащий раскодировке и интерпретации. Сегодня представляется возможным вывод о существовании определённых визуальных стандартов, зависящих от общего менталитета эпохи, психоэмоционального состояния общества. 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 и пр. Стратегии не только глянцевых журналов (ELLE, VOGUE и других), но и общественно-политических, таких как «Русский репортёр», направлены на визуально 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». Современные журналы предпочитают размещать на обложке фото–медийные лица, известного актёра или спортсмена. Такое визуальное решение, очевидно, связано с ролью, которую в современном обществе играют персоны, являющиеся эталоном и культурным мерилом для определённой части социума.

Визуальный облик средств массовой информации формируют не только иконические формы в виде изображений, но и возможности полиграфического компонента, в частности шрифт и его расположение на воспринимаемом пространстве.

Безусловно, особое значение для журнальной части проекта «Сноб» имеет искусство полиграфии. 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 и эмоциональной выразительности. Любое изменение шрифта – это сознательное преодоление нормы, отступление, выразительное именно по отношению к ней, на фоне «обычного» шрифта; это форма отстранения слова на фоне графически нейтрального контекста. 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.

Именно журнал поясняет необычное, в известном смысле с негативной коннотацией название «Сноб». Название проекта поясняется в эпиграфе, размещённом на обложке журнала, где заглавие вписано в

текст эпиграфа и является частью текста. Это цитата из книги английского писателя XIX века Уильяма Теккерея «Книга снобов, написанная одним из них»: «Никто не может быть уверен в том, что он не сноб. Такая высокомерная уверенность сама по себе – уже снобизм». Создатели и руководители проекта считают, что современный интеллектуал должен обладать таким качеством, как самоирония, которая прочитывается и в названии книги Теккерея, и в приведённой цитате.

Литературная ориентированность «Сноба», манифестированная в эпиграфе, продолжена контентом журнала проекта.

Журнал «Сноб» является частью мультиформатного проекта и ориентирован на культурно просвещённого читателя, гуманитария, для которого чтение всё ещё сохраняет приоритетные позиции. Основными жанрами журнала «Сноб» являются репортажи, интервью, авторские фотоистории, эссе, рассказы. С журналом сотрудничают ведущие писатели современности – Владимир Сорокин, Людмила Петрушевская, Борис Акунин, Александр Кабаков, Ольга Славникова, Захар Прилепин, Александр Иличевский, Андрей Геласимов и многие другие.

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 масс-медиа, это также развёрнутая на 180 градусов буква **С** с точкой.

Каждый выпуск журнала «Сноб» тематизирован: и вербальный, и иллюстративный материалы посвящены определённой истории, выпуски имеют название, например, за июль 2011 – «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.

В концепции журнала «Сноб» заявлено, что журнал иллюстрированный. Действительно, иллюстративная, невербальная составляющая в визуальном облике журнала акцентирована за счёт большого количества фотографий, рисунков, а также рекламных вставок.

Проект «Сноб» активизирует взаимодействие с читателем всеми возможными способами и подаёт информацию не только визуально, но и аудиально. На сайте проекта 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 в фотогалереях, или иначе фотоновеллах, 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 читателя, 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 Робберт 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, вербальных и иллюстративных. Эта концептуальная двойственность подачи информации генерирует эстетическое единство проекта. Визуальное оформление журнала воплощает 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.

В современном информационном пространстве оформились определённые модели, визуальный облик которых напрямую связан с ментальностью эпохи. Визуальное воплощение проекта «Сноб» отражает клиповую модель современного типа сознания, демонстрирует состояние человека в быстроизменяющемся информационном пространстве, и в то же время формирует культурную среду общества.

Статья поступила в редакцию 21.02.2013