

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Челябинский государственный университет»

На правах рукописи

Симакова Светлана Ивановна

**ИНФОГРАФИКА В ЖУРНАЛИСТИКЕ:
МЕДИАЭСТЕТИЧЕСКИЙ КОД**

10.01.10 – журналистика

Диссертация на соискание ученой степени доктора филологических наук

Научный консультант
доктор филологических наук, профессор
Загидуллина М. В.

Челябинск – 2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
ГЛАВА ПЕРВАЯ. МЕСТО ИНФОГРАФИКИ В ЖУРНАЛИСТИКЕ КАК СЕМИОТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ	33
1.1 Семиосфера журналистики.....	33
1.2 Инфографика: форма-инструмент и стратегия журналистского текста.....	56
1.3 Семиотика исторической динамики инфографического контента	79
ГЛАВА ВТОРАЯ. ИНФОГРАФИКА В АСПЕКТЕ ВИЗУАЛЬНОГО ПОВОРОТА	102
2.1 Визуальный поворот как вызов профессиональной журналистике	102
2.2 Визуальное и медиаэстетическое как основа языка новых медиа	124
2.3. Инфографика в конкурентном пространстве борьбы за внимание пользователя в эпоху визуального перехода	144
ГЛАВА ТРЕТЬЯ. ПОНЯТИЕ МЕДИАЭСТЕТИЧЕСКОГО КОДА ИНФОГРАФИЧЕСКОГО КОНТЕНТА В ЖУРНАЛИСТИКЕ	162
3.1 К теории кода в современной культуре.....	162
3.2 Возможности выявления и описания кода семиосферы: прикладные аспекты теории Чарльза Сандерса Пирса	176
3.3 Медиаэстетическая модель инфографики в журналистике	192
3.3.1 Социальная значимость инфографики как ценностная часть семиозиса	199
3.3.2 Материальная репрезентация инфографики как пространство семиозиса.....	205
3.3.3 Теоретические, знаниевые и формально-логические предпосылки развития семиосферы инфографики	208
ГЛАВА ЧЕТВЕРТАЯ. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ИНФОГРАФИКИ В ЖУРНАЛИСТИКЕ (ФОРМЫ РЕАЛИЗАЦИИ МЕДИАЭСТЕТИЧЕСКОГО КОДА).....	212
4.1 Инфографика ведущих профессиональных изданий России	212
4.1.1 Исследовательская база данных: инфографика «РИА Новости», «Аргументы и факты», ТАСС	212
4.1.2 Российская инфографика: структурно-семиотическое моделирование	220
4.2. Институционализация инфографики: селективная динамика профессиональных конкурсов.....	269

4.3. Будущее инфографики в оценке профессионалов: потребительский потенциал инфографики	277
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	283
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	289
ПРИЛОЖЕНИЯ	336

ВВЕДЕНИЕ

В настоящей работе соединены три проблемных поля: феномен инфографики в пространстве коммуникации (преимущественно рассматриваемый в диссертации применительно к современной ситуации), журналистика, выступающая одной из подсистем социальной семиосферы, представляющей собой, по Ю. М. Лотману, «синхронное семиотическое пространство», в котором осуществляется семиозис – постоянное рождение, функционирование и умирание семиотических систем¹, медиаэстетики, рассматриваемой как гибридная форма эстетических потребностей и эстетической стороны коммуникации в условиях глобальной медиатизации культурного пространства. Такой подход обеспечивает возможность одновременного учитывания целостности и неразрывности культурных процессов в их многоаспектности (как взаимопереплетенное осуществление экономических, политических социальных, природных, интеллектуальных, ментальных, физических и т. д. явлений) и извлечения из этого пространства отдельной подсистемы для ее комплексного рассмотрения. Поэтому тема диссертации сформулирована как «Инфографика в журналистике: медиаэстетический код», где журналистика выделена из общего культурного поля в самостоятельный феномен, инфографика выступает как репрезентант, в котором и осуществляется феномен журналистики, а медиаэстетический аспект становится ключом к интерпретации семиозиса инфографики.

Актуальность изучения инфографики в медиаэстетическом аспекте обусловлена четырьмя факторами. Во-первых, сам феномен инфографики свидетельствует об усложнении семиотических систем, обеспечивающих массовую коммуникацию: это переход от преимущественно текстовой информации к изобразительно-числовому знаковому гибриду. В современной коммуникации резкое возрастание роли нетекстовой (невербальной) визуализации не ставится под сомнение в силу его очевидности, фиксируется

¹ Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. М. : Языки русской культуры, 1996. С. 20.

как «визуальный поворот», а изучение семиотических языков кино, фотографии, изображений и рисунков становится все более значимой частью коммуникативистики. Во-вторых, современное состояние журналистики как профессионального социального института все активнее характеризуется в категориях кризисности, что связано, не в последнюю очередь, с быстрым проникновением социальных медиа и других форм массовой коммуникации в повседневность все большего числа людей, когда журналистское информирование перемещается с позиций лидера информационных потоков на позиции одного из акторов коммуникации, конкурирующего с другими акторами на равных. Это становится вызовом существующим теоретическим подходам к интерпретации социальных функций, структурных особенностей, общих задач и миссии профессиональной журналистики. Именно поэтому изучение журналистики как семиотического единства и места инфографики в нем в условиях общего кризиса системы представляется назревшей задачей медиаисследований. В-третьих, медиаэстетический подход к изучению одного из значительных сегментов современной журналистики – инфографики – открывает возможность восполнить лакуны понимания логики развития журналистики в меняющемся информационном пространстве, а также создать предпосылки для подобного рассмотрения других подсистем журналистики. Наконец, в-четвертых, в рамках профессиональной журналистской культуры назрела необходимость комплексного анализа разрозненных наблюдений и изучения отдельных проявлений развития инфографики с целью качественного анализа различных сторон этого феномена и определения его места в журналистской деятельности.

Сужение понятия семиосферы до отдельного (журналистского профессионального) поля в коммуникативистике открывает перспективу комплексного анализа выбранного сегмента и создает условия для глубокого понимания процессов, происходящих в журналистской отрасли и науке о ней.

Анализ инфографики в журналистике в аспекте медиаэстетики обусловлен выводами исследователей о значимости эстетического аспекта

самого феномена инфографики. Широкий подход к феномену инфографики в мировой и отечественной науке во многом обусловлен именно эстетической стороной (графический дизайн, особенности визуализации информации в перенасыщенных информационных потоках). Компрессия смыслов и борьба за пользовательское внимание актуализируют инфографические подходы в новостном пространстве. Анализ этих и смежных явлений проводится в русле самых разных наук и исследовательских школ, простое перечисление которых может оказаться настолько объемным, что не позволит выделить сущностные аспекты исследуемой проблемы. Возникает необходимость целенаправленного анализа исследовательского поля для разработки комплексного подхода к изучаемому феномену как ответу на вызовы современной информационной среды. Инфографика оказывается одним из семиотических ресурсов, исследование которого позволяет моделировать адекватный современным реалиям аналитический подход к современному состоянию информационного поля и журналистики как его профессионального актора.

Степень научной разработанности проблемы.

Исследование инфографики в журналистике проводится в диссертации на пересечении семиотики и медиаэстетики. Поэтому разработанность заявленной проблемы может быть представлена как три самостоятельных домена, объединенные в работе в единый комплекс: семиотика журналистики, медиаэстетика в коммуникации, собственно инфографика.

Семиотика журналистики рассматривается в настоящей работе в русле социо-семиотического подхода, который открывает перспективы концептуального анализа отдельных сторон человеческой деятельности. Как изначально интердисциплинарное исследовательское поле, развитие социальной семиотики (или социо-семантического анализа) стало возможным после активного включения в парадигму гуманитарных исследований семиотики как универсальной модели описания культуры и социально-культурных практик. Основные две ветви семиотики (модели Чарльза

Сандерса Пирса² и Фердинанда де Соссюра³) получили разностороннее осмысление в истории гуманитарной мысли⁴. В русскоязычном исследовательском пространстве особое место занимает тартуско-московская семиотическая школа, в русле деятельности которой возникла развитая модель семиотических интерпретаций культуры, в том числе и концепция семиосферы Ю. М. Лотмана⁵.

Для нашего исследования особый интерес представляет трансфер семиотической теории в поле практического анализа социальных явлений. Социальная семиотика, в свою очередь, и выступает результатом такого трансфера. Хотя истоки социальной семиотики восходят к первым попыткам освоения семиотического подхода, можно обратиться к определению, данному Робертом Ходжем и Гюнтером Крессом в 1988 году, согласно которому социальная семиотика – это пространство «человеческого семиозиса» («human semiosis»), представляющего собой конструирование (осмысление, «означивание») социальной реальности в бесчисленном множестве семиотических форм – как текстов, так и социальных практик⁶. В основе социальной семиотики лежит принцип поиска функции любого процесса, выступающего в этом случае знаком (получающего «означивание»). Классический социо-семиотический анализ, тем не менее, восходит к трудам антропологов (опередивших осмысление метода), в частности, к работе Бронислава Малиновского «Проблема значения в примитивных языках»⁷.

² The collected papers of Charles S. Peirce. 8 vols. Cambridge : Harvard University Press, 1980.

³ См.: Соссюр Фердинанд де. Курс общей лингвистики. Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 1999; О различии семиотики и семиологии см. также: Sebeok T. A. Studies in Semiotics. – Bloomington, Ind. : Indiana University Press, 1976. P. 47–58.

⁴ Литература по семиотике настолько обширна, что не может быть включена в работу даже в виде некоторого перечня; мы опираемся на работы, в которых предшествующий период освоения семиотики является предметом обзора и анализа, в том числе словари, энциклопедии, обобщающие работы: Sebeok T. A. Encyclopedic Dictionary of Semiotics. Berlin : Mouton De Gruyter, 2010; Кубрякова Е. С. Краткий словарь когнитивных терминов / под ред. В. З. Демьянкова. М. : Филологический факультет МГУ им. М. В. Ломоносова, 1997; Махлина С. Семиотика культуры и искусства : словарь-справочник в двух книгах. СПб. : Композитор, 2003; Руднев В. Энциклопедический словарь культуры XX века. Ключевые понятия и тексты. М. : Аграф, 2009; Бразговская Е. Языки и коды. Введение в семиотику культуры. Пермь : изд-во ПГПУ, 2008; Бразговская Е. В лабиринтах семиотики: очерки и этюды по общей семиотике и семиотике искусства. М. ; Екатеринбург : Кабинетный ученый, 2018 и другие.

⁵ Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров...

⁶ Hodge R., Kress G. Social Semiotics. New York : Polity Press, 1988. P. 261.

⁷ Малиновский Б. Проблема значения в примитивных языках (перевод с англ. В. Поруса) // Эпистемология и философия науки. 2005. Т. 5. № 3. С. 199–233.

Обращаясь к современному состоянию социальной семиотики, следует отметить, что ее принципы во многом были размыты в ходе развития постструктуралистско-деконструктивистского комплекса философской мысли (когда в основу размышлений были положены изменчивость, неоднозначность, гибкость и текучесть действительности, сопротивляющиеся сколько-нибудь устойчивому «означиванию» и осмыслению, а следовательно, демонстрирующие недостаточность социально-семиотического подхода в описании и объяснении актуальных явлений современности). Социально-семиотический подход утратил четкость и процедурную ясность, был растворен во множестве интерпретационно-эссеистических исследований. В то же время и само понятие социальности было поставлено под сомнение в трудах представителей акторно-сетевой теории (и в первую очередь, ее основателя, Бруно Латура⁸). Но в ходе столкновения с этими вызовами социальная семиотика обрела определенную силу (это наглядно отражается в известной книге Тео ван Лиувена «Введение в социальную семиотику»⁹). Основным принцип социальной семиотики – поиск кодов, конституирующих ту или иную социальную практику или социальный институт, – и позволяет говорить о семиотике журналистики как значимого сегмента общественной жизни.

Такой подход открывает перспективы систематизации широкого круга научных источников, посвященных собственно журналистике и ее месту в современной действительности. Среди этого множества особое значение для нас имеют труды исследователей, посвященные концепированию журналистики как социальной практики, культурного феномена, имеющего свою историю и национальные варианты, а также социального института, выполняющего значимую общественную миссию¹⁰. Однако здесь разработка

⁸ Латур Б. Пересборка социального: введение в акторно-сетевую теорию. М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2014.

⁹ Leeuwen T. van. *Introducing Social Semiotics*. New York : Routledge, 2005.

¹⁰ Симакова, С. И. Семиотический подход к визуальным коммуникациям // Известия Уральского федерального университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры. Екатеринбург, 2020. № 3 (199). Том 26. С. 96–104.

вопроса ведется в мировой науке сегментарно – каждый национальный тип журналистики имеет свои собственные особенности (а значит, и уникальную концепцию). Не вдаваясь в подробности дискуссии о национальных мирах журналистики, отметим, что в каждой национальной системе журналистики можно обнаружить общие «мета-черты», которые и представляют собой семиотическое описание социального института. Известная аналитическая и концептуальная работа «Четыре теории прессы» (1957) представляет собой пример социально-семиотического анализа журналистики как социального института¹¹: выделены ключевые параметры, по которым могут быть соотнесены разные исторически сложившиеся модели журналистики, основой которых выступает система взаимоотношений журналистики и власти, а также профессионально-этические вопросы журналистики. В исследованиях Д. Халлина и П. Манчини¹² социально-семиотический подход к журналистике реализуется на уровне выбора параметров соизмеримости различных национально-кластерных систем. Здесь мы тоже обнаруживаем ряд параметров, по которым эти системы могут быть сопоставлены и соотнесены. Именно в сравнительном изучении медиасистем проявляется семиотический подход: исследователи обнаруживают инвариантные черты, характерные для журналистской модели любой страны, и выявляют типологическое сходство этих черт с особенностями иных медиасистем.

Создание матриц соизмерения медиасистем можно считать главным достижением сравнительного изучения профессиональной журналистики в разных странах. Это подтверждает и проект «Worlds of Journalism», охватывающий десятки стран и представляющий собой унифицированные опросы профессионалов (журналистов и редакторов). Сами опросники в проекте строятся по правилам семиотической матрицы: определяются узловые вопросы существования медиасистем и выясняется, насколько

¹¹ Сиберт Ф., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. М. : Национальный институт прессы, Вагриус, 1998.

¹² Hallin D. C., Mancini P. Comparing media systems: Three models of media and politics. Cambridge : Cambridge University Press, 2004; Comparing media-systems beyond the Western world / ed. D. Halin, P. Mancini. New York, Cambridge : Cambridge University Press, 2012.

прочно и на каких основаниях («означиваниях») система вписана в социальную жизнь¹³.

Фактически социальная семиотика открыла в области журналистики перспективы выявления ее оснований как социального института, миссии, предопределяющей общую значимость журналистики, а также исторической изменчивости и самой этой миссии, и ее восприятия в обществе. На современном этапе исследований журналистика предстает в качестве сформированной системы акторов и конвенций, предопределяющих их функционирование, а также как собственно пространство смыслов, извлекаемых из непрерывного потока событий (то есть симультанное концепирование действительности). В этом ключе ведутся исследования десятков ученых (как за рубежом, так и в России, при этом собственно социальная семиотика необязательно упоминается в таких трудах)¹⁴.

¹³ Hanitzsch T., Hanusch F., Ramaprasad J., de Beer A. S. (eds.). *Worlds of Journalism: Journalistic Cultures Around the Globe*. New York : Columbia University Press, 2019. См. также статьи о профессиональной культуре журналиста, связанные с поисками критериев рассмотрения и построения аналитических матриц: Олешко В. Ф., Олешко Е. В. Особенности профессиональной культуры журналиста цифровой эпохи // *Знак: проблемное поле медиаобразования*. 2019. № 2 (32). С. 134–141; Пронина Е. Е. Профессиональная идентичность журналиста в условиях трансформации СМИ // *Вестник Московского университета. Серия «Журналистика»*. 2016. № 1. С. 46–74; Распопова С. С. Журналист в условиях современной общественной практики: выбор профессионально-этических ориентиров // *Вестник Челябинского государственного университета*. 2015. № 5. С. 394–400; Лозовский Б. Н. Профессиональная культура журналиста: в поисках места этике // *Известия Уральского федерального университета. Серия «Проблемы образования, науки и культуры»*. 2015. № 2. С. 7–13; Мансурова В. Д. «Личностное знание» журналиста в проекции рациональной субъективности // *Вестник Томского государственного университета. Серия «Филология»*. 2014. № 5. С. 153–161. Типологическую матрицу СМИ предлагает И. А. Фатеева, см. ее статью «О типологических доминантах средств массовой информации и об опыте создания их нелинейной типологии» (*Знак: проблемное поле медиаобразования*. 2010. № 2 (6). С. 91–95).

¹⁴ См.: Вартанова Е. Л., Аникина М. Е., Дунас Д. В. С. Г. Корконосенко и теория журналистики. экспертное интервью с комментариями // *Очерки Петербургской школы журналистики. К 70-летию Сергея Григорьевича Корконосенко*. Санкт-Петербург : Алетей, 2020. С. 294–312; Вартанова Е. Л. К вопросу об актуализации теории журналистики и теории СМИ // *Вопросы теории и практики журналистики*. 2017. Т. 6. № 1. С. 5–13; Вартанова Е. Л. Развивая понимание медиа: от технологий к социальному пространству // *МедиаАльманах*. 2020. № 5 (100). С. 12–24; Дзялошинский И. М. Коммуникационные стратегии социальных институтов в медиапространстве России: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10 «Журналистика». М., 2013; Иваницкий В. Л. Трансформация журналистики России в условиях становления отрасли СМИ: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10 «Журналистика». М., 2011; Иваницкий В. Л. Гражданское общество и журналистика в России: две части одного национального проекта // *Вопросы теории и практики журналистики*. 2014. № 5. С. 100–107; Корконосенко С. Г. Нормативные теории журналистики в России: ретроспективный взгляд // *Вопросы теории и практики журналистики*. 2014. № 5. С. 12–25; Корконосенко С. Г. Субстанциональный подход к пониманию современной журналистики // *Современный дискурс-анализ*. 2018. № 3–1. С. 9–15; Корконосенко С. Г. Теория журналистики: моделирование и применение. М., 2010; Лозовский Б. Н. Манипулятивные технологии влияния на средства массовой информации: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10 «Журналистика». Екатеринбург, 2011; Олешко В. Ф. Социальная журналистика: какой она должна быть в информационную эпоху?.. // *Вестник Челябинского государственного университета*. 2012. № 5. С. 113–117; Свитич Л. Г. Изучение журналистики в контексте общенаучных парадигм // *Вопросы теории и практики журналистики*. 2016. Т. 5. № 4. С. 546–561;

Благодаря усилиям этих и многих других специалистов журналистика структурирована как социальный институт, обладающий специфическими чертами, деятельность которого обусловлена и функциями, связанными с его миссией («хартией» – как ее называл Бронислав Малиновский, стоявший у истоков самого теоретического концепта «социальный институт»¹⁵), и традициями, предписывающими журналистике ее общественный габитус, релевантный конкретной национальной, государственной, идеологической идентичности. Обобщающий социо-семиотический подход к журналистике открывает возможность комплексного изучения ее отдельной подсистемы, каковой в нашей работе и выступает инфографика¹⁶.

Второе дисциплинарное поле, обеспечивающее методологию исследования и выбранный подход к анализу темы, – это медиаэстетика коммуникации¹⁷. В свою очередь, и этот аспект по своей сути представляет собой гибрид (медиатизация коммуникации + эстетика в коммуникативном аспекте). Медиатизация, понимаемая как техническое оснащение коммуникативных процессов и все большее совершенствование технологий, направленных на обеспечение любых форм коммуникации в любом месте и в любое время, рассматривается в научной мысли либо как непрерывный

Свитич Л. Г., Смирнова О. В., Шкондин М. В. Авторская деятельность журналистов в контексте реализации миссии журналистики // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. 2019. Т. 2. № 2. С. 198–207; Сидоров В. А. Аксиология журналистики. СПб., 2016; Сидоров В. А. Детерминанты институализации журналистики в пространстве культуры медиа в современном мире // 59-е Петербургские чтения : сборник материалов международного научного форума. Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета. Санкт-Петербург : Издательство Санкт-Петербургского государственного университета, 2020. С. 86–87; Сидоров В. А., Нигматуллина К. Р. Ценностная поляризация медиасферы России: тенденции и признаки // Zeitschrift für Slavische Philologie. 2016. Т. 72. № 2. С. 413–447; Шкондин М. В. Журналистика как интеллектуальная система: аспекты целостности // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2016. Т. 26. № 2. С. 175–182; Шкондин М. В. Миссия журналистики: системные аспекты // Вопросы теории и практики журналистики. 2013. № 1. С. 37–48. См. также концептуализацию понятия «журнализм» в трудах Барби Зализер (Zelizer B. Taking journalism seriously: News and the academy. London : Sage Publications, 2004) и Марка Дезе: Deuze M. What is Journalism? Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered // Journalism. 2005. № 6 (4). P. 443–465; Deuze M., Witschge T. Beyond Journalism: Theorizing the Transformation of Journalism // Journalism. 2018. № 19 (2). P. 165–181; Deuze M., Witschge T. Beyond Journalism. Cambridge : Polity, 2020.

¹⁵ Малиновский Б. Научная теория культуры. М. : ОГИ, 2005. С. 57. Книга написана в 1941 году.

¹⁶ Симакова С. И. Семиотический подход к визуальным коммуникациям... С. 96–104.

¹⁷ Диссертант выражает благодарность Российскому научному фонду за предоставленную возможность участвовать в разработке темы «Медиаэстетический компонент современной коммуникации» (проект 18-18-00007).

процесс («метапроцесс»; см. концепцию Ф. Кротца и его последователей¹⁸), либо как остросовременное явление, порожденное внедрением интернет-коммуникаций в повседневную жизнь человечества и развитием социальных медиа¹⁹. Медиатизация приводит к «перезагрузке» традиционных медиа²⁰ и основных параметров медиапотребления, а вместе с тем и меняет семиотические конвенции: сама информация адаптируется под технические условия ее передачи и получения. Известное выражение М. Маклюэна «средство сообщения само есть сообщение»²¹ является образным подытогом целой ветви исследований, связанных с ролью технологий в коммуникации, с ее материальностью²². Это стремление показать, что в коммуникативных системах важную роль играет восприятие, а не только собственно контент передаваемых сообщений, а смысл порождается не только (а иногда и не столько) словами. Для Маклюэна отправным феноменом становится телевидение, которое он рассматривает именно как вовлекающее медиа, работающее как с сознанием, так и подсознанием человека. Опираясь на труды

¹⁸ Krotz F. The metaprocess of “mediatization” as a conceptual frame // *Global Media and Communication*. 2007. № 3. P. 256–260; Krotz F. Mediatization as a mover in modernity: social and cultural change in the context of media change // *Mediatization of Communication: Handbooks of Communication Science* (21) / Lundby K., ed. Berlin : De Gruyter Mouton, 2014 и др. работы.

¹⁹ См. подробный обзор в монографии М. В. Загидуллиной (Панмедиатизация: закат вербальной коммуникации. Челябинск : Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2019. С. 13–34 и далее), в том числе касающийся следующих источников: Strömbäck J. Four phases of mediatization: an analysis of the mediatization of politics // *Press / Politics*. 2008. № 13 (1). P. 228–246; Livingstone S. On the mediation of everything. ICA Presidential address 2008 // *Journal of Communication*. 2009. № 59 (1). P. 1–18; Lundby K. Introduction // Lundby, Knut (ed.). *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*. New York : Peter Lang, 2009. P. 12–15; Couldry N. Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling // *New media & society*. 2008. № 10 (3). P. 373–391; Hjarvard S. From mediation to mediatization: The institutionalization of new media // *Mediatized Worlds*. London: Palgrave Macmillan, 2014. P. 123–139; Jaffe A. Sociolinguistic diversity in mainstream media: Authenticity, authority and processes of mediation and mediatization // *Journal of Language and Politics*. 2011. № 10 (4). P. 562–586; Hepp A. The communicative figurations of mediatized worlds: Mediatization research in times of the ‘mediation of everything’ // *European Journal of Communication*. 2013. № 28 (6). P. 615–629; Livingstone S., Lunt P. Mediatization: an emerging paradigm for media and communication studies // *Mediatization of Communication: Handbooks of Communication Science* (21) ; Lundby K., ed. Berlin : De Gruyter Mouton, 2014. P. 703–724 и др.

²⁰ Bolter J. D., Grusin R. *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge : MIT Press, 1999.

²¹ Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева; закл. ст. М. Вавилова. М. ; Жуковский : КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2003. С. 6 и далее. Маклюэн неоднократно подчеркивал значимость материального начала коммуникации (а не только собственно функциональность платформ и средств коммуникации). Подробнее: Архангельская И. Б. Маршалл Маклюэн : монография. Н. Новгород : НКИ, 2010.

²² Материальность коммуникации подробно рассматривалась Торонтской школой медиаисследований и близкими ее позиции учеными разных стран, в том числе см.: Innis H. *The Bias of Communication*. Toronto : University of Toronto Press, 1951; Innis H. *Empire and Communications*. Toronto : Dundurn Press, 2007; Ong W. *Orality and literacy: the technologizing of the word*. London ; New York : Methuen, 1982; Kittler F. A. *Gramophone, film, typewriter*. Stanford : Stanford University Press, 1999 и др.

Маклюэна, Лев Манович разрабатывает понятие «пост-медиа эстетики», указывая на принципиальную роль программного обеспечения, интерфейса, «физики взаимодействия» потребителя с медиумом, что и становится сутью новых эстетических отношений в коммуникации²³. Эстетика в классическом понимании (как учение о красоте) уступает место эстетике аффекта и атмосферности²⁴, а согласно Мановичу, эстетическое надо рассматривать как эргономику вовлеченного пользователя, взаимодействующего определенным образом с компьютером в ходе поиска и потребления информации. В настоящее время концепты, связанные с медиаэстетикой, охватывают различные сегменты коммуникации²⁵, сама медиаэстетика предстает как пространство интеракций человека и устройств, обеспечивающих коммуникацию, а также как поле исследований меняющихся параметров «красивого» и «безобразного» в массовых коммуникациях современности. В ходе исследований установлено, что на современном этапе в развитии медиаэстетики ключевую роль играет визуальный поворот²⁶, который осмысливается не только как «перевес» изобразительного начала

²³ Manovich L. Post-media aesthetics. 2001. URL: <http://manovich.net/index.php/projects/post-media-aesthetics> (дата обращения: 19.09.2020). Эти идеи также воплощены в фундаментальном труде Льва Мановича «Язык новых медиа» (Манович Л. Язык новых медиа. М. : Ад Маргинем Пресс, 2018; первое издание на английском языке – 2001 год) и получили свое развитие в более позднем исследовании: Manovich L. Software takes command. New York : Bloomsbury Academic, 2013.

²⁴ Böhme G. Atmosphere as the fundamental concept of a new aesthetics // Thesis Eleven. 1993. № 36 (1). P. 113–126.

²⁵ См. разные аспекты медиаэстетического подхода, например, в трудах: Ежова Е. Н. Рекламная коммуникация как ресурс формирования экологического сознания // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2020. № 3 (37). С. 28–34; Загидуллина М. В. Медиаэстетический компонент успешной рекламы // Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации. Ростов н/Д. : РГУПС, 2018. С. 47–54; Топчий И. В. Медийный SMM: соединение визуального и эмоционального // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2018. № 3 (29). С. 145–153; Panova E. Y., Fedorov V. V. Specifics of multimedia texts in the context of social networks media aesthetics // Proceedings TEEM'18: Sixth International Conference on Technological Ecosystems for Enhancing Multiculturality. Salamamca: Research Institute for Educational Sciences (IUCE), 2018. P. 955–962; Шумакова Е. А. Эстетика визуального контента сообщества «Лентач» // Медиасреда. 2018. № 2. С. 153–159; Медведева А. Р. Машины интерфейса объяснительной журналистики (на примере сайтов интернет-изданий «Медуза» и «Vox») // Вопросы журналистики. 2020. № 8. С. 71–86 и др.

²⁶ Mirzoeff N. Introduction to Visual Culture. London ; New York : Routledge, 1999; Mirzoeff N. The Visual Culture Reader, second and third ed. London ; New York : Routledge, 2003; Mitchell T. Orientalism and the exhibitionary order // Dirks N. (ed.), Colonialism and Culture. Ann Arbor : University of Michigan Press, 1992. P. 289–318; Mitchell W. J. T. Iconology: Image, Text, Ideology. Chicago ; London : The University of Chicago Press, 1986; Mitchell W. J. T. Picture Theory: Essays on Verbal and Visual Representation. Chicago ; London : The University of Chicago Press, 1994; Mitchell W. J. T. Showing seeing: a critique of visual culture // Journal of Visual Culture. 2002. № 1. P. 167–181. См. также: Беззубова О. В. Исследования визуальной культуры и проблема пикториального поворота в работах У. Дж. Т. Митчелла // Визуальная коммуникация в социокультурной динамике : сборник статей международной научно-практической конференции. Казань : Изд-во Казанского (Приволжского) федерального университета, 2015. С. 280–285.

в коммуникации над текстовым, но именно как социально-конструируемый опыт иного, чем текстовый, освоения феноменального мира, а также формирование новых конвенций создания, циркулирования и потребления образов, обретающих в новой технологической среде статус инструмента критики действительности, ее анализа и символической интерпретации²⁷. Хотя во многих исследованиях под визуальным поворотом понимается именно доминирование изобразительно-образных элементов в коммуникации, осмысление этой очевидной тенденции строится на основаниях философской переоценки культурного поля в риторике новых вызовов традиционной культуре чтения и текста. Эстетические аспекты визуального поворота чаще рассматриваются не в русле медиаэстетического подхода (предполагающего «перезагрузку» самого понятия «эстетика» в сторону эргономики контактов с информацией и отходу от категорий эстетического вкуса и эстетического суждения), а как новый язык («визуальная грамотность», «насмотренность»). Таким образом исследования медиаэстетики коммуникации открывают перспективы рассмотрения медиаэстетического компонента в отдельно взятом сегменте коммуникационного поля.

Наконец, третий исследовательский домен, обусловивший возможность проведенного исследования, – это собственно изучение инфографики как самостоятельного феномена. История развития инфографики тщательно

²⁷ Francesco V. Visual Turn // International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (Second Edition), James D. Wright (ed.). New York : Elsevier, 2015. P. 207–213. В отечественном исследовательском поле см.: Инишев И. «Иконический поворот» в теориях культуры и общества // Логос. 2012. № 1 (85). С. 184–211; Ищенко Е. Н. Философский анализ «визуального поворота» // Личность и Культура. 2017. № 1. С. 57–64; Колодий Н. А., Колодий В. В. Визуальный поворот и его влияние на социальное познание // Известия Томского политехнического университета. 2010. Т. 316. № 6. С. 146–152; Колодий В. В. Визуальность и её влияние на социальное познание: философско-методологическое обоснование // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2011. № 2 (14). С. 90–96; Мурунова Е. В. Теоретико-методологические подходы к изучению визуального в социологии // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2014. № 5 (133). С. 20–24; Симакова С. И., Распопова С. С., Выровцева Е. В. Визуальный поворот в массовых коммуникациях : коллективная монография / под ред. С. И. Симаковой. Челябинск : Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2017; Федорова С. В. Визуализация как ведущая тенденция развития СМИ // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. № 7–2 (37). С. 189–191; Фадеева И. Е. Эстетический код культуры: к постановке проблемы // Человек. Культура. Образование. 2017. № 1 (23). С. 138–150; Халина Н. В., Комиссарова Л. М., Внучкова Т. Н. Терминологическое сопровождение «визуального поворота» в современной культуре познания // Филология и человек. 2018. № 3. С. 185–196; Шакиров А. И., Сафиуллина Г. Р. Трансформация журналистики в условиях «визуального поворота» // Вестник Челябинского государственного университета. 2015. № 5 (360). С. 425–431 и другие работы.

и всесторонне изучена (начиная от исторического обзора, представленного в диссертации Говарда Грэя Фанкхаузера 1937 года²⁸, и завершая обзорными параграфами докторской диссертации В. В. Лаптева, защищенной в 2018 году²⁹). В работе В. В. Лаптева находим историю изучения, осмысления инфографики в научном плане (с упором на изучение инфографики в области дизайна и искусствоведения). Современное состояние изучения инфографики как части журналистики освещается в рамках работы лаборатории J-lab (Нидерланды)³⁰. Эстетические аспекты инфографики рассматриваются в ряде работ. Так, В. В. Лаптев – один из основных исследователей инфографики в России – отмечает три сущностных черты инфографики – схематичность, условность и эстетичность³¹, в докторской диссертации этого исследователя последовательно рассматривается вопрос о значимости эстетического начала в инфографике, в том числе указывается, что иногда эстетическая сторона вытесняет информационную. В. В. Лаптев использует понятие «собственной эстетичности» для обозначения этого эффекта³². Эстетические аспекты инфографики как сущностно значимые в контексте журналистского дискурса рассматриваются в кандидатской диссертации Я. В. Лайковой³³. Эта диссертация является единственной работой среди 2045 диссертаций по специальности 10.01.10 – журналистика, включенных в каталоги Российской государственной библиотеки, прямо посвященной теме инфографики в журналистике. Автор предлагает термин «медиаинфографика», стремясь уточнить свое исследовательское поле и отмежеваться от более широкого применения термина «инфографика»

²⁸ Funkhouser H. G. Historical development of the graphical representation of statistical data. Bruges : Saint Catherine Press, 1937.

²⁹ Лаптев В. В. Проектно-художественная эволюция русской инфографики (XIX–XX вв.): зарождение, становление, развитие. 17.00.06 «Техническая эстетика и дизайн» : дис. ... д-ра искусствоведения. СПб., 2018.

³⁰ Официальный сайт: <https://www.journalismlab.nl/publicaties/>; см., например: Haan Y. de, Kruikemeier S., Lecheler S., Smit G., Nat R. Van der. When Does an Infographic Say More Than a Thousand Words? // Journalism Studies. 2018. № 19 (9). P. 1293–1312.

³¹ Лаптев В. В. Инфографика: основные понятия и определения // Общество. Коммуникация. Образование. 2013. № 184. С. 182.

³² Лаптев В. В. Проектно-художественная эволюция... С. 303–306.

³³ Лайкова Я. В. Медиаинфографика как формат медиатекста в российских онлайн-СМИ : 10.01.10 «Журналистика» : дис. ... канд. филол. наук. М., 2016.

(например, в работах В. В. Лаптева рассматриваются такие источники, как отчеты крупных компаний или стрит-дизайн). В зарубежных источниках мы можем обнаружить подобные решения: в испаноязычных медиаисследованиях встречается понятие «инфопериодики» в том же значении, что и «медиаинфографика»³⁴.

Большое значение для нашего труда имеет докторская диссертация Альберто Кайро³⁵, посвященная современному состоянию инфографики в крупнейших медиа Америки. Вместо термина «инфографика», который этот ученый использовал в своих предшествующих исследованиях³⁶, он предлагает выражение «новостная графика», указывая, что словом «инфографика» обозначались в эру печатных СМИ отдельные листы, страницы, блоки, содержащие графические иллюстрации к тексту, а в настоящее время журналистика располагает широким спектром технологий, позволяющих репрезентировать данные самыми разнообразными способами и предоставляя аудитории самой исследовать предложенную в визуальном виде информацию³⁷.

В российском исследовательском пространстве закрепился термин «инфографика». Поиск по базе данных elibrary.ru выдает 805 статей, содержащих этот термин в заглавии, резюме или ключевых словах публикаций, которые были опубликованы с 2010 по 2018 год. Основные научные области, в которых исследуется это понятие, – педагогика, журналистика, языкознание, экономика, автоматика, искусствоведение (по убыванию). Обзор статей по журналистике показывает, что «пик» публикационной активности пришелся на 2016 год (2014 – 14, 2015 – 19, 2016 – 30, 2017 – 16, 2018 – 22), однако в целом интерес к теме остается достаточно высоким. Отмечая авторов, систематически исследующих

³⁴ Pablos J. M. de. Infoperiodismo: el periodista como creador de infografia. Madrid : Editorial Síntesis, 1999.

³⁵ Cairo A. Nerd journalism: How data and digital technology transformed news graphic : thesis doctoral. Barcelona : Universitat Oberta de Catalunya, 2017. URL: <http://hdl.handle.net/10609/66768> (дата обращения: 13.01.2020).

³⁶ Cairo A. Infografia 2.0: Visualización interactiva de información en prensa. Madrid : Alamut, 2008; Cairo A. El arte funcional. Infografia y visualización de información. Madrid : Alamut, 2011.

³⁷ Cairo A. Nerd journalism... P. 28–31.

вопросы инфографического контента СМИ (помимо автора настоящего исследования и российских исследователей, упомянутых выше), мы можем отметить труды А. А. Градюшко, исследующего инфографику белорусских СМИ³⁸, А. С. Юферевой, пишущей о различных визуально ориентированных жанрах представления новостей³⁹, И. Г. Катеневой, изучающей региональные инфографические проекты⁴⁰, В. Э. Шевченко, занимающейся развитием теории визуальных медиа⁴¹ и других исследователей.

Особое место в изучении инфографики принадлежит специалистам по искусствоведению – уже упомянутому выше В. В. Лаптеву и С. В. Острикову, посвятившему инфографическому дизайну ряд статей, обстоятельную монографию⁴² и диссертацию⁴³. Оба этих исследователя сходятся во мнении, что инфографика на сегодня остается недостаточно изученным сегментом коммуникации, а динамика развития технологий инфографического дизайна требует самого тщательного анализа. Хотя эти авторы представили исследования в области искусствоведческой тематики,

³⁸ Градюшко А. А. Пресса регионов в медиапространстве Республики Беларусь: между «бумажным» прошлым и цифровым будущим // Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации : труды пятой юбилейной Международной науч.-практ. конф. Ростов н/Д. : Изд-во Российск. гос. ун-та путей сообщения, 2017. Ч. 1. С. 210–219; Градюшко А. А. Мобильный интернет как фактор трансформации медиасферы Беларуси // Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. Педагогика. 2017. № 1. С. 71–77; Градюшко А. А. Тенденции визуализации медиаконтента в интернет-СМИ Республики Беларусь // Визуальная коммуникация в социокультурной динамике: сборник статей II Международной науч. конф. Казань : Изд-во Казанского (Приволжского) фед. ун-та, 2016. С. 315–319; Градюшко А. А. Визуализация как новый творческий метод веб-журналистики Беларуси // Известия Гомельского государственного университета им. Ф. Скорины. 2015. № 1 (88). С. 84–88.

³⁹ Горшкова М. С., Юферева А. С. Мультимедийные лонгриды как формат в интернет-журналистике: анализ специфических особенностей // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2018. № 1 (27). С. 105–110; Юферева А. С., Баклагина Д. И. Специфические особенности использования визуальных компонентов в PR-тексте // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2018. № 3 (29). С. 233–238.

⁴⁰ Катенева И. Г. Особенности функционирования инфографических рекламных проектов на страницах электронных изданий (на примере интернет-журнала "Сиб.ФМ") // Вопросы журналистики. 2017. № 2. С. 48–59; Катенева И. Г. Визуализация как инструмент создания медиаобразовательных проектов в современных СМИ (на примере деятельности РИА «Новости») // Визуальная коммуникация в социокультурной динамике: сборник статей II Международной научной конференции. Казань : Изд-во Казанского (Приволжского) фед. ун-та, 2016. С. 340–344.

⁴¹ Шевченко В. Э. Визуальные коммуникации: тенденции форм и технологий передачи информации // Вестник Челябинского государственного университета. 2015. № 5 (360). С. 189–195; Шевченко В. Э. Визуальный контент как тенденция современной журналистики // Медиаскоп. 2014. № 4. URL: <http://www.mediascope.ru/1654> (дата обращения: 12.04.2021) (здесь же см. обстоятельный список библиографии по вопросу истории изучения и освоения инфографики в российских и зарубежных СМИ).

⁴² Остриков С. В. Теоретические основы и принципы инфографического дизайна : монография. М. : Московская гос. художественно-пром. акад. им. С. Г. Строганова, 2014.

⁴³ Остриков С. В. Проектно-художественное моделирование инфографики : теоретические основы и принципы : дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.06 «Техническая эстетика и дизайн». М., 2014.

оба они обращаются к новостной инфографике, критически оценивая ее состояние. В трудах В. В. Лаптева больше внимания уделяется истории отечественной инфографики, в работах С. В. Острикова – технологиям ее производства и художественным качествам.

Анализируя новейшие зарубежные источники, мы убеждаемся, что инфографика становится предметом сопутствующего основным темам анализа, выступая либо жанровой метафорой, либо объектом технологического разбора. Согласно данным Web of Science Core Collection интерес к теме инфографики примерно соответствует российской исследовательской динамике (в 2018 году 274 публикации, содержащие слово *infographic* в заглавии, резюме или ключевых словах, в 2017 – 211; 2016 – 193; 2015 – 135; 2014 – 79; 2013 – 46; 2012 – 30; 2011 – 8; 2010 – 14; 2009 – 3; 2008 – 1). Распределение подборки по тематике представлено на рис. 1.



Рис. 1. Распределение статей по тематическим полям (tag “infographic” в теме, 06.03.2019).
Web of Science Core Collection

Обращение к статьям тематического поля «коммуникации» показывает, что статей, посвященных напрямую месту инфографики в журналистике, немного⁴⁴; некоторые статьи связаны с национальными медиасистемами⁴⁵.

Этот перечень статей, как и обзор отечественных исследований по инфографике, показывает, что инфографический контент, под каким бы углом зрения он ни рассматривался, изучается именно в связи с его эстетическими свойствами (или с учетом этих свойств). Все эти наблюдения – как разрозненные и частные, так и обобщающие – сделали возможным проведение нашего исследования, в котором инфографика в журналистике рассматривается сквозь призму медиаэстетического подхода. Достижения социальной семиотики, теория медиаэстетики и активная разработка вопросов, связанных с инфографическим журналистским контентом, позволяют поставить ряд исследовательских задач, решение которых позволит конституировать ключевые черты современной коммуникации на материале отдельно взятого сегмента (инфографики).

Объект исследования – семиозис инфографического сегмента журналистики.

Предметом исследования выступают медиаэстетические черты современной российской новостной инфографики ведущих СМИ.

⁴⁴ Amit-Danhi E. R., Shifman L. Digital political infographics: A rhetorical palette of an emergent genre // *New Media & Society*. 2018. № 20 (10). P. 3540–3559; Yu X., Shi L. A Comparative Research on Cognitive Effect of Infographic and Animation Presentation in News // *International Joint Conference on Information, Media and Engineering (ICIME)*. Osaka Univ, Int Joint Lab Knowledge & Media Dynam Educ Fields. Osaka, 2018. P. 73–76; Lucius C. R., Fuad A. Coloring your information: How designers use Theory of Color in creative ways to present infographic // *10th International Seminar on Industrial Engineering and Management (ISIEM) – Sustainable Development in Industry and Management*. Esa Unggul Univ, Tanjung Pandan, 2017. Article № UNSP012044; Thompson C. M. Creating "Visual Legacies": Infographics as a Means of Interpreting and Sharing Research // *Communication Teacher*. 2015. № 29 (2). P. 91–101; Artacho-Ramirez M. A., Diego-Mas J. A., Alcaide-Marzal J. Influence of the mode of graphical representation on the perception of product aesthetic and emotional features: An exploratory study // *International Journal of Industrial Ergonomics*. 2008. № 38 (11–12). P. 942–952.

⁴⁵ Junior L., Teixeira W., Barboza U., Fernando E. Multimedia infographics as journalistic narratives and the possibilities of HTML5 // *Brazilian journalism research*. 2015. № 11 (2). P. 222–243; Lim J. Representation of data journalism practices in the South Korean and US television news // *International Communication Gazette*. 2019. № 81 (1). P. 89–113; Marin O., Beatriz E. The post-conflict Colombian treatment through infographics and data visualizations // *Revista Latina de Comunicacion Social*. 2018. № 73 (6). P. 700–717; Tunes Lopez M., Gabriela Nogueira A. Infographics as a Mnemonic structure: Analysis of the informative and identity components of infographic online compositions in Iberic newspapers // *Communication & Society-Spain*. 2017. № 30 (1). P. 147–164.

Цель работы – выявить специфические черты семиозиса новостного инфографического контента с учетом системности рассмотрения современной российской инфографики как части отечественной журналистики, с одной стороны, и мировой новостной инфографики, – с другой.

Цель предопределяет следующие *задачи*:

- 1) установить релевантность семиотического подхода к исследованию журналистики как социальной системы (семиосфера журналистики);
- 2) исследовать границы инфографики как относительно самостоятельного сегмента журналистики («вложенная семиосфера» журналистики);
- 3) определить функции инфографического контента в историко-культурном аспекте с позиций культурной идентичности и памяти как ядра семиосферы;
- 4) описать системные связи журналистики и инфографики с феноменами «визуального поворота» и цифровизации коммуникации;
- 5) выявить специфику инфографического кода на основе медиаэстетического подхода;
- 6) определить общекультурные основы включения инфографики в потоки массовой коммуникации;
- 7) установить эпистемологический потенциал теории кода в аспекте медиаисследований новостной инфографики;
- 8) определить эффективность использования системных структурно-семиотических моделей для описания и объяснения закономерностей функционирования и развития инфографического контента;
- 9) разработать медиаэстетическую модель новостной инфографики как части семиосферы журналистики;
- 10) разработать принципы агрегации базы данных, релевантной цели исследования, и провести семиотико-структурный анализ элементов базы данных на основе применения медиаэстетической модели;

- 11) сопоставить результаты описания современной российской инфографики, полученные в ходе применения медиаэстетической модели, с мировым уровнем новостного инфографического контента;
- 12) выявить и описать потенциал российской новостной инфографики в аспекте развития ее основных медиаэстетических черт.

Теоретико-методологические основы исследования. Для решения указанных задач и достижения цели исследования в диссертации последовательно применен социо-семиотический подход в аспекте медиаэстетики. Труды Ч. С. Пирса, Ю. М. Лотмана, У. Эко могут быть отнесены к ключевым теоретическим работам, предопределившим логику проведенного исследования и его основной инструментарий. Сочетание теоретических подходов к описательному конструированию реальности, предложенное этими авторами и их последователями, позволило разработать аналитические алгоритмы и процедуры, использованные в ходе исследования конкретного эмпирического материала (прежде всего, в части построения модели анализа). Семиотика коммуникации как часть более общей социальной семиотики исследовалась с опорой на труды таких теоретиков, как М. Альсина, П. Фаббри, Е. П. Прохоров, Л. Г. Свитич, М. Дезе, А. Кайро, В. Санчо и др. Медиаэстетическое кодирование как основа анализа эмпирического материала работы проводилось с опорой на теоретические труды Т. Митчелла и Л. Мановича, а также на разработанный М. В. Загидуллиной алгоритм медиаэстетического анализа журналистских произведений. В работе также применены методы выявления культурной идентичности и ценностного анализа с опорой на теоретические исследования Я. Ассманна, М. С. Кагана. Центральное место в разработке медиаэстетической модели семиозиса инфографики занимают теоретические труды К. Герри. Кроме того, в диссертации применялись комплексные методы, релевантные отдельным аспектам проводимого анализа и моделирования, в том числе институциональный анализ в части рассмотрения вопросов конституирования инфографики, дискурс-анализ

(включая мультимодальный дискурс-анализ) в части описания визуального контента, типологический анализ в части родо-видовой характеристики эмпирической базы, статистические методы в части количественных характеристик базы данных, а также общелогические методы концепирования данных.

Эмпирическая база исследования. Материалом исследования послужила база данных, объединившая 724 инфографических новостных материала из трех ведущих российских средств массовой информации («РИА Новости», «ТАСС», «Аргументы и факты»), извлеченных методом сплошной выборки из всех выпусков этих изданий за 2018 год, а также 250 инфографических материалов, получивших награды на международном конкурсе новостной инфографики «Malofiej» («Малофей») за 2018 год. Эмпирический материал проведенного исследования представляет собой, таким образом, срез современного состояния как российской инфографики, так и ведущих трендов инфографического контента международного уровня, что позволило в ходе работы провести комплексный анализ семиозиса российской инфографики, включенной как в семиосферу отечественной журналистики, так и в мировое развитие визуалистики.

Положения, выносимые на защиту:

1. Концепция семиосферы, применяемая к отдельным аспектам культуры, разработанная Ю. М. Лотманом, обладает высоким эпистемологическим потенциалом и позволяет разрабатывать аналитические модели, релевантные сущности и особенностям такого социального института, как журналистика во всем многообразии его составных частей, а также рассматривать эти составные части как вложенные семиосферы, обладающие своей относительной автономностью и открытостью для целостного их анализа.

2. Инфографика может рассматриваться как автономная вложенная семиосфера журналистики, в пространстве которой постоянно осуществляется

семиозис, представляющий собой означивание и переозначивание элементов, их связей и взаимозависимостей.

3. Семиозис инфографического контента обеспечивает возможность смыслопроизводства, базирующегося на исторически сложившихся функциях объяснительной журналистики, материализующих культурную идентичность и культурную память конкретной информационной системы и образующих ядро семиосферы.

4. Инфографика (как и журналистика в целом) оказывается подвержена основным влияниям крупных сдвигов в глобальной коммуникации, обусловленных технологическими достижениями, которые, в свою очередь, могут рассматриваться как фасилитация и одновременно конституирование «визуального поворота», в том числе и в виде глубоких процессов цифровизации коммуникационных потоков.

5. Семиосферный анализ инфографики может быть инструментализован за счет комплементации медиаэстетического кода, представляющего собой систему фильтров, в основе работы которых лежит принцип генерализации разнородных элементов по общим основаниям-критериям.

6. Медиаэстетический код инфографики соотносится с общекультурными основами ее включения в потоки массовой коммуникации: он включает фильтры цветности, операционности, абстрактности-образности и схематизации, соответствующие общим особенностям рациональности.

7. Медиаэстетический код, примененный к анализу семиозиса инфографики, обладает высоким эпистемологическим потенциалом, поскольку позволяет установить закономерности разноосновных и разнородных элементов, подлежащих переозначиванию в процессе семиозиса, а также выявить общие закономерности конкретного типа журналистских сообщений.

8. Семиотические модели, организованные на основе трехчастной концепции Пирса, могут быть эффективно применены как аналитический алгоритм к семиосферам, представленным в теоретическом наследии Ю. М. Лотмана; примером выступает в исследовании семиотический нонагон (К. Герри), адаптированный к такому феномену, как новостная инфографика, рассматриваемая как часть общей семиосферы отечественной журналистики.

9. Медиаэстетическая модель новостной инфографики как части семиосферы журналистики базируется на последовательном рассмотрении трех основных кластеров семиозиса инфографики, включающими ее ценностные основания, материальную явленность и теоретико-эпистемологические основания.

10. При анализе эмпирического материала, представляющего собой инфографический контент ведущих российских СМИ, с помощью медиаэстетической модели семиозиса инфографики выявлен ряд тенденций и черт, предопределенных как внеположенной семиосферой отечественной журналистики, так и ядром семиосферы инфографики, репрезентирующим значимость объяснительных моделей в массовой коммуникации (схематизация, тенденция к «простым» решениям).

11. Анализ мирового уровня инфографики показывает, что основные черты современной российской инфографики, выявленные в ходе применения медиаэстетической модели, обладают национальной спецификой, которая выявляется в семиотических различиях в конкурсном и ежедневном инфографическом контенте.

12. Объяснительный, гносеологический, медиаэстетический потенциал российской инфографики определяется ее ориентацией на ключевую ценность, явленную в семиозисе инфографики: конституировании визуального мышления, обретающего все более четкие черты и тяготеющего к автономной институционализации.

Научная новизна исследования

- установлен эпистемологический потенциал семиотических объяснительных моделей в их применении к анализу семиосфер культуры, обладающих относительной автономностью, – журналистики и новостной инфографики;
- выявлены исторически сложившиеся особенности российского инфографического контента как части культурной памяти, обеспечивающей культурную идентичность;
- предложена концепция органического соединения семиотических подходов Пирса и Лотмана к моделированию семиозиса отдельных семиосфер культуры на примере новостной инфографики;
- определено место инфографики в общекультурной логике визуального поворота;
- установлены особенности взаимосвязи инфографического контента с техническими и технологическими особенностями коммуникационной среды, обеспечивающей его производство и потребление;
- предложена концепция четырех фильтров медиаэстетического кода на основе социо-семиотического анализа коммуникационного пространства как места разворачивания семиозиса инфографики;
- разработан алгоритм медиаэстетического кодирования с целью выявления особенностей инфографики;
- концептуализована глубинная массовая потребность в конституировании визуального мышления как ценностное основание семиозиса инфографики;
- разработана медиаэстетическая модель новостной инфографики на основе трехкластерного семиотического нонагона, предполагающего комплексный анализ различных аспектов семиозиса и представляющего форму непротиворечивого взаимодействия всех элементов семиосферы;

– разработана рабочая методика извлечения данных, репрезентирующих медиаэстетический потенциал конкретных систем (на примере семиосферы российской новостной инфографики);

– собрана репрезентативная база данных, отражающая современное состояние российского новостного инфографического контента, достаточная для описания основных тенденций и потенциала развития инфографики как части журналистики;

– проведен медиаэстетический анализ работ-победителей международного конкурса инфографики «Малофей» 2018 года (26-й конкурс) с целью выявления элитарного уровня современной инфографики и установления относительного уровня российского инфографического контента;

– выявлен и охарактеризован потенциал современной российской инфографики в аспекте его соответствия трехуровневой медиаэстетической модели.

Теоретическая значимость исследования

Материалы диссертации могут быть использованы в дальнейшем развитии семиотического, структурно-семиотического, социо-семиотического подхода к исследованию феноменов культуры, стать основанием построения сходных объяснительных моделей, создать условия для дальнейшего совершенствования и развития теории коммуникации и журналистики, а также формирования аналитических инструментов, позволяющих анализировать слабоструктурированные данные.

Практическая значимость исследования

Полученные диссертантом результаты могут стать основанием учебных курсов, расширяющих представления обучающихся об отечественных методах исследования культуры и общества, актуализирующих

семиотические подходы как способы научного осмысления быстро меняющейся социальной действительности.

Исследование также имеет важное прикладное значение в части исследования визуальной культуры как репрезентации визуальных когнитивных потребностей, открывает возможность изучения проблем социального управления и информационной политики в условиях визуального поворота, развития «грамматизации» визуального мышления, что соответствует приоритетам Национального проекта «Наука» (паспорт программы утвержден решением президиума Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам 24 декабря 2018 г.), государственной программы «Научно-технологическое развитие Российской Федерации на 2019–2030 годы» (утверждена Постановлением Правительства РФ от 29 марта 2019 г., № 377), Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации (утверждена Указом Президента РФ от 1 декабря 2016 г. N 642) и другим документам, регламентирующим развитие фундаментальных и прикладных научных исследований, в том числе в области гуманитарного знания.

Достоверность результатов

Достоверность результатов обеспечивается опорой на теоретико-методологические основания соответствующие цели и задачам исследования; включением в исследование работ основателей семиотического подхода к изучению культуры; органичным сочетанием в работе элементов различных подходов с целью построения объяснительной модели инфографики; опорой на базу данных, полученную в соответствии с выработанными в работе критериями и представляющую собой 974 единиц анализа и проверкой эффективности теоретической модели как объяснение разнородного материала этой базы данных.

Апробация основных положений исследования

Основные научные результаты были представлены в научных докладах на всероссийских, региональных, международных конференциях, в том числе:

всероссийские и региональные: «Региональная журналистика в новой коммуникационной среде: уроки пандемии COVID-19», 19 апреля 2021, Екатеринбург: УрФУ имени первого Президента России Б. Н. Ельцина; XVII научно-практическая конференция преподавателей факультета журналистики ЧелГУ, 22–23 января 2020, Чебаркуль: ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет»; «Профессиональная культура журналиста в эпоху социальных и технологических трансформаций медиасферы», 24 апреля 2020, Екатеринбург: УрФУ имени первого Президента России Б. Н. Ельцина; XVI научно-практическая конференция преподавателей факультета журналистики ЧелГУ, 24–25 января 2019, Чебаркуль: ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет»; «Медийно-информационная грамотность современного педагога», 30–31 октября 2018, Оренбург: ОГПУ; Первый Российский эстетический конгресс, 17–19 октября 2018, Санкт-Петербург: СПбГУ; «Вызов – XXI век», 13 сентября 2017, Челябинск: ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет»; научная конференция преподавателей факультета журналистики «Медиасреда-2016», 29 апреля–04 мая 2016, с. Тикеево, Иглинский район, Республика Башкортостан: ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет»; «Литература – театр – кино: ценностные коды», 01–03 декабря 2016, Самара: СГАУ; «Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия», 15 апреля 2016, Екатеринбург: УрФУ имени первого Президента России Б. Н. Ельцина; «Актуальные проблемы медиаисследований – 2014», 30–31 декабря 2014, Москва: НАММИ;

международные: «Диалог культур в медиапространстве», 23 апреля 2021, Ставрополь: СКФУ; «Пользовательский контент в современной коммуникации», 22–23 апреля 2021, Челябинск: Челябинский государственный университет; «Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации», 17–18 сентября 2020, Ростов-на-Дону: РГУПС;

«Конкурентоспособность и развитие социально-экономических систем» памяти академика А. И. Татаркина, 25–26 ноября 2020, Челябинск: ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет»; «Язык в координатах массмедиа, этики и права», 09–11 ноября 2020, Санкт-Петербург: СПбГУ; «Моисеевские чтения. Культура и гуманитарные проблемы современной цивилизации», 11–12 марта 2020, Москва: Московский гуманитарный университет; «Журналистика-2020: состояние, проблемы, перспективы», 12–13 ноября 2020, Минск: БГУ; «Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах», 01–03 октября 2020, Челябинск: ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет»; форум «Медиа в современном мире». 59-е Петербургские чтения, 09–12 ноября 2020, Санкт-Петербург: СПбГУ; «Коммуникативная культура: история и современность», 30 октября 2020, Новосибирск: Новосибирский государственный университет; IAMCR 2020 Online Conference, 12–17 июля 2020, Тампере: International Association for Media and Communication Research; «Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации», 12–14 сентября 2019, Ростов-на-Дону: РГУПС; «Медиа чтения СКФУ», 23–25 мая 2019, Ставрополь: СКФУ; IV Международная научная конференция «MEDIAОбразование», 26 ноября 2019, Челябинск: ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет»; «Дизайн СМИ: тренды XXI века», 14–16 ноября 2019, Москва: МГУ; «Журналистский текст в новой технологической среде: достижения и проблемы», 28–29 марта 2019, Челябинск: Челябинский государственный университет; «Журналистика XXI века: Человек. Политика. Медиа», 22–23 ноября 2019, Санкт-Петербург: СПбГУ; «Образ\имидж как категория теории коммуникации, антропологии культуры и семиотики текста», 26–28 июня 2019, Олыштын: Варминско-Мазурский университет в Олыштыне (Польша); «Image and Communication», 07–10 июня 2019, Вроцлав: Вроцлавский университет; 6th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and Arts - SGEM 2019, 24 августа–01 сентября 2019, Албена: Sgem World Science; «Политика и культура: проблемы

взаимодействия в современном мире», 26–28 апреля 2019, Будапешт: Венгеро-российский культурно-просветительский Фонд “Dialogorum”; Engaging the Contemporary 2018: Reconfiguring the Aesthetic, 01–02 ноября 2018, Валетта: University of Malta (Valetta Campus); «MEDIAОбразование», 27 ноября 2018, Челябинск: ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет»; «Визуальные медиакommunikации и реклама: новые технологии и методология исследований», 26 апреля 2018, Челябинск: ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет»; «Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации», 13–14 сентября 2018, Ростов-на-Дону: РГУПС; «Журналистика XXI века: среда обитания», 02–03 ноября 2018, Санкт-Петербург: СПбГУ; форум «Медиа в современном мире. 57-е Петербургские чтения», 19–20 апреля 2018, Санкт-Петербург: СПбГУ; ISSC 2018 – International Conference “Logics of Image: Visual Learning, Logic and Philosophy of Form in East and West”, Kolymbari, Crete, 11–18 August 2018; 5th International scientific conference on Social science & arts SGEM 2018, 24 августа–02 сентября 2018, Альбена: SGEM World science; Locked Out of Social Platforms: an iCS Symposium on Challenges to Studying Disinformation, 27–28 октября 2018, Копенгаген: IT University of Copenhagen; The 6th International Conference on Technological Ecosystems for Enhancing Multiculturality (TEEM 2018), 24–26 октября 2018, Саламанка: Университет Саламанки; «СМИ – Общество – Образование: риски и эффекты социальных медиа», 20–21 мая 2017, Челябинск: ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет»; «Профессиональная культура журналиста цифровой эпохи», 19 мая 2017, Екатеринбург: УрФУ имени первого Президента России Б. Н. Ельцина; XVIII Апрельская конференция по проблемам развития экономики и общества, 10–13 апреля 2017, Москва: ВШЭ; Linguistic, educational and intercultural research 2017 (Leic research 2017), 12–14 октября 2017, Вильнюс: Vilnius University; «Международная журналистика-2016: турбулентность межгосударственных отношений и медиа», 18 февраля 2016, Минск: БГУ; «Современное телевидение: между национальным и

глобальным», 27–28 апреля 2016, Казань: ФГАОУ ВО КФУ; «Визуальная коммуникация в социокультурной динамике», 24–25 ноября 2016, Набережные Челны: Набережночелнинский институт КФУ; «MEDIAОбразование», 29–30 ноября 2016, Челябинск: Челябинский государственный университет; «Журналистика в 2015 году: информационный потенциал общества и ресурсы медиасистемы», 05–06 февраля 2016, Москва: МГУ, факультет журналистики; Журналистика-2016: стан, проблемы и перспективы, 10–11 ноября 2016, Минск: БДУ; «Высшее образование для XXI века», 08–10 декабря 2016, Москва: МосГУ; «Журналистика в 2015 году. Информационный потенциал общества и ресурсы медиасистемы», 05–06 февраля 2016, Москва: МГУ; Седьмые Аркаимские чтения «Горизонты цивилизации», 24–27 мая 2016, Челябинск: Челябинский государственный университет; форум «Медиа в современном мире. 55-е Петербургские чтения», 21–22 апреля 2016, Санкт-Петербург: СПбГУ; «Журналистика XXI века: традиции и вызовы нового времени», 03 марта 2016, Минск: БГУ; Современное телевидение: между национальным и глобальным, 27–28 апреля 2016, Казань: ФГАОУ ВО КФУ; Медиа в современном мире. 54-е Петербургские чтения, 23–24 апреля 2015, Санкт-Петербург: СПбГУ; «Журналистский текст в новой технологической среде», 17–20 апреля 2015, Челябинск: Челябинский государственный университет; «Медиапространство России: вчера, сегодня, завтра», 19–20 марта 2015, Самара: ФГБОУ ВПО «Самарский государственный университет»; «Гуманитарные аспекты современных массмедиа: проблемы, противоречия», 09–10 апреля 2015, Екатеринбург: УрФУ имени первого Президента России Б. Н. Ельцина; «Личность и общество: проблемы взаимодействия», 23 апреля 2015, Челябинск: УРАО (Челябинский филиал).

Структура диссертации

Диссертация состоит из введения, четырех глав, каждая из которых содержит три параграфа, заключения, библиографического списка и

приложения. Диссертация включает 31 рисунок и 8 таблиц, 354 постраничные ссылки, 457 библиографических записей; приложение содержит описание эмпирической базы исследования (974 записи). Общий объем диссертации составляет 456 страниц.

ГЛАВА ПЕРВАЯ. МЕСТО ИНФОГРАФИКИ В ЖУРНАЛИСТИКЕ КАК СЕМИОТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ

1.1 Семиосфера журналистики

Семиотический подход к анализу социальной действительности развивается в мировой науке преимущественно в середине XX века, хотя основные труды, легшие в его основу, созданы в конце XIX (Чарльз Пирс) и начале XX (Фердинанд де Соссюр) веков. В советской гуманитаристике семиотические исследования культуры занимали важное место (тартуско-московская семиотическая школа⁴⁶) и воспринимались как оппозиция господствующей идеологически нагруженной теории диалектического материализма (советского варианта марксизма, во многом отличающегося от западных марксистских подходов в социальных и гуманитарных науках⁴⁷). В рамках советского структурализма и семиотики формировались различные объяснительные и исследовательские модели: Ю. М. Лотман тяготел к определению семиосферы как пространства столкновений различающихся элементов, а также и свободы этих столкновений, что лучше всего соответствует метафоре поэзии (не подчиняющейся строгим законам языка, коммуникации, философии, логики и т. д., но стремящейся кинуть вызов любым областям сознания и духа, деавтоматизировать и «перезагрузить» действительность, вскрыть ее невидимые механизмы⁴⁸), Б. А. Успенский стремился обнаружить в текучей действительности закономерности, поддающиеся кодированию, преодолевающему эту текучесть, способному составить метаописание самых различных и противоречивых, казалось бы, несопоставимых и несоизмеримых явлений, феноменов, событий, фактов

⁴⁶ См. обзорные работы по месту и роли тартуско-московской школы в развитии советской и постсоветской научной мысли: Калинин И. Тартуско-московская семиотическая школа: семиотическая модель культуры / культурная модель семиотики // Новое литературное обозрение. 2009. Т. 98. С. 27–56; Поселягин Н. В. Формирование российского структурализма (1956–1964) и рецепция идей тартуско-московской семиотической школы в 1990–2000-е годы : автореф. дис. ... канд. филол. наук (10.01.01 «Русская литература»; 10.01.08 «Теория литературы. Текстология»). М., 2010.

⁴⁷ См. о советском марксизме: К. Маркс и будущее философии России : коллективная монография. СПб. : Издательство ВВМ, 2016.

⁴⁸ Лотман Ю. М. О семиосфере // Лотман Ю. М. Избранные статьи в трех томах. Т. 1. Статьи по семиотике и топологии культуры. Таллин : Александра, 1992. С. 11–24.

и любых сущностей⁴⁹. В конце концов в истории гуманитарной мысли в России закрепляется «поэтическая» трактовка семиосферы, когда под ней понимается «броуновское движение» (и даже хаос) идей, мнений, позиций, формирований отдельных социальных ансамблей, вырабатывающих свою идентичность, утрачивающих ее и распадающихся, чтобы уступить место новым сообществам, несущим иные образцы риторики и самоосмысления. Именно в таком ключе понятие семиосферы (и семиозиса – как действия по означиванию, происходящего исключительно в контексте семиосферы и без нее невозможного⁵⁰) утвердилось в отечественной науке как «исследовательская рама» для анализа отдельных сторон деятельности социума уже в пост-тартуско-московский период⁵¹.

Принципы семиотического анализа отдельных сегментов культуры нашли широкое воплощение в исследовательской мысли России⁵². В трудах по разным направлениям знания исследователи стремятся применить принципы семиотического анализа. Так, в исследованиях С. В. Санникова осуществлен семиотический анализ власти⁵³, в диссертации Е. И. Шейгал – политического дискурса⁵⁴, в трудах Ю. А. Луговой – медийных текстов⁵⁵; семиотический анализ положен в основу исследования портрета в живописи⁵⁶; наконец, феномен семиозиса становится предметом отдельного изучения и обобщения⁵⁷.

⁴⁹ См. об этом: Успенский Б. А. К проблеме генезиса тартуско-московской семиотической школы // Ю. М. Лотман и тартуско-московская семиотическая школа. М. : Гнозис, 1994. С. 265–278.

⁵⁰ Лотман Ю. М. О семиосфере... С. 13.

⁵¹ О герметичности тартуско-московской школы и ее нацеленности на узкий круг единомышленников см.: Гаспаров Б. М. Тартуская школа 1960-х годов как семиотический феномен // Ю. М. Лотман и тартуско-московская семиотическая школа. М. : Гнозис, 1994. С. 279–294.

⁵² Подробный обзор истории семиотики в России см.: Иванов Вяч. Вс. Очерки по предыстории и истории семиотики // Иванов Вяч. Вс. Избранные труды по семиотике и истории культуры. М. : Языки русской культуры, 1999. Т. 1. С. 605–791.

⁵³ Санников С. В. Семиозис власти в семантическом типе культуры: мифы, чудовища (интер)тексты : монография. М. : Буки Веди, 2016.

⁵⁴ Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса : дис. д-ра филол. наук : 10.02.01 «Русский язык». Волгоград, 2000.

⁵⁵ Луговая Ю. А. Семиотика медийного текста в культурфилософском измерении : дис. ... канд. филос. наук : 09.00.13 «Философская антропология, философия культуры». М., 2013.

⁵⁶ Невская П. В. Портрет в пространстве семиотики : вербальное и невербальное : дис. ... д-ра искусствоведения : 17.00.09 «Теория и история искусства». Саратов, 2013.

⁵⁷ См.: Семиозис и культура: интеллектуальные практики : монография / науч. ред. И. Е. Фадеева, В. А. Сулимов. Сыктывкар : Изд-во Коми гос. пед. ин-та, 2013; Панов С. В. Письмо, семиозис и дискурс. М. : Издательство Спутник+, 2010; Фадеева И. Е., Сулимов В. А. Семиозис: субъективная антропология

Эти и другие труды обеспечивают инструментарий нашего исследования. Нам представляется возможным, следуя уже неоднократно апробированным в истории гуманитарной мысли процедурам и техникам, охарактеризовать журналистику как часть общей семиосферы культуры. Эвристический потенциал семиосферного подхода к социальному институту на примере журналистики заключается в возможности построения объяснительной модели ее функционирования, преодолевающей ограничения и противоречия социального, психологического, культурологического и других подходов к отдельной области социального взаимодействия.

В современных медиаисследованиях журналистика как деятельность характеризуется телеологически: отражать текущую действительность с целью ее концепирования и оперативного разрешения возникающих социальных проблем⁵⁸. В различных определениях переплетаются аксиологический, праксеологический, социальный подходы, а их комбинации нередко воспринимаются критически, что порождает потребность в новых определениях журналистики, но по сути они сводятся к фиксации характера журналистской деятельности (информация как объект действий – сбор, обработка, упаковка, дистрибуция), уточнений самого понятия «информация» (социально значимая, отражающая состояние социума и т. п.), а также миссии журналистики (цели деятельности – например, формирование общественного мнения или обеспечение информационных потребностей и т. п.). При этом семиосферное понимание процессов, организующих журналистскую деятельность и в целом воплощающих ее функционирование, осмысливается как перспективное. Так, И. Н. Блохин посвящает семиотическому подходу к теории журналистики специальный раздел

символической реальности : монография. СПб. : Астерион, 2013; Залевская А. А. Вопросы естественного семиозиса : монография. Тверь : Тверской гос. ун-т, 2018; Нестеров А. Ю. Онтологические границы семиозиса в процедурах коммуникации, познания и понимания : дис. ... д-ра филос. наук : 09.00.01 «Онтология и теория познания». Самара, 2010 и др. работы.

⁵⁸ В одной из своих последних работ С. Г. Корконосенко предлагает опираться на концепцию В. В. Тулупова: отражение событий – концепирование проблем – их решение. См. : Теория журналистики в России : коллективная монография / под ред. С. Г. Корконосенко. СПб.: Алетейя, 2018. С. 15 (ссылка на работу В. В. Тулупова: Дизайн и реклама в системе маркетинга российской газеты. Воронеж, 2000. С. 159).

в коллективной монографии «Теория журналистики в России»⁵⁹. Он отмечает, в частности, что сама институциональность журналистики (понимаемая как организованная система ролей и статусов) делает ее субъектом общественных отношений (не исключая и возможности использования журналистики как инструмента функционирования других социальных институтов), что в конце концов и образует медиасферу – совокупность материальных артефактов (продукции медиа) и отношений информационного обмена, системно упорядоченных и семиотически обусловленных⁶⁰. По мнению И. Н. Блохина, медиасфера представляет собой «пространство языка и знака», а сама журналистика может быть рассмотрена как результат интеракций коммуникативных структур. Следуя логике семиосферы, предложенной Ю. М. Лотманом, И. Н. Блохин предлагает понятие медиапространства, обладающего системным ядром (институты и организации) и периферией, медиасредами, в которых осуществляются взаимодействия акторов, и медиасферами – средоточием порожденных в ходе этих взаимодействий смыслов⁶¹. Значимость семиотического подхода к анализу журналистики отмечает и М. А. Воскресенская, связывая само понятие культурологии информации с перспективным направлением исследований журналистики (информация как специфическая культурная форма)⁶².

Но – помимо прямого констатирования перспективности семиотического описания журналистики – семиосфера журналистики достаточно детально разработана в ряде трудов, не апеллирующих к теории семиотики, но активно включающих семиотические концепции в практический анализ выбранного объекта. Это хорошо просматривается в стремлении исследователей найти четкие основания для классификаций и типологий, которые составляют большую часть теории и истории журналистики.

⁵⁹ Теория журналистики в России... С. 112–116.

⁶⁰ Там же. С. 94–95.

⁶¹ Там же.

⁶² Там же. С. 251.

Е. В. Ахмадулин, обобщая разные подходы к истории журналистики, обращается к теории систем, фактически предлагая свою трактовку семиосферы журналистики как системного образования⁶³. Предлагая параметры системного рассмотрения журналистики, исследователь задает основания для поиска кода журналистского пространства, который предопределяется сочетанием таких параметров, как сущность, структура, состав, функции, интегративные факторы, коммуникации, история. О. С. Кругликова называет ряд исследователей, выявляющих, как и Е. В. Ахмадулин, системные особенности журналистики как социального института (большинство из них упоминались во Введении): В. В. Ученова⁶⁴, Е. П. Прохоров⁶⁵, В. Д. Мансурова⁶⁶, С. Г. Корконосенко⁶⁷, Л. Г. Свитич⁶⁸, И. Н. Блохин⁶⁹, В. А. Сидоров⁷⁰. Этот перечень может быть существенно расширен и дополнен. Так, системный подход Е. П. Прохорова, как уже отмечалось во Введении, детально рассмотрен И. Н. Деминой и М. В. Шкондиным⁷¹. Однако можно добавить, что Е. П. Прохоров, помимо, собственно системного подхода к журналистике (воплощенно в четырех основных принципах: целостности, структурности, функциональности, гибкости)⁷², разрабатывал концепцию синергетики в журналистике, представляя медиасистему как сложную динамичную структуру, подверженную флуктуациям, воздействиям аттракторов и работающую

⁶³ Ахмадулин Е. В. Проблемы и методология системного исследования истории отечественной журналистики // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. 2009. № 1. С. 118–129.

⁶⁴ Ученова В. В. Три грани теории журналистики. Гносеологические проблемы публицистики. Публицистика и политика. У истоков публицистики. М. : Аспект Пресс, 2009.

⁶⁵ Прохоров Е. П. Журналистика и демократия : учеб. пособие. М. : Аспект Пресс, 2004.

⁶⁶ Мансурова В. Д. Журналистская картина мира как фактор социальной детерминации: монография. Барнаул : Изд-во АлтГУ, 2002.

⁶⁷ Корконосенко С. Г. Теория журналистики. Моделирование ...; Теория журналистики в России...

⁶⁸ Свитич Л. Г. Феномен журнализма. М. : Икар, 2000.

⁶⁹ Блохин И. Н. Журналистика в этнокультурном взаимодействии : учеб. пособие. СПб. : Изд-во Санкт-Петербург. гос. ун-та, 2013.

⁷⁰ Сидоров В. А. Аксиология журналистики...

⁷¹ Демина И. Н., Шкондин М. В. Синергетика и теория журналистики: аспекты исследования медиасистемы // Вопросы теории и практики журналистики, 2016. № 5 (1). С. 14–28.

⁷² О месте теории журналистики Е. П. Прохорова в медиапространстве России см.: Дунас Д. В. О целесообразности создания теории СМИ на современном этапе // Вопросы теории и практики журналистики. 2017. Т. 6. № 1. С. 37–38.

по принципу бифуркации⁷³. Е. П. Прохоров предлагает внести терминологию синергетических объектов в теорию журналистики для использования их эпистемного потенциала. Но сам его обобщающий подход к журналистике может быть представлен и в категориях семиотики: он описывает журналистику как пространство производства смыслов и интенсивного обмена ими, что приближает его модель к знаковым системам и семиосфере, рассматриваемой в категориях семиотики Ю. М. Лотманом⁷⁴. Сходный подход мы находим в трудах Е. Л. Вартановой, которая отмечает, что система СМИ формируется под воздействием экономики, политики, технологий, которые предопределяют структуру, функции, формы и контент журналистики при корректирующем влиянии национальной культуры⁷⁵.

Приведем также примеры структурно-системных решений в описании отдельных аспектов журналистики. Так, например, в «Теориях журналистики в России» приводится диаграмма, систематизирующая материал издания (см. рис. 2). Определение четырех основных разделов и их структуризация представляет собой работу означивания – поиска ответа на вопрос о качестве и значении той или иной стороны объекта. В статье И. А. Фатеевой предлагается нелинейный подход к типологии СМИ (см. рис. 3). Здесь мы обнаруживаем ту же работу по извлечению метазначений из анализируемого материала, что предполагают процедуры семиотического анализа: автор отказывается от иерархических подходов к типологии на основании «важных» — «второстепенных» признаков и выявляет

⁷³ Прохоров Е. П. Идеи синергетики и методология журналистики // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. 2009. № 2. С. 13–30.

⁷⁴ Стоит отметить, что синергетический подход повлиял на труды позднего Лотмана, в том числе и разработку концепции семиосферы. См.: Кнабе Г. С. Знак. Истина. Круг : Ю. М. Лотман и проблема постмодерна // Лотмановский сборник 1. М., 1995. С. 266–277.

⁷⁵ Вартанова Е. Л. Теоретический анализ российской медиасистемы: между общим и особенным, формальным и неформальным // Вопросы теории и практики журналистики. 2013. № 2. С. 7–19. См. также ряд недавних работ этого автора и публикаций по проектам, которыми руководит Е. Л. Вартанова: Вартанова Е. Л. Теория медиа как перекресток научных подходов и методов // Вопросы теории и практики журналистики. 2018. Т. 7. № 1. С. 165–176; Отечественная теория медиа: основные понятия : словарь / под ред. Е. Л. Вартановой. М. : Изд-во Моск. ун-та, 2019; От теории журналистики к теории медиа. Динамика медиаисследований в современной России : колл. моногр. / под ред. Е. Л. Вартановой. М. : ИД МГУ, 2019 и др. работы.

сущностные параметры каждого типа, которые и становятся основой типологии (субъект-объектные отношения).

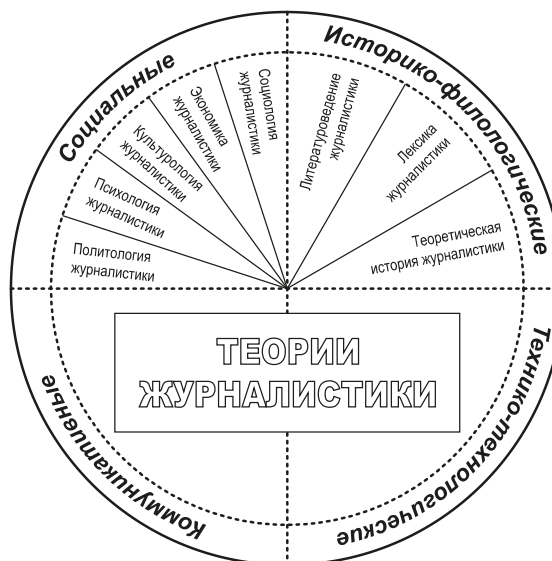


Рис. 2. Схема «Дисциплинарная структура теории журналистики»⁷⁶

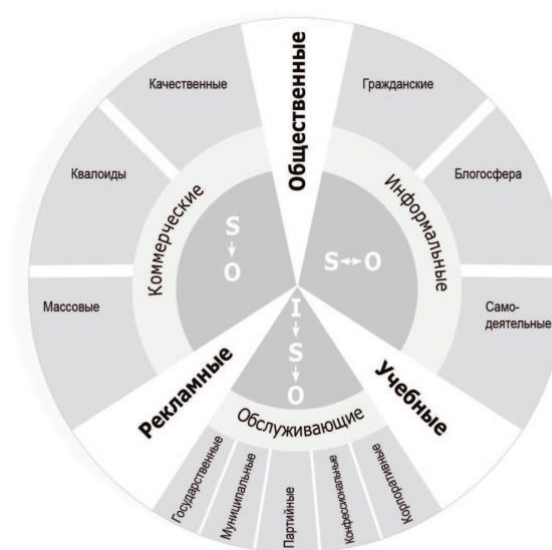


Рис. 3. Диаграмма «Типология современных СМИ»⁷⁷

Такие примеры показывают, что медиаисследователи стремятся к созданию обобщающих моделей журналистики, что и открывает перспективу характеристики журналистики как семиосферы.

⁷⁶ Теории журналистики в России: зарождение и развитие / под ред. С. Г. Корконосенко. СПб. : Изд-во Санкт-Петербург. гос. ун-та, 2014. С. 38.

⁷⁷ Фатеева И. А. О типологических доминантах... С. 94.

Прежде всего, это принцип «семиотически настроенного» пространства, в котором только и может осуществляться семиозис. Ю. М. Лотман полагает, что семиосфера есть не только собственно пространство производства значений, но и условие этого производства. Тезис о конвенциональной природе семиосферы представляется значимым, когда речь идет о национальных моделях журналистики. Спор о самостоятельности той или иной журналистской модели, ее автономности от считающихся нормативными англо-саксонской, американской моделей продолжается и по сей день. Здесь сталкиваются противоречивые и порой противоположные точки зрения: о доминировании нормативной концепции и ее постепенном распространении в мире (или, точнее, постепенном освоении этой модели разными национальными медиасистемами)⁷⁸, о возможной типологии журналистских моделей и описания «кластеров медиасистем»⁷⁹, наконец, о частичной либо полной автономии систем журналистики каждой отдельно взятой культурной, национальной и даже государственной общности⁸⁰. Между тем процесс означивания, вычленения значимых элементов, выявления их связей и взаимозависимостей не представляется возможным как универсальное действие. Сами приемы и способы семиотического анализа (его процедуры) могут быть универсальными, но система конвенций, в которой разворачивается семиозис, требует особого внимания.

В связи с этим особое значение для понимания семиосферы журналистики приобретают труды, в которых тема индигенизации медиасистем (их права на самостоятельность и отличность от других) оказывается центральной. Так, А. Л. Дмитриевский предлагает

⁷⁸ См. радикальную позицию Д. В. Дунаса: Дунас Д. В. О целесообразности создания...

⁷⁹ Hallin D., Mancini P. (eds.) *Comparing media-systems beyond...*; см. также: Землянова Л. М. Теоретические принципы сравнительного анализа медийных систем в трудах Даниела Халлина и Паоло Манчини, их адептов и оппонентов // Медиаскоп. 2013. № 3. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1388> (дата обращения: 03.04.2021).

⁸⁰ Wang G. Culture, paradigm, and communication theory: A matter of boundary or commensurability? // *Communication Theory*. 2014. № 24 (4). P. 373–393; Zagidullina M. V. Universality or commensurability: Can the latter bridge the culture gap? // *International Communication Gazette*. 2015. № 8. P. 487–499; Korkonosenko S. G. Journalism in Russia as a national cultural value // *Russian Journal of Communication*. 2011. № 3/4. P. 159–176 и др.

экзистенциальную теорию журналистики, в которой вопросы взаимоотношения прессы и власти не являются существенными, а в центр системы поставлена личность журналиста⁸¹. В. Л. Иваницкий рассуждает об «институциональной ловушке», в которой оказалась современная российская журналистика, и предлагает путь кооперации государства и профессионального сообщества для преодоления этого кризиса и создания общественных СМИ на тех основах, что были детально освоены в советский период развития журналистики, в том числе и патерналистские принципы организации медиасистемы⁸². В коллективной монографии «Теории журналистики в России: зарождение и развитие» тема поисков уникальной исторически сложившейся характеристики российской журналистики является центральной⁸³.

Основательное изучение индигенизированных журналистских миров осуществляется в рамках концепции соизмеримости⁸⁴ (в противовес сравнительному изучению медиа⁸⁵). Здесь главным становится поиск «равнодействующей» разных элементов системы, когда исследовательская мысль направлена на выявление оснований самих элементов, которые могут казаться совершенно несопоставимыми при использовании таких инструментов, как готовая матрица нормативного подхода.

⁸¹ Дмитриевский А. Л. Экзистенциальная теория журналистики: на пути к метатеории // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. 2015. № 5 (360). С. 15–20.

⁸² Иваницкий В. Л. Программа модернизации института российской журналистики // RELGA. 2011. № 11 (229). URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=2947&level1=main&level2=articles> (дата обращения: 07.08.2019).

⁸³ Теории журналистики в России: зарождение и развитие...

⁸⁴ См.: Gunaratne S. A. The Dao of the Press: A Humanocentric Theory. Cresskill, NJ: Hampton Press, 2005; Wang G. (ed.). De-Westernizing communication research: Changing questions and altering frameworks. New York : Routledge, 2011. P. 274–275.

⁸⁵ Сравнительное изучение медиасистем предполагает «равенство критериев»: см. многолетний проект Т. Ханища «Миры журналистики», а также публикации этого ученого и других членов проекта; одни и те же опросники, составленные с ориентацией на «эталонную» нормативную модель, предлагаются профессиональным журналистам и редакторам разных стран. Сравнительный метод был применен в классической работе Сиберта, Петерсона и Шрамма «Четыре теории журналистики» (Siebert F., Peterson T., Schramm W. Four theories of the press. Urbana : University of Illinois Press, 1956; русский перевод: Сиберт Ф., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. М. : Варгнус, 1998). См. критику этого подхода с позиций философии соизмеримости: Servaes J. Questioning the Western bias in International Communication: Beyond Modernization and the Four Theories of the Press // Internationalizing “International Communication” / C. C. Lee (ed.). Lansing, MI : University of Michigan Press, 2011. P. 1–24.

Так, например, идеи В. Л. Иваницкого о кооперации прессы и государства и желательности государственного участия в производстве медиа⁸⁶ (которые, на первый взгляд, кажутся противоречащими принципу свободы прессы) могут оказаться соизмеримыми с концептом «гуаньси» в китайской медиасистеме, отражающим ментальные основы этической регуляции общественной жизни⁸⁷, а также оказаться в одном ряду с «теорией социальной ответственности прессы», предложенной в рамках развития англосаксонской и американской нормативной теории⁸⁸.

Сам принцип соизмеримости представляется значимым в описании семиосферы журналистики, поскольку он позволяет вычленить сущностные элементы семиотического пространства (как самые общие конвенции семиозиса).

Семиосфера журналистики, охарактеризованная в отдельных своих аспектах в трудах медиаисследователей, может быть представлена как наложение концепции семиосферы Ю. М. Лотмана на эти теоретические достижения. Е. П. Прохоров, как указывалось выше, предлагал подобный проект в области синергетики; в нашем исследовании семиосфера журналистики становится исходной точкой рассуждений о семиотике инфографики как подсистемы (или сегмента) общей семиосферы журналистики.

В теории Ю. М. Лотмана отдельные семиосферы представляют собой относительно замкнутые (во всяком случае, обладающие выраженной границей, отграниченные от других, внеположенных по отношению к этим семиосферам пространствам) территории семиозиса, внутри которых действует собственный семиотический язык, на который и переводятся внеположенные явления, пересекающие границы семиосферы. При этом

⁸⁶ Иваницкий В. Л. Программа модернизации...

⁸⁷ Servaes J. Guanxi in intercultural communication and public relations // *Public Relations Review*. 2014. DOI: 10.1016/j.pubrev.2014.10.001. См. об этом также: Загидуллина М. В. Теория журналистики: к вопросу об индигенизации отечественных медиа-исследований // *Знак: проблемное поле медиаобразования*. 2015. № 1 (15). С. 64–73.

⁸⁸ Сиберт Ф., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы... С. 112–154. См. также: Servaes J. Beyond the four theories of the press // *Communicatio Socialis Yearbook*. 1989. № 8. P. 107–119.

количество таких семиосфер бесконечно, и они «вкладываются» одна в другую – по принципу матрешки⁸⁹. Это положение актуально для вычленения семиосферы журналистики – причем, как мы уже отметили выше, может быть охарактеризована семиосфера журналистики *вообще*, неприменительно к географии ее бытования, и выделены отграниченные семиосферы национальных медиасистем, «язык» которых будет отличаться от языка «глобальной» журналистики.

В определенном смысле, можно отметить, что в пространстве *метатеории* журналистики развернулась борьба (полемика) вокруг вопроса о сущностных свойствах журналистики как деятельности (столкновение разных нормативных подходов). Ю. М. Лотман, теоретизируя само понятие семиосферы, отмечает, что, помимо ее явно выраженных границ, она характеризуется постоянными динамическими процессами обмена между семиотическим центром и периферией. Ядро семиосферы составляют наиболее устойчивые, институционально утвержденные механизмы означивания (производства смыслов), а периферию – хаотически взаимодействующие феномены разнородных вторжений, вызовов со стороны других семиотических систем, не поддающихся переводу на язык конкретной семиосферы. Непереводаемость создает условия для эвристических прорывов, которые одновременно вызывают расшатывание ядерных механизмов, в конце концов вытесняя ядерную часть на периферию и занимая ее места (чтобы потом быть вытесненными новым означиванием, которое может в принципе изменить исходный язык данной семиосферы). Лотман назвал этот признак семиосферы «семиотической неравномерностью»⁹⁰. Однако, с его точки зрения, процессы смены языка семиосферы относятся к крайне длительным и постепенным явлениям, поэтому на протяжении больших периодов семиосфера сохраняет свою целостность за счет инвариантов ее языка (когда

⁸⁹ Лотман Ю. М. Статьи по семиотике и топологии культуры... С. 28–29. Под текстом Лотман понимает любое явление, феномен, сообщение, объект, открытый пониманию, а под языком – собственно способ этого понимания, перевода объекта в область интеллектуального осмысления.

⁹⁰ Там же. С. 16–20.

все новые явления получают означивание в категориях подобия, соотнесения с семиосферой в целом по принципу изоморфизма). Еще одна особенность семиосферы – работа механизмов симметрии-асимметрии, под которыми Ю. М. Лотман понимал собственно диалог между уже усвоенными (и переведенными в институциональный уровень) элементами семиосферы и новыми, кажущимися с точки зрения ее логики иррациональными элементами⁹¹. Диалог, по мнению ученого, и является основой всего в мироздании (от генетико-молекулярных процессов вплоть до Вселенной и других вселенных)⁹². Диалог возможен в силу диахронной глубины семиосферы – работе памяти, которая актуализирует феномены прошлого, конституирует их и составляет из них основу восприятия и перевода на свой язык новых явлений.

Таким образом, Ю. М. Лотман рассматривает семиосферу в категориях коммуникации (и даже выдвигает тезис о том, что самая гигантская из всех семиосфер – семиосфера человечества, универсум – является всего лишь сообщением в макродиалоге миров⁹³).

Чтобы охарактеризовать семиосферу журналистики, необходимо описать способы ее отграничивания («выгораживания») из общей семиосферы культуры, а также рассмотреть журналистику в аспекте ее внутреннего диалога (динамика обмена ядра и периферии, подвижность ядра, тенденции захвата ядра определенными потоками, движущимися от границ семиосферы). Для общей семиосферы массовой коммуникации как части общественной жизни работу такого «насыщенного описания»⁹⁴ сделал П. Фаббри в 1973

⁹¹ Лотман Ю. М. Статьи по семиотике и топологии культуры... С. 16–20. Лотман приводит в качестве примера работу сознания с палиндромами в русском языке: чтобы их обнаруживать, надо перестать *читать* текст, надо его *рассматривать*.

⁹² Там же. С. 24.

⁹³ Там же. С. 20.

⁹⁴ Клиффорд Гирц предлагает идею «насыщенного описания» в качестве восполнения лакун семиотического анализа: задача не столько в осуществлении конкретных процедур (которые неизбежно обедняют семиотический подход), сколько в поиске релевантного способа насыщенного, детального, хорошо структурированного описания явления. Такое описание неизбежно вскроет суть и смыслы семиотической структуры. См.: Гирц К. Интерпретация культур / пер. с англ. М. : Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2004. С. 20.

году⁹⁵. Лейтмотивом его исследования стал тезис о «декадансе социологии» в медиаисследованиях — по сути, сами того не замечая, они стали «перерождаться» в семиотические, а собственно семиотика массовой коммуникации оказалась чуть ли не единственным способом адекватной характеристики крупных культурных процессов.

Тезис о неизбежности семиотического подхода к журналистике при решении задачи ее обобщенного («насыщенного») описания может быть подтвержден, например, анализом статьи С. Г. Корконосенко «Журналистика» в словаре-справочнике «Медиалингвистика в терминах и понятиях»⁹⁶. Автор начинает с констатации многозначности понятия, когда выбор правильного значения зависит исключительно от контекста. Далее следует описание понятия, которое мы можем принять за характеристику семиосферы журналистики: это отображение актуальной действительности (подчеркивается событийность и социальная значимость, уже репрезентируя селекцию, границу в описании журналистики, отграничивая ее от отображения *другой* действительности, не обладающей признаками событийности и социальной значимости), в то же время это инструмент общественного познания и преобразования действительности (в этой ипостаси журналистика выступает аналогом коллективного социального актора, в то же время сохраняя свою *объектность*, за счет чего создается противоречие, требующее разрешения), а также это выражение разнообразных индивидуальных и частно-групповых интересов (фактически в этой части дефиниции граница, обозначенная в первой части, проблематизируется, а вторая часть оказывается вытеснена в самостоятельную зону внутри общей семиосферы). Таким образом, уже в начале «насыщенного» описания мы видим возможность построения модели журналистики: это традиционная

⁹⁵ Fabbri P. Le comunicazioni di massa in Italia: sguardo semiotico e malocchio della sociologia // Versus. 1973. № V. P. 57–112. См. обзор этой публикации как обоснования семиотического подхода к журналистике: Alsina M. R. Socio-Semiotics as a journalism research method // Brazilian Journalism Research. 2008. Volume 4. Number 1. Semester 1. P. 28–29.

⁹⁶ Корконосенко С. Г. Журналистика // Медиалингвистика в терминах и понятиях : словарь-справочник / под ред. Л. Р. Дускаевой. М. : Флинта, 2018. С. 192–195.

хроника общественной жизни, социальный активизм (или инструмент такого активизма) и зона частных интересов и бесконечно возникающих и распадающихся социальных ансамблей (мы могли бы здесь даже усмотреть намек на понятие «досуговой журналистики»⁹⁷). Продолжая интерпретацию данного определения, таким образом, мы могли бы сказать, что семиосфера журналистики представляет собой три «вложенные» модели, которые объединяются в две: первая – это «союз» «пассивного» фиксирования социально значимых событий и «активного» вторжения в социальную действительность, а вторая – зона «бегства» от социально значимого пространства в область частных интересов. Далее С. Г. Корконосенко указывает на нормативные основания журналистики как деятельности (документализм, правдивость и жизнеподобие), а также описывает институциональное ядро этой модели, в рамках которого и должно осуществляться базовое производство смыслов (исследователь называет эту часть описания «институциональным планом»). Журналистика предстает в виде общественного феномена – социального института, взаимодействующего с другими, и собственно материального объекта, воплощающего интенции этого феномена. Характеристика материальной стороны журналистики в определении не дается, однако сам факт включения инфраструктурных элементов в «насыщенное» описание представляется важным.

Фактически в приведенном определении симметрия и асимметрия заданы нормативным ядром (что именно считать социально значимым и общественно полезным). Анализируя другие примеры описания журналистики как семиосферы, обратимся к социально-семиотическому подходу, который разработан в поиске ответа на подобные вопросы и разрешение таких противоречий, как приведенное выше. В исследовании Микеля Родриго Альсины в ключевых словах поставлено всего два понятия –

⁹⁷ Досуговая журналистика в России : материалы межвузовской научно-практической конференции / под ред. Л. Р. Дускаевой. СПб. : Астерион, 2009.

социальная семиотика и журналистика, поэтому эта работа представляется значимой в контексте нашего исследования как пример описания журналистики в семиотическом ключе. Автор указывает на основные теоретические противоречия социо-семиотического подхода к журналистике, когда сама гибридная сущность метода предопределяет и его преимущества, и его недостатки («не социология и не семиотика»). На наш взгляд, автор слишком «привязан» к идее текста в прямом смысле этого слова (текст как журналистское сообщение), и поэтому он вынужденно «заслоняется» мыслями других ученых. Однако сущностная идея Альсины кажется значимой: социо-семиотическая картина медиа всегда больше, чем собственно материальность и содержание самих медиа. Особенно в этой статье значимо обращение к дискурс-анализу и контент-анализу. Автор указывает, что фактически работа с медиадискурсом приближает исследователя к семиотической деконструкции в рамках идеологий соответствующего общества⁹⁸. Обобщая, мы можем отметить, что журналистика предстает здесь в качестве пространства, в котором постоянно производятся и потребляются смыслы, причем это производство и потребление не может быть адекватно описано с помощью «массово-унитарных» категорий: слишком много различных индивидуальных факторов предопределяют весь процесс смыслопроизводства и декодирования смыслов.

Систематизируя семиотический подход к коммуникациям, П. Фаббри отмечает, что семиотический анализ позволяет вскрыть два главных механизма самого поля производства и потребления медиасмыслов: это дефицит и различие⁹⁹. Под этими понятиями скрываются все те же основания диалога, по Лотману. Дефицит есть источник производства смыслов, а различие может быть понято как асимметрия, несходство, чуждое, требующее перевода на язык семиосферы (ее ядра). И именно эти два механизма создают достаточное напряжение в системе, чтобы она оставалась

⁹⁸ Alsina M. R. Socio-Semiotics as a... P. 36–38.

⁹⁹ Fabbri P. Le comunicazioni di massa in Italia...

неравновесной, подвижной, живой. Лотман постоянно возвращается к вопросу динамики семиосферы: процессы движения от периферии к центру и обратно, преобразования хаоса в космос, поиска средств перевода, когда результатом может стать преодоление собственного «старого» языка системы – все это может быть приложено к описанию семиосферы журналистики.

Рассмотрим подробнее уже упоминавшееся в работе описание Е. П. Прохоровым семиосферы журналистики через синергетический подход. Внимание ученого к идеям синергетики объясняется как (для начала XXI века) растущей популярностью этого подхода, во всяком случае, появлением русскоязычных теоретических источников, во многом развивающих идеи И. Пригожина¹⁰⁰, так и опасениями в «раздувании» этого подхода при «нулевом» для теории результате. Однако, когда Е. П. Прохоров переходит к анализу эвристического потенциала синергетики для журналистики, он обнаруживает, что многие ее идеи могут быть с успехом экстраполированы в теорию науки о журналистике. Для нас важно, что предлагаемая в статье экстраполяция во многом отвечает принципам «насыщенного» семиотического описания. Так, Е. П. Прохоров указывает, что журналистика (здесь во всех случаях речь идет о журналистской деятельности, части общественных отношений) может быть представлена как динамическая неравновесная система, в которой вычленяются отдельные подсистемы, элементы, поля, которые связаны друг с другом не обязательно сильными связями, но порой очень слабо и подвижно. Мы могли бы здесь прокомментировать с позиций теории семиосферы, что речь идет о потоках, маркированных иными логиками, чем центральная логика системы, «не переведенными» на ее язык. С этой точки зрения, концепция семиосферы обладает большей объяснительной силой, поскольку она исключает оценочность связей внутри системы, а анализирует исключительно процессы

¹⁰⁰ Основные источники рассуждений Е. П. Прохорова: Аршинов В. И. Синергетика как феномен постнеклассической науки. М., 1999; Капица С. П., Курдюмов С. П., Малинецкий Г. Г. Синергетика и прогнозы будущего. 3-е изд. М., 2003 и особенно исследование Е. Н. Князевой и С. П. Курдюмова (Князева Е. Н., Курдюмов С. П. Основания синергетики. Режимы обострения, самоорганизация, темпомиры. СПб., 2002).

интеграции разнородных элементов в терминах их «перевода» на язык системы, а также влияния их – кажущейся – иррациональности на устойчивые, «окаменевающие» элементы ядра, расшатывающие их и приводящие в действие механизм подвижности.

Другой тезис из рассуждений Е. П. Прохорова – фазовое пространство, фазовая траектория изучаемой системы, понимание, в какой именно точке развития находится феномен. По мнению ученого, невозможно переоценить значимость фазового подхода к журналистским процессам. Для наших рассуждений важно, что такой подход полностью коррелирует с динамическим подходом к семиосфере в трудах Ю. М. Лотмана и других семиотиков: процессы движения всегда могут быть маркированы (от ядра к периферии и наоборот), всегда могут быть зафиксированы как происходящие на границах семиосферы, вне нее или в ее ядре.

К этим рассуждениям близко подходит и тезис об открытости систем, который в синергетике предполагает возможность обмена между системами. Лотман, в свою очередь, подробно теоретизирует возможность сосуществования разных семиосфер, их неизбежной открытости друг другу (границы обладают свойствами мембран: с одной стороны, они обеспечивают целостность своей внутренней, ограждаемой части, а с другой – ее контакт с внешними пространствами). По Е. П. Прохорову, журналистика представляет собой максимально открытую систему, главный фактор которой – деятельность людей, по сути своей безгранично разнообразная. Нам представляется важным момент представления журналистики в виде системы, граница которой настроена на восприятие как можно большего числа влияний со стороны человеческой деятельности; здесь методологически значимо понимать, как работает сама граница (фильтрует это многообразие). По Лотману, такая фильтрация идет как перевод на язык системы: воспринимаются только те «инородные» элементы, чей код может быть адаптирован кодами системы, ее внутренней настройкой. Так, следуя мыслям Е. П. Прохорова, мы можем описать этот элемент семиосферы журналистики

как встречу ее установок, миссии с многообразием человеческой деятельности (в определении С. Г. Корконосенко, например, подчеркивается социально значимый – то есть важный для всего общества – характер информации, которой занимается журналистика).

Говоря о неравновесности системы журналистики, Е. П. Прохоров отмечает значимость этой позиции для понимания истории журналистики и ее современного состояния. Журналистика предстает как средоточие разнонаправленных сил, она подвергается ряду факторов, в том числе исходящих и от мегасистемы, в рамках которой она функционирует. Эту же мысль Ю. М. Лотман обосновывает как принципиальную значимость постоянно осуществляемого диалога, понимаемого им как взаимодействие различных, несовпадающих по самым разным основаниям элементов, меняющихся в ходе этого взаимодействия. Применительно к журналистике мы могли бы говорить о значимости национальных традиционных ментальных оснований и самой журналистской деятельности, и журналистского контента, которые постоянно находятся в ситуации вопрошаний, вызовов, в том числе и в условиях экспансии универсальных моделей и теорий журналистики. Система оказывается неравновесной потому, что в ней постоянно усиливается то один, то другой микроцентр притяжения, а происходит это в силу все той же динамики и вторжения новых элементов, «усваиваемых» семиосферой.

Нелинейность, обозначенная Е. П. Прохоровым как «веер возможностей», коррелирует с таким сущностным свойством журналистики, как ее антропоцентричность, внимание к человеку, который, в свою очередь, генерирует реакции, не отвечающие принципам детерминизма и причинно-следственных линейных связей. Исследование этого непредсказуемого с точки зрения линейной логики мира и определяет суть журналистского концепирования действительности.

Подводя итог своим рассуждениям, Е. П. Прохоров отмечает, что методология науки о журналистике, казалось бы, и так всегда оперировала

подобным видением своего объекта. Однако, с его точки зрения, значимым было бы ввести синергетический подход открыто в «ясное поле» методологии журналистики: рассмотрение процессов журналистской деятельности как динамической неравновесной системы, сутью которой становится постоянный выбор из множества вариантов. Именно поэтому особое значение приобретает понятие бифуркации. Это же понятие Лотман активно использует для объяснения динамики семиосферы и ее внутреннего развития. Е. П. Прохоров поясняет принцип бифуркации, говоря о «перезрелости» системы: в какой-то момент она достигает такого состояния, когда перемены становятся необходимы. Журналистика здесь предстает в качестве самообновляющейся системы: моменты бифуркаций перемежаются моментами стабильности. Бифуркационные моменты характеризуются некой хаотичностью, непредсказуемостью, подверженностью случайным факторам. Моменты между бифуркациями характеризуются детерминизмом, упорядоченностью. Этот принцип Е. П. Прохоров предлагает положить в основу истории журналистики как социального института, поскольку так создается возможность объяснения целого ряда феноменов, ранее в истории (во всяком случае, отечественной) журналистики не получивших должной оценки и осмысления. Важно, что в семиосферной логике Ю. М. Лотмана история феномена уже «вложена» в порядок семиосферы, то есть на момент описания семиосфера включает в себя свое прошлое, которое может быть охарактеризовано все в тех же категориях основного «языка» семиосферы, как процессы динамического обмена между центром и периферией. По Лотману, «диахронная глубина» семиосферы¹⁰¹ обусловлена ее памятью, выступающей важным конституентом языка семиосферы. Память, в первую очередь, организуется по принципу экономии (отделения значимого от незначимого).

Е. П. Прохоров, применяя к журналистике понятия диссипации, флуктуаций, фракталов, хаоса, явно апеллирует к состоянию журналистики 90-х годов, когда «структурная разлаженность» приводит к целому ряду

¹⁰¹ Лотман Ю. М. Статьи по семиотике и топологии культуры... С. 20.

явлений, характеризующихся как нестабильность: расплывчатость и невнятность целей, «внутренняя усталость», «маргинальная устойчивость». По мнению ученого, хаос есть обещание развития, движения к новой цели, которой выступает аттрактор – точка притяжения, формирующая новый центр («желаемое будущее»). Е. П. Прохоров полагает, что аттрактор может быть представлен как воображаемый идеал, который система описывает в виде целеполагания. Под воздействием этого выбора старые элементы «выжигаются», а те, что отвечают этому новому аттрактору, укрепляются и «расцветают». Такой подход, по мнению исследователя, позволяет иначе взглянуть на происходящие в журналистике процессы и изменения, когда выбор из множества аттракторов одного центрального («суператтрактора») перемещается в зону этики и ответственности конкретных акторов. Примечательно, что Лотман говорит о «высшем состоянии» семиосферы, когда она получает признаки «поведения» (свободного выбора пути).

Пример научного исследования Е. П. Прохорова может быть рассмотрен методологически и эпистемологически: определенная философская «рама» накладывается на феномен с целью раскрыть закономерности и особенности существования этого феномена. Большой интерес представляют в этой связи и труды Л. Г. Свитич, которая предлагает аналогичные примеры экстраполяции объяснительных моделей на журналистику и дает свой оригинальный взгляд на «феномен журнализма»¹⁰². С точки зрения Л. Г. Свитич¹⁰³, системное представление о журнализме как феномене обнаруживаем во множестве работ, это распространенная практика

¹⁰² Свитич Л. Г. Феномен журнализма... Понятие «журнализм», предложенное исследователем вместо понятия «журналистика», обладающего более узким значением, не прижилось в отечественных медиаисследованиях, о чем пишет С. Г. Корконосенко (Корконосенко С. Г. Журналистика // Медиалингвистика... С. 193 и другие работы этого исследователя). Отметим также, что терминологическое «неудовольствие» понятием «журналистика» высказывается постоянно, см. обзор, на который ссылается Л. Г. Свитич: Дунас Д. Проблема изучения журналистики в поле массовой коммуникации: взгляд зарубежных исследователей // Меди@льманах. 2013. № 1. С. 6–15 и более поздние труды этого исследователя.

¹⁰³ Свитич Л. Г. Изучение журналистики...

эвристического анализа¹⁰⁴. Л. Г. Свитич в своей статье 2016 года¹⁰⁵ подчеркивает, что идеи системного анализа журналистики были обобщены ею еще двадцать лет назад. Мы могли бы отметить, что усилия по такой систематизации все же остаются на уровне отдельных цитат и не проникают в фундамент науки о журналистике, во многом остаются метафорами (и статья Л. Г. Свитич показывает, что, по ее мнению, дискуссия разворачивается в условиях недостаточного знакомства с работами предшественников, в том числе и ее концепцией).

Серьезные размышления об отечественных теориях журналистики (ученый настаивает на множественности теорий как единственном гаранте приближения к истине) принадлежат С. Г. Корконосенко, неоднократно вступавшему в полемику по поводу самих оснований этих теорий. Предлагая субстанциональный подход к анализу журналистики, ученый выдвигает такие близкие семиосферному подходу тезисы, как целостность и автономность (самодостаточность) журналистики в социуме (а значит, необходимость ее описания и определения «изнутри», ответа на вопрос «какая она», «что из себя представляет»), необходимости познания ее внутренних механизмов, обусловленных работой ядра¹⁰⁶. Как видим, сама терминология здесь близка концепции Ю. М. Лотмана, хотя на первый план выходит эпистемология отдельно взятого объекта.

В зарубежных исследованиях мы также находим семиосферный подход к журналистике как очерченной (отграниченной) системе, функционирующей по принципам динамики ее составных элементов и постоянного обмена (как внутреннего, так и внешнего), что Лотман называет условиями диалога как

¹⁰⁴ Ключевые работы здесь – труд Е. П. Прохорова (Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики : учебник. 8-е изд., испр. М. : Аспект Пресс, 2011), исследования Е. Л. Вартаковой (Вартакова Е. Л. О необходимости модернизации концепций журналистики и СМИ // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. 2012. № 1. С. 7–26), далее названы следующие исследования, предлагающие оригинальное рассмотрение журналистики (журнализма, в терминах Л. Г. Свитич): Чевозерова Г. В. Основы теории журналистики : учеб. пособие. Тольятти : Изд-во Тольят. гос. ун-та, 2011. Ч. 1 : Метажурналистика; Ахмадулин Е. В. Краткий курс теории журналистики : учеб. пособие. М. ; Ростов н/Д. : МарТ, 2006; Корконосенко С. Г. Теория журналистики в России: научные школы / С. Г. Корконосенко // Век информации. 2016. № 1. С. 48–58.

¹⁰⁵ Свитич Л. Г. Изучение журналистики...

¹⁰⁶ Корконосенко С. Г. Субстанциональный подход...

сути жизнеобеспечения систем. Так, в одной из широко известных в журналистике работ нидерландского исследователя М. Дезе (другие транскрипции фамилии Deuze: Дез, Дизе) «Что такое журнализм?»¹⁰⁷ предлагается обзор точек зрения на журналистику как систему, в которой существует свой собственный язык (Дезе называет его идеологией журналистики): в пространстве журналистики происходит кристаллизация идей, образующих ее ядро, при этом другие идеи отбрасываются или маргинализируются¹⁰⁸. Дезе использует понятия, близкие к описанию семиосферы: идеология предстает не как синоним «борьбы», но как дискурс (даже «доминантный дискурс»): набор ценностей, стратегий, формальных кодов, которые разделяются большинством акторов журналистики¹⁰⁹. Важнейший элемент анализа М. Дезе – четкое указание на процесс «самопознания журналистики», что – в терминах Лотмана – могло бы быть охарактеризовано как метаописание семиосферы¹¹⁰. Потребность в концептуализации собственной деятельности со стороны профессиональной корпорации, каковой выступает журналистика как вид деятельности, «вложена» в общий порядок организационных культур.

Консенсус (у Лотмана – «компромисс» между дестабилизирующими и стабилизирующими элементами семиосферы) Дезе видит в попытках установить универсальные черты журналистики независимо от ее национальных задач (как общую профессиональную идеологию, делающую журналистскую деятельность легитимной в социуме), дискурсивное обозначение типовых ценностей профессии, придающих ей общественный авторитет: 1) общественное служение (выполнение

¹⁰⁷ Deuze M. What is journalism?..

¹⁰⁸ Дезе ссылается на предшественников, теоретизировавших идею маргинализации и ядерности идей внутри института журналистики: Stevenson N. Understanding Media Cultures: Social Theory and Mass Communication. London : Sage, 1995; van Ginneken J. Understanding Global News: A Critical Introduction. London : Sage, 1997.

¹⁰⁹ Deuze M. What is journalism?.. P. 445.

¹¹⁰ Лотман Ю. М. Статьи по семиотике и топологии культуры... С. 49. Лотман отмечает, что метаописание («самоописание») относится к числу стабилизирующих механизмов семиосферы, организующих ее в гомеостатическом направлении (в противовес динамическим процессам вызова норме, вырабатываемой в ходе метаописания). Лотман пишет о компромиссе, который и предопределяет укрепление метаописаний и их нормативизацию, канонизацию (там же).

общественно значимых функций предоставления значимой информации); 2) объективность (понимаемая как беспристрастность, нейтральность, справедливость, выступающие фундаментом доверия журналистике со стороны общества); 3) автономность (независимость журналистского труда); 4) оперативность (мгновенная реакция на происходящие события); 5) этика (нравственная основа деятельности, а также обоснованность и законность действий)¹¹¹.

Эти ценности рассматриваются М. Дезе как каркас профессиональной идеологии, предопределяющий производство смыслов в самой системе журналистики. В принципе, его статья (являющаяся обобщением множества подходов) демонстрирует возможности семиосферного подхода, ищущего «ключи» к основным процессам, репрезентирующим смыслопорождающие феномены (к каковым относится журналистика).

Очевидно, что семиосферный подход с успехом объединяет различные «картины журналистики» и обладает высоким эвристическим потенциалом.

Основные претензии к сформулированной в современной науке идее о системном, комплексном понимании журналистики могут быть предъявлены со стороны прикладного аспекта: как использовать это понимание журналистики в практике конкретного анализа ее проявлений и элементов? Именно на этот вопрос, на наш взгляд, концепция семиосферы дает четкие ответы, предлагая методологию анализа. Процедуры семиотического анализа, опробованные многократно в разных отраслях научного знания учеными разных стран и научных школ, могут «отпугнуть» исследователя, представляющего частную область знаний, своей запутанностью, излишней сложностью. Однако именно в трудах семиотиков, ставящих своей задачей поиск эпистемологических оснований реальности, мы находим стройные описания процедур анализа, превращающих абстрактные обобщенные идеи в инструменты познания. Семиосфера

¹¹¹ Deuze M. What is journalism?.. P. 447. Там же см. перечень источников, на которые опирается исследователь, и подробное описание каждой ценности, см. pp. 445–450.

Ю. М. Лотмана открывает путь к такому анализу, и объяснительная сила концепции семиосферы позволяет прочитать труды других специалистов по семиотике именно в этом, эпистемологически значимом ключе.

Выводы по параграфу 1.1:

Рассмотрен семиотический подход к анализу социальной действительности. Установлено, что логика семиосферы, предложенная Ю. М. Лотманом, релевантна материалу диссертационного исследования. Показано, что медиаисследователи стремятся к созданию обобщающих моделей журналистики, что открывает перспективу характеристики журналистики как семиосферы. Дается характеристика журналистики как части общей семиосферы культуры. Выявлено, что семиотический подход к социальным институтам (каковым является и журналистика) обладает высоким эпистемологическим потенциалом и открывает возможности концептуального анализа отдельных сегментов таких институтов (в том числе инфографики как части журналистики).

1.2 Инфографика: форма-инструмент и стратегия журналистского текста

В предыдущем параграфе, опираясь на труды российских и зарубежных исследователей, мы охарактеризовали семиосферу журналистики. В данном параграфе речь пойдет об инфографике как части журналистики. Основной аспект рассмотрения инфографики – возможность ее рассмотрения как самостоятельной семиосферы, обладающей своим ядром и периферией, своей границей, в рамках которой идет обмен с внешнеположенными по отношению к инфографике иными семиосферами – собственно журналистики, частью которой она выступает, общего состояния коммуникации и ее трендов, техносферы и других пространств, непосредственно создающих условия для возникновения «симметрии и асимметрии» в рамках инфографики.

Обзор определений самого понятия «инфографика» представлен нами в главе коллективной монографии «Судьба печатной прессы в эпоху интернета»¹¹². Но в рамках данного исследования мы можем уточнить понятие применительно к теоретико-методологическому аспекту работы. Чтобы это сделать, проведем анализ одного из развернутых определений инфографики, данного нами в 2014 году¹¹³. В определении несколько слоев, совокупность которых позволяет очертить контуры семиосферы инфографики.

1. Основа инфографического контента – визуальность, предназначенность для рассматривания, что делает инфографику сегментом семиосферы журналистики и самостоятельной семиосферой¹¹⁴, вступающей в отношения интенсивного обмена с визуальным сегментом коммуникации и подлежащим объяснению и пониманию сквозь призму так называемого визуального поворота в культуре.

2. Инфографика в журналистике выполняет особый набор функций, напрямую связывающих инфографику с ядром семиосферы журналистики¹¹⁵, конкретно: направленность инфографики на область восприятия и вторичного перевода (абстрактное подлежит визуальной конкретизации, сложное подлежит наглядному упрощению).

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

¹¹² Симакова С. И. Инфографика как особый тип визуального медиаконтента // Судьба печатной прессы в эпоху Интернета : коллектив. моногр. / М. В. Загидуллина, С. И. Симакова, Л. Г. Александров, Л. Г. Свитич и др. / под ред. М. В. Загидуллиной, С. И. Симаковой. Челябинск : Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2018. С. 84–87.

¹¹³ Симакова С. И. Инфографика как средство визуализации экономической информации в СМИ // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. Вып. 92. 2014. № 23 (352). С. 78.

¹¹⁴ Лотман специально отмечает, что всякое «выделение» семиосфер является эвристическим жестом, оно условно, но важен принцип взаимосвязи в рамках семиосфер: разные подструктуры семиосферы могут рассматриваться как самостоятельные только потому, что существует *общая* семиосфера, предопределяющая системы кодов, которые лежат в основе функционирования «частных» семиосфер. Лотман Ю. М. Статьи по семиотике и топологии культуры... С. 19–20.

¹¹⁵ Я. В. Лайкова именно поэтому предлагает использовать особый термин, отграничивающий инфографику в рамках журналистского дискурса от инфографики «вообще» – «медиаинфографика». См.: Лайкова Я. В. Медиаинфографика как формат...

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

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

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

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

Полезные пояснения по семиотической сущности инфографики в журналистике находим в диссертации Альберто Кайро: он отмечает, прежде всего, журналистскую составляющую (отграничивающую инфографику новостей от инфографики в других областях социального взаимодействия), а также указывает на визуальный характер этого феномена (он предназначен для рассматривания): визуальные элементы, отражающие полезное, актуальное, заслуживающее внимания публики содержание, коррелирующее с журналистскими ценностями и принципами. Здесь мы усматриваем сочетание двух разнородных полей, образующих инфографический феномен: ее связанность с ценностным ядром семиосферы журналистики и ее вытесненность в зону преимущественно формального (внешнего)

рассмотрения и анализа. Это тот самый конфликт, который предопределяет диалог «сходного» и «различного» (несовпадающего), по Ю. М. Лотману.

Так, например, в одной из ранних диссертаций по инфографике находим такое определение: «Инфографика представляет собой информационную часть печатной прессы, объединяющую символные и графические элементы, которые облегчают понимание текущих событий, действий или феноменов либо некоторых их наиболее важных аспектов и сопровождают или заменяют печатный текст. Инфографика существует с 1800 года, но ее активизировало развитие информатики. Существуют различные типы и классы инфографики, удовлетворяющие самым разнообразным профессиональным потребностям. Мы также пришли к выводу, что инфографика имеет две существенные особенности: это, во-первых, полезность в передаче информации в периодической печатной прессе, а во-вторых, визуальные характеристики»¹¹⁶.

Как видим, здесь вновь отмечаются те два фактора, что могут рассматриваться как оппозиционная пара «собеседников диалога»: содержание, соответствующее нормам, принципам ценностного ядра журналистики, и «рассматривательная» (иконическая) стратегия инфографики. Кроме того, здесь уточняется собственная, автономная от журналистики миссия инфографики – облегчать понимание журналистского текста или, точнее (в случае, когда сама инфографика и есть журналистский текст), облегчать понимание текущих событий. Различие (в лотмановском смысле) между информированием и пониманием представляется существенным. Важно, что, как отмечает А. Кайро, «облегчение понимания» ни в коей мере не равно «упрощению»¹¹⁷. В других определениях инфографики мы можем усматривать варьирование этих

¹¹⁶ Valero Sancho J. L. La infografía en la prensa diaria española Criterios para una definición y evaluación : tesis doctoral. Barcelona : Universidad Autónoma de Barcelona, 1999. P. 8–282. Отметим, что это исследование не попало в обширные иноязычные библиографии ни диссертации В. В. Лаптева, ни монографии С. В. Острикова; не встречается она и в других русскоязычных работах по инфографике. Университет в Барселоне – один из признанных лидеров в области исследования информационной культуры (у истоков барселонской школы – Мануэль Кастельс).

¹¹⁷ Cairo A. Nerd Journalism... P. 202.

наблюдений¹¹⁸. Интересна в рамках нашего подхода мысль В. В. Лаптева, который полагает, что понятие «инфографика» закрепляется как аналог выражения «перевод числового в графическое», а сущностным свойством инфографики (в отличие от других типов графиков, диаграмм и прочего) является дизайн, предопределяющий ее качества¹¹⁹. В. В. Лаптев также неоднократно подчеркивает (с опорой на множество источников), что в инфографической визуализации главное – смысл, а не «картинка», что роднит его рассуждения с двучастной моделью «журналистский смысл + визуальное» (хотя в его диссертации инфографика рассматривается вне ее прямой связи с журналистикой).

В современном исследовательском поле накоплен достаточный материал для перехода на качественно новый уровень осмысления этого феномена. Это особенно касается различных подходов к классификации инфографики, выработке ее типологии. Если базовая характеристика кажется простой (журналистское содержание + визуально-графическая форма подачи материала), то варианты ее детализации могут быть представлены самыми

¹¹⁸ См. определения инфографики как «союза» смысла и графики: Смикилас М. Инфографика: коммуникация и влияние при помощи изображений ; пер. с англ. А. Литвинова. СПб. : Питер, 2014; Смирнова Е. А. Инфографика в системе журналистских жанров // Вестник ВГУ. Сер. 8: Литературоведение. Журналистика. 2012. Вып. 11. С. 92–95; Черняк Л. Инфографика: от истоков к современности // Открытые системы. СУБД. 2013. № 05. С. 52–55; Федорова Е. И. Инфографика как метод визуализации данных // Организационная коммуникация: материалы междунар. науч.-практ. конф., 23–24 апр. 2014 г., Минск / отв. ред. О. В. Терещенко [и др.]. Минск : Изд. центр БГУ, 2014. С. 145–149; Рябинина В. Е. Интерактивная инфографика, как способ социокультурной коммуникации в современном обществе // В мире научных открытий. 2013. № 11.6 (47). С. 288–294; Никулова Г. А., Подобных А. В. Средства визуальной коммуникации – инфографика и метадизайн // Образовательные технологии и общество. 2010. Т. 13. № 2. С. 369–387; Мультимедийная журналистика : учеб. пособие для вузов / под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой. М. : Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики», 2017; Некляев С. Э. Инфографика: принципы визуальной журналистики // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10. «Журналистика». 2010. № 4. С. 53–66; Нефедьева К. В. Инфографика – визуализация данных в аналитической деятельности // Труды Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. 2013. Т. 197. С. 89–93; Концевая Г. М., Концевой М. П. Современная журналистская инфографика // Ways of Solving Crisis Phenomena in Pedagogics, Psychology and Linguistics. Materials of the XXXI International Research and Practice Conference and the III age of the Championship in pedagogical and psychological sciences, the II age of the Championship in philological sciences. (London, August 31 – September 06, 2012). Лондон : Международная академия науки и высшего образования, 2012. С. 168–170; Золотова Е. С. Инфографика как способ повышения эффективности деловых интернет-СМИ // Известия Уральского федерального университета. Сер. Проблемы образования, науки и культуры. 2015. № 4 (144). С. 27–32; Ермолаева Ж. Е., Лапухова О. В., Герасимова И. Н. Инфографика как способ визуализации учебной информации // Концепт. 2014. № 11. С. 26–30; Горяйнова А. В., Симакова С. И. Инфографика – современный подход к визуализации журналистских материалов // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2010. № 2 (6). С. 68–73; Бокарева Ю. С., Романовская В. Е. Инфографика как современное средство коммуникации // Вестник ХГАДИ. 2014. № 4–5. С. 13–16 и другие работы.

¹¹⁹ Лаптев В. В. Проектно-художественная эволюция... С. 18–20.

разными моделями. В той же диссертации Валеро Санчо предлагается классификация на основе 12 свойств и 18 качеств инфографического продукта (что образует поистине неохватное количество вариантов)¹²⁰. В отечественной науке в основном предлагается жанровое деление (правильнее сказать – субжанровое, поскольку саму инфографику нередко рассматривают как особый журналистский жанр¹²¹). Для нашего исследования важен сам принцип выделения отдельных элементов системы¹²². Их функционирование, репрезентация в них смыслов, их место в общей иерархии семиосферы инфографики позволяет установить границы этого феномена и выявить его сущностные свойства.

Но для наших задач особое значение имеет тот факт, что в отдельных исследованиях инфографики на первое место выступают такие методы, как опросы журналистов-практиков. Диссертация Альберто Кайро полностью основана на обширном опросе десятков журналистов и редакторов, вовлеченных в производство инфографического контента. Здесь мы усматриваем прямой выход к метаописанию системы, поиску языка ее семиосферы – не только через результат практической деятельности журналистов, производящих инфографику, но и через осмысление ими своего труда и его места в журналистике в целом.

Анализ глубинных интервью позволил Альберто Кайро составить «инфографику современных мнений об инфографике» (см. рис. 4).

¹²⁰ Sancho J. L. V. La infografía en la prensa... P. 283–285.

¹²¹ Борисова И. О. Инфографика как самостоятельный жанр // Известия высших учебных заведений: Проблемы полиграфии и издательского дела. 2012. № 5. С. 186–194.

¹²² См. раздел «Родовидовая структура инфографики всех типов» в монографии С. В. Острикова (Остриков С. В. Теоретические основы и принципы ... С. 103–136).

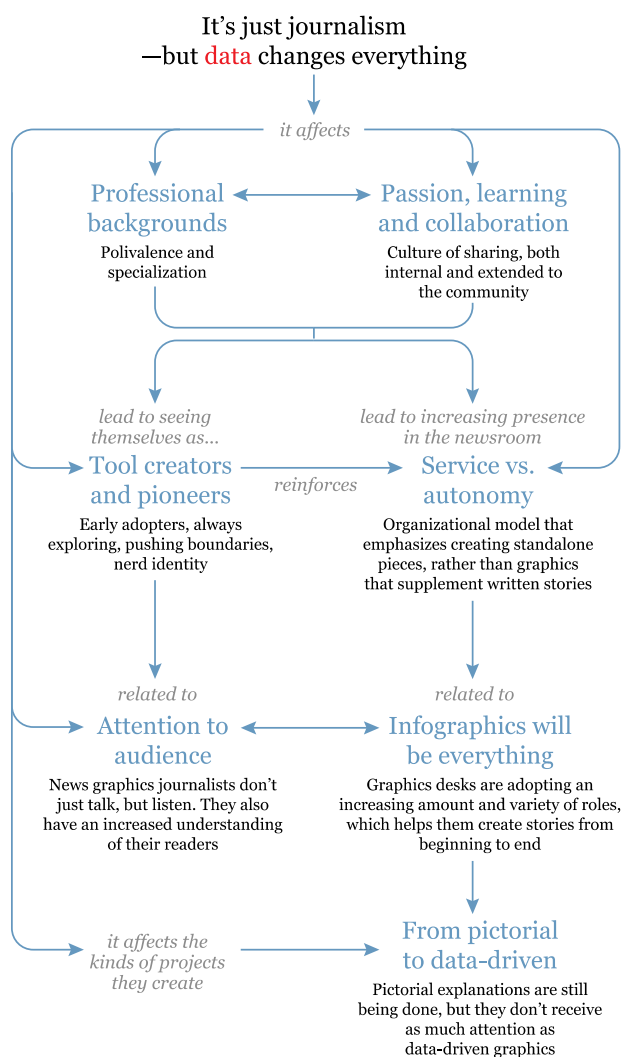


Рис. 4. Схема А. Кайро «Это просто журналистика – но данные меняют все»¹²³

Рассмотрим семиотический потенциал подхода, предложенного Альберто Кайро.

Прежде всего, он сам отмечает некоторое несовершенство и своего опроса, и его интерпретации, указывая в заключении исследования, что вся база данных по опросу выложена в сеть и ожидает иных интерпретаций, чем та, что предложил он. Однако, на наш взгляд, это состоявшееся исследование позволяет сделать достаточно основательные выводы о формировании метаописания инфографики как отдельной семиосферы.

¹²³ Cairo A. Nerd Journalism... Р. 235. Схема выступает оглавлением диссертации – в работе последовательно комментируется каждый «бокс» схемы.

Прежде всего, в этом отграниченном от журналистики пространстве приоритеты расставлены иначе, чем в журналистской семиосфере. Вопросы этического ядра и ценностей предполагаются априори существующими и безусловно принятыми (как мы уже отмечали выше, это выражается в тезисе Кайро о том, что опрошенные им респонденты говорили о некотором неудобстве пользования самим термином «инфографика», за которым с 80-х годов закрепилось значение «вспомогательного инструмента»; они предпочитали именовать себя журналистами¹²⁴). Ядро семиосферы журналистики занимает идея (и даже идеал) понимания. Эта идея «упакована» в десятках определений инфографики разными способами (см. выше), однако общим будет концепция глубокого проникновения в смысл сообщаемого и репрезентация этого смысла особым дизайнерским способом. В «инфографической семиосфере» целостность достигается за счет постоянной «оглядки» на смыслопорождение, подчинение задачам донести смысл максимально ясно (но и с нередким подчеркиванием свободы потребителя информации: пространство инфографики задает определенную шкалу оценок и информационный диапазон, который может быть востребован при восприятии лишь частично).

Эта центральная идея задает общий тон внутрисистемного диалога. Инфографика, по мнению А. Кайро, существует как система в четырех главных своих ипостасях: ремесло создания инфографики с целью смыслопорождения и смыслодонесения (собственно мастерство дизайнера, специалиста, владеющего техниками и технологиями производства графического контента), сам результат такого производства (то есть вся родовидовая, по выражению С. В. Острикова, типология инфографического контента – графики, карты, схемы, рисунки, интерактивная визуализация и др.), институциональные образования в виде специальных отделов инфографики в крупных медиа и, наконец, сами акторы инфографики –

¹²⁴ Cairo A. Nerd Journalism... P. 21–25 и далее.

сообщества людей, занятых производством инфографики и имеющих к этому производству отношение¹²⁵.

Эта четырехчастная система может быть охарактеризована как четыре элемента семиосферы (здесь следует изменить порядок и компоновку частей): это профессионалы с их навыками и умениями, строящие (или стремящиеся построить) внутри семиосферы социальный институт инфографики, обладающий признаками стабильности, устойчивости, что должно выражаться в определенных нормах и правилах (или профессиональных требованиях). Антропоморфность семиосферы, по Лотману, проявляется в том, что мы вообще можем соотнести семиосферу с организмом. Особенно Лотману близка теория левого и правого полушарий мозга, ответственных за разные зоны интеллектуальной и духовной деятельности, как основы диалога «симметрии» и «асимметрии»¹²⁶. По его мнению¹²⁷, семиосфера характеризуется «маятниковой» динамикой от превалирования дискретности к победе» недискретности и наоборот (в развитии художественной литературы это маятниковое движение от классических форм к романтически-барочным). Как эти размышления могут способствовать анализу инфографики в аспекте ее семиосферного существования?

Мы можем наблюдать в исследованиях специалистов по инфографике фиксирование разных периодов ее истории, когда торжествовал то один, то другой подход. Приемы и способы производства инфографики осмыслялись в рамках формирующей семиосферы, получали оценку и перемещались либо в ядро семиосферы (как нормы и правила, или даже

¹²⁵ Cairo A. Nerd journalism... P. 115.

¹²⁶ Лотман Ю. М. Статьи по семиотике и топологии культуры... С. 50–56.

¹²⁷ Ю. М. Лотман крайне аккуратно проводит эту параллель, предостерегая от вульгарного переноса. Однако он подчеркивает, что аналогия относится к числу сильных инструментов анализа, и при помощи аналогий можно приблизиться к пониманию сложнейших феноменов. Аналогия работы культуры с право- и левополушарным диалогом проводится на основе всплеска интереса к этой теме в 80-е годы прошлого столетия. Ю. М. Лотман ссылается на следующие источники (в основном, исследователи близкого ему круга): Якобсон Р. О., Сантilli К. Мозг и язык: Полушария головного мозга и языковая структура в свете взаимодействия // Якобсон Р. О. Избр. работы. М., 1985; Иванов Вяч. Вс. Чет и нечет: Асимметрия мозга и знаковых систем. М., 1978; Розенфельд Ю. Вс. «Молчаливый» обитатель правой части мозга: Особенности правополушарной специализации психических функций // Текст и культура. Тарту, 1983 (Труды по знаковым системам. Т. 16; Учен. зап. Тарт. гос. ун-та. Вып. 635). С. 99–105.

требования), или к границам (вытесняясь из внутреннего семиозиса). Подробнее это «маятниковое» движение будет рассмотрено в следующем параграфе; сейчас нам важно показать саму суть внутрисемиосферного диалога и ее взаимодействия с внесистемной, не включенной в семиосферу действительностью.

Недискретные периоды характеризуются усилением хаотического начала, «творческими метаниями», бессистемностью, случайностью. Дискретные периоды – это время «включения» метаописания, внутрисистемного интеллектуального осмысления самой семиосферы, ее упорядоченности и институционализации.

Именно эти моменты «дестабилизации» системы как неизбежные подчеркивал Е. П. Прохоров в его описании журналистики (однако он настаивает на интеллектуально-ориентированном управлении такими периодами с целью преодоления кризисных явлений и нежелательного – с точки зрения нормативности – развития социального института; радикальные решения «борьбы с кризисами» предлагает, как указывалось выше, В. Л. Иваницкий). Но, следуя логике Ю. М. Лотмана в описании семиосферы как неравновесной системы, она неизбежно в своей самоорганизации актуализирует дестабилизирующие механизмы (поскольку только в диалоге-борьбе с ними укрепляются стабилизирующие систему элементы). Если в развитии журналистики такие периоды выглядят как угрожающие системе, то в меньших семиосферах, выступающих по отношению к журналистике как «вложенные в нее», эта кризисность может быть сглажена и репрезентироваться как торжество безудержного творческого начала, не нуждающегося в регулятивах. Однако неизбежно этот творческий период станет объектом метаописания изнутри самой системы (это способ «присвоения» недискретных начал, в категориях Ю. М. Лотмана – их перевода на язык семиосферы).

Инфографика, развиваясь в рамках журналистики, соединяет в себе черты двух разнонаправленных стратегий – культурной и креативной.

Оппозиция индустрии культурной и креативной¹²⁸ может быть рассмотрена как диалог симметрии и асимметрии: культурными называются индустрии, опирающиеся на поддержку институциональных государственных систем, которые стремятся на уровне рационального управления поддерживать в общественном пространстве доминирование традиционных ценностей, национальных святынь, чувств, связанных с коллективной идентичностью и т. п. Идеологии, положенные в основу любого управления, нуждаются в легитимации, которая, в свою очередь, требует «подпитки», не может быть задана раз и навсегда. Культурная идентичность, в свою очередь, есть результат бесперебойно работающего производства этой идентичности в логике государственности, патриотизма, гордости национальными культурными достижениями, поддержкой институтов традиционной духовности, например, религии, или институтов культурной памяти (например, фольклорных коллективов).

Креативные индустрии, напротив, порождаются свободным рынком, они чаще всего космополитичны или тяготеют к универсальной нечувствительности к национальным культурным кодам, заменяя национальное «локальным», также предельно обобщенным и лишенным национальной культурной нагруженности¹²⁹.

Основное напряжение в семиосфере возникает в тех случаях, когда происходит неразличение культурных и креативных стратегий при их «переводе» на язык ядра семиосферы.

Все это может быть отнесено к инфографике. С одной стороны, она развивается как часть безусловно принимаемого ее акторами «этического императива» журналистики (производить социально значимый контент;

¹²⁸ Хестанов Р. Креативные индустрии – модели развития // Социологическое обозрение. 2018. Т. 17. № 3. С. 173–196; Willems G., Biltereyst D., Meers P., Vande Winkel R. From film policy to creative screen policies : media convergence and film policy trends in Flanders // Mingant N., Tirtaine C. (eds). Reconceptualising film policies. New York ; London : Routledge, 2018. P. 241–246; Willems G. Cinema, the Government, and the Popular: Popular and Commercial Aspects of Cultural Film Support in Flanders (Belgium) // Journal of Popular Film and Television. 2016. Vol. 44. № 4. P. 227–235; Galloway S., Dunlop S. A Critique of Definitions of the Cultural and Creative Industries in Public Policy // International Journal of Cultural Policy. 2007. Vol. 13. № 1. P. 17–31.

¹²⁹ См. обзор трудов по теме и основные определения в указанной статье Р. Хестанова «Креативные индустрии...».

можно привести и такое определение: «информировать граждан таким образом, чтобы они могли действовать как граждане»¹³⁰), что вполне можно рассматривать как культурную стратегию, а с другой – как креативная индустрия, основанная на пользовательском спросе, интересе публики¹³¹, стремлении удивить потребителя информации.

По Ю. М. Лотману, так задается основа балансирования системы, которая и лежит в основе формирования семиосферы. Для нас также важно, что инфографика оформляется в семиосферу именно под воздействием «самоосмысления» – рассуждений о месте и роли инфографики в журналистских проектах самих журналистов и создателей инфографики.

Это «противостояние» стратегий отражается и в схеме, предложенной Альберто Кайро. Опросив ряд специалистов по инфографике в крупнейших СМИ США, он пришел к выводам, которые мы можем интерпретировать в рамках концепции семиосферы. Прежде всего, для самих акторов важнейшей частью их деятельности является само ремесло (мастерство) производства инфографических объектов. Главная ценность здесь – профессиональные умения и навыки дизайнера (умение создать креативную, неожиданную по форме инфографику). Мы могли бы говорить о включении в семиосферу такого обязательного качества, как поливалентная подготовка акторов; сама система пропускает в область семиосферы инфографики тех, кто освоил определенные инструменты. Инструментализм инфографики позволяет описывать этот фильтр в рамках «диахронной глубины» применительно к современному состоянию технологий: овладение навыками графического дизайна становится все более возможным на уровне самообразования или вспомогательных навыков участников, специальное образование и сложные компетенции заменяются быстрым овладением

¹³⁰ Costera Meijer I. The Public Quality of Popular Journalism: Developing a Normative Framework' // Journalism Studies. 2001. № 2 (2). P. 202.

¹³¹ В одной из наших публикаций мы указываем на инфантилизацию приемов в инфографике, ее ориентированность на публику, обладающую чертами «внутреннего ребенка»: интерес к интерактивным картинкам, «игра» в инфографику. См. Симакова С. И. Визуальное в контексте печатных технологий // Судьба печатной прессы в эпоху Интернета : коллектив. моногр. Челябинск : Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2018. С. 86.

широкого спектра инструментов, предлагаемых в рамках новейшего программного обеспечения (инструментализм выделен в специальную позицию в схеме-навигаторе Альберто Кайро). Рассматривая многопрофильность подготовки специалистов, следует сказать, что они сами «изнутри» оценивают значимость этого фактора (выдвигая его на первый план), сопоставляя такую многопрофильность со специализацией, освоением какого-либо конкретного вида инфографики в совершенстве. Возникает баланс между специализацией (узким и глубоким подходом к деятельности) и универсальностью или многопрофильностью (широким и вынужденно поверхностным подходом). Важно, что подобный диалог выстраивается и в семиосфере журналистики (особенно вокруг вопросов конвергенции и в принципе дискуссии о функциях и роли современного журналиста в условиях лавинообразных изменений технологического ландшафта коммуникаций¹³².

Лев Манович (на труды которого опирается Альберто Кайро) называет такое сущностное свойство новых медиа, как вариабельность: компьютерные технологии погружают пользователя в нестабильное пространство, которое варьируется в связи с поведением пользователя – его соучастием в открытии ссылок, навигации по странице; содержание новостного материала потеряло свою определенность «привязанности» к зафиксированной «раз и навсегда» материально определенной копии. Веб-страница, отмечает Манович,

¹³² Конвергенция в журналистике относится к числу тщательно проработанных концептов, нашедших свое воплощение и в образовательных программах. Конвергенция, понимаемая как выход СМИ на разных платформах, получила свое институциональное осмысление с середины 90-х годов, к ключевым работам можно отнести следующие: Bolter J. D., Grusin R. *Remediation...*; Boczkowski P. J. *Digitizing the News. Innovation in Online Newspapers*. Cambridge, MA : MIT Press, 2004. Проблемы конвергенции как вызов журналистике рассматриваются зарубежными (Deuze M. *What is multimedia journalism?..*; Erdal I. J. *Cross-Media News Journalism* : PhD thesis. Oslo : University of Oslo, 2008; Kolodzy J. *Convergence Journalism: Writing and Reporting Across the News Media*. Lanham, MD : Rowman & Littlefield Publishers, 2006; Erdal I. J. *Coming to Terms with Convergence Journalism: Cross-Media as a Theoretical and Analytical Concept* // *Convergence*. 2011. № 17. P. 213–223 и др.) и отечественными авторами (Свитич Л. Г. Изменение журналистской профессии в процессах медиаконвергенции // *Вестник Челяб. гос. ун-та*. 2015. № 5 (360). Филология. Искусствоведение. Вып. 94. С. 406–414; Качкаева А. Г. *Журналистика и конвергенция: Почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные*. М. : Аспект Пресс, 2010; Вырковский А. Менеджмент СМИ в условиях конвергенции // *Вестник Моск. ун-та. Серия 10. Журналистика*. 2013. № 3. С. 112–120; *Журналистское образование в условиях конвергенции СМИ : монография / под ред. Л. П. Шестеркиной*. Челябинск: РЕКПОЛ, 2012; Копылов О. В. *Особенности творческой деятельности журналиста в условиях медиаконвергенции : автореф. дис. ... канд. филол. наук*; 10.01.10 «Журналистика». Екатеринбург, 2013).

генерируется из базы данных по тому алгоритму, что установлен веб-дизайнером¹³³. Если говорить о современном состоянии инфографики, то мастерство («ремесло») кардинально изменилось: теперь художественные навыки оказываются «перезагружены» из-за роста значения компьютерной графики и навыков веб-дизайна в создании инфографических объектов. Так возникает еще одна точка напряжения и диалога, в понимании Ю. М. Лотмана: между традиционным и инновационным творческим подходом к инфографике, в определенном смысле, изоморфичного, в категориях семиотики, процессам, происходящим в семиосфере журналистики.

Следующий важный элемент семиосферы инфографики, отмеченный «изнутри» ее акторами, – это эмоциональная составляющая творчества. Здесь мы тоже могли бы провести параллель с семиосферой журналистики, где образование коопераций, творческих ансамблей относится к сущностно значимой части существования системы (редакции СМИ в аспекте «работы в команде»¹³⁴). Само обращение к психологическому состоянию и «настрою» акторов «инфографического цеха» кажется нам значимым (и не так часто отмечаемым в российских исследованиях). Создание инфографики, как отмечают многие респонденты Альберто Кайро, требует вдохновенного погружения в тему, умения «перевести» смыслы на визуальный язык, что никак не может быть простой суммой навыков. Эмоциональная, психологическая составляющая, осознаваемая самими акторами как сущностно значимая в их работе, указывает на укрепление позиций творческого (недискретного и неинституционализованного) начала в командах деятелей. Специалисты по инфографике нередко отмечали значимость того, что они работали в специальном отделе в своей редакции,

¹³³ Manovich L. Database as a Symbolic Form // Convergence. 1999. № 5 (2). P. 80–99.

¹³⁴ См. подробное описание командной работы редакции с позиций «внутреннего» описания журналистики как деятельности: Киршин Б. Н. «ЧР»: формула свободы. Челябинск : Челябинский Дом печати, 2004.

или что их мнение было решающим при выборе той или иной стратегии создания журналистского материала¹³⁵.

В оценке качества специалистов по инфографике респонденты отметили профессиональную любознательность, стремление дойти до сути проблемы, перфекционизм и удовольствие от своего труда. Очевидно, что этот перечень в составе семиосферы может быть прочитан как неизбежная оппозиция противоположному состоянию – апатии, замкнутости на достигнутом и отсутствии личностного роста, нежелании или неумении работать с другими и т. д. В категориях динамики семиосферы вызов поступает от профессионального выгорания и нравственной усталости – спутников любой профессиональной деятельности, а не только производства инфографики или журналистики. Но сам факт указания на «творческий азарт» – категорию, которая не может стать сутью какой-либо «компетенции», а является личностным качеством актора – кажется в контексте метаописания значимым. Получается, что для создания произведения, в основе которого – художественный подход, психологический настрой оказывается сущностной частью процесса, а не «желательным дополнением». Тем же самым обосновывается и сам факт того, что – какие бы технологии и алгоритмы ни использовались при создании инфографики – творческая, художественная составляющая остается ведущей¹³⁶. В семиосфере творческое начало относится к числу дестабилизирующих системность элементов: оно не поддается нормативизации, не превращается в ядерные значения в силу самой своей сути (всегда порождать что-то новое). Однако сам продукт творческой деятельности получает в семиозисе свое значение в точном соответствии с его «прочтением» на языке ее ядра. Поэтому творческое начало в инфографике оказывается в результате самоописания системы подчиненным

¹³⁵ Cairo A. Nerd Journalism... P. 141–153.

¹³⁶ Изоморфно в семиосфере журналистики сущностным началом является психология творчества, см. обзор источников: Олешко В. Ф. Психология журналистики: учебник и практикум. М. : Юрайт, 2017. Обзор работ по креативности как части общего тренда на атмосферность и аффект в журналистике см.: Zagidullina M. Creating an atmosphere: media aesthetic analysis of journalistic prospects // Creativity Studies. 2020. № 13 (1). P. 152–163.

производству смысла, его упаковке (понимание важнее формы, креативность прочитывается в русле культурной стратегии, а не собственно рыночно-ориентированных креативных индустрий). В этих взаимоотношениях элементов семиосферы («нравиться публике» – «объяснять публике») скрывается противоречие, которое может быть рассмотрено в логике диалога сходного, но различного.

В один ряд с творческим вдохновением практики инфографики ставят командность и обучаемость (или постоянное стремление совершенствовать свои навыки, осваивать новые инструменты, подходы, искать источники вдохновения и т. п.). Основное выражение диалога одновременно сходного и различного кроется здесь в оппозиции индивидуального и коллективного. Сам факт, что инфографические продукты часто являются результатом командной работы, переводит их в разряд сложно организованной, гибридной творческой деятельности, где даже организация такой работы бросает вызов привычным представлениям о работе команды как разделения ответственности (или, точнее, сегментирование задачи на части, за каждую из которых отвечает конкретный исполнитель). Как показывают интервью со специалистами, под командной работой они понимают не только коллаборацию с членами редакции (хотя она тоже упоминается как значимая), но открытость информационного пространства, где твоим консультантом или советчиком могут оказаться любые специалисты, вступающие в общение на форумах, пишущие в Twitter и т. п. Само понятие «команды» заменяется понятием «сообщества», расширяет свои границы. Благодаря социальным медиа пространство индустрии, понимаемое акторами инфографики как глобальное поле инфографического подхода к подаче новостей – независимо от языка, страны, качества средства массовой информации, оказывается открытым и доступным наблюдению без посредников (например, образовательных организаций или краткосрочных курсов, семинаров). Несомненно, образовательная часть остается востребованной, но, как показывают интервью, ее значение все более маргинализируется, вытесняясь

на периферию и самой профессии специалиста по инфографике, и собственно семиосферы инфографики (где каждый элемент получает особое значение, означивание).

Открытость многих частных пространств, которые мы могли бы назвать «лабораториями инфографики», друг другу задает новые параметры самой семиосферы, граница которой очерчивается самой деятельностью по производству инфографики и результатами этой деятельности, однако – в отличие, например, от длительного формирования семиосферы художественной литературы или живописи – избавлено от тех фильтров, что были присущи творческому контенту (например, языковой барьер, географические расстояния, недоступность оригиналов и пр.). В то же время возникает неизбежное давление на институциональную часть семиосферы (в частности, уменьшение значения формального образования и укрепление техник и технологий самообразования).

С этим связан и следующий элемент метаописания семиосферы инфографики: ее акторы рассматривают собственную деятельность в понятиях «пионерства» (первопроходчества) и инновационного производства инструментов. Субъекты деятельности выражают одновременно некоторое нежелание открыто называть себя специалистами по инфографике в силу ее «второстепенной» роли (как она закрепились в рамках семиосферы журналистики) и потребность выразить гордость своей профессией. Первопроходчество связано с освоением инструментов и производством новых идей в области инфографического дизайна. Мы могли бы здесь отметить, что символический «вес» профессиональных достижений специалиста по инфографике тесно связан с общими представлениями о программистах и месте этой профессии в иерархии социальных оценок. Это отдельный вопрос профессиональных культур (в том числе профессиональной культуры журналиста), нас он интересует в связи с его «нагруженностью» в рамках самой семиосферы инфографики. Специалисты выражают гордость тем, что они оказываются на передовых рубежах освоения

техник представления журналистских материалов в пространстве интернета и связанных с ним компьютерных технологий. Именно поэтому в эволюции инфографики отчетливо просматривается связь с развитием технологий и постоянная «гонка» за самыми новыми достижениями и возможностями инфографического дизайна.

«Пионерство» в области освоения технических возможностей вступает в противоречие с базовой задачей инфографики (вести читателя к пониманию материала) и уравнивается в диалоге с этим ядерным значением (новаторские решения не становятся самодостаточно-техническими; любые новшества проходят «заземление» этой главной задачей и вслед за тем проверяются на соответствие ей, о чем подробнее будет сказано в связи с институционализацией инфографического пространства).

Для метаописания семиосферы значим сам характер таких технологий. Поэтому акторы инфографики отмечают собственную «техническую» эволюцию – от печатной прессы и возможностей печатной инфографики до современных способов интерактивной визуализации данных. Техническая составляющая становится важной частью конкурирующих потоков, получающих свое означивание, в том числе, и в категориях «продвинутости» – «отсталости», коррелирующих с целью создания материалов, открытых пониманию аудитории.

С точки зрения организационной культуры (как части институционального центра семиосферы) для акторов инфографики важна дихотомия «автономности» – «сервисности»¹³⁷. Под автономностью понимается создание независимого проекта, рассказанного языком инфографики, либо кооперация с журналистами «на равных», когда инфографическая часть сразу присутствует в плане создания материала, и сбор материала подчинен этому видению готового продукта. Сервисность – это выполнение требований, поступающих «сверху» (типа «снабдить такой-то материал инфографической иллюстрацией»). Сами акторы первый вариант

¹³⁷ Cairo A. Nerd Journalism... P. 171–183.

маркируют как желательный, а второй – как устаревший, ведущий свою традицию от первых инфографических отделов в печатных СМИ.

С точки зрения метаописания семиосферы инфографики, значение имеет сам факт обособления в самостоятельную структуру, которая стремится разрушить прежнюю иерархию и вертикаль в пользу горизонтальных, сетевых взаимодействий. Согласно Ю. М. Лотману, семиосфера постоянно «пересматривает» собственное устройство, проблематизируя свое ядро, расшатывая и обновляя его, наполняя ядро новыми значениями-элементами. В данном случае мы можем говорить об открытом развитии семиосферы инфографики как самостоятельного варианта новостного информирования, и именно так – автономно – осознающего себя «изнутри», со стороны своих акторов.

Сервисные функции инфографики в семиосфере маркируются как «стыдные», сами акторы рассуждают о том времени, когда работали в рамках сервисного инфографирования, как о трудном периоде, не связанном с положительными эмоциями. Основные причины такой оценки сервисного варианта инфографики: получение приказа сверху, не учитывающего собственные вкусы и культурный «бэкграунд» специалиста по инфографике, жесткий дедлайн, ограничивающий творческие возможности, вынужденное следование за уже готовым материалом с расставленными смысловыми акцентами, что лимитировало возможность профессионального (журналистского) самовыражения специалиста. Важно, что противоречие между быстро формирующейся самостоятельной семиосферой и отношением к ней как сегменту (периферийному) журналистики вылилось в возникновение полностью автономных проектов, основанных на производстве инфографики. Такой проект в российском информационном пространстве исследует В. В. Лаптев – это журнал «Инфографика»¹³⁸. В настоящее время проект прекратил свое существование, но сам факт его создания многое объясняет в развитии семиосферы инфографики: в определенный момент (на пике

¹³⁸ Лаптев В. В. Проектно-художественная эволюция... С. 311–313.

интереса в российских СМИ к инфографическому представлению контента) она обособляется не только на уровне профессиональных интуиций и интенций (как мы это видим в интервью, взятых Альберто Кайро), но и на уровне материализации этой автономии – например, учреждению и довольно длительному выходу журнала, представляющего собой издание, написанное на «языке» инфографики (только инфографика¹³⁹).

Тема автономии развивается и в таком аспекте самоописания, как представления акторов о сути и значении инфографики – не только в области журналистики, но и в общественной жизни в целом. Альберто Кайро использует цитату из одного из интервью: «Инфографика станет всем... Все станет инфографикой»¹⁴⁰. Понимание этого тезиса по-разному представлено другими интервьюируемыми (в основном как расширение присутствия инфографики в информационных потоках), однако для нас важно, что на языке метаописания системы появляется тема будущего развития семиосферы в сторону ее интеграции в коммуникационное пространство.

Эта идея выражена в тесной связи с развитием визуальной грамотности и соответствующего мышления. По мнению специалистов по инфографике, публика (массовая аудитория) сможет расширить свои компетенции до «считывания» смыслов в визуализированных материалах так, как это могут сейчас делать только немногие. И если это произойдет, то само понятие «инфографики» станет обозначением информации вообще – она будет представлена как материал для когнитивного рассматривания, а ее смыслы будут декодироваться иначе, чем они декодируются в переходный период (когда конкурируют текстовая и визуальная когниции). Как видим, такое представление о будущей динамике инфографики позволяет вычленить важный вектор развития семиосферы – расширение ее области, «захват» внесемиосферных территорий (экспансия до уровня всего визуального

¹³⁹ См. сайт журнала и «Агентства инфографики»: infographicsmag.ru. Судя по сайту, состоялось 19 выпусков журнала с 2011 по 2014 год, сайт последний раз обновлялся в 2017 году. Каждый журнал представляет собой несколько страниц различных инфографических проектов, иногда связанных общей темой, а иногда представляющих собой отдельные материалы.

¹⁴⁰ Cairo A. Nerd Journalism... P. 183.

в информационных потоках как элементов инфографического послания). По мнению Ю. М. Лотмана, расширение «семиосфер-универсумов» – неизбежный процесс и логика их существования. Эта логика присуща любым образованиям (экспансия и «империализм» семиосфер изоморфен такой же логике развития государств, наций, отдельных фрагментов культуры и может рассматриваться как логика выживания в конкуренции с другими системами-семиосферами, претендующими на символический захват внеположенных им территорий, что выражается в переозначивании элементов, их присвоении языком ядра семиосферы-захватчика). В то же время захват невозможен в силу работы механизмов баланса – на всякое быстрое распространение какой-либо части поступит ответ от другой части семиосферы (или других семиосфер).

Тем не менее представление об экспансии инфографики является индикатором потребности в символическом означивании сферы своей деятельности как социально значимой и развивающейся «в ногу со временем», отвечающей социальным запросам и общей логике цивилизационного развития.

Именно благодаря этой логике возникает тенденция осмыслять инфографический язык (существующий в семиосфере инфографики как часть ее ядерного языка, позволяющего означивать сами процессы и феномены, а не только выступающего непосредственной системой знаков, соотносимых с естественным языком) как язык универсальный, который уже существует и ждет, когда его освоят миллионы пользователей.

Поэтому еще одна часть метаописания инфографики ее акторами – это тема внимания аудитории. Важно, что профессиональной рефлексии подлежит именно внимание (а не собственно *понимание*, как предписывает ядро семиосферы). Здесь мы вновь наблюдаем внутреннее противоречие: сосредоточенность на вопросах внимания аудитории (соотносимое с темой аттрактора в адаптации синергетики к журналистике в указанной выше работе Е. П. Прохорова) актуализирует формальную сторону инфографической

работы (поиск *интересных* форм), а не смысловывляющие техники. Внимание аудитории, в основном, оценивается на уровне профессиональных интуиций и предположений (хотя акторы и отмечают, что они могут получить сегодня детальную обратную связь по вовлеченности аудитории благодаря алгоритмам сети). Здесь мы усматриваем столкновение творческих интенций (предполагающих определенную свободу от мнений пользователей) и «заказа снизу», горизонта ожиданий аудитории. Семиосфера инфографики, стремясь к автономности, переживает период самоосознания именно как креативная индустрия, направленная на оригинальность формальных качеств, эстетических признаков, и лишь во вторую очередь – смыслов. Поэтому в интервью специалистов основной темой становится визуальная грамотность, вовлеченность в пространство визуализации данность, готовность и способность *рассматривать* новости (а не читать или смотреть-слушать их). Визуальная грамотность выступает здесь гарантом связи семиосферы инфографики с другими сферами, ее принципиально негерметичности, открытости, рассчитанности на то, что создаваемый в рамках узкопрофессиональной отрасли продукт найдет широкий отклик в сознании публики.

Противоречие, которое кажется здесь очевидным (между осознанным превалированием визуальной составляющей над смысловывлением, «диктуемым» ядром семиосферы), на самом деле подчинено общей логике семиосферы инфографики, заимствующей ядерные значения в семиосфере журналистики. В то же время в таком заметном «перекосе» в сторону визуальной составляющей можно усмотреть и определенный внутренний вызов системе, работу дестабилизирующих механизмов.

В плане такого метаописания можно вернуться к автономному проекту, посвященному инфографике, – одноименному журналу. Возникнув как «спутник» рекламного сайта «Агентства инфографики», журнал был призван демонстрировать возможности инфографического дизайна и коммерчески продвигать его создателей. Но сосредоточенность на «демонстративной»

стороне оказалась недостаточно жизнеспособной. Неновостная инфографика, направленная на оформление семиотического пространства города или отдельных событий общественной жизни, не оформляется в самостоятельную семиосферу и остается в то же время на периферии семиосферы инфографики новостной.

В. В. Лаптев в своей докторской диссертации приводит анализ современного состояния инфографики России, используя критический подход. Он отмечает, в частности, что в погоне за «крикливой вычурностью» дизайнеры теряют связь со смыслами и задачами инфографической продукции¹⁴¹. Используя оценочную лексику («прекрасный», «скверный», «изящный»), исследователь, на наш взгляд, демонстрирует такую важную черту развития семиосферы, как нормативность, закрепление стабилизирующих элементов в метадискурсе (то есть в исследованиях самой семиосферы «изнутри»)¹⁴².

Теория семиосферы Ю. М. Лотмана обладает большой объяснительной силой, поскольку позволяет представить сегменты коммуникации в качестве целостных систем, чье «поведение» может быть объяснено в терминах и логике семиотики. Однако для понимания этого поведения необходимо четко представлять себе диахронную глубину семиосферы (выражение Ю. М. Лотмана, которое, как указывалось выше, позволяет рассматривать историю феномена как органичную часть его семиосферы, а также выявлять в ходе анализа этой глубины логику означивания и переозначивания элементов в рамках семиосферы).

Выводы по параграфу 1.2:

Инфографика рассмотрена как часть журналистики, в то же время представляющая собой и самостоятельную семиосферу. Выявлено, что у инфографики как самостоятельной семиосферы имеется ядро и периферия,

¹⁴¹ Лаптев В. В. Проектно-художественная эволюция... С. 319–322.

¹⁴² См. также обзор точек зрения на критерии качественной инфографики в указанной работе В. Лаптева (С. 146–148).

а также границы, в рамках которых идет обмен с внеположенными по отношению к инфографике иными семиосферами: журналистикой, частью которой она выступает, общим состоянием коммуникации и ее трендов, техносферой и другими пространствами, непосредственно создающими условия для возникновения «симметрии и асимметрии» в рамках инфографики. Определена отграниченность инфографики среди других подсистем. Доказано, что инфографика оформляется в семиосферу под воздействием «самоосмысления» – понимания места и роли инфографики в медиапроектах как журналистами – создателями журналистских текстов, так и теми, кто создает инфографику как дизайнер.

1.3 Семиотика исторической динамики инфографического контента

Анализ исторического пути инфографики проделан множеством исследователей. Наша задача в этом параграфе – концепировать эту историю сквозь призму логики развития семиосферы, ее «памяти», как о ней пишет Ю. М. Лотман¹⁴³. По мнению ученого, память предопределяет взаимосвязь элементов, которые «изнутри» системы могут показаться нагромождением хаотических автономий. Между тем рассмотрение их динамики (диахронный анализ) позволяет усмотреть взаимосвязи, предопределенности и составить представление о механизмах «поведения» семиосферы.

В предыдущем параграфе мы установили, что сами акторы семиосферы инфографики описывают свою деятельность «изнутри» в категориях связи с миссией журналистики (как базисом), принимающей в рамках семиосферы инфографики вид «принципа понимания» (донесения до аудитории смыслов).

Эта позиция принимается априори, как основа деятельности, и вопросы кризиса журналистики или необходимости пересмотра представлений о ней из пространства семиосферы инфографики как будто бы исключены.

¹⁴³ Лотман Ю. М. Статьи по семиотике и топологии культуры... С. 20.

Однако исторический анализ показывает размытость границы между журналистикой и инфографикой (в опросах, прокомментированных с позиций семиосферной теории выше, эта тенденция к размыванию и расшатыванию границ особенно ярко проявилась в тезисе «инфографикой станет все»). Как уже говорилось выше, прозрачность, проницаемость границ любой семиосферы – одно из условий ее существования, поскольку ее жизнеспособность предопределяется вызовами из вне, поступлением внутрь «недискретных», не означенных на языке ядра семиосферы элементов. Понять логику перевода этих элементов, их усвоения системой и вытеснения из ядра одних элементов с заменой их на другие, бывшие только что на «окраине» семиосферного пространства, – это значит, понять и сам феномен. Так как одна из задач нашего исследования освоить эпистемологический потенциал семиотического подхода Ю. М. Лотмана к феноменам социальной жизни на примере инфографики, то для нас принципиально важно рассмотреть историю изучаемого явления с позиций описания диахронной глубины семиосферы инфографики.

Это описание стало возможным потому, что история инфографики основательно изучена. Хотя в различных исследованиях (отечественных и зарубежных) мы все еще находим сетования на неизученность истории инфографики, нам исторический аспект кажется освоенным в науке в достаточной мере.

В данном параграфе мы не ставим своей целью дать подробный обзор литературы, в которой обнаруживаются те или иные аспекты исследования истории возникновения и развития инфографики; наша задача – исследовать этот массив литературы с целью обнаружения механизмов, способов производства семиосферной памяти, которая, по Ю. М. Лотману, оседая в языке перевода, предопределяет «поведение» семиосферы.

Нам представляется плодотворным обратиться здесь к идеям Яна Ассманна, предложившего рассматривать культурную идентичность (в целом)

в связи с коллективной памятью¹⁴⁴. По Ассманну, культурная память сообществ формируется не в прошлом, а в настоящем, с помощью процедур рефлексии и коммеморации. Переноса идеи Ассманна на характеристику диахронной глубины семиосферы, мы можем рассматривать осмысление истории инфографики в этих категориях – как формируется самосознание семиосферы, обретая свою устойчивость в присвоении знаков прошлого, их включении в собственное «тело».

Тогда история инфографики, предложенная в трудах отечественных и зарубежных ученых, предстанет как пространство переозначивания прежних культурных фактов сквозь логику современного состояния семиосферы инфографики, а сама история приобретет черты «нарратива самопознания» семиосферы. Диахронная глубина при этом имеет смысл исключительно как факт такого самопознания, она не является феноменом, существующим вне его «каталогизации» и «категоризации».

Поэтому в истории инфографики в массмедиа мы можем выделить ряд устойчивых черт, направленных на формирование культурной памяти семиосферы.

Во-первых, это неразличение инфографики в широком смысле (графическое представление любых данных, любой информации) и в узком понимании (новостная графика, инфографика в журналистике) в исторической ретроспективе. Рассмотрим эту **первую черту** подробнее.

В трудах отечественных исследователей, рассматривающих инфографику в аспекте искусствоведения (прежде всего, это цитированные выше фундаментальные работы В. В. Лаптева и С. В. Острикова), невычленение собственно журналистского инфографического пространства предопределено самим углом зрения. Однако, на наш взгляд, в этом неразличении просматривается потребность описания инфографики как самостоятельного феномена во всей его полноте (фактически – создание еще

¹⁴⁴ Assmann J. Collective Memory and Cultural Identity // New German Critique. № 65, Cultural History / Cultural Studies (Spring – Summer, 1995). P. 125–133 (transl. John Czaplicka).

одной семиосферы, соположенной семиосфере инфографики в журналистике, рассматриваемой в настоящем исследовании). Поэтому «самостоятельность» журналистики в освоении инфографики оказывается незначимой в этой логике. В то же время искусствоведческий подход к истории инфографики, предложенный указанными авторами, открывает перспективу включения коллекции фактов прошлого в стройную концепцию преемственного развития инфографики, ее институциональной укрепленности в культуре и значимости в цивилизационном развитии. Именно эти элементы рефлексивности Я. Ассманн относит к числу неизменных условий формирования коллективной памяти, в нашем случае – основы культурной идентичности специалистов по инфографике (шире – инфографическому дизайну и дизайну в целом) и специалистов по ее изучению.

В. В. Лаптев возводит инфографику к первым попыткам геометрических построений XIV века¹⁴⁵, в другом месте он говорит о связи пиктограмм и петроглифов – образцов наскальной живописи¹⁴⁶. С. В. Остриков говорит о распространенности возведения истории инфографики к наскальной живописи и иероглифическому письму¹⁴⁷. Того же мнения придерживается Г. А. Упоров (на его мнение ссылается С. В. Остриков)¹⁴⁸. С. В. Остриков пишет об египетских иероглифах как о протоинфографическом письме, которое было актуализировано в интернациональных графических языках, разрабатываемых в середине XX века (там же); та же логика соотнесения графических языков и древних иероглифических систем письма прослеживается в указанной работе В. В. Лаптева¹⁴⁹. Хотя диссертация испанского исследователя Хосе Луиса Валеро Санчо посвящена именно инфографике в периодической печати, он тоже возводит историю инфографики к древнейшим периодам развития цивилизации, заявляя, что

¹⁴⁵ Лаптев В. В. Проектная эволюция... С. 77–78.

¹⁴⁶ Там же. С. 174–176.

¹⁴⁷ Остриков С. В. Теоретические основы и принципы... С. 66.

¹⁴⁸ Упоров Г. А. Эргономика и полиморфизм географических моделей // География и природные ресурсы. 2006. № 3. С. 28.

¹⁴⁹ См. также в книге: Лаптев В. В. Изобразительная статистика: введение в инфографику. СПб. : Эйдос, 2012. 180 с.

технологии информационных записей так же стары, как и само человечество (и включает в обзор шумерскую цивилизацию, например)¹⁵⁰. В работе Г. А. Никуловой и А. В. Подобных история инфографики в СМИ так же возведена к древнейшим формам информационного обмена¹⁵¹, это сделано с отсылкой к обширному эссе Поля Луи, который детально рассматривает особенности администрирования у древних инков¹⁵², попутно отмечая, что такие системы информационного дизайна, скорее всего, существовали задолго до цивилизации инков¹⁵³. В отдельных статьях тезис о возведении инфографики к древнейшим эпохам становится общим местом¹⁵⁴, «оседая» в программах спецкурсов и студенческих исследованиях журналистской направленности¹⁵⁵. Таким образом, прослеживание истории инфографики в журналистике от древнейших времен становится значимой частью исследований, посвященных инфографике, инфографическому дизайну, инфографике в журналистике.

Что означает этот исследовательский крен? На наш взгляд, в стремлении найти связь изучаемого феномена с древнейшими формами коммуникации прослеживается последовательное осуществление важнейшей задачи семиосферы – самоописания как значимой подструктуры человеческой деятельности. Рефлексия в данном случае «нечувствительна» к границам семиосферы (например, к привязанности изучаемого объекта к миру СМИ). Так же, как и в работах, посвященных инфографике в широком смысле, линия возникновения феномена прослеживается от «незапамятных времен».

¹⁵⁰ Sancho J. L. V. La infografía en la prensa... P. 4–71.

¹⁵¹ Никулова Г. А., Подобных А. В. Средства визуальной коммуникации... С. 373–374.

¹⁵² Lewi P. J. Speaking of Graphics: An Essay on Graphicacy in Science, Technology and Business. URL: <http://www.datascope.be/sog.htm> (дата обращения: 27.03.2021).

¹⁵³ Там же. Ch. 1. P. 12.

¹⁵⁴ См., например: Кузнецова Е. Ю. Геоинфографика как средство обучения географии // Знак: проблемное поле медиаобразования, 2017. № 1 (23). С. 93; Швед О. В. Инфографика как средство визуальной коммуникации // Science and Education a New Dimension: Philology. 2013. № I (3). Issue 13. P. 189–194.

¹⁵⁵ См. адаптацию такого подхода в студенческих работах, например: Федотовский В. В. Перспективы развития инфографики // Медиасреда. 2016. № 11. С. 113–120; Чичьянц О. Е. Инфографика в современных онлайн-медиа: выпускная квалификационная работа по направлению «Журналистика». СПб. : Изд-во Санкт-Петербург. гос. ун-та, 2016 и др.

Неразличение, невыделение инфографики, рассчитанной на распространение с помощью массмедиа выглядит закономерным.

Вслед за конституированием древности феномена, исследователи переходят к этапам становления современной инфографики. Здесь мы можем сформулировать **вторую черту**, характеризующую процессы формирования коллективной памяти в рамках сообществ, объединенных производством и исследованием инфографики, – это приведение истории феномена в соответствие с его внутренней типологией. Анализируя работы, посвященные истории инфографики или связанные с нею, мы пришли к выводу, что есть ряд инвариантов, которые позволяют выстроить каркас истории инфографики как вида человеческой деятельности: 1) картографические работы и все, что связано со схематическими изображениями поверхности Земли; 2) развитие графики в точных и естественных науках для репрезентации основных понятий; 3) развитие статистики как самостоятельного социального института, нуждающегося в публичной репрезентации, как сказали бы сейчас, «больших данных». Интерпретируя эти три позиции как элементы формирования коллективной памяти и «инфографической идентичности», мы можем предложить следующее объяснение значимости этого материала в работах исследователей инфографики в журналистике и других сферах: оказывается рефлексивно-значимым ввести в семиосферу *любые* примеры графической (схематически рисованной) информации в рамках гибридного рассмотрения самой инфографики (информация + графика). При этом отбор примеров из прошлого строится сквозь явную призму настоящего (по Мишелю Фуко, это «археология» инфографики).

Так, тема картографирования сама по себе оказывается отдельным феноменом (см. попытку ввести термин «геоинфографика»¹⁵⁶). Но при описании исторических примеров исследователи обращаются к тем случаям, когда изображение Земли сочетается с другими формами сообщений

¹⁵⁶ Кузнецова Е. Ю. Геоинфографика как средство обучения...

(например, значками полезных ископаемых, надписями, пояснениями, иллюстрациями и изобразительными приемами). Математическая визуализация тоже тяготеет к самостоятельности. Всевозможные схемы, дающие тот или иной объект «в разрезе», выглядят как один из устойчивых приемов схематической репрезентации сложных систем и также обособливаются. Наконец, оказывается особым сектором и статистика.

На первый взгляд, эти области визуализации данных, возводимые к инфографике, кажутся выделенными бессистемно. Однако объяснением частотного обращения именно к этим областям становится возвращение к ядру семиосферы инфографики: история инфографики призвана обосновать тезис понимания данных, а значит, в центр внимания попадает любая визуализация данных, имеющая, прежде всего, *объяснительный и прикладной* потенциал (а не развитие, например, карикатур или развлекательной инфографики). История инфографики, взятая в таком разрезе, позволяет исследователям строить фундамент типологических изысканий – на какие виды и подвиды можно разделять примеры инфографического контента. Здесь мы усматриваем стремление включить в коллективную память как можно более широкий круг явлений с целью утверждения принципа «инфографика – это все», ее экспансии в область смежных сфер деятельности. Для укрепления идентичности, обеспечивающей целостность системы, такая работа оказывается принципиально важной.

В этой связи особый интерес представляет работа Майкла Френдли¹⁵⁷, стремившегося к «изгнанию» из своих рассуждений каких бы то ни было обращений к собственно массмедийным практикам, но взамен того представившего (совместно с Дэниэлом Дэвисом) мультимедийный проект (в виде таймлайна) с фиксированием всех значимых событий в области визуализации данных – от древнейших времен до наших дней¹⁵⁸, с поистине

¹⁵⁷ Friendly M. A Brief History of Data Visualization // Handbook of Data Visualization / eds. Chun-houh Chen, Wolfgang Härdle, Antony Unwin. Berlin ; Heidelberg : Springer-Verlag, 2008. P. 15–56.

¹⁵⁸ См.: Friendly M., Denis D. Milestones in the History of Thematic Cartography, Statistical Graphics, and Data Visualization. URL: <http://datavis.ca/milestones/index.php?page=introduction> (дата обращения: 20.02.2020).

впечатляющей библиографией по истории визуализации данных. Проследим, какие вехи развития визуализации информации Френдли отмечает как значимые.

Прежде всего, это периодизация: до XVII века, XVII, XVIII века, первая половина XIX века, вторая половина XIX века, первая половина XX века, период с 1950-х годов по 1975 год, период после 1975 года. В основу периодизации автором положена концепция *открытия метода* (для более поздних периодов метод оказывается неразрывно связан с технологиями). В отличие от других исследователей Френдли стремится к скрупулезному описанию поля; в каждом периоде у него десятки позиций, каждая из которых (будь то конкретный деятель, представивший впервые тот или иной вид визуализации данных, или технология, обеспечивающая такое представление) подробно комментируется¹⁵⁹.

В результате создается энциклопедия инфографических методов и приемов, написанная с позиций диахронной глубины, – в какой момент что именно возникало, как развивалось и сменялось другими подходами. Очевидно, что исследователь особенно увлечен «красотой» материала (и поэтому он так «привязан» к XIX веку, который он называет «золотым веком» визуализации данных). Мы можем интерпретировать историю, представленную Френдли, как историю типологии визуализации¹⁶⁰. Эта типология должна получить свою легитимацию – и поэтому возникают имена, которые «цементируют» историческую рефлексию семиосферы, их действия переводятся на язык ее ядра.

Не только в исследовании Френдли, но и в трудах многих других (в том числе отечественных) авторов, обращающихся к истории инфографики, помимо разноголосицы в выборе средневековой «точки роста» инфографики

¹⁵⁹ В. В. Лаптев, в свою очередь, критикует Френдли за недостаточно качественное представление развития инфографики в первой половине XX века, которую Френдли назвал «современными темными веками», и основной свой вклад вносит в рассмотрение именно этого периода («венский метод» и развитие российской инфографики) – см. Лаптев В. В. Проектная эволюция...

¹⁶⁰ В «Краткой истории...» он предлагает типологию материала в виде двух площадных диаграмм. См. : Friendly M. A brief history...

(и кого именно назвать в качестве выразителя ее сути для того времени), возникает следующий инвариантный ряд имен: Уильям Плейфер, Флоренс Найтингейл, Отто Нейрат, Эдвард Тафти¹⁶¹. «Треугольник», образуемый персоналиями Плейфера, Найтингейл и Нейрата позволяет указать на **третью устойчивую черту** истории инфографики как «кузницы» ее культурной памяти, обеспечивающей целостность системы, – этический императив.

Под этическим императивом мы понимаем миссию, которую сообщество акторов инфографической семиосферы вырабатывает в ходе осмысления своей истории. История должна не только показать богатство и разнообразие элементов, составляющих семиосферу в ее диахронической глубине, но отыскать в этой глубине ядерные значения, которые и станут основой семиотического языка, другими словами, фильтром перевода внесистемных образований на язык системы. Эта третья черта может быть сформулирована как принцип социальности инфографики. Хотя, например, в работах Френдли или Функхаузера нет задачи построения истории именно инфографики журналистики как части выполнения журналистской миссии, они все равно, безусловно, работают над поиском, выявлением, системным описанием и ясной, безусловной репрезентацией *смыслового наполнения* описываемой ими системы, которое как раз и восходит к общественной значимости деятелей, ставших героями истории визуализации данных.

На наш взгляд, этот момент выявления общественной значимости инфографики служит формированию такого типа коллективной памяти, который сможет выступить гарантом границы системы и гарантом ее целостности. Поэтому оценка деятельности этих ключевых персон истории инфографики носит характер сакрализующего повествования, не лишённого пафоса, связанного с раскрытием не только роли этих людей в развитии

¹⁶¹ Мы сравнили указанные выше источники, а также работу Функхаузера, считающуюся базовой при создании различных описаний истории инфографики или визуализации данных (Funkhouser H. G. Historical Development of the Graphical Representation of Statistical Data // *Osiris*. 1937. № 3. P. 269–404). Работы этих авторов часто повторяют и другие имена, не указанные в сравнительном перечне, однако Плейфер, Найтингейл и Нейрат – это неперенные три имени до-современного развития инфографики. Тафти – это специалист-популяризатор второй половины XX века.

представления визуальных данных, но и в совершенствовании самого качества жизни людей, подвижничества (что сближает фрагменты, посвященные им, с мифом о культурном герое¹⁶²).

Плейфер предстает в исследованиях как незаслуженно забытый, непонятый и непринятый первопроходчик, чьи идеи оказались слишком яркими и передовыми для его времени. Об этом эмоционально пишет Функхаузер¹⁶³, несколько страниц своего исследования посвящает Плейферу В. В. Лаптев¹⁶⁴, целый «модуль» отведен ему в таймлайне Френдли¹⁶⁵, он неизменно упоминается в более кратких обзорах истории инфографики как человек, внесший значительный вклад в развитие инфографики. При этом авторы подчеркивают, что он пытался реализоваться на поле журналистики, писал памфлеты, а его работа с инфографикой была продиктована его стремлением наглядно показать сущностные зависимости данных, что могло бы приоткрыть особенности социальных процессов. Примечательно, что авторы не останавливаются на вопросе, были ли диаграммы, предложенные Плейфером, заимствованы из его трудов в позднейшее время или «изобретены заново»; в рамках «археологии» инфографики им важно указать на сам факт такого прорыва в столь ранний период.

Второе имя – Флоренс Найтингейл. Ее история рассказывается всеми указанными авторами в интонациях восхищения, за которыми усматривается процесс мифологизации: простая медсестра, сумевшая изменить государственную политику с помощью правильно и убедительно представленных в ее докладе (аналитической записке) данных о смертности военнослужащих в госпиталях (совершенно новых и неожиданных для середины XIX века диаграмм). Здесь мы тоже видим как эмоциональность

¹⁶² Мелетинский Е. М. Культурный герой // Мифы народов мира: в 2 т. Т. 2. М. : Сов. Энциклопедия, 1982. С. 25–28. Мелетинский, в частности, отмечает двойственную природу культурного героя – и как предка, и как демиурга-творца.

¹⁶³ Funkhauser H. G. Historical development... P. 281. См. также далее: 283, 284.

¹⁶⁴ Лаптев В. В. Проектная эволюция... С. 31, 62, 79–81 и др. В. В. Лаптев подчеркивает, что Плейфер был «пионером инфографики», отмечает его новаторство, приводит историю его жизни, полную неудач и непризнанности.

¹⁶⁵ Friendly M., Denis D. Milestones...

тона историков инфографики, так и стремление рассказать историю полностью, а не просто сослаться на факт вклада Найтингейл в развитие графической репрезентации данных. И вновь отметим социальную значимость, которая здесь важнее Rose Diagram (справедливости ради Функхаузер отмечает, что Найтингейл не была первооткрывателем этого типа диаграмм, однако популярными они стали только после того, как ее доклад о смертности солдат вызвал пристальное общественное внимание).

Наконец, Отто Нейрат предстает как создатель графического языка, автор оригинальной системы графического кодирования самой многообразной социальной информации¹⁶⁶, а это уже прямая заявка на культурного героя, не метафорическая. Тот факт, что Нейрат предложил всемирному сообществу новый интернациональный язык без слов, базирующийся исключительно на условно-знаковом начале, делает его труд именно социально значимым.

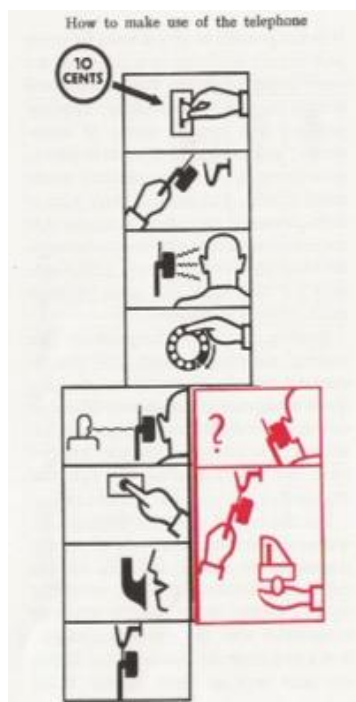


Рис. 5. Иллюстрация из книги Отто Нейрата 1936 года¹⁶⁷

¹⁶⁶ Функхаузер, например, говорит о его работах как о передовом (для 1937 года, когда он защищал свою диссертацию) фронте визуального представления информации; библиография, посвященная венскому методу, вынесена в отдельный раздел его работы. В. В. Лаптев специально изучает достижения Нейрата в связи с развитием советской инфографики.

¹⁶⁷ Neurath O. International Picture Language: The First Rules of Isotype: Psyche miniatures: General series (№ 83) London : K. Paul, Trench, Trubner & Company, Limited, 1936. P. 33.

Установление в истории семиосферы персоналий (лиц, чья деятельность воспринимается как подвижническая) представляется важным шагом по пути формирования коллективной памяти. Несомненно, невозможно сравнивать уровень «микросемиосферы» инфографики и семиосферы национальной культуры, однако мы видим, что здесь работают те же механизмы. Важно также, что на первый план выдвигается социальность, как это могло бы быть прослежено и в ядре семиосферы журналистики.

История инфографики в журналистике (конкретно только в рамках периодики и – позднее – конвергентных СМИ) России прослежена Я. В. Лайковой. Она ведет отсчет от 90-х годов XIX века – с того момента, как графические изображения стали широко использоваться в качестве пояснительного инструмента, особенно в литературе, рассчитанной на широкую публику с разным уровнем культурной подготовки и элементарной грамотности¹⁶⁸. Уже сам подход к интерпретации начального периода российской журналистской инфографики позволяет видеть «работу ядра»: важно показать именно смысло-ориентированные элементы семиосферы. Между тем, например, в 2016 году в Москве работала выставка «Инфографика в России. От житийных икон до эпохи Постмодерна» (Всероссийский музей декоративно-прикладного и народного искусства, 23 июня 2016 – 24 июля 2016), оформленная как пять разделов-периодов отечественной инфографики. Первый раздел был посвящен иконам и лубочной литературе, в которой кураторы и организаторы выставки усматривали яркие примеры инфографики, рассчитанной на публику разного культурного уровня (в том числе и неграмотных людей). Здесь очевидна перекличка задач: Я. В. Лайкова четко отграничивает предмет исследования (она изучает инфографический контент периодических изданий), а создатели выставки расширяют его, чтобы привлечь внимание посетителей к исторически отдаленным артефактам сквозь призму современного понятия.

¹⁶⁸ Лайкова Я. В. Медиаинфографика как формат... С. 17.

Но и в том, и в другом случае очевиден расчет на «высокие» задачи инфографики просветительского толка.

В исследовании Я. В. Лайковой нет места персоналиям, она указывает на общие закономерности развития прессы, включающей инфографический контент, опираясь на труды С. Острикова и В. Лаптева (которые, в свою очередь, не отделяют медиапродукцию в отдельный блок при рассмотрении инфографики). Однако важно, что в разделе диссертации, посвященном истории инфографики в медиа России, мы обнаруживаем все те же элементы принадлежности к уже сформированному и отрефлектированному более общему (интернациональному) ядру семиосферы инфографики: позитивность, полезность, социальная значимость инфографики на всех этапах ее существования. Другими словами, мы наблюдаем формирование аксиологического подхода к инфографике как части медиасистемы.

История инфографики в СМИ с момента развития глубокой печати и появления технических условий создания и размещения на страницах периодики сложных инфографических проектов осмысливается учеными как время расцвета инфографики, ее усложнения и завоевания ею новых вершин. Здесь для большинства исследователей, обращающихся к истории инфографики, значимым оказывается опыт газеты *Юсэй Тудэй* (USA Today) – без преувеличения флагмана газетной инфографики. Интересно, что для большинства работ, включающих обзор истории инфографики, опыт этой газеты осмысливается в эмоционально-восторженных тонах. Газета *Юсэй Тудэй*, как отмечает Валеро Санчо, сразу издается как ответ на высокую степень телезависимости аудитории. Аудиовизуальные поколения вымещают те, что были приучены к чтению газет. Привычное в наше время представление, что именно интернет привнес повышенную аудиовизуальность, несколько корректируется наблюдениями ученого. Он упоминает специальные исследования, предпринятые собственниками газеты, в результате которых было установлено, что среднестатистический американский потребитель новостей предпочитает рассматривание чтению больших объемов текстов.

Газета была полностью ориентирована на такую аудиторию, тексты длиной более чем 500 слов были исключены. В результате газета получила огромные тиражи и вышла в лидеры американского рынка газет. На момент защиты диссертации Валеро Санчо (1999 год) *USA Today* казалась экономическим чудом, основанным на правильной «упаковке» инфографического контента. Сам исследователь оценивает газету именно в таких – эмоциональных – терминах («это поразительно»¹⁶⁹ и т. п.).

Газета *Юсэй Тудэй* получила широкую оценку в научно-исследовательской литературе¹⁷⁰. История успеха «инфографически ориентированной» газеты рассматривается в контексте общей позитивности инфографики, ее социальной значимости и способности к смысловому явлению даже в условиях общего падения интереса к традиционной культуре и ее ценностям. Так, Валеро Санчо специально подчеркивает, что собственник газеты заказал специальные исследования, которые позволили установить причины ухода публики из мира газет и подписок – это аудиовизуальный крен, диктуемый широким распространением ежедневных практик телесмотрения¹⁷¹. Именно эта идея оказывается сквозной в формировании

¹⁶⁹ Sancho J. L. V. *La infografía en la prensa...* P. 4-95–96.

¹⁷⁰ См., например, в работах 90-х годов (мы обращаемся только к тем статьям, где дается оценка инфографического контента газеты): Utt S. H., Pasternack S. *Infographics today: Using qualitative devices to display quantitative information* // *Newspaper Research Journal*. 1993. Т. 14. № 3–4. P. 146–157; Pasternack S., Utt S. H. *Reader use & understanding of newspaper infographics* // *Newspaper Research Journal*. 1990. Vol. 11. № 2. P. 28–41; Griffin J. L., Stevenson R. L. *The effectiveness of “how graphics” and text in presenting the news* // *Visual Communication Quarterly*. 1994. Vol. 1. № 2. P. 10–16; в более поздних оценках: Siricharoen W. V. *Infographics: the new communication tools in digital age* // *The international conference on e-technologies and business on the web (ebw2013)*. 2013. P. 169–174; Otten J. J., Cheng K., Drewnowski A. *Infographics and public policy: using data visualization to convey complex information* // *Health Affairs*. 2015. Vol. 34. № 11. P. 1901–1907; см. также магистерскую диссертацию, рассматривающую снимки газеты с точки зрения воплощения в них принципов журналистского контента: Vines E. A. *“Is this journalism?”: a study of whether the snapshots on the front page of USA Today adhere to journalistic standards* : LSU Master's Theses. 1244. https://digitalcommons.lsu.edu/gradschool_theses/1244 (дата обращения: 13.08.2020), а также перемещение тезиса о феноменальной успешности инфографического контента в газете в издания популяризаторского типа: Balch T. A. *Infographics for Everyone*. Presentation at the West Virginia Library Association Annual Spring Fling, Flatwoods // WV. 2015, April 9; Crane B. E. *Infographics: A practical guide for librarians*. Rowman & Littlefield, 2015. Vol. 20; Beegel J. *Infographics for Dummies*. Indianapolis, IN : Wiley, 2014; Krum R. *Cool Infographics: Effective Communication with Data Visualization and Design*. Indianapolis, IN : Wiley, 2014; Smiciklas M. *The Power of Infographics*. Indianapolis IN : Que/Pearson Education, 2012 и др. Общая тенденция за годы осмысления опыта газеты – утверждение ее в статусе легендарного первопроходца совмещения инфографического подхода к информации, развиваемого в смежных областях деятельности, и массмедийного формата. Работы 2000-х годов часто содержат эпитеты «замечательная», «знаменитая», «прославленная» (газета).

¹⁷¹ J. L. V. Sancho. *Ibid.* Важно, что М. Маклюэн рассматривал этот поворот в новаторской по замыслу книги «для рассматривания» – «Механическая невеста : фольклор индустриального человека», посвященной месту

смыслового ядра семиосферы инфографики – и благодаря этой идее разрозненные факты истории складываются в единый «текст о значимости» инфографики.

В российском журналистском пространстве, по мысли Я. В. Лайковой, есть свой аналог газеты *Юсэй Тудэй* – издание «Все ясно» (журнал 2005–2007 годов, 73 выпуска)¹⁷². В. В. Лаптев относит к изданиям, концептуализирующим инфографику как самостоятельный язык, журнал «Инфографика», выходивший с 2011 по 2014 год (19 выпусков)¹⁷³.

Этический императив прослеживается в выборе газеты *Юсэй Тудэй* и в оценке российскими исследователями опыта изданий «Инфографика» и «Все ясно» в стремлении подчеркнуть смысловые приоритеты избранных изданий, отмежеваться от темы «внешней развлекательности», хотя вопросы перевеса изобразительного над смысловым постоянно возникают в истории инфографики новейшего периода. Собственно *эстетика* инфографики не рассматривается как самодостаточный элемент: это всегда вспомогательный элемент восприятия, направленного на уяснение смысла. Для нашего исследования это особенно значимый факт в концепировании семиосферы инфографики: эстетическое означает сущностная, но подчиненная черта феномена в оценке его значимости. Между тем в каждом исследовании инфографики в ретроспективе мы обнаруживаем оценочные позиции, связанные с эстетическим компонентом, который понимается как изобразительный, художественный. Именно этот момент можно назвать **четвертой чертой** конституирования инфографики и ее коллективной памяти в исторических обзорах: описание изобразительной стороны дается подробно, но с обязательной «оглядкой» на «информационную плотность»¹⁷⁴ и смысловую полноту¹⁷⁵.

рекламы в развитии культуры (а также философской значимости этого нового – визуально-концептуального – способа освоения действительности). McLuhan M. The mechanical bride: Folklore of industrial man. Vanguard Press, 1951.

¹⁷² Лайкова Я. В. Медиаинфографика как формат... С. 24.

¹⁷³ Лаптев В. В. Проектная эволюция... С. 311–312.

¹⁷⁴ Остриков С. В. Теоретические основы и принципы ... С. 87.

¹⁷⁵ Лаптев В. В. Проектная эволюция... С. 335–337 и далее.

Таким образом, журналистская инфографика в рамках своей семиосферы воспринимается рефлексивным сознанием исследователей как зона особого (графического и художественного) выполнения основной миссии журналистики – донесения смысла до аудитории. Объяснительный потенциал инфографики доминирует, что ведет к его «оседанию» в ядре семиосферы. Любые случаи изменения доминирования в пользу изобразительности оцениваются с позиций этой негласной нормы как негативные. Мы могли бы назвать это сопротивлением «чистой эстетике». История в трудах исследователей последовательно предстает в виде «борьбы за смысл», когда любые отклонения от доминанты «понимания», лежащей в основе семиозиса в инфографике (понимаемой как семиосфера, в рамках которой этот семиозис может протекать), рассматриваются как своеобразная «ересь», нарушение сакрализованной нормы.

Ю. М. Лотман отмечает, что любая семиосфера содержит динамические, постоянно меняющие свою суть элементы. Но общая эволюция такой динамики тяготеет к спецификации (каждый элемент, если можно так выразиться, стремится к замыканию в собственную микросемиосферу). Это, как полагает Лотман, ведет к увеличению внутреннего разнообразия семиосферы – гаранта ее развития и процветания. Однако здесь же работает и принцип баланса – семиосфера не распадается на множество отдельных миров, поскольку они объединяются инвариантным принципом подобия и одновременно несходства (различия), то есть симметрии и асимметрии¹⁷⁶.

Наконец, **пятая черта** связана с памятью (историей) институционализации инфографики (здесь мы остановимся именно на российских исследованиях феномена, хотя большинство из них обращаются и к международным формам институционализации).

Институционализация – это последовательное «застывание» семиосферы в виде социального института, обладающего своими выраженными чертами, превращающими несколько абстрактное явление

¹⁷⁶ Лотман Ю. М. Статьи по семиотике и топологии культуры... С. 20.

в функциональный сегмент общественной жизни. Институционализация рассматривается как закономерный процесс, в определенном смысле «победа» феномена, обретение им конкретных форм воспроизведения (выступающих гарантом его сохранения и развития)¹⁷⁷.

Исторические формы институционализации инфографики рассматривает В. В. Лаптев в связи с развитием систем государственной поддержки и «опеки» инфографики в Советском Союзе и других странах и вопросами «венского метода». Исследователь прямо пишет, что работы О. Нейрата по разработке «графического языка» были выполнением заказа администрации Красной Вены, которая стремилась решить целый ряд социально ориентированных проблем. Под опекой государства разворачивалась и популяризация статистики, визуализация которой была важной частью истории инфографики (в том числе и в средствах массовой информации)¹⁷⁸, но и под контролем того же государства публикации статистических данных были сильно ограничены¹⁷⁹.

Тесная связь инфографики и ее развития с государственными формами отмечается и в исследовании С. В. Острикова.

С. В. Остриков отмечает, что современное профессиональное пространство производства и распространения инфографики связано с работой профессиональных групп (сообществ), возникновением порталов, посвященных специалистам по инфографике (то есть обслуживающим их профессиональные интересы и запросы), внедрением в обиход наименований лиц по профессии («инфограф», «программист-инфограф», «инфографист»), развитием образовательных программ, включенные в учебные планы вузов, и курсов (в том числе и краткосрочных), проведением научных конференций, где обсуждаются практические и теоретические

¹⁷⁷ См. подробный анализ истории термина «социальный институт»: Глотов М. Б. Социальный институт: определение, структура, классификация // Социологические исследования. 2003. № 10. С. 13–19.

¹⁷⁸ Лаптев В. В. Изобразительная статистика...

¹⁷⁹ Лаптев В. В. Проектная эволюция... С. 237–238.

вопросы развития инфографики, развитием международного конкурса инфографики «Малофей»¹⁸⁰.

Развитие профессиональной культуры производства инфографики считает ключевой задачей в укреплении ее места в информационном пространстве и В. В. Лаптев. По его мнению, именно совершенствование преподавания инфографического дизайна с опорой на историю и теорию инфографики может привести к соответствующему прогрессу в выполнении миссии инфографики. Поэтому он подробно останавливается на анализе инфографики в современных бизнес-коммуникациях, в основном, критикуя выполненные проекты за несовпадение изобразительной и смысловой составляющих, а также дает развернутую характеристику выпускных квалификационных работ по проблемам инфографики. В своем исследовании он также указывает на престижность международного конкурса «Малофей»¹⁸¹.

В чем значимость профессионального подхода к истории и современному состоянию инфографики? На наш взгляд, в этом проявляется стремление авторов исследований завершить историю феномена инфографики его «победой» в борьбе с конкурентными сегментами коммуникации, подтвердить его значимость и актуальность, предсказать траектории дальнейшего развития (например, в виде развития и укрепления образовательных программ, связанных с инфографикой¹⁸²). По мнению авторов работ, инфографика в СМИ становится важнейшим инструментом, а ее отсутствие выглядит как анахронизм. Интересно, что Я. В. Лайкова, например, даже связывает неспособность газеты «Ведомости» наладить интенсивную обратную связь с читателями именно потому, что газета равнодушна к современным интерактивным формам инфографического контента¹⁸³.

¹⁸⁰ Остриков С. В. Теоретические основы и принципы... С. 89–92.

¹⁸¹ Лаптев В. В. Проектная эволюция... С. 75, 300; 320–327.

¹⁸² Лайкова Я. В. Медиаинфографика как формат... С. 25.

¹⁸³ Там же.

В зарубежных исследованиях мы тоже обнаруживаем внимание именно к профессиональной культуре специалистов по инфографике. Первую часть четвертого раздела своей диссертации Валеро Санчо посвящает именно этим вопросам¹⁸⁴. Основная часть диссертации Альберто Кайро также посвящена профессиональной культуре специалистов по инфографике ведущих СМИ Америки и других стран¹⁸⁵: здесь мы встретим и глубинные интервью с профессионалами, и опросник по профессиональным навыкам и качествам, и обзор истории профессионализации и институционализации американских инфографов (специалистов по новостной графике). Примечательно, что Кайро тоже (как и С. В. Остриков) останавливается на самоназвании лиц по профессии в области производства инфографического контента. Анализируя отказ именоваться «инфографами», автор отмечает, что это связано с необходимостью отмежеваться от нежелательных коннотаций со специалистами «сервисного» ряда и повысить собственную значимость.

В российских исследованиях мы обнаруживаем интерес к отделам инфографики в крупнейших СМИ как показателю развития института инфографики, в иностранных источниках – как показатель определенного второстепенности их (то есть инфографика становится институционально более значимой, когда специалист по инфографическому контенту «растворяется» в команде журналистов, его труд приравнивается к их деятельности). Это тонкий нюанс институционализации, объяснимый именно с позиций формирования семиосферы инфографики: ценностный ряд предопределяется значимостью инфографики в выполнении сугубо журналистских задач, создания «качественной журналистики» (а не иллюстративного материала к публикациям коллег по цеху).

Я. В. Лайкова тоже в своем исследовании подчеркивает именно эту мысль: по ее мнению, наиболее удачными будут те журналистские проекты,

¹⁸⁴ Sancho J. L. V.. La infografía en la prensa... P. 4-71–116.

¹⁸⁵ Cairo A. Nerd Journalism...

где специалисты по инфографике изначально включены в команду «на равных»¹⁸⁶.

Таким образом, в истории инфографики в журналистике мы можем усмотреть формирование коллективной памяти, лежащей в основе инварианта подобия: это укрепление значимости за счет привлечения подобных ресурсов из прошлых периодов развития грамотности и печати; прослеживание истории феномена инфографики как череды смены ее форм; стремление подчеркнуть социальную, общественную значимость инфографики (мы назвали это принципом этического императива, реализуемого в исследованиях истории инфографики в том числе за счет «иконографии» – персоналий наиболее ярких акторов этого поля деятельности); подчинение эстетических черт инфографики смысловым, ввод нормативного отношения к феномену через превалирование смыслоформирующих функций; наконец, рассмотрение становления профессиональной культуры, предопределяющей стабилизацию семиосферы и создающей условия для закрепления стандартов качества инфографического контента.

Для нас также значимо, что если в ранних статьях по истории инфографики в российском исследовательском пространстве мы в основном находим пересказы исторических обзоров на эту тему, созданных западными исследователями¹⁸⁷, то позднее авторы обращаются к самостоятельным изысканиям, расширяя представления о месте инфографики в российской культуре (см. указанные работы Я. В. Лайковой, В. В. Лаптева, С. В. Острикова и других ученых).

Как уже отмечалось выше, это связано с задачей установления особенностей семиосферы инфографики применительно к индигенизированному коммуникативному пространству России, обладающему своими особенностями. Здесь все время наблюдается переплетение двух тенденций в оценках этих особенностей – нисходящая

¹⁸⁶ Лайкова Я. В. Медиаинфографика... С. 22.

¹⁸⁷ См. например, обзор в статье Г. А. Никуловой и А. В. Подобных (Никулова Г. А., Подобных А. В. Средства визуальной коммуникации...).

(констатация упадка) и восходящая (констатация развития и расцвета). В определенном смысле, это переплетение симметрии и асимметрии проявляется в желании концепировать этот сегмент действительности как динамичное образование: «упадок» является следствием невнимания к научным, философским основам инфографики, а расцвет – с развитием технологий, обуславливающих материальные возможности создания сложных и потому более близких к нормам, выработанным за столетия существования инфографики, проектам.

Очевидно, что в аналитике исторического развития инфографики исследователи придерживаются взглядов на ее технологичность как благо (а не причину упадка): чем быстрее и многообразнее компьютерные технологии проникают в повседневность редакций СМИ и пользователей, тем легче и успешнее становится работа специалиста по инфографике. Для западных специалистов также характерно стремление придерживаться логики прогресса в описании исторического пути инфографики. На наш взгляд, с одной стороны, это объективные наблюдения (поскольку инфографика тесно связана с технологиями создания ее контента), которые вводят в ядро семиосферы креативные технологии, имеющие отношение к производству инфографики, а с другой – дань общей идеологии позитивного исторического пути инфографики, стремящейся к обособлению в отдельный домен коммуникации.

Теория прогресса в истории инфографики отражена на схеме, подготовленной Г. А. Никуловой и А. В. Подгорных (на основе исследования П. Луи и других источников) – см. рис. 6.

На этой схеме предыстория (стремление включить инфографику в журналистику в более широкий архаичный контекст) прочерчена через некоторые избирательные точки, чтобы подвести схему к закономерному итогу: внедрению инфографики в СМИ и получению там подлинного расцвета. Схематически это выражено через самый многообразный «пакет» изображений в той части, где иллюстрируется современное состояние

информационной графики. Эта схема хорошо иллюстрирует «теорию прогресса» в описании развития того или иного института (в нашем случае – социального института инфографики).

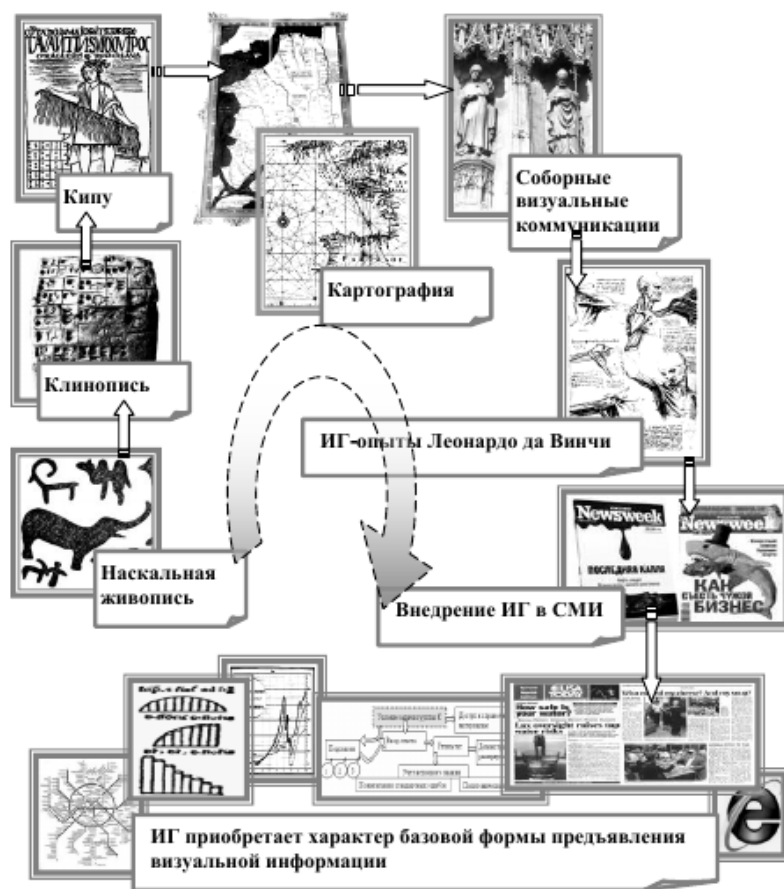


Рис. 6. Иллюстрация из статьи Г. А. Никуловой и А. В. Подобных «Основные этапы и вехи распространения ИГ»¹⁸⁸

Выводы по параграфу 1.3:

Рассмотрено развитие инфографики с позиций концептуализации её истории сквозь призму логики развития семиосферы. Проанализирован массив литературы с целью обнаружения механизмов, способов производства семиосферной памяти в рамках идей Я. Ассмана о культурной идентичности и культурной памяти. Эти идеи спроецированы на характеристику диахронной глубины семиосферы, дана интерпретация истории инфографики с позиций

¹⁸⁸ Никулова Г. А., Подобных А. В. Средства визуальной коммуникации... С. 373.

формирования самосознания семиосферы, выделены черты, направленные на формирование культурной памяти семиосферы.

ГЛАВА ВТОРАЯ. ИНФОГРАФИКА В АСПЕКТЕ ВИЗУАЛЬНОГО ПОВОРОТА

2.1 Визуальный поворот как вызов профессиональной журналистике

Рассматривая историю инфографики как рефлексивное описание исследователями диахронной глубины ее семиосферы, мы вычленим такой важный аспект, как развитие инфографики в условиях визуального поворота.

Само понятие «визуальный поворот¹⁸⁹» неоднократно становилось объектом исследовательского внимания с разных точек зрения. Важно, что в общей оценке этого явления можно обнаружить определенные «вехи», которые делают саму разработку представлений о визуальном повороте репрезентативной для понимания построения семиосферы журналистики и ее частного – инфографики в журналистике.

История понятия «визуальный поворот» хорошо изучена; она опирается на аналогичную историю «лингвистического поворота», когда тема «поворотов» была артикулирована Ричардом Рорти и прямо введена в научный оборот¹⁹⁰, задав определенную «моду» на поиск новых «поворотов». Мы могли бы соотнести понятие «поворот» с понятием «парадигмы»; подробнейшую историю термина «парадигма» в разных языках и в разные времена прослеживает В. З. Демьянков¹⁹¹. В нашем исследовании под «поворотом» понимается выдвижение на первый план исследовательского внимания определенного феномена, качества которого рассматриваются как системообразующие в бытийном, эпистемологическом смысле, а логика

¹⁸⁹ Под «поворотом» в гуманитаристике понимается определенный крен интереса и исследовательской методологии, когда самые разные сферы человеческой деятельности и знания рассматриваются в логике или терминологии определенного подхода. См. доклад «Что такое повороты в философии?» В. В. Савчука в РХГА 26 октября 2012 года и стенограмму его обсуждения (<http://rhga.ru/science/conferences/rusm/stenogramms/savchuk.php>) (дата обращения: 16.02.2021).

¹⁹⁰ Rorty R. (ed.). *The Linguistic Turn: Recent Essays in Philosophical Method*. Chicago ; London : The University of Chicago Press, 1967.

¹⁹¹ Демьянков В. З. Термин парадигма в «родном» и «чужом» ареалах // *Парадигмы научного знания в современной лингвистике* : сб. науч. трудов / РАН, ИНИОН. Центр гуманитар. науч.-информ. исслед. Отд. языкознания; Кубрякова Е. С., Лузина Л. Г. (отв. ред.) и др. М., 2008. С. 15–39. См. также предисловие к этой книге.

функционирования и развития транслируется в объяснительные модели широкого спектра социальной действительности.

Важно, что «поворот» предопределяет саму «раму» представлений о мире и его свойствах, задает императивы мировоззрения или – точнее говоря – границы понимания действительности.

Визуальный поворот маркирует активный интерес исследователей к культурным образцам и феноменам, связанным с рассматриванием (в отличие от письменной культуры, которая тоже, по сути, является визуальной и предназначена для чтения – освоения с помощью зрения; однако не предполагает рассматривания, а позволяет с помощью зрительных анализаторов получать письменную информацию для дальнейшей когнитивной обработки).

Для нашей работы это принципиальный момент – оппозиция смотрения-чтения и смотрения-рассматривания. Поиск правильного определения этой логики вел исследователей к «примериванию» к этому феномену самых разных дефиниций.

Фердинанд Феллманн вводит понятие “*imagic turn*”¹⁹², Томас Митчелл предлагает термин “*pictorial turn*”¹⁹³, Готфрид Бем использует выражение “*iconic turn*”¹⁹⁴, а Клаус Закс-Гомбах – “*visualistic turn*”¹⁹⁵. В российских исследованиях нередко это множество понятий воспринимается как некий синонимический ряд и попытки разных исследователей выразить свое отношение к одному и тому же визуальному повороту в культуре, который, как бы исследователи ни преломляли понятие, сводится к доминированию изображений над текстами в коммуникации¹⁹⁶. Однако нам важно

¹⁹² Fellmann F. *Symbolischer Pragmatismus. Hermeneutik nach Dilthey*. Hamburg, Germany: Rowohlt, 1991.

¹⁹³ Mitchell W. J. T. *The Pictorial Turn* // *Artforum*. Hamburg, Germany: Rowohlt, 1992.

¹⁹⁴ Boehm G. *Was ist ein Bild?* (4th ed.). München, Germany : Fink, 1994.

¹⁹⁵ Sachs-Hombach K. *Das Bild als kommunikatives Medium. Elemente einer allgemeinen Bildwissenschaft*. Köln, Germany : Herbert von Halem, 1993.

¹⁹⁶ Абисова М. А. Иконический поворот: визуальное насилие // *Рецепція проблем інформаційного суспільства у сучасній філософії (філософські читання, присвячені Міжнародному дню філософії)*: зб. наук. пр. (Київ, 15 листопада 2016 р.) / за ред. Л. Г. Дротянко. Київ: НАУ, 2017. С. 3–7; Гаврилина Л. М. Эпоха поворотов: эпистемологические поиски и социокультурные реалии // *Ярославский педагогический вестник*. 2015. № 2. Том I. С. 31–36; Дроздова А. В. Визуальность как феномен современного медиаобщества // *Дискуссия*. 2014. № 10 (51). С. 29–35; Дроздова А. В. Специфика визуальных исследований в современном гуманитарном

подчеркнуть, что поиск наиболее адекватного сути феномена выражения велся в западной науке не случайно. Главной задачей было как раз разграничить в культуре зрения, смотрения собственно текстовую информацию, задающую параметры «книжного» мира и мировоззрения, и информацию для разглядывания и рассматривания, требующую иных навыков и иного типа когнитивных усилий. Подробное обобщение работ по визуальному повороту в контексте развивающей отрасли науки Visual Studies на ранних этапах было сделано Мартином Джеем, стремившимся подчеркнуть тесную связь развития отношения к визуальному повороту сквозь базовые идеологии эпохи¹⁹⁷.

Именно этот момент кажется нам самым значимым в объяснении основных процессов, идущих в культуре XX и XXI веков, связанных с развитием журналистики и инфографики как ее части.

Основная особенность распространенного концептуализирования визуального поворота связана с представлениями о том, что изображение «легче» текста в когнитивном плане. Это общее мнение закрепилося в выражении «клиповое мышление», являющимся прямым спутником феномена визуального поворота, по мнению множества исследователей, и закрепившегося в науке в качестве общей характеристики сдвига в сознании новых поколений. Этот сдвиг обеспечивает межпоколенный разрыв и устанавливает определенные границы между общественными стратами современного общества.

знании // Ярославский педагогический вестник. 2015. № 3. С. 254–259; Земцова Я. М., Храпова В. А. Визуальный поворот в культуре и становление нового образа социальной реальности // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов : Грамота, 2014. № 6 (44). В 2 ч. Ч. II. С. 175–177; Инишев И. «Иконический поворот»...; Ищенко Е. Н. «Визуальный поворот» в современной культуре: опыты философской рефлексии // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Философия. 2016. № 2. С. 16–27; Колодий Н. А., Колодий В. В. Визуальный поворот и его влияние на социальное познание // Известия ТПУ. Экономика, философия, социология и культурология. 2010. № 6. С. 146–152; Колодий В. В. Визуальность как феномен и ее влияние на социальное познание и социальные практики : автореф. дис. ... канд. философ. наук : 09.00.11 «Социальная философия». Томск, 2011; Крышталева М. К. Визуальный опыт человека в современной культуре // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). 2014. № 2 (31). С. 165–168. См. подробный обзор этих и других работ в главе первой монографии «Визуальный поворот...» под ред. С. И. Симаковой.

¹⁹⁷ См. его труды 80–90-х годов: Jay M. Adorno. Cambridge, MA : Harvard University Press, 1984; Jay M. Marxism and Totality: The Adventures of a Concept from Lukács to Habermas. Berkeley : University of California Press, 1986; Jay M. Downcast Eyes: The Denigration of Vision in Twentieth-Century French Thought. Berkeley : University of California Press, 1994; Jay M. Vision in Context: Historical and Contemporary Perspectives on Sight. London : Routledge, 1996 и др.

Подробный обзор точек зрения на клиповое мышление в контексте визуального поворота предложено С. В. Докукой¹⁹⁸. Она возводит это понятие к трудам А. Моля и Э. Тоффлера, прослеживает разные точки зрения на этот феномен, отмечает, что в последнее время наметилась тенденция позитивного подхода к клиповому мышлению – как адекватной реакции «социального тела» на вызовы информационной среды и необходимость адаптироваться к ней. С точки зрения исследовательницы, это бесперспективный подход, поскольку граница, которую можно провести между рациональным, логичным – и вследствие этого критическим – книжным мышлением и иррационально-нелогичным «наблюдательным» клиповым мышлением, действительно впечатляет и заставляет задуматься о состоянии современной культуры.

После этого исследования мы можем отметить переход дискуссии преимущественно в область образования и изучения рисков развития современной молодежи. В определениях все больше звучит оценочная лексика, например, «расплачивающиеся дефицитом осмысленности»¹⁹⁹, «поверхностное мышление»²⁰⁰, «блокирующее <доступ личности> к себе»²⁰¹. Важно отметить, что само выражение «клиповое мышление» разрабатывается преимущественно в отечественной науке; в западной мысли под выражением «клиповая культура» зачастую понимается более узкая сфера, связанная с популярностью музыкальных видеоклипов²⁰². В российской гуманитарной науке сейчас можно встретить алармистские мнения о распространении клипового мышления как знака умственной деградации человечества²⁰³.

¹⁹⁸ Докука С. В. Клиповое мышление как феномен информационного общества // *Общественные науки и современность*. 2013. № 2. С. 169–176.

¹⁹⁹ Антипов М. А. Клиповое мышление как атрибут техногенного общества // *XXI век: итоги прошлого и проблемы настоящего плюс*. 2015. № 6. С. 25.

²⁰⁰ Горобец Т. Н., Ковалев В. В. «Клиповое мышление» как отражение перцептивных процессов и сенсорной памяти // *Мир психологии*. 2015. № 2. С. 94; Сальный Р. В. Методы преодоления «клипового мышления» школьников // *Школьные технологии*. 2015. № 2. С. 95.

²⁰¹ Исаева А. Н., Малахова С. А. «Клиповое мышление»: психологические дефициты и альтернативы (пространственный фокус) // *Мир психологии*. 2015. № 4. С. 180.

²⁰² Mateo S. Clip culture: A start-up shows big media and mighty Google how to do web video // *The Economist*. 2006, 27th of April. URL: <http://www.economist.com/node/6863616> (дата обращения: 19.09.2020).

²⁰³ Гиренок Ф. И. Клиповое сознание. М. : Проспект, 2016; Girenok F. On Culture's Turn to Nonconceptual Thinking // *Russian Philosophy in the Twenty-First Century*. Leiden, The Netherlands : Brill ; Rodopi, 2020. P. 126–134.

На наш взгляд, дискуссия о клиповом мышлении как когнитивном «ответе» на визуальный поворот заставляет задуматься о работе общей семиосферы культуры – отбора значимых элементов, требующих упорядочивания и помещения в ядро семиосферы. Опосредованно эти процессы оказываются чрезвычайно значимыми для журналистики, поэтому мы в настоящем параграфе остановимся подробнее на визуальном повороте и реконфигурации культурных практик, связанных с ним, именно с точки зрения рефлексии, осмысления происходящих процессов в среде исследователей.

Прежде всего, важно, что визуальное в культуре всегда занимало центральное место (в отличие от, например, аудиального, а тем более другой информации, связанной с работой органов чувств, – ольфакторной, густаторной, гаптической). В древнефилософских практиках противопоставление зримого и умозрительного было важнейшей линией анализа действительности (и только умозрительное, рожденное «чистым разумом» воспринималось как истинное; то, что человек мог видеть глазами, проблематизировалось как иллюзорное и мнимое). Но потребность в визуальных искусствах и зрелищных общественных практиках была всегда настолько высока, что культура шла в своем развитии именно усиливая визуальные компоненты.

Книжная культура, расцвет которой связан с технологиями книгопечатания, настолько тесно связана с распространением не только знаний, но и идеологий, что выглядит в истории человечества гигантским проектом не высвобождения, но порабощения сознания, о чем подробно писал М. Маклюэн. Маклюэн полагает, что линейное мышление, формируемое книжной (алфавитно-текстовой) культурой выглядит как «шаг назад» по сравнению с «магической слуховой» культурой дописьменного периода. Так создаются предпосылки для «империи слова», в прямом смысле слова распространяющей тоталитаризм²⁰⁴. В рассуждениях Маклюэна

²⁰⁴ Маклюэн М. Галактика Гутенберга: сотворение человека печатной культуры. Киев : Ника-Центр, 2004. Маклюэн во многом опирается на учение Г. Инниса (см. Innis Harold. Empire and Communications. Oxford: University of Oxford Press, 1950).

мы усматриваем пример выхода за рамки «неподтвержденных аксиом» (например, уверенности в том, что книжная культура есть вершина развития человеческого сознания и знаниевых технологий).

Между тем, для нас в контексте наших рассуждений существенным является сам инновационный подход философа коммуникации к концепированию истории человечества в критическом аспекте. То, что сейчас считается несомненной культурной ценностью, когда-то выглядело как явная деградация и шаг назад в области развития интеллекта и коллективных эпистемологий²⁰⁵. Но всякий, кто возьмется анализировать достижения человечества за время развития книжной культуры, неизбежно будет констатировать ярчайший прогресс. Таким образом, «книжное» («алфавитно-письменное») переживает свое авангардное появление, развитие и расцвет, а затем и неизбежный закат. В связи с этим визуальный поворот следует рассматривать как крайне постепенный и эволюционно обусловленный длительный период, а не «неожиданное» мгновенно случившееся событие. И в этой эволюции стоит обратить внимание на ценностный подход: воспринимаемое как деградация явление может впоследствии быть оценено как прорыв и шаг вперед по пути прогресса (развития знания и технологий), но такая переоценка будет складываться на протяжении длительного периода времени.

Другой важный аспект визуального поворота тоже отмечен Маклюэном: собственно «эпоха алфавита» и есть победа визуальности над более сложной магически ориентированной эпохой устности, когда слово надо было произносить и слышать. Это наблюдение заставляет вернуться к теме визуального поворота как проблематичному полю наблюдений: что именно понимается под таким поворотом, каково его наполнение? Очевидно, что визуальный поворот никак не включает в массовые культурные практики всю

²⁰⁵ Маклюэн приводит известную притчу Платона (из диалога «Федр»), где о технологии письменности с грустью говорится как о пути от мудрости к «мнимо-мудрости»: это не развитие памяти, но средство для припоминания, которое уничтожит навыки развития «внутренней», устойчивой памяти. См. Маклюэн М. Галактика Гутенберга... С. 37–38. Другое рассуждение (восходящее к Фоме Аквинскому) – о Сократе и Христе, не доверивших свое учение письму. (Там же. С. 146–147).

ту богатую культуру, что наработали элитарные экспертные группы в области визуальных искусств (живописи, кино); напротив, очевидно, что речь идет о замене самого центрального типа коммуникации, ее модуса: вместо текста и слова в ядре коммуникации все большее место занимает изображение и несловесный знак.

Поэтому визуальность современной культуры как будто «не помнит» о рефлексии по поводу визуального, восходящей к истории и теории живописи, балета, танца и т. п. Дело не в актуализации этих полей, когда-то явно маргинальных по отношению к ядерному положению словесной культуры, но в их «перезагрузке», переосмыслении с «нуля».

Очевидно, что «визуальность» алфавитной культуры, по Маклюэну, никак не равна (теле)визуальности его современности, которую он склонен рассматривать, прежде всего, как победу слухового начала над визуальным, понимая под этим возвращение к «магическому» периоду. Мы склонны полагать, что в западной культуре в целом понятие «визуальный поворот» и было реакцией на осмысление места телевидения и телесмотрения в массовых культурных практиках. И это чрезвычайно важно именно в связи с тем, что современная массовая коммуникация в принципе построена на иных основаниях, чем культура телесмотрения середины и второй половины XX века.

Современный визуальный поворот соотносится исследователями с интернет-культурой и интернет-коммуникациями в области культурологии коммуникаций, а также с расцветом оцифровки и дигитальной информации – с точки зрения знаковой природы информационного обмена²⁰⁶. Поэтому поиск адекватного термина для обозначения происходящих перемен и связан с поиском основания таких изменений, их когнитивной основы.

Так как в центре нашего внимания – журналистика и новостная инфографика, то вопрос о том, что именно меняется с расцветом визуального

²⁰⁶ Wevers M., Smits T. The visual digital turn: Using neural networks to study historical images // Digital Scholarship in the Humanities. Vol. 35. Issue 1. P. 194–207.

поворота, в культуре, является принципиально важным: журналистика работает «на острие» современных коммуникационных трендов, а инфографика рассматривается исследователями, как мы показали в предыдущей главе, как ее авангард. И поэтому «опережающее понимание» происходящих процессов и является основой корреляции научных исследований в области коммуникации с объектом изучения.

В разных определениях («пикториальный», «иконический», «визуалистический» поворот) мы усматриваем стремление найти обозначение когнитивного сдвига. Сознание вступающих в информационный обмен людей перенастроено с текстовых блоков на изобразительные. Размышления о клиповом мышлении как «поверхностном», «краткосрочном», «не способном к продолжительному анализу» и даже как к знаку «утраты логики и синтеза мышления»²⁰⁷ и т. п. в связи с этим представляются нам крайне значимыми – они, на наш взгляд, являются индикатором реакции (во многом именно российского – хотя и не только) научного сообщества на появление в России телевидения и видео, ориентированных на западные образцы. Долгое сдерживание на уровне идеологического контроля развития технологий телесмотрения, их искусственное ограничение, фильтры, накладываемые на контент, вели к видимости торжества книжной культуры в СССР²⁰⁸ – в противовес «дикой» и «безыдейной» культуре западных стран, которой было найдено впоследствии терминологическое обоснование – «клиповая культура». Исследователи 10-х годов нынешнего века недостаточно чувствительны к сменам культурных трендов: визуальное (в том числе и просмотр видеопроодукции) все более тяготеет к длинным и последовательно-логичным формам, например, просмотру сериалов, особенно «растянутых» по выходу в эфир. Яркий пример – «Игра престолов»,

²⁰⁷ См. алармистские размышления: Думанский Д. В., Мирчун Г. А. Клип и клиповое мышление как феномены массовой культуры // Культура и искусство: поиски и открытия : сб. науч. ст. Кемерово : Кемеров. гос. ун-т культуры и искусств, 2015. С. 349–355.

²⁰⁸ О том, что это все же была именно видимость, подробно пишут Л. Гудков, Б. Дубин и другие социологи чтения; см., например: Гудков Л. Д., Дубин Б. В. Литература как социальный институт : статьи по социологии литературы. М. : Нов. лит. обозрение, 1994.

собравшая почти миллиардную аудиторию и имеющая продолжительность 70 часов экранного времени (<https://7kingdoms.ru/story/game-of-thrones-running-times/>). В одном ряду с заметным в массовых коммуникациях увлечением сериалами (среди которых наибольшее число просмотров набирает не второсортная продукция, а серьезные смысловые являющие сюжеты, в основе которых лежит исследование системы ценностей современного человека), требующими сосредоточенности, вовлеченности зрителя, а главное – культуры смотрения, памяти на просмотренное, сопоставления, визуальной логики.

То же самое мы можем сказать о популярности в современной журналистике лонгридов – пространных повествований, досконально, в мельчайших деталях исследующих тему. Здесь от пользователя требуется еще и развитие нелинейного подхода.

Почему все эти факты оказываются за пределами рефлексии ученых, обращающихся к теме клипового мышления? По всей видимости, работают инерционные механизмы, призванные обеспечить стабильность семиосферы культуры, то, что Лотман и называет балансом симметрии и асимметрии.

Но для нашей работы особое значение имеет уточнение понятия «визуальный поворот» в свете этих рассуждений. Присоединяясь к исследователям, рассматривающим клиповое мышление в аспекте цифрового всплеска визуальности новейшего времени как адекватную реакцию на новые факторы коммуникации, мы отмечаем, что сами параметры этого явления должны быть основательно скорректированы (в том числе и для подрастающего поколения). Масса примеров длительного и вовлеченного восприятия какого-либо ресурса (это может быть электронная книга, чат специалистов по каким-то вопросам, тематические каналы, сериалы, компьютерные игры, требующие глубокого погружения в сюжет и соучастия в нем и т. п.) ставит под сомнение заключение о «прерывистости», «дискретности», «поверхностности» коммуникации современных пользователей. Мы также можем отметить недостаток практически-

экспериментальных работ в этой области, поскольку исследование реальных черт сознания и особенностей восприятия современного пользователя требуют лонгитюдных, глубоких исследований, а не только опросов или анализа их деятельности в сети. Все это несколько затрудняет адекватную оценку места визуального поворота в современных культурных практиках, однако одновременно и выдвигает проблему взвешенной оценки этих относительно новых явлений.

Большого внимания заслуживает концепция развития современного пользователя-подростка, предложенная известной исследовательницей-этнографом Даной Бойд (danah boyd), предложившей триединую модель развития знаниевой парадигмы в новых условиях медиаперенасыщенного пространства. Вместе с другими исследователями она установила, что условно становление пользователя проходит три этапа. Первый – это межличностная коммуникация с использованием возможностей технологий интернет-связи, второй – это накопление впечатлений от погружения в ресурсы интернета (и именно этот этап выглядит со стороны как «бесцельный», «пустая трата времени» и вызывает опасения родителей и педагогов), наконец, третий этап – это обнаружение информационной зоны, которая вызывает наибольший интерес и внимание у подростка, погружение в материалы этого сегмента и овладение этим информационным сегментом на уровне экспертного знания, а также обучение способам и методам коммуникации с другими участниками, вовлеченными в изучение той же сферы²⁰⁹.

Обратим внимание на то, что такой областью может быть не только визуальный контент, но и, например, музыка, относящаяся сейчас к быстро растущим сегментам коммуникации. Однако визуализация свойственна и музыкальному обмену, поэтому общая схема, предложенная Даной Бойд и ее соавторами, представляется полезным аргументом в рассуждениях

²⁰⁹ Ito M., Baumer S., Bittanti M., boyd d., Cody R. et als. Hanging Out, Messing Around, and Geeking Out : Kids Living and Learning with New Media. Cambridge, Massachusetts : The MIT Press, 2010.

о визуальном повороте, клиповом мышлении и современном новостном контенте.

Как видим, клиповое мышление может быть пересмотрено как понятие – это не «монолитный» раз и навсегда данный конструкт, а один из периодов развития сознания подрастающего человека, суть которого – обретение себя и своего места в поистине безграничном мире, который открывает перед ним сеть.

Следующий этап его развития – переход к эпистемному (эпистемиологически ориентированному) анализу действительности, и этот эпистемный подход, на наш взгляд, как раз и переживает самый яркий сдвиг от тексто-ориентированного постижения информации к визуально-символическому способу освоения действительности.

Журналистика и новостная инфографика ориентируют свои материалы на самую разную аудиторию, поэтому «крен» в сторону «digital native» пользователей не может восприниматься как «единственно правильный» – ведь они не являются единственной целевой аудиторией СМИ. Возможно, поэтому визуальный поворот и не может рассматриваться как формирование особого «молодого» лагеря пользователей, вовлеченных в видеокультуру *вместо* освоения культурных образцов прошлого. Визуальный поворот может рассматриваться как более сущностная, глубинная смена парадигмы сознания, проявляющаяся у разных поколений и страт по-разному.

На наш взгляд, именно эта «множественность ликов» визуального поворота и заслуживает самого пристального внимания.

Так, наполнение коммуникации изображениями связывается с технологическим фактором, который мы можем признать ведущим в коммуникации с существенной оговоркой: в основе информационно-коммуникационных технологий лежат информационные потребности, удовлетворение которых и ведет к созданию новых технологий и их внедрению в общекультурные нормы и практики.

Принципиально эта взаимосвязь потребностей и технологий (одни определяют другие, но, будучи внедренными, они немедленно начинают оказывать решительное воздействие на первые – получается своеобразный замкнутый круг, в котором фактически невозможно развести причину и следствие – это именно комплексное, симультанное взаимодействие).

Фридрих Киттлер был одним из первых, кто указал на значимость технологий коммуникаций в производстве смыслов²¹⁰. Не останавливаясь на его идеях подробно, отметим, что, когда исследуется современное состояние визуальных коммуникаций, тезис о «легкости восприятия» (по сравнению с текстом) присутствует частотно²¹¹, однако он не выглядит аксиоматичным.

Здесь мы можем выдвинуть несколько оснований для детализации вопросов визуального поворота в новых технологических условиях.

Прежде всего, это вопрос о «диахронной глубине» визуального. Как мы уже отметили выше, современный визуальный поворот никак не означает актуализацию экспертного знания по визуальным коммуникациям и искусствам прошлого в сознании «среднестатистического пользователя». Для массовых практик освоения визуальных инструментов обмена информацией характерны черты любительства – поиска инструкций и тьюториалов с помощью сети, освоение отдельных приемов, а не целостного знания о техническом состоянии визуального обмена.

Возникает ощущение разрыва, становления новой визуальной культуры, не имеющей отношения к накопленному веками опыту. На наш взгляд, это впечатление может считаться вполне адекватным современным реалиям и той логике, какую предлагает Дана Бойд: информальное освоение коммуникативного пространства требует от пользователей предельной сконцентрированности на том, что им необходимо в тот или иной момент. Это

²¹⁰ Kittler now: Current perspectives in Kittler studies : collective monograph. Hoboken: John Wiley & Sons, 2015.

²¹¹ Bucher J., Weller A. From the Visual Turn to Turned Up Visuality: Modes of Interaction in the Digitalized Era and Ways to Utilize Them // Imagination, Creativity, and Responsible Management in the Fourth Industrial Revolution. Berlin, 2019. Chapter 3. P. 82.

касается и потребления информации: например, для того чтобы понимать значение мема, необходимо быть погруженным в определенную среду, предписывающую его значение и особенности формы (визуальности).

Но само это погружение предполагает сразу несколько характеристик этой среды, представляющей собой очерченное пространство, обладающее своими границами, отделяющими этот конкретный мир коммуникации от других; в этом пространстве неизбежно присутствует вертикаль ценностей (и оценок), позволяющая пользователю «экспериментально» (на собственном опыте) понять, как маркируется визуальная информация (в виде того же мема в нашем умозрительном примере) и почему. Таким образом, «любительство» получает опору и может претендовать на переход на более высокий уровень (уровень экспертного знания в данной области). Освоение технологий (например, фотографирования, изготовления коллажей, создания комплексных изображений, гиф-анимации и т. п.) идет на фоне знакомства с десятками и сотнями образцов такого производства. Таким образом, визуальный поворот неизбежно ведет за собой переориентацию знания – от наблюдения и сопоставления к практическим навыкам и вовлеченности в действие. Однако это касается только «просьюмеристских» практик (когда потребление и производство оказываются неразрывно связаны).

Другая черта визуального поворота в пространстве интернет-общения – это символическая перезагрузка смыслов, которые несет изображение, помещенное в контекст современного медиапотребления. Здесь мы вплотную подходим к значимости концепции семиосферы, представляющей собой фактически этот контекст – условия, в которых осуществляется семиозис. Чтобы любой элемент в коммуникации получил свое означивание, он должен быть «поднят» на уровень знака (о кодах как процессах означивания речь пойдет ниже). Именно на уровне этого означивания и возникает проблема визуальной грамотности – главного спутника визуального поворота в современной коммуникации.

Как мы уже отметили, развитие освоения визуальности в условиях, отличных от визуального прошлых эпох, идет стихийно. Однако эта стихийность – кажущаяся, здесь самое важное сам факт формирования визуальной культуры, не связанной напрямую с предшествующими периодами визуальности. Эта несвязанность определяется тем, что сам контекст существования культуры имеет иные границы, чем ранее. Это не музей, не книга, не театр и не сцена, не экран телевизора или динамик радио. А значит, внутреннее упорядочивание феномена не будет совпадать с этими прошлыми культурными образцами.

Однако принципиально, что сама модель формирования визуальной культуры строится на тех же основаниях, что и выработанная веками система инкорпорации культурных практик в «тело» культуры, их освоения и включения в коллективную память семиосферы.

На наш взгляд, большой объяснительной силой здесь обладает теория грамматизации, предложенная Ж. Деррида и развернутая применительно к современным визуальным коммуникациям, в частности, культуре YouTube, Бернардом Стиглером.

В аргументации Деррида в его трактате «О грамματοлогии» предлагается идея «записанности» и даже «пред-записанности» (pro-gramma) любого знака в нашем сознании еще до его появления, когда собственно системы знаков становятся лишь отражением того, что уже «вложено» в сознание. Мысль о том, что письменность, по сути, есть лишь одна из форм воплощения такой «пред-записанности», кажется вполне согласованной с подобными идеями о бесписьменном обществе, высказанными Ю. М. Лотманом, однако Лотман делает акцент на принципиально иных способах хранения и передачи знания, которые предопределяют культурную «матрицу» такого общества, а Деррида усматривает единство письменного и бесписьменного в этом общем их отношении к «пред-записанности» (они просто выражают по-разному каждый свою «про-грамму»²¹²).

²¹² Деррида Ж. О грамματοлогии / пер. с фр. и вступ. ст. Н. С. Автономовой. М. : Ad Marginem, 2000.

«След» – сущностное понятие в концепции Деррида – означает «запись» речи в сознании. Когда речь (устность) рождается, она уже записана, она уже есть следствие этой «внутренней» письменности, ее фиксирование и воплощение. И превращение устного в письменное в том смысле слова «письменность», как мы его понимаем, – дело только времени, это не меняет сущностных условий развития сознания.

Но самое важное здесь, по мнению Деррида, – это «грамма» – отдельный знак, имеющий смысл в цепочках других «грамм». По мнению философа, такой граммой можно назвать генетическое управление, граммы предопределяют поведение амебы, но граммы же и образуют строгие логические языки в человеческой деятельности, и тем более естественный язык есть средоточие «грамм» – его «клеток», взаимодействующих по определенным (и тоже предписанным) правилам²¹³. Особенную значимость имеет представление Деррида о том, что собственно язык и алфавитная письменность по сути являются лишь *одной из репрезентаций* этих внутренних «записей», грамм, и эта репрезентация несовершенна в силу своей линейности (тогда как граммы другого уровня – например, граммы органической химии, – нелинейны, отличаются многомерностью). Следуя концепции изоморфности, развиваемой в рамках семиотической школы, мы могли бы сказать о том, что сознание ищет способы собственной репрезентации так же, как эти способы ищет материя. И здесь нелинейность равнозначна многомерности²¹⁴.

Ю. М. Лотман, сравнивая бесписьменные и письменные культуры, говорит о неизбежном упрощении символических структур при переходе к обществу письменности (и здесь перекликается с Маклюэном и Иннисом). Но, на наш взгляд, сама семиотическая организация культуры всегда остается

²¹³ Деррида Ж. О грамматологии... С. 218–220. См. также об этом: Загидуллина М. В. Грамматизация как философско-теоретический подход к изучению языка и речи электронных массмедиа // Медиалингвистика. 2018. № 5 (3). С. 273–286. DOI: 10.21638/spbu22.2018.302.

²¹⁴ М. В. Загидуллина указывает, что такие же идеи высказывала Н. Д. Арутюнова, отмечая, что язык все время борется со своей линейностью, однонаправленностью, одномерностью (Арутюнова Н. Д. От редактора // Н. Д. Арутюнова, Т. Е. Янко (ред.), Логический анализ языка: Язык и время : посвящается светлой памяти Н. И. Толстого. М. : Индрик, 1997. С. 8). См. Загидуллина М. В. Грамматизация...

на одном и том же уровне сложности, различия связаны с тем, что происходит перераспределение этой сложности в разные узлы организации семиосферы. Поэтому, несомненно, письменность не «упростила», но именно изменила систему символических взаимодействий. Однако важно, что эти рассуждения могут быть экстраполированы в пространство анализа современной ситуации, когда визуальный поворот фактически ведет к появлению новой «письменности» – на языке визуальной культуры.

Именно поэтому тема визуальной грамотности позволяет рассматривать культурную ситуацию сквозь призму размышлений о переходе от бесписьменного общества к письменному: так же, как, по мнению Лотмана, письменность упростила символический мир бесписьменного общества, визуальная культура, как кажется многим исследователям, упрощает мир, который до того был миром словесных иерархий и текстовой культуры.

В нашем исследовании тема визуального поворота оказывается значимой именно в связи с местом этой «перезагрузки» в семиосфере журналистики (как одного из сегментов семиосферы культуры, переживающей визуальный поворот) и инфографики как сегмента журналистики. Поэтому особое значение имеют исследовательские интуиции в этой области, предложенные известным философом современности Бернардом Стиглером.

Б. Стиглер разрабатывает концепцию грамматизации – способа упорядочения в сознании какого бы то ни было явления, насколько бы новым оно ни было. Опираясь на идеи своего учителя Деррида и других предшественников, он демонстрирует эпистемологический потенциал такого подхода как «перезагрузки» наших представлений о письменности вообще. Мир технических изобретений, чрезвычайно уплотнившийся в компьютерную эру, по мнению Стиглера, часто заслоняет от исследователей сущностные сдвиги²¹⁵, и задача грамматизации как теории заключается в работе «очищения» исследовательского зрения. Исследователь предлагает идею

²¹⁵ Stiegler B. *Technics and time*, 1: The fault of Epimetheus. Stanford, CT : Stanford University Press, 1998. P. 21.

рассмотрения любых крупных событий в цивилизации как постоянной «эволюции инноваций» именно в области письменности – грамматики – которая и есть, как он аргументирует, процесс постижения и «алфавитизации» нового. Само возникновение нового в технике есть следствие работы «грамм» («вписанности» этих изобретений в сознание), а следовательно, выступает формой репрезентации внутренней «речи», обретающей иную, чем привычный нам язык коммуникации, форму. И в этом смысле любое хаотическое и не поддающееся, казалось бы, осмыслению явление предстает и как конструкция сложно взаимодействующих грамм (которые были его источником, генератором), и как поле осознания этих грамм, их вывод в зону рационального.

Процесс грамматики, по Стиглеру, являет собой то, что принято называть *грамотностью* в широком смысле слова: постепенное различение в явлении его сущностных единиц и обретение понимания, как эти единицы устроены и взаимодействуют. Таким образом, мы можем проводить аналогию естественного языка на любую деятельность и сферу деятельности человека: вначале уже есть «грамма» (которая всегда намного разнообразнее, чем слово в привычном нам понимании), порождающая деятельность, вначале совершающуюся, казалось бы, спонтанно под действием многих факторов, затем результаты этой деятельности накапливаются, образуя достаточно материала для осмысления и создавая условия для анализа, затем возникает понимание, как устроена сама эта деятельность или ее сфера. Это *понимание*, которое тоже не обязательно облекается в форму слова об явлении, но может выражаться, например, в совершенствовании техники или отношений, Стиглер и называет грамматикой. Так, например, процесс грамматики компьютерной сферы проходит путь от теоретических размышлений Тьюринга к первым гигантским по современным меркам электронно-вычислительным машинам (гигантским – то есть непомерно большим и неуклюжим), а затем к бесчисленному множеству мобильных телефонов, планшетов, цифровых газет и журналов и т. п. Это многообразие и есть

выраженное на языке техники понимание компьютеринга как технологии, грамматизация его места в человеческой жизни.

В связи с визуальным поворотом особое значение имеет статья Стиглера о YouTube-технологии. Размышляя об усиливающихся голосах тревоги по поводу «засилья картинок» в информационном пространстве, Стиглер предлагает посмотреть на сервис YouTube как «грамматизирующееся» пространство. С его точки зрения, вторжение движущихся озвученных изображений в повседневность на такой широкой основе, как это стало возможно с изобретением новых технических устройств (прежде всего – потокового видео), как раз и есть такой же цивилизационный поворот, что и внедрение письменности в устные общества. Эта аналогия помогает Стиглеру указать на сущностные аспекты визуального поворота – перед нами новая форма ремедиатизации «граммы», все той же «пред-записанности», о которой говорил Деррида.

В таких условиях визуальное следует рассматривать не в категориях «нового языка» с картиночными элементами вместо прежних буквенных, но как принципиально иной *способ* репрезентации внутренних «грамм». В определенном смысле, мы можем говорить о переходе к новым способам когнитивной работы. При этом сама «грамма» может рассматриваться и как элемент, и как логика комбинаторики разных элементов. Стиглер сравнивает эти процессы с хорошо изученными орфографией и синтаксисом в естественных языках. Важно, что в таком случае логика прежней «письменности» не работает, вернее, остается лишь сама парадигма или матрица этого смысла – элементы, их комбинации и логика (правила) взаимодействия. Осмысление этих элементов, правил и есть процесс грамматизации, подобно тому, как Фердинанд де Соссюр предложил грамматизацию естественных языков в отвлечении от живой речевой деятельности, не поддающейся классификационному анализу. И в то же время работа де Соссюра опиралась на сотни работ, написанных в русле описания этой грамматизации: рассуждений о сути, функциях, структуре языка.

Грамматизация визуального поворота в его нынешнем состоянии является основой визуальной грамотности. По мнению Стиглера, такая грамматизация разворачивается не столько в аналитической мысли исследователей, сколько, прежде всего, в логике развития самих платформ коммуникации, например, YouTube. С виду беспорядочное нагромождение элементов упорядочивается и в микро- (структура самих элементов) и в макромасштабе (организация платформы). Пользовательский контент становится самым ясным индикатором логики платформы – не в виде «учебника грамматики YouTube», но как воплощение, репрезентация этой «грамматики».

Вопрос о переводе языка феномена на язык исследовательской рефлексии – эта иная сторона грамматизации, где то, что происходит, становится тем, что концептуализируется в соответствующих исследовательских и теоретических формах. Так, Стиглер проводит параллель с тремя ранними формами письменности (клинопись Месопотамии, египетские иероглифы и греческий алфавит). Он подчеркивает, что появление письменности не сопровождалось рефлексией сразу после ее распространения. Это было связано с немассовостью технологии и сосредоточенностью «пользователей» на *результате* (например, для египетского письма задачей был административный учет).

Мы могли бы здесь добавить, что книгопечатание тоже далеко не сразу попадает в зону «грамматизации»: технология воспринимается как нечто «само собой разумеющееся», нечто, что «просто облегчает» уже известные в культуре процессы²¹⁶.

Вслед за Ф. Киттлером следует заметить, что «археология медиа», обращение к прошлой истории развития технологий коммуникации сквозь призму современных процессов открывает перспективы понимания современности: грамматизация, как Стиглер именует внешнюю

²¹⁶ Stiegler B. The carnival of the new screen: From hegemony to isonomy // Pelle Snickars & Patrick Vonderau (eds.). The YouTube reader. Stockholm, Sweden : National Library of Sweden, 2010. P. 44.

репрезентацию внутренней логики феномена, осуществляется сразу же во время появления феномена (поскольку это появление «пред-записано», по логике Ж. Деррида), но становится явной значительно позже (требуется дистанцирование, а иногда и завершения феномена, его маргинализации и «ухода», чтобы «рассмотреть его на расстоянии» – именно это сейчас происходит с осмыслением книжной культуры и алфавитно-фонетической грамотности)²¹⁷.

Стиглер отмечает, что новые технологические условия коммуникации развивают и «выводят из тени» скрытые или подавленные ранее формы мышления, способности когниции выполнять свою работу *иначе* (однако все с той же извечной целью концепирования действительности; Стиглер называет это «режимом психической и коллективной индивидуации»²¹⁸). Как отмечает Дж. Тиннелл, Стиглер подчеркивает неотложность важнейших вопросов, которые и мотивируют анализ «логики платформ» (а значит, и процессы грамматизации): насколько эти режимы психической и коллективной индивидуации, формируемые новыми условиями коммуникации, воздействуют на развитие социального устройства общества, в том числе межпоколенной связи информационного обмена?²¹⁹ Здесь значение имеет сама теория грамматизации, согласно которой само появление феномена и есть ее проявление (а сама «грамматизация» – это метапроцесс, сопровождающий человечество на протяжении всей его истории). По мнению Стиглера, YouTube – это яркий пример новой грамотности, которая формируется, казалось бы, «сама по себе». Но – в отличие от древнейших эпох, когда письменность была уделом писцов, элиты, – грамматизация аудиовизуального контента в условиях современной

²¹⁷ См. обзор точек зрения на постграмотность: Гудова М. Ю. Чтение в эпоху постграмотности: культурологический анализ : дис. ... д-ра культурологии. 24.00.01 «Теория и история культуры». Екатеринбург, 2015.

²¹⁸ Stiegler B. The carnival... P. 44–45.

²¹⁹ Tinnell J. Grammatization: Bernard Stiegler's Theory of Writing and Technology // Computers and Composition. 2015. № 37. P. 144–145.

интернет-коммуникации идет в обратном порядке, снизу вверх (от массового использования к осмыслению и идеологизации этого использования).

Именно поэтому прежняя культурная риторика и накопленный опыт оказываются в условиях архаизации и маргинализации: они вымещаются на «окраину» семиосферы, подлежат замене новыми артефактами. Преемственность культуры здесь осуществляется на уровне трансляции тех же гуманистических ценностей, обретающих новые формы репрезентации.

По Стиглеру, ключевое отличие YouTube-культуры (под которой он понимает средоточие аудиовизуального поворота) от прежних практик телесмотрения заключается в революционном переходе от «календарной видеокультуры» (репрезентируемой программами ТВ, расписанными по часам и дням недели, имеющим свои постоянные годовые циклы) к культуре «запаса» (или архива, библиотеки), где пользователь проводит самостоятельные изыскания интересующего его контента²²⁰. Сам факт этого перехода, само появление «логики архива» в визуальных культурах Стиглер относит к «граммам», переживающим на видеоплатформах процесс своей репрезентации, экстернализации.

Платформа, оснащая свой «архив» поисковыми системами, фактически вырабатывает формы грамматизации, а система метрик (подсчета «лайков», например, или возможности комментирования), делающая массовое потребление контента видимым, открывает перспективы понимания механизмов значимости того или иного материала, постижения его особого языка. Это понимание идет, прежде всего, со стороны практиков контента, а со стороны исследовательского поля аудиовизуальное пространство может долго восприниматься как среда без всякой «грамматики» (хаотическое нагромождение элементов). Но постепенно логика аудиовизуальных «архивов» становится все более явной. Это связано, не в последнюю очередь, с «физическим» расширением пространства, занятого архивами (все большего накопления элементов). Известный принцип перехода количественных

²²⁰ Stiegler B. The carnival... P. 52.

изменений в качественные вполне адекватен для описания процесса грамматизации как осознания новых явлений: грамматизация визуального поворота может произойти исключительно как освоение его особой риторикой, нетождественной культурным практикам прошлого.

На наш взгляд, «грамматизация» в понимании Стилера (вслед за Деррида) – это продуктивный подход к анализу визуального поворота в его современном состоянии (развитие аудиовизуального контента и вытеснение текстово-словесной культуры на периферию семиосферы культуры). Прежние способы анализа визуального как такового (например, изыскания в области восприятия цвета, формы, живописи, абстракций и т. п.) остаются значимой частью этой новой грамматизации, однако не могут быть полностью адекватными новым формам контекста – условий коммуникации, например, «экранной (дисплейной) культуры». В рамках концепции грамматизации и возникает вопрос о «языке новых медиа», который можно пояснить как вопрос о граммах, составляющих суть новой коммуникационной логики. Эта новая логика «перезагружает» и само понятие креативности, хорошо разработанное применительно к «старой» системе письменной коммуникации.

Наиболее значимые элементы (аудио)визуального языка оказываются связаны не столько с цветом или формой (как в условиях «грамматизации» статичных визуальных искусств) или даже с монтажом (если сравнить с теорией кино, например), а именно с технологиями взаимодействия пользователя с платформой (неважно, YouTube это или поисковик Google). Поэтому визуальный поворот в его современном состоянии открывает перспективу медиаэстетического подхода, предполагающего неразрывную связь «старого» визуального языка с логикой платформ и устройств, которые репрезентируют эти визуальные образы.

Выводы по параграфу 2.1:

Исследованы особенности научного осмысления визуального поворота, обоснован вывод о частотности в научном дискурсе оценочного подхода,

рассматривающего визуальный поворот как феномен современной культуры, запечатлевший стремление человека к упрощению информационных потоков, к облегчению когнитивной нагрузки. Установлено, что такая оценочность не позволяет своевременно зарегистрировать и исследовать важные процессы грамматизации новых технологий, обретения ими своего собственного языка и переживания их нарастающей сложности. «Грамматизация» (Б. Стиглер) визуального, таким образом, рассмотрена одновременно как неизбежный и как эволюционно значимый процесс, нуждающийся в своевременном анализе и выявлении закономерностей его протекания.

2.2 Визуальное и медиаэстетическое как основа языка новых медиа

Говоря о развитии инфографики в современной журналистике, мы неизбежно должны определиться с таким понятием, как «язык новых медиа». По нашему мнению, его основой выступает сочетание визуальных и медиаэстетических черт, образующих неразрывный комплекс.

Чтобы показать, как эти черты обеспечивают функционирование информационных потоков, мы должны сначала пояснить, как в современных медиаисследованиях понимается сам концепт «язык новых медиа» и собственно понятие новых медиа вообще²²¹.

Дискуссия о новых медиа развернулась в конце 90-х годов, когда интернет-коммуникации переместились из специальных отраслей деятельности (например, военной) в область повседневных массовых практик. В ходе этой дискуссии было выяснено, что само понятие «новые медиа» восходит к трудам М. Маклюэна, обозначившего таким образом разрыв между «текстовой» и «электронной» информацией²²². Эту идею положил в основу

²²¹ Мы полагаем важным рассматривать современную журналистику как часть интернет-пространства, хотя, несомненно, можно было бы говорить об особенностях журналистского контента и в иных условиях существования.

²²² Б. Петерс указывает, что в Оксфордском словаре называется в качестве первого источника понятия работа М. Маклюэна 1960 года «Эффекты улучшения медиакommunikации» (McLuhan M. The Effects of the Improvement of Communication Media // Journal of Economic History. 1960. № 20 (4). P. 566–575), хотя мы встречаем обоснование этого выражения раньше: McLuhan M. The Later Innis // Queen's Quarterly. 1953.

своего труда Джошуа Мейровиц²²³. Основная аргументация восходит к технологиям производства и распространения – именно они принципиально отличают «новые медиа» от «старых».

Интерес к самому понятию и его словоупотребление отражены Б. Петерсом в обзоре данных LexisNexis: выражение «новые медиа» крайне редко встречается до 1990 года, затем активность растет, а в 2000 году достигает своего пика (до 2000 употреблений в день – данные по англоязычному медиaprостранству), чтобы потом несколько снизиться, но все равно оставаться широко употребительным понятием²²⁴. Очевидно, что выражение было усвоено массовыми коммуникациями прочнее и активнее, чем несколько отстающими от них медиаисследованиями. Однако в ходе десятилетий обсуждений выработалась определенная конкретика в понимании феномена новых медиа.

Подводя итог десятилетию обсуждений термина, исследователи выделяют два его главных значения. Прежде всего, под новыми медиа понимаются эмерджентные коммуникационные и информационные технологии, вступающие в процесс институционализации. Этот процесс можно условно представить в виде пяти этапов: техническое новшество, чаще всего присваиваемое традиционными медиа и не позволяющее выделить «новое» медиа как самостоятельное; социально-культурная адаптация такой технологии; правовое регулирование конкретно в пространстве законов о СМИ, связанное с распределением власти и влияния; экономические аспекты распространения и поиск своей экономической ниши (что чаще всего связано с демократизацией технологии и расширением аудитории); наконец, превращение «нового медиа» в мейнстрим, когда такие медиа становятся фактически «старыми» (что может получить определение только в том случае, если в это время какое-то новое медиа выходит ко второй-третьей ступеням

№ 60 (3). P. 385–394. См. Peters B. And lead us not into thinking the new is new: a bibliographic case for new media history // *New Media & Society*. 2009. № 11 (1–2). P. 16.

²²³ Meyrowitz J. *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. Oxford : Oxford University Press, 1985.

²²⁴ Peters B. And lead us not into thinking... P. 16.

этого процесса). По мнению Б. Петерса, далее медиа может и в принципе уйти из социальной памяти, оставшись в виде упоминаний в историческом контексте²²⁵.

Второе значение понятия «новые медиа» восходит к эпистемологии: новыми называются медиа, по которым пока не составлено исследовательских заключений, новые медиа – это факт практики, ожидающий своего теоретического осмысления. В этом смысле сложность дефиниции удваивается в настоящее время и сложностью самих процессов – новые технологии перезагружают старые медиа, и то, что раньше было технологически определенным, теряет свою стабильность (например, телевидение).

Оба этих подхода многократно обсуждались исследователями. Здесь имеет интерес сопоставление с понятием «новое время», которое сейчас воспринимается как «давнопрошедшее» (это период Ренессанса, смены средневековой – преимущественно религиозной – парадигмы сознания светской идеологией; охватывая период от раннего Возрождения до начала XX века, выражение «новое время» выглядит как сознательно сохраненный в истории идей анахронизм; стоит напомнить, что следующий период получил наименование «новейшего времени» – очевидно в противовес «новому», но уже заведомо проблематизируя свою «новизну»).

В российской исследовательской литературе мы находим множество исследований этого понятия, а также труды, направленные на обобщение существующих представлений. Основная дискуссия разворачивается позже, чем в англоязычных медиаисследованиях, поэтому во многом направлена на введение в научный оборот существующих понятий (хотя полноценного обзора западных дискуссий нам не встретилось).

Анализ статей и трудов показывает, что новые медиа прежде всего ассоциируются с технологиями, которые обобщаются под зонтичным

²²⁵ Peters B. And lead us not into thinking... P. 18.

понятием «интернет-технологии» или «интернет-коммуникации»²²⁶. Технологическая новизна новых медиа связывается с понятием цифровизации²²⁷; в свою очередь, цифровой контент рассматривается в связи с бытованием в новой среде, открытой и интерактивной²²⁸. М. С. Корнев, предваряя сборник работ, посвященных обсуждению проблемы «новых» медиа в образовании, отмечает, что «новыми» они называются в силу своего авангардного позиционирования в коммуникационном процессе, распространением и уплотнением конкурентности авторов за счет роста любительского вклада в журналистику, а также подчинения их логики (и логики распространения информации) новейшим технологическим устройствам и цифровой технологической среде²²⁹. Несмотря на активность основной дискуссии в начале 10-х годов нынешнего столетия она продолжается и сегодня²³⁰.

Обобщая, мы можем отметить, что в общенаучном дискурсе сложилось представление о новых медиа как практически синонима интернет-технологий. Для нашего исследования под «новыми медиа» вслед за исследователями мы узко понимаем СМИ, распространяющими свой контент в условиях интерактивной интернет-среды.

Следуя Л. Ливроу и С. Ливингстон, исследовательское поле новых медиа включает четыре крупных сегмента: 1) теорию и историю, связанные

²²⁶ Рогалева О. С., Шкайдерова Т. В. Новые медиа: эволюция понятия (аналитический обзор) // Вестник Омского университета. 2015. № 1 (75). С. 222–225; Кунаева Л. И., Кузовлев А. М., Чигирев Р. Ю., Волков А. В. Новые медиа как реализация информационно-коммуникационных технологий в сети Интернет // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2013. № 3. С. 177–180 и др.

²²⁷ Стинс О., Ван Фухт Д. Новые медиа // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 8: Литературоведение. Журналистика. 2008. № 7. С. 98–106; Носовец С. Г. Новые медиа: к определению понятия // Коммуникативные исследования. 2016. № 4 (10). С. 39–47, а также указанные в предыдущей сноске исследования.

²²⁸ Вартанова Е. Л. Новые медиа как фактор модернизации СМИ // Информационное общество. 2008. № 5–6. С. 37–39; Пастухов А. Г. О границах медиа: новые медиа и новая медийная культура // Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2015. № 1. С. 182–188 и др.

²²⁹ Корнев М. С. «Новые медиа» и «гуманитарное»: пересечение терминов и понятий // Новые медиа в гуманитарном образовании : электронный сборник статей к научно-практической конференции / под ред. М. С. Корнева. М., 2013. С. 5.

²³⁰ Богатырева Е. А. Международный форум «Старые и новые медиа: пути к новой эстетике» // Наука телевидения. 2019. № 15 (2). С. 9–25; Тулупов В. В. Творческие процессы в журналистике и новые медиа // Век информации. 2018. Т. 2. №. 2. С. 247–248 и др.

с процессами «перезагрузки» медиации; 2) технологии, продукция, артефакты, системы и дизайн как «материальная» сторона вопроса; 3) коммуникативные практики в новых медиа: интерактивность, идентичность, культура; 4) институциональные вопросы: социальные институты и структуры²³¹. Исходя из такой «разметки» исследовательского поля, мы можем подтвердить значимость технологического компонента понятия, предопределяющего все остальные.

Что касается языка новых медиа, то книга с таким названием появилась на заре этой дискуссии – это исследование Льва Мановича²³². Во многом новаторский подход Мановича к проблеме не получил достаточного осмысления в исследовательских практиках, и обсуждение проблемы языка новых медиа развернулось в рамках лингвистической теории – как трансформация привычных коммуникативных (вербальных) практик. Между тем, Лев Манович предложил в своей книге подход к новым медиа (под которыми он также понимает компьютерные технологии передачи данных). Он специально оговаривается, что хотел использовать слова «эстетика» или «поэтика» вместо термина «язык» в заглавии своей книги, но решил остановиться на понятии «язык» как наиболее четко отвечающем его задаче пересмотреть лингвистический подход к диалогу, который разворачивается в сфере новых технологий. В основе своих представлений о языке новых медиа Манович видит принцип *программы (софта)* – напоминая о «программе» (pro-gramme) Ж. Деррида.

Язык, по мнению ученого, это не набор элементов, но системная логика, предопределяющая суть взаимодействия. Для новых медиа язык предопределяется пятью главными принципами: оцифровкой, модульностью, автоматизацией, вариативностью и транскодингом. Эти пять принципов ученый объединяет в три уровня рассмотрения языка.

²³¹ Lievrouw L. A., Livingstone S. Introduction // Lievrouw L. A., Livingstone S. (eds.) *New media. Sage benchmarks in communication*. London : SAGE, 2009. P. xxi-xl.

²³² Manovich L. *The Language of New Media*. The MIT Press, 2001. Книга переведена русский язык: Манович Л. *Язык новых медиа*. Москва : Ад Маргинем Пресс, 2018. 400 с.

Первый уровень (оцифровка и модульность) – это, по сути, «материальность» языка новых медиа, его физическая организация. Здесь на первое место выходит технология как материя этого языка, причем на этом первом уровне в оцифровке и модульности проявляется то, что можно было бы назвать репрезентацией языка. Новые медиа «говорят» на языке цифры и модуля. Под первым Манович понимает код, который в принципе отличается от алфавитной системы знаков естественного языка, а под модулем – изоморфность различных структур языка, их масштабируемость, сходство в разных средах (например, модульность интерфейса). Эта новая физическая данность предполагает, с точки зрения Мановича, и новую грамотность, которая реализуется на уровне овладения языком как технической системой: речь идет не о «коде», который пользователь может и не знать (и это отдельная тема рефлексии в области новых медиа как компьютерной производной), но о самом принципе оцифровки: изображение, звук, текст могут быть упакованы по сходным принципам, а будучи упакованными, отправлены в нужную часть виртуального пространства. Поэтому язык здесь осваивается не как набор видимых знаков, комбинации которых дают возможность записывать мысли и истории, но как принцип, ведущий к новой «моторике» «речи» (например, Манович подчеркивает принципиальную значимость таких операций, как копирование и вставка – на философском уровне это означает возможность нового языка постоянно вступать в пересечение линейности, ее нарушение, а возможность вставок самых разных объектов в одно и то же поле «дисплейной страницы» создает условия для перехода к языку «программы» или «софта»).

Второй уровень Манович называет более глубоким и масштабным – речь идет об автоматизации и вариативности. То, что новые медиа могут автоматизировать десятки операций, которые следовало делать вручную в прошлом, не просто открывает новый уровень сотворчества (человека и машины), но задает новые параметры объективности: автоматизация осуществляется на основе алгоритмов, которые не подлежат контролю,

а работают в силу объективной организации самого программного обеспечения. Отдельно ставя вопрос о контроле, Манович обращается к вопросам вариативности, которые он тесно связывает с «порождающей грамматикой» (пользуясь термином Ноама Хомского) компьютерных устройств. Автор называет вариативность результатом глобального перехода от феномена констант к феномену переменных. Здесь речь идет не об интерактивности (которую Манович считает сущностным свойством взаимодействия пользователя с любым медиумом), но о движении из мира традиций, сбалансированности, устойчивости, стабильности и подтвержденных реалий в мир создаваемой твоими собственными руками реальности, где все решает выбор, который пользователь совершает сам.

Наконец, третьим уровнем языка новых медиа Манович считает транскодинг – высший уровень внедрения компьютерных технологий в формирование сознания человека, погруженного в мир новых медиа. По мнению мыслителя, это и есть процесс бесконечного взаимопроникновения друг в друга компьютерных и культурных (человеческих) смыслов, при этом очевидно, что «победительной» оказывается логика машины, в конце концов подчиняющая себе мир культурных знаков. Именно в связи с транскодингом Манович и говорит о переходе от теории медиа к теории софта, где ключевыми понятиями станут интерфейс, база данных, операции, а дискретными единицами культуры – пиксели.

Именно в связи с таким подходом мы можем говорить о языке новых медиа как пространстве формирования медиаэстетики, которая и есть системное выражение и средоточие тех перемен, что происходят в коммуникации в связи с появлением и утверждением в центральной позиции новых медиа.

Значимо, что Манович под новыми медиа понимает широкий круг феноменов, фактически не касаясь новостных медиа. Для нашего исследования, посвященного журналистике, как мы уже отмечали выше, это

принципиальное уточнение: мы будем рассматривать именно пространство средств массовой информации, как это понятие закрепилось еще в советский период развития науки о журналистике.

Язык СМИ, исследуемый в разные периоды истории журналистики с самых разных точек зрения, что в конце концов привело к появлению отдельного направления исследований – медиалингвистики²³³, всегда был отнесен к области функциональных стилей или дискурсивных практик, особому «царству» газетных новостей и публицистики. Но в рамках нашей работы такой подход не представляется достаточно продуктивным, как и весь обширный пласт исследований креолизованных текстов, комбинаций «текст+изображение» и т. п. В рамках медиалингвистики накоплен поистине безграничный материал, несомненно, являющийся вкладом в развитие представлений о языке в новых технологических условиях, но нам важнее остановиться на глубинных процессах, которые идут в «толще» коммуникации под воздействием ее компьютеризации и интернетизации.

Под языком новых медиа мы понимаем именно технологические условия коммуникации, которые могут быть одинаково «считаны» всеми участниками коммуникативного процесса. Отвлекаясь от глубинной логики этих процессов, мы хотели бы сосредоточиться на визуальной составляющей, которая, как показано в предыдущем параграфе, считается общепризнанной доминантой современных процессов развития информационного обмена.

Визуальное в новой (компьютеризованной и интернетизированной) среде, как отмечает Манович, претерпевает ключевые перемены по сравнению с прежним своим состоянием (в докинематографическую эпоху печатного слова, затем во время развития кино, телевидения). Но при всех изменениях остается один важный элемент, который объединяет все эти «культурные интерфейсы» – это прямоугольная форма страницы или экрана, другими

²³³ См. обобщенный обзор медиалингвистики: Медиалингвистика в терминах и понятиях : словарь-справочник / под ред. Л. Р. Дускаевой. М. : Флинта, 2018; в том числе Предисловие (С. 8–10), Введение (С. 14–28), словарную статью «Медиалингвистика» Л. Р. Дускаевой (С. 61–63).

словами – рама, отсекающая то, что внутри нее, от того, что находится снаружи.

Метафора «окна» (прямоугольной рамы, разделяющей мир на тот, что смотрящий определяет как «свой» – пространство, где он находится, или, другими словами, реальный мир, и тот, что находится в прямоугольнике окна – мир за пределами реального, мир виртуальный) оказывается сквозной для любых взаимодействий человека и машины, а потому роднит новые медиа с их предшественниками – прямоугольными страницами газет, журналов, прямоугольным экраном в кинотеатре или прямоугольным экраном телевизора. Визуальная медиакультура развивается как культура рамы или прямоугольника, поскольку работа зрения в неочерченном рамой пространстве не может быть маркирована как визуальное в медиа, это прямая работа органов чувств. Новые медиа репрезентируют данные с помощью все тех же «овеянных традицией» прямоугольных моделей (или – по Мановичу – блоков, модулей), которые могут быть «рамой» вставленной в текст фотографии, или видео, или собственно формой страницы с текстом, которую пользователь должен прокручивать, чтобы увидеть продолжение.

На наш взгляд, представляется важным развести понятия «визуальное» и «медиаэстетическое» в рамках общего понимания культуры визуального поворота.

Под визуальным понимается ключевой аспект визуальной культуры, которая, в отличие от изучения визуальности как физической способности человека, обращается к «визуальным событиям в контексте визуальных технологий»²³⁴, при этом под визуальными технологиями понимаются любые способы акцентировать зрительные впечатления, доставлять зрительную информацию, организованную как объект рассматривания (будь это картина, написанная маслом, или страницы Интернета). При этом визуальное, в отличие от зрения, предполагает именно социальное измерение взгляда, видимого, рассматриваемого, и этот социальный аспект и «предписывает»

²³⁴ Mirzoeff N. What is visual culture? // Visual Culture Reader. London: Routledge, 1999. P. 3.

определенные законы оценочного восприятия увиденного и рассматриваемого.

Мартин Хайдеггер посвящает специальное рассуждение «картине мира» как центральной метафоре аналитического сознания, указывая, в том числе, на средоточие в этом выражении социального, антропологического и эпистемологического начал: картина мира есть представление о бытии, законченное произведение, как бы вставленное в раму, с одной стороны, ограничивающую видение жизни, а с другой – задающую условия для концептуализации²³⁵.

Наиболее последовательно, на наш взгляд, теория визуального как «социального взгляда» или «социальной зрелищности» была рассмотрена Томасом Митчеллом, развивающему тезис Хайдеггера о том, что привычное с древних времен представление о действительности и мире как книге заменяется картиной мира – в визуальном смысле этой метафоры. По Митчеллу, рассматривание и смотрение в социокультурном аспекте представляется таким же значимым действием, как прежде – чтение, дешифровка смыслов текста. Он отмечает при этом, что визуальное «чтение образов» не может быть объяснено в тех же категориях, что и текстовое чтение, оно требует иных инструментов анализа и концептуализирования²³⁶.

В визуальном как социальном явлении исследователи выделяют две стороны: собственно социальное «означивание» образов, их символическая нагрузка, с одной стороны, и процессы репрезентации, стремление к визуализации со стороны всех субъектов коммуникации – с другой. Этот второй аспект получил название социальной визуализации или репрезентации и был тщательно изучен Ги Дебором (с критических позиций) в книге «Общество спектакля»²³⁷.

²³⁵ Хайдеггер М. Время картины мира // Хайдеггер М. Время и бытие: статьи и выступления (пер. с нем.; комм. В. В. Библина; серия «Мыслители XX в.»). М. : Республика, 1993. С. 44.

²³⁶ Mitchell W. J. T. Picture Theory... P. 16.

²³⁷ Дебор Г. Общество спектакля / пер. с фр. С. Офертаса и М. Якубович. М. : Издательство «Логос», 1999.

Н. Мирзоефф отмечает, что визуализация объектов и явлений, не предназначенных по своей сути для визуализации, поиск зрительных метафор становится существенной чертой визуального поворота²³⁸. Мы также можем отметить, что и понятие «медиатизации» оказалось в сознании исследователей и наблюдателей развития медиасистем во многом связанным именно с социальной визуальностью – не просто репрезентацией социальных институтов в «медийном пространстве», но именно визуализацией их деятельности. В качестве примера можно привести исследования в области политических коммуникаций, где основным качеством политика в большей мере стала рассматриваться медиагеничность, нежели его профессиональные компетенции²³⁹.

Рассматривая разные аспекты визуального в культуре, мы приходим к выводу о превалировании социального контекста в концептуализации этих явлений.

Однако уже в размышлениях Льва Мановича мы обнаруживаем тенденцию рассматривать визуальное в тесной связи с технологиями его репрезентации, которые, в свою очередь, рассматриваются не только на уровне самой упаковки информации (как, например, в его рассуждениях о пиксельном кодировании и проблемах сжатия информации²⁴⁰), но и на уровне взаимодействия человека и устройства (компьютера), где эргономика взаимодействия имеет не прикладное, а философское значение. Так, Л. Манович говорит о самих «жестах» *copy-paste* как о фундаментальной ментальной операции, позволяющей видеть мир иначе, чем до ее повсеместного внедрения в интерфейсы самых разных программ.

Союз сознания, ощущений, эргономики взаимодействия, собственно контента и способов его физического освоения предстает в работе Льва Мановича в виде комплексного феномена, который он склонен обозначить

²³⁸ Mirzoeff N. What is... P. 11–12.

²³⁹ См., например: Куракина А. А. Избирательный процесс и электоральные технологии в современной Испании : автореф. дис. ... канд. политич. наук : 23.00.02 «Политические институты, этнополитическая конфликтология, национальные и политические процессы и технологии». М., 2009.

²⁴⁰ Манович Л. Язык новых медиа... С. 62, 66–68 и далее.

словом «эстетика» (в другой работе – постмедиа-эстетика²⁴¹). Для Мановича «эстетика» здесь означает не вкус или оценку, но комплексное ощущение взаимодействия через интерфейс с визуальной информацией, которое и «отвердевает» в виде культурной установки, определенного горизонта ожиданий – и не только пользователя, но и социума в целом.

Развернутое определение медиаэстетики находим в трудах Томаса Митчелла. По его мнению, само понятие «media aesthetics», которое Теодор Адорно в свое время рассматривал как варваризм, в том числе из-за смешения латинского и греческого слов, представляет собой сложное интердисциплинарное понятие, поскольку первая часть этого выражения восходит к массовой культуре и теориям коммуникации, а вторая – к понятиям элитного вкуса и изобразительных искусств²⁴². Однако Митчелл находит рациональное объяснение этого парадокса в книге Маклюэна и Фиора «Сообщение есть массаж» (игра слов с известной максимой Маклюэна «медиа есть сообщение»: message – massage)²⁴³. «Массаж» понимается здесь как прямое, физическое воздействие на организм (а не на воспринимающее сознание, как бы оторванное от контекста восприятия). Маклюэн вносит уточнения в само понятие «ощущения» при контакте с информацией: это не «восприятие», но эмоциональное *понимание* сообщения (не apprehension, но comprehension), иной способ понимания, чем рациональный.

Таким образом, медиаэстетика может рассматриваться как исследовательское поле, в центре которого – контекстное эстетическое понимание опосредованной медиа информации. Эстетическое понимание при этом мы рассматриваем в маклюэновском смысле «эмоционального понимания», во многом противопоставленного «рациональному пониманию». На наш взгляд, высвобождение медиаэстетики в отдельный объект научного наблюдения открывает перспективу адекватного описания процессов

²⁴¹ Manovich L. Post-media aesthetics...

²⁴² Mitchell W. J. T. Image Science: Iconology, Visual Culture, and Media Aesthetics. Chicago : University of Chicago Press, 2015. P. 111.

²⁴³ Fiore Q., McLuhan M. The message is the massage. New York : Random House, 1967.

развития медиасистем, отвечающих тенденциям развития публики, пользователей, а также создает предпосылки для выявления значения технологий и интеракций с ними в формировании такого эмоционального опыта.

Здесь важно, что противопоставление рационального и эмоционального, многие века присутствовавшее в культуре как важнейший тезис различий (в том числе и «материя» – «дух», например), оказывается в условиях визуального поворота поставлено под вопрос. В маклюэновском выражении «эмоциональное понимание» присутствует идея значимости ощущений как предопределяющих и определяющих рациональное объяснение факторов, другими словами, первичность восприятия и вторичность рациональной вербализации.

Если мы вернемся к теме визуального поворота, то мы увидим, что исследователи подчеркивают значимость «визуального знания», устроенного иным способом, чем текстовое или книжное. Медиаэстетика является пространством исследования такой «вне-вербальной» (или вне-рациональной, чтобы не использовать понятие «иррациональный», имеющее в принципе иное значение), основанной на иной, чем языковая, вербальная, когнитивной деятельности.

Для нас важно, что медиаэстетический подход к коммуникации объединяет такие понятия, как «визуальное мышление», «аудиальное мышление», способность «думать образами» и другие понятия, которые опробуются в междисциплинарных научных исследованиях. Сам объект нашего изучения заставляет нас сосредоточиться именно на визуальных когнитивных процессах, когда рассматривание ведет к смыслопорождению, отличному от создания текста о смысле.

Томас Митчелл в своем эссе о медиаэстетике не дает прямого определения этому феномену, но проясняет его гибридную суть. Это рассуждение открывает возможность развить понятие медиаэстетического подхода к коммуникации. Как указывает Митчелл, понять гибридный

феномен можно исключительно рассекая его целостность на составные части, но понимание должно привести к осознанию сути целого, возникающего при взаимодействии входящих в феномен элементов. Мы выделяем следующие элементы общего гибрида медиаэстетики: это наличие технологии (медиумное измерение понятия), наличие воспринимающего сознания (антропологическое измерение), работа физического аппарата взаимодействия (телесное измерение) и, наконец, культурный контекст или среда, в которой осуществляется процесс восприятия. Такое понимание ведет нас к значимости параметров, обычно ускользающих от аналитического взгляда (например, способов интеракции с информацией), а также позволяет успешно применить логику динамического развития семиосферы, предложенную Ю. М. Лотманом, согласно которой любой из этих элементов гибрида может рассматриваться как означиваемая сущность, получающая свою семиотическую нагрузку и занимающая определенное место в ее переплетающихся потоках, а образующееся целое само становится элементом этих общих процессов.

Под медиаэстетикой Герберт Зеттл (иначе – Цеттл) понимает единство звука, изображения и движения²⁴⁴, ставя в центр своего описания «прикладной медиаэстетики» кино как вид искусства. Как видим, сама ситуация восприятия в его исследовании во многом остается за скобками. Но, на наш взгляд, тезис Льва Мановича о «прямоугольной раме» любой визуальности, о значении ограждения или границы для разделения того пространства, где находится воспринимающее «тело», и пространства, открывающегося рассматриванию, имеет прямое отношение к понятию медиаэстетики в целом²⁴⁵. Здесь «медиальность» как раз и может быть рассмотрена как этот «прямоугольник» или метафора окна: значение имеют и свойства того, что рассматривается, и свойства того пространства, в котором это рассматривание происходит, в которое оно включено.

²⁴⁴ Zettl H. Sight-sound-motion: Applied media aesthetics (2nd ed.). Belmont, CA : Wadsworth, 1990.

²⁴⁵ См. соответствующие рассуждения: Загидуллина М. В. Медиаэстетика пустых форм: материальная основа культурного номадизма в эпоху панмедиатизации // Przegląd Wschodnioeuropejski. 2018. IX/2. P. 289–303.

Медиаэстетика, таким образом, объединяет три основных домена: технический, биологический (антропологический), культурный. Не формируя собственного «отдельного дома» в науке, медиаэстетика, скорее, оказывается способом размышления о самых разных аспектах коммуникации. Наследуя логику изучения технической стороны средств коммуникации, представленную наиболее ярко Фридрихом Киттлером, исследования медиапространств Маклюэн, теорию медиума в трудах Джошуа Мейровица, что мы уже отметили выше, медиаэстетика также оказывается в зоне сильного влияния исследований новых медиа и собственно философии интернетизации культуры (где визуализация выступает одной из ярких черт). Главная задача медиаэстетического подхода, как он сложился в научном пространстве сегодня, – это поворот исследовательского внимания к техническим обстоятельствам и конвенциям коммуникационного процесса.

Перечень обзорных и обобщающих работ по медиаэстетике показывает, как формировалась и развивалась эта часть медиаисследований. Так, в работе Томаса Митчелла и Марка Хансена 2010 года термин «медиаэстетика» не употребляется, хотя, по сути, дается подробное описание этого исследовательского подхода²⁴⁶. В коллекции статей, изданной под редакцией Лив Хаускен, представлена своеобразная «разметка» этого исследовательского поля, из которой становится очевидной связь медиаэстетики с визуальной культурой современности²⁴⁷. В обзорной работе Венди Чун и Томаса Кинана понятие медиаэстетики соотнесено с дискуссией о старых и новых медиа²⁴⁸. Обзорная коллективная монография, выпущенная под редакцией Оливера Грауна, содержит антологию исследовательских

²⁴⁶ Mitchell W. J. T., Hansen M. B. N. (eds). *Critical terms for media studies*. Chicago : Univ. of Chicago Press, 2010.

²⁴⁷ Hausken L. (ed.). *Thinking media aesthetics: Media studies, film studies and the arts*. Frankfurt : Peter Lang, 2013.

²⁴⁸ Chun W. H. K., Keenan T. (eds). *New media, old media: A history and theory reader*. 2nd ed. New York : Routledge, 2015. См. также: Hansen M. B. N. *New philosophy for new media*. Cambridge, MA : MIT, 2006. Здесь основной упор сделан на телесности коммуникации в свете развития технического начала человеческой цивилизации и перехода к не-антропоцентрической парадигме. См. также на нем. языке: Hörl E., Hansen M. B. N. *Medienästhetik // Zeitschrift für Medienwissenschaft*. 2013. № 8. P. 10–17. О новых медиа в связи с медиаэстетикой: Lister M., Dovey J., Giddings S., Grant I., Kelly K. *New media: A critical introduction*. London ; New York : Routledge, 2009.

статей, включая труды Митчелла и Хухтамо, посвященные пересмотру пространства media studies в направлении медиаэстетического анализа²⁴⁹.

Отталкиваясь от определения Г. Зеттла, К. Дорай (в соавторстве) дает определение «компьютерной медиаэстетике»: это алгоритмическое исследование большого числа изображений и звуков в медиа и компьютерный анализ принципов возникновения, использования и восприятия этих элементов в творческой деятельности по прояснению, интенсификации, интерпретации событий для аудитории²⁵⁰. В этой отрасли знаний упор сделан на способы машинной обработки звуковой и визуальной информации с целью автоматизации получения данных, связанных с выражением эмоций или, например, эстетически маркированных полей («красота», «безобразия»). На наш взгляд, в этом направлении преобладает инженерно-технический подход, мало внимания уделяющий собственно изменениям в понимании самой сути эстетического начала в коммуникации, которое претерпевает значительные изменения – в том числе и применительно к размышлениям Г. Зеттла.

Прежде всего, следует отметить настойчивые и частотные исследовательские мнения о смене классической эстетики, восходящей к понятиям эстетического суждения и вкуса, теоретизированным Иммануилом Кантом, эстетикой эпохи модернизма и постмодернизма, для которой характерен пересмотр многих понятий, прежде всего, в связи с крупными социальными сдвигами и построениями «горизонтальных» обществ, где прежнее расслоение на «элитарное» и «массовое» теряет свое значение. В связи с этим меняется и само понятие «эстетического», которое перестает восприниматься в значении «прекрасного», «имеющего отношение к искусству». Теодор Адорно в своей «Эстетической теории» подвергает сомнению все положения классической эстетики, выдвигая на их место

²⁴⁹ Grau O. (ed.). Media Art Histories. Cambridge, MA : MIT, 2010.

²⁵⁰ Dorai C., Venkatesh S. Computational media aesthetics: finding meaning beautiful // IEEE Multimed. 2001. № 8 (4). P. 10–12. См. также: Dorai C. Computational Media Aesthetics // Liu L., Özsu M. T. (eds). Encyclopedia of Database Systems. Boston, MA : Springer, 2009.

проблематизированное пространство «полусостояний» и зыбкости: в эстетической оценке действительности утрачивается сама основа – вкус и суждение, на смену им приходят иные факторы, из которых центральным оказывается фактор социальности, связанности, взаимовлияния элементов системы друг на друга. Само понятие «искусство» оказывается неточным и невнятным, а «эстетическое» в значении «воспринимающее искусство» вытесняется понятием «эстетического» как чистой конвенции, системы договоренностей между участниками коммуникации, подлежащей маркированию как «эстетическая»²⁵¹. Подробный и обстоятельный обзор развития представлений об эстетике в связи с концептом современной эстетизации коммуникации и в целом повседневности предлагает С. Б. Никонова²⁵².

В результате появляются новые концепции, в центре внимания которых – попытка обобщить разные факты современного искусства. Мы полагаем, что здесь особенно ценны наблюдения Гернота Бёме, который выдвигает тезис об «атмосферности» и «аффекте» как главных критериях эстетического в современной культуре²⁵³. Перекликаясь с размышлениями Вальтера Беньямина об ауре²⁵⁴, эти идеи открывают возможность рассматривать медиаэстетику как адекватный научный подход к поиску механизмов возникновения атмосферности, аффектов, а также их тиражируемости, масштабирования и шкалирования, что, по нашему мнению, входит в процедуры медиаэстетического анализа явлений. Значительную роль в пересмотре «эстетических оснований современности» сыграла «новая эстетическая парадигма» Феликса Гваттари и в целом его трактат «Хаосмос»²⁵⁵.

²⁵¹ Адорно Т. В. Эстетическая теория. М. : Республика, 2001.

²⁵² Никонова С. Б. Эстетизация как парадигма современности : философско-эстетический анализ трансформационных процессов в современной культуре. 09.00.04 «Эстетика» : дис. ... д-ра доктора философских наук. СПб., 2013.

²⁵³ Böhme G. Ästhetischer Kapitalismus. Berlin : Suhrkamp Verlag, 2016.

²⁵⁴ Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Избранные эссе / под. ред. Ю. А. Здравового. М. : Медиум, 1996.

²⁵⁵ Guattari F. Chaosmosis: An Ethico-Aesthetic Paradigm ; trans. P. Bains and J. Pefanis. Sydney : Power Publications, 1995.

Как отмечает М. В. Загидуллина, важно проводить различие между эстетикой журналистики и медиаэстетикой. По мнению исследователя, между этими понятиями существуют иерархические отношения соподчиненности: эстетика журналистики, рассматриваемая в категориях красоты, совершенства с позиций искусства слова или изобразительных искусств²⁵⁶, выступает фрагментом более широкого понятия «медиаэстетика», которое, не исключая эти элементы, добавляет к ним социальные конвенции означивания, а также технико-технологические условия восприятия продукта, например, журналистской деятельности (хотя и не исключительно только ее)²⁵⁷. Мы разделяем мнение М. В. Загидуллиной, что смысловывление в восприятии журналистской продукции неотторжимо от медиаэстетического феномена, а в условиях визуального поворота может осуществляться как отличная от тексто-читательской деятельности когнитивная работа.

Разделяя визуальное и медиаэстетическое как объекты научного наблюдения, важно подчеркнуть, что «социальность» первого и «технологичность» (или даже «эргономичность») второго не исключают перекрестного рассмотрения феноменов. В визуальном со времен первых теоретических трактатов по живописи выделяется техническая сторона. Для Зеттла то, что зритель видит на экране, – результат работы вполне конкретных техник и технологий, например, монтажа. Монтаж как техника вполне может рассматриваться в медиаэстетическом аспекте – как основной прием донесения смысла и воздействия на аудиторию. В то же время для Зеттла, как мы уже указывали выше, ситуация такого восприятия оказывается несущественной.

Этот момент устраняет Манович, обращаясь в своем исследовании к фильму Дзиги Вертова «Человек с киноаппаратом» (1929 год). Манович выделяет три взаимосвязанных сюжета этого фильма: рассказ о человеке

²⁵⁶ Эстетика журналистики / под общей ред. М. А. Бережной. СПб., 2018.

²⁵⁷ Загидуллина М. В. Медиаэстетика и эстетика журналистики: к вопросу о разграничении феноменов // Медиа в современном мире. 58-е Петербургские чтения : сборник материалов Международного научного форума. В 2 т. ; отв. ред. В. В. Васильева. СПб., 2019. С. 150–151.

с киноаппаратом, снимающем кино; собственно, само это кино; публика в кинотеатре, которая это кино смотрит. Эти три смысловых поля представляются символическим пояснением теории медиаэстетики: производство высказывания для медиа учитывает саму технологию этого медиа; получающийся результат есть средоточие возможностей медиума и использующего этот медиум творческого сознания (и умений); результат помещается в определенную раму («прямоугольник» экрана, страницу и т. п. – как бы эта рама ни выглядела), которая предстает конкретному зрителю-пользователю, помещенному в организованное специально для потребления этого продукта пространство (у Вертова – в актовый зал, преобразованный в кинотеатр)²⁵⁸.

Таким образом, мы видим, что визуальное включается в научные исследования как культурологический концепт, обусловленный социальным контекстом, а медиаэстетическое – в рамках философии технического, где соединяется телесность восприятия и «железо» технологий.

В. В. Савчук, вводя в научный оборот домен медиафилософии, подчеркивает, что «иконический поворот» заставляет философию переместить свое внимание не столько на механизмы и процессы, условия и конвенции, сколько на «медиа внутри нас», то есть на осмысление ключевых перемен бытия человека в связи с развитием этих технологий именно по тем траекториям, как это происходит сейчас, когда медиа оказываются внедренными не только в повседневность, но и в суть деятельности, и в сущность самого современного человека²⁵⁹.

Однако центральная идея нашей работы, связанная с медиаэстетическим подходом к анализу инфографики как «вложенной» семиосферы журналистики, сводится к пониманию невозможности отрыва анализа медиареальности от технологической составляющей. Мы полагаем, что

²⁵⁸ Манович Л. Язык новых медиа... С. 19, 149–150 и др.

²⁵⁹ Савчук В. В. Что такое повороты... URL: <http://rhga.ru/science/conferences/rusm/stenograms/savchuk.php> (дата обращения: 16.02.2021). См. также подробнее: Савчук В. В. Медиафилософия. Приступ реальности. СПб. : Издательство РХГА, 2012.

исследование Льва Мановича о философской природе технического и даже уже – программного обеспечения ставит вопрос о медиаэстетическом подходе на новый уровень: за технологиями и их использованием раскрывается пространство той самой «новой парадигмы эстетики», о которой пишет Феликс Гваттари, а в рамках этой новой эстетики – которую Марк Хансен и Эрих Хёрль прямо именуют медиаэстетикой²⁶⁰ – раскрываются закономерности современной коммуникации.

Выводы по параграфу 2.2:

Рассмотрено понятие «новые медиа», восходящее к трудам М. Маклюэна, который словом «новые» обозначил переход массмедийных потоков к электронным формам, а также концепт «язык новых медиа», разработанный, прежде всего, Л. Мановичем. Определено узкое понятие новых медиа как средств массовой информации и коммуникации, распространяющими свой контент в интернет-среде. Язык новых медиа, вслед за Мановичем, рассмотрен не как набор элементов, но как логика интеракций участников коммуникации. При этом установлено, что для новых медиа актуальны три уровня их языка: материальный (связанный с их цифровой формой и способностью к масштабированию и трансмедиальности, то есть модульностью), глубинно-сущностный (выражающийся в автоматизации, вариативности, включающий работу алгоритмов и логику протокола), культурный (восходящий к транскодингу, то есть процессу постоянного взаимодействия с когнитивными структурами человеческого мозга). При таком понимании языка новых медиа его предложено рассматривать как пространство формирования медиаэстетики, представляющей собой системное выражение «работы» этого языка. Установлено различие собственно «визуального» и «медиаэстетического»: первое предполагает социальные аспекты рассматривания, второе – когнитивно-

²⁶⁰ См. спецвыпуск «Журнала медиаисследований» с предисловием Хансена и Хёрля: Zeitschrift für Medienwissenschaft. Medienästhetik. 2013. № 8. doi: <http://dx.doi.org/10.25969/mediarep/667>.

антропологические (контекстное эстетическое понимание опосредованной медиа информации). Медиаэстетика обеспечивает научное рассмотрение «эмоционального мышления» (противостоящего «рациональному мышлению», имеющему иной тип когнитивных действий). При этом медиаэстетика понимается как трехсоставный феномен, имеющий техническое (или технологическое), биологическое (антропологическое, телесное), культурное (социально-культурное измерения).

2.3. Инфографика в конкурентном пространстве борьбы за внимание пользователя в эпоху визуального перехода

Сделанный выше обзор точек зрения показывает, что инфографику в целом как фрагмент коммуникации мы не можем рассматривать в отрыве от широкого контекста – визуального поворота. Для семиосферы, в пространстве которой осуществляется постоянный семиозис ее элементов и их обмен, условия протекания этого процесса и есть суть семиосферы: она, по Лотману, включает в себя эти условия.

Поэтому инфографику мы можем рассматривать как часть общего потока явлений, связанных с визуальным поворотом, а само понятие «визуализация данных» – как часть стремления к визуализации и репрезентации в изобразительной форме любых социальных институтов и систем.

Благодаря работам отечественных исследователей (В. В. Лаптев, С. В. Остриков, Я. В. Лайкова и других) мы можем рассмотреть специфические черты инфографики в контексте визуального поворота как ответ на информационные потребности. Типология инфографики позволяет видеть спектр этих потребностей.

Так, С. В. Остриков предлагает родовидовую типологию инфографики, выделяя таблицы, графики, диаграммы, карты, схемы, изобразительную и знаковую инфографику²⁶¹.

Фактически у каждого такого типа есть длительная история, восходящая к старинным и древним образцам использования инфографики, что говорит о потребности в визуализации данных и вне так называемого визуального поворота. Визуальный поворот связан с включением в информационный обмен в интернет-пространстве широких масс пользователей, когда потребность в визуализации данных становится насущной, зримой, если можно так сказать. Инфографика в то же время, рассматриваемая как способ прояснить информацию, сделать ее ясной и наглядной, может на самом деле и действовать в обратном направлении: большинство типов визуализации данных, систематизированных С. В. Остриковым, представляют собой специальные типы визуализации данных, рассчитанные на специалистов, а не на «рядовых» участников коммуникации (или тех, кто стремится получить общее представление о какой-либо информации).

Поэтому здесь наблюдается определенное противоречие: инфографика в целом как часть диахронного процесса накопления и хранения информации оказывается значительно больше и функционально шире, чем собственно инфографика эпохи визуального поворота, отвечающая именно визуальному мышлению.

С этой точки зрения таблицы, графики, диаграммы оказываются вне пространства визуального поворота, поскольку представляют собой традиционный способ *текстового* информирования о взаимосвязях элементов. Этот момент нам кажется особенно значимым в анализе материала нашего исследования: в массовых коммуникациях и массмедиа «математические» варианты инфографики неизбежно должны принять «образную» форму, чтобы «попасть» в сознание пользователя, работающего с информацией по «не-текстовым» основаниям, как на это указывал

²⁶¹ Остриков С. В. Теоретические основы и принципы ... С. 103–135.

Т. Митчелл. С этой точки зрения диаграмма занимает промежуточное положение, поскольку помогает наглядно представить соотношение объемов.

Для нашего исследования значима мысль Мартина Джея о необходимости «демократизации» исследований визуального. Под такой демократизацией он – еще в начале обширных исследований по визуальному повороту – понимал необходимость для научного сообщества обращаться к широким и частотным проявлениям визуальной культуры, а не только ее «высокой» эстетической составляющей (то есть произведений искусства, созданных в области визуальности). Мартин Джей отмечает, что изображения всегда сопровождали человечество, именно эпоха визуального поворота, обусловленная техническими достижениями создания и распространения изображений, позволяет рассматривать изобразительную составляющую коммуникации как сложные фигуративные комплексы, работающие в области визуального мышления и эмоций²⁶².

Анализируя место инфографики в культуре визуального поворота, мы можем вслед за Мартином Джейем обратиться к идее Вальтера Беньямина об «оптическом бессознательном»²⁶³: это именно неинституциональные формы рассматривания, повседневное «видение», которое ускользает от историков идей. Розалинда Краусс, посвятившая оптическому бессознательному свое исследование, указывает на значимость изысканий в области «маргинального» искусства, не попадающего в «арт-мейнстрим» в силу своей неконвенциональности и «оптической бессознательности» как о предвестнике демократизации визуальной культуры в целом²⁶⁴. Здесь мы усматриваем движение к пониманию именно массовой визуальной культуры, которая не соответствует прежним иерархиям, определяющим ей место «внизу» интеллектуальной системы. Напротив, в разрыве с предписанными образцами и уже зафиксированными в истории и теории практиками смотрения и рассматривания оказывается большой пласт

²⁶² Jay M. That visual turn: The advent of visual culture // Journal of visual culture. 2002. № 1 (1). P. 88.

²⁶³ Беньямин В. Краткая история фотографии. М. : Ад Маргинем, 2013.

²⁶⁴ Krauss R. E. The Optical Unconscious. London: An October Books, The MIT University Press, 1993.

культуры, не попадающий в зону внимания именно из-за своей растворенности в повседневности. Визуальный поворот, обусловленный интернет-технологиями, выносит повседневные коммуникации в центр внимания, их игнорирование становится невозможным, а интерпретация требует от научного сообщества некоторой «перезагрузки» самой исследовательской парадигмы²⁶⁵.

В таком случае мы можем рассматривать инфографику не только в плане диахронной глубины ее семиосферы, где, как мы показали в предыдущих параграфах, значение имеет «учет» любых визуализаций данных и стремления показать их в виде условных схем, знаков, графиков, «разрезов», карт и прочего, но и в плане ее современной среды, той «амальгамы» практик и «оптик», что составляют суть визуального мышления, которое по сути есть массовая повседневная практика, а не особый навык, вырабатываемый элитными группами (например, искусствоведами или художниками).

Именно поэтому выделение собственно «массмедийного» сегмента инфографики представляется чрезвычайно значимым. Это особенно тесно связано с пониманием медиатизации как «метапроцесса»²⁶⁶, с одной стороны, сопровождающего человечество на всем протяжении его истории, с другой – принимающего формы особой экспансии медиакультуры в современный период развития. Эти два подхода, детально изученные в науке и получившие свое развитие в виде фундаментальных исследований²⁶⁷, позволяют

²⁶⁵ Яркий результат визуального поворота – отмеченная многими исследователями «любовь к котикам», проявившаяся в частотности и множественности фотографий и других изображений именно кошек. Сам факт, что этот «незначительный» в плане анализа ценностей факт был замечен и стал осмысляться в научной литературе (несмотря на свою кажущуюся «курьезность» и подтверждение ценностной «деградации» аудитории, на наш взгляд, может рассматриваться как пример изменений в научном сообществе, обратившем свое внимание на «оптическое бессознательное».

²⁶⁶ Krotz F. The meta-process of...

²⁶⁷ См., например: Hepp A. The communicative...; Hepp A., Hjarvard S., Lundby K. Mediatization: Theorizing the interplay between media, culture and society // *Media, Culture and Society*. 2015. № 37 (2). P. 314–324; Livingstone S. M. On the mediation of everything...; Couldry N., Hepp A. *The Mediated Construction of Reality*. Cambridge, Malden : Polity Press, 2017. Критика концепта медиатизации: Deacon D., Stanier J. Mediatization: Key concept or conceptual bandwagon? // *Media, Culture and Society*. 2014. № 36 (7). P. 1032–1044. См. также отечественные работы: Кириллова Н. Б. Медиакультура как интегратор среды социальной модернизации : дис. ... д-ра культурологии. 24.00.01 «Теория и история культуры». М., 2005; Кириллова Н. Б. Инфоэстетика современной медиакультуры: к постановке проблемы // *Известия Уральского федерального университета*.

рассматривать современное состояние культуры как медиатизирующееся, что, если суммировать разные подходы, означает:

- перенасыщение культурного пространства технологиями и техническими устройствами, обеспечивающими получение сложных информационных пакетов, включающих звук, видео, тексты, любым пользователем в любом месте и в любое время;

- переход от контроля потребления информационных потоков от компаний-производителей контента к пользователям (превращение контента в архив, а пользователя – в искателя информации);

- включение в медиаконтент все большего числа социальных институтов, областей человеческой деятельности, сегментов социальной жизни, ранее реализовывавших свои функции без участия в открытых информационных потоках;

- распространение логики массмедиа практически на всю социальную сферу;

- переход практик массового медиапотребления из области деятельности в область рефлексии и сознательного планирования, в том числе в область креативных практик;

- одновременное усиление глобализационных и индивидуационных тенденций в общественной жизни;

- усиление экономической составляющей в информационном обмене и демократизация акторов экономической деятельности в медиaprостранстве (в том числе стремительное развитие «экономики внимания» и изменение принципов формирования потребительских кластеров на основе развития интернет-коммуникаций);

- повышение значимости обратной связи в коммуникационных средах, ранее работающих как однонаправленные каналы (отправитель сообщения – получатель сообщения).

Перечень черт медиатизированного общества можно было бы продолжать, однако то, что мы указали выше, представляет собой некоторый общий очерк медиатизации – как она понимается исследователями сегодня. Для российской исследовательской мысли медиатизация означает, в основном, синоним прозрачности, выхода в публичное, открытое информационное пространство тех институтов, что ранее избегали такой открытости и работали в условиях ограниченных взаимодействий, например, политики и государственного управления²⁶⁸.

Если же смотреть на медиатизацию шире и усматривать в ней естественное развитие демократизации общества и человеческой цивилизации в целом (когда Интернет рассматривается как *следствие* этой глобальной тенденции, а не ее причина), то будет ясна и мысль об экстернализации «оптического бессознательного». То, что раньше было скрыто в толще повседневной жизни, в ее многоликости и ускользании от исследовательского взгляда, получает возможность не только фиксации в виде конкретного следа, вполне регистрируемого на физическом уровне (создается гигантская база данных коммуникативных действий, фиксируемая в интернет-архивах и доступная взору наблюдателя и исследователя²⁶⁹), но и на уровне конкретного воздействия и влияния на ход социальной жизни во всех ее проявлениях. Это означает, что визуальный поворот во многом и есть

²⁶⁸ См., например, рассмотрение медиатизации применительно к политическим коммуникациям: Бодрунова С. С. Медиакратия: СМИ и власть в современных демократических обществах : дис. ... д-ра политич. наук. 10.01.10 «Журналистика». СПб., 2015. В ряде диссертаций находим развитие того же тезиса о перемещении политики из мира дипломатии и элитных взаимодействий в пространство массмедиа: Бальнская Н. Р. Специфика участия средств массовой информации в политическом процессе современной России : дис. ... д-ра политич. наук. 10.01.10 «Журналистика». Екатеринбург, 2009; Брэди Р. Медиатизация внешнеполитических конфликтов: опыт американской журналистики: дис. ... канд. политич. наук. 10.01.10 «Журналистика». СПб., 2008; Воинова Е. А. Медиатизация политики как феномен новой информационной культуры: дис. ... канд. филол. наук. 10.01.10 «Журналистика». М., 2006; Волкодав М. А. Применение политического дискурс-анализа в решении идеологических задач: на примере медиатизации политических текстов: дис. ... канд. филол. наук. 10.01.10 «Журналистика». Краснодар, 2007; Галлямов А. Р. Лидер и имидж лидера в современном политическом процессе: проблемы концептуализации и медиатизации: дис. ... канд. политич. наук. 10.01.10 «Журналистика». М., 2003 и др. В основном концепт медиатизации политики разрабатывался в нулевые годы; впервые мысль о медиатизации политики как перемещении ее в открытое информационное пространство высказана в российском исследовательском поле Иваном Засурским (Засурский И. И. Масс-медиа второй республики. М. : МГУ, 1999).

²⁶⁹ В связи с этим стоит отметить значимость такого инструмента, как интернет-архив «WayBackMachine» (см. <https://web.archive.org>), позволяющий «попасть» в интернет прошлого на глубину до самого начала распространения технологии как массовой коммуникационной практики.

фиксирование того, что было скрыто ранее, впрочем, как и фактов развития изобразительного информационного обмена в силу фасилитации – совершенствования технологий такого обмена, облегчающих его, переводящим из разряда материально-осложненных техник (например, аналоговой фотографии, ее физической ограниченности условиями производства) в область материально малозатратного и даже полностью виртуального действия.

Инфографика в таких условиях неизбежно должна рассматриваться как результирующая «оптического бессознательного» и логики массовой коммуникации: отправитель сообщения стремится завладеть вниманием аудитории, действуя по правилам, которые устанавливает эта аудитория, а не он сам. В такой демократизации логики информационного обмена аудитория оказывается не «властителем дум», но «коллективным телом», действия и реакции которого могут быть так же неясны и неявны для отдельных составляющих этого тела, то есть личностей, составляющих аудиторию, как и не явны и не ясны могли быть мотивы отправителей сообщений в период, когда сами отправители определяли логику контента. Другими словами, возникает ситуация, когда потребление и производство контента перестают противостоять как две разные стадии коммуникации и сливаются воедино: производитель контента есть его потребитель, он смотрит на свое творчество глазами потребителя, а не производителя. Инфографика в таком контексте перестает быть вспомогательным инструментом специализированных групп (как это было всегда в математике, например), а переориентируется на это «оптическое бессознательное». Ее задача не просто визуализировать данные, чтобы пользователь «легче» добрался до их смысла, но создать продукт, отвечающий требованиям визуального мышления, взятого в его «среднестатистическом» состоянии на момент производства такого контента, то есть отражающего конкретный горизонт ожидания аудитории, фиксируемый в интернет-пространстве с помощью различных метрик медиапотребления и отношения к контенту.

Рассмотрим в связи с этим место инфографики в медиатизированных научных коммуникациях. С начала 2010-х годов крупные коллекторы научной информации (например, компания Elsevier) предложили своим пользователям переход на новую репрезентацию материалов научных публикаций с использованием «графического абстракта». При этом сами требования к такому абстракту были составлены на основе «оптического бессознательного» в большей мере, нежели на основе принципов прояснения и смысловой значимости такой части статьи²⁷⁰. С одной стороны, возникает предположение, что это некая «профанация» научного знания, ее «карнавализация»²⁷¹. Но, с другой стороны, в таком требовании и всяческой мотивации авторов использовать графический абстракт как краткое и наглядное представление о содержании статьи мы усматриваем именно *союз* с пользовательскими ожиданиями, все в большей мере подчиняемыми визуальному мышлению (см. рис. 7).

Наиболее проблематичной частью понимания разницы визуального и текстового мышления остается иерархия оценок в исследовательском пространстве (и экспертном знании): текстовое рассматривается как более сложное для понимания, а визуальное – как более легкое, а следовательно, текстовая культура маркируется как высокоинтеллектуальная, расположенная в зоне умственного напряжения, культурной деятельности, серьезного труда, а визуальная – как низкоинтеллектуальная, расположенная в зоне развлечения, досуга, отдыха, лени. Однако семиотический подход позволяет видеть, как визуальные знаки нагружаются смыслами в не меньшей степени, нежели знаки текстовой культуры, а сам «язык» визуальной грамотности отличается теми же характеристиками сложности, что требуют именно освоения, а не поверхностной оценки. Поэтому, рассматривая «карнавализацию»

²⁷⁰ См. подробный тьюториал: Graphical abstracts // Elsevier. – URL: <https://www.elsevier.com/authors/tools-and-resources/graphical-abstract> (дата обращения: 20.02.2020).

²⁷¹ Например, см. скептическое мнение в результатах исследования роли графического абстракта в биологических науках: Pferschy-Wenzig E.-M. et al. Does a graphical abstract bring more visibility to your paper? // *Molecules*. 2016. № 21. Article 1247. doi:10.3390/molecules21091247.

визуальной репрезентации серьезных зон человеческой деятельности в медиатизированном обществе, мы следуем принципу описания, а не оценки.



Рис. 7. Изображение, иллюстрирующее пост о графическом абстракте в научных коммуникациях (фото – ©Moris-Fotolia.com, источник: пост пользователя Luk “A graphical abstract opens the door to your research publication” («Графический абстракт открывает дверь к твоей научной публикации»), см.: <https://www.somersault1824.com/a-graphical-abstract-opens-the-door-to-your-research-publication/>

Переход в инфографическом дизайне от «математической» инфографики к изобразительной представляется последовательной реакцией на информационные потребности, оформляемые в ходе развития того самого «оптического бессознательного», о котором говорят Беньямин и Краусс. Очевидно, что в массмедиа, стремящихся к охвату большой аудитории, инфографика должна ярче всего выражать эти потребности – впрочем, как и в прикладной инфографике, создающей дизайн-навигации в большом городе, например. Научное представление о визуальном мышлении, однако, остается вопросом не решенным, поэтому в нашем исследовании мы используем логический анализ материала (современного состояния инфографики) для уточнения трендов, которые, как нам кажется, могут быть косвенным аргументом в описании этого мышления.

Если в работе С. В. Острикова предлагается родовидовая классификация инфографики (тип – вид – разновидность – вариант), в основу которой положены несколько параметров (от способа генерирования до функций), то в диссертации В. В. Лаптева классификация инфографики рассматривается в тесной связи с историческим аспектом (как менялись подходы к созданию инфографики – а следовательно как менялись и параметры ее оценивания). При этом каждый из этих специалистов стремится найти ключевой подход ко всему множеству типов и видов инфографического контента. Так, С. В. Остриков останавливается на принципе гибридизации, полагая, что эволюция инфографики ведет ее к гибридным формам, суть которых – все более изощренный и сложный подход к визуализации данных²⁷². В. В. Лаптев заключает свой разбор классификаций инфографики выводом, что такой основой надо рассматривать объект инфографирования (количественная инфографика репрезентирует числа, инфографика местоположения – карты и планы, инфографика связей – отношения между объектами и величинами, инженерная инфографика – строение, структуру объекта, семиотическая инфографика сосредоточена на репрезентации данных как означающих, а иллюстративная – на создании фигурных изображений, раскрывающих суть репрезентируемой информации²⁷³). Я. В. Лайкова большую часть своей работы посвящает именно классификации инфографического контента, предлагая сразу несколько подходов к объекту (но, по сути, повторяя те принципы, что предложены в работе С. В. Острикова)²⁷⁴.

Таким образом, мы видим, что исследователи стремятся к поиску некой общей, «надвидовой», не связанной с «базисным» подходом (график, диаграмма, таблица...) типологизации инфографического контента.

На наш взгляд, типологизация может быть продуктивной в том случае, если она помогает понять глубинные тенденции развития

²⁷² Остриков С. В. Теоретические основы и принципы ... С. 135.

²⁷³ Лаптев В. В. Проектно-художественная эволюция... С. 63–64.

²⁷⁴ Лайкова Я. В. Медиаинфографика...

и функционирования объекта. С этой точки зрения, особый интерес представляет подход Альберто Кайро, который, так же, как и российские исследователи, предлагая обзор «базисных типов» инфографики («инфограмм», как их называет Валеро Санчо), замечает, что собственно само понятие «инфографики» надо рассматривать как гибрид, комбинацию нескольких базовых модусов, а попытка классифицировать инфографический контент на основании деления «график» – «схема» – «иллюстрация» – «карта» и т. п. выглядит не работающим, поскольку сама творческая среда появления инфографического контента сейчас настолько разнообразна и отличается плотностью элементов, что любая классификация будет отставать от практики.

Чтобы преодолеть возникшее противоречие между анализируемым материалом и «классификационно-видовым» подходом, Кайро предлагает условное подразделение всех вариантов новостной графики на две принципиально отличающиеся друг от друга группы – «пикториальную» инфографику и «абстрактную» инфографику. Первая группа объединяет все типы инфографического контента, где присутствует иллюстративный подход, создается какой-то фигуративный образ. Вторая группа – те типы инфографического контента, где присутствуют «чистые» данные, цифры, графики, диаграммы, требующие от воспринимающего сознания каких-то специальных навыков рассматривания, апеллирующих к рациональному, а не эмоционально-ассоциативному²⁷⁵.

Не останавливаясь на полученных Кайро выводах, проанализируем сам этот подход. Подразделяя инфографические материалы на «пикториальные» и «абстрактные», на наш взгляд, исследователь пытается концепировать саму суть формирования визуального мышления. Оно строится *и* на фигуративно-миметических образах, *и* на восприятии абстрактного визуального контента (что важно – именно визуализированных данных в абстрактной, «нерисуночной» форме, а не текста!). Можно предположить, что такой подход

²⁷⁵ Cairo A. Nerd Journalism... P. 18 и далее.

открывает перспективы понимания уровней визуального мышления (которые представляют собой не столько иерархию «верха» и «низа», «высокого» и «низкого» умственного развития и прочего, сколько репрезентируют лево- и правополушарную дихотомию.

У Лотмана мы обнаруживаем настоящее увлечение открытиями в области анатомии и функционала мозга²⁷⁶; целую книгу о лево- и правополушарных различиях как основы семиозиса создает Вячеслав Иванов²⁷⁷. «Диалог» правого и левого полушария воспринимается Лотманом как суть баланса симметрии и асимметрии. Развивая эти идеи, мы можем отметить в разделении инфографического контента на два типа отзвук «лево- и правополушарного» диалога. Конечно, такое разделение не проливает света на самую суть визуального мышления, однако создает предпосылки для выявления точек означивания в рамках семиосферы инфографики.

Поиски диалога с аудиторией в области инфографики могут быть «вписаны» в более широкую раму развития коммуникаций. Инфографика, отвечая самой своей сутью задаче передачи сведений, донесения их до *сознания*, в то же время оказывается в современной ситуации в остроконкурентной ситуации борьбы за внимание пользователя. В её задачи входит прорваться сквозь «шум» других коммуникационных потоков, среди которых и видео, и аудио, и стриминговые сервисы и т. п. Вот почему тенденции, которые мы можем наблюдать в инфографическом контенте сегодня, – это индикаторы не только новых информационных потребностей, но и новых привычек потребления информации.

Инфографика в мире визуального поворота неожиданно разрастается до философского обобщения. Именно понятие диаграммы использует Мишель Фуко в своем трактате «Надзирать и наказывать», а затем Жиль Делёз обобщает в книге «Фуко», вынеся само слово «диаграмма» в заглавие первого раздела: «От архива к диаграмме»²⁷⁸. «Диаграмматическая» философия

²⁷⁶ Лотман Ю. М. Статьи по семиотике и топологии культуры... С. 53 и др.

²⁷⁷ Иванов Вяч. Вс. Чет и нечет...

²⁷⁸ Делёз Ж. Фуко / пер. Е. Семиной. М. : Издательство гуманитарной литературы, 1998. 172 с.

находит свое широкое развитие в немецкой научной мысли, где тема диаграммы как способа показать невысказанное, требующее особого языка, несовпадающего с привычным алфавитно-фонетическим, становится центральной в ряде трудов²⁷⁹. Жиль Делёз, назвав диаграммы «абстрактными машинами», обозначил их главное свойство: быть нейтральными к тому, что они выражают, избегать предвзятости слова, обремененного тысячами коннотаций и контекстных неясностей, и в то же время быть неумолимыми в своей ясности. Однако размышления о диаграмме и Фуко, и Делёза вслед за ним получили определенный резонанс в философской мысли именно в разгар дискуссий о визуальном повороте, когда вопрос о новом визуальном мышлении и языке выходит на первый план научных дискуссий. Производство знаний с помощью визуальных образов как не изученный в достаточной степени способ упаковки информации представляется именно эпистемологическим сдвигом, имеющим серьезные основания и никак не относимым к рассуждениям о «деградации» новых поколений, «увлеченных картинками».

Диаграмма как метафора инфографического контента (поскольку под нею понимается любая схема – безотносительно к тому, график это, собственно диаграмма или карта), рассматривается как пример пространственно-реляционной картины, заставляющей мозг работать и в направлении анализа, и в направлении синтеза. Астрит Шмидт-Буркхардт в своей книге показывает, как диаграммы становились частью искусства²⁸⁰. Но для нее так же важно, что диаграмма «работает» как производитель знания и порядка (и в этом она развивает темы, намеченные Фуко и развитые

²⁷⁹ См., например: Bauer M., Ernst C. *Diagrammatik. Einführung in ein kultur- und medienwissenschaftliches Forschungsfeld*. Bielefeld : Transcript, 2010; Leeb S. (hg.). *Materialität der Diagramme. Kunst und Theorie*. Berlin : b_books, 2012; Schmidt-Burkhardt A. *Die Kunst der Diagrammatik. Perspektiven eines bildwissenschaftlichen Paradigmas*. Bielefeld : Transcript, 2012; Stjernfelt F. *Diagrammatology. An Investigation on the Borderlines of Phenomenology, Ontology and Semiotics*. Berlin : Springer, 2007. Обзор и рецензии темы диаграммы в немецкоязычной литературе: Wentz D. *Anschauen und Denken: Neue Perspektiven auf Materialität und Virtualität der Diagramme* // *Zeitschrift für Medienwissenschaft* 8 *Medienästhetik*-8. 2013. 1. P. 202–206. Doi 10.4472/9783037342404.0018. См. также: Zdebik J. *Deleuze and the diagram: Aesthetic threads in visual organization*. London : Bloomsbury Publishing, 2012.

²⁸⁰ Schmidt-Burkhardt A. *Die Kunst der Diagrammatik...*

Делёзом). Она предлагает усматривать в диграмматическом искусстве «логику образа»²⁸¹.

Диagramмы рассматриваются в этих и других исследованиях как внеязыковые репрезентации смыслов: это одновременно и материально данный артефакт, и отвлеченный от языка смысл. Вслед за Делезом в диаграмме усматривается текучесть и зыбкость, соединенные с неумолимостью и ясностью.

Иную риторику находим в исследованиях, посвященных развитию темы диаграммы у Чарльза Сандерса Пирса. Пирс относит диаграммы к иконическим знакам; суть диаграмм – абстрагирование смысла от всех «шумов», несущественных для этого смысла. Увлечение Пирса графиками и диаграммами было именно философским – он рассматривал диаграммы как аналог естественного языка, действующий на другие уровни сознания (в исследовании Фридриха Штьёрнфельта – «диagramматология» Пирса²⁸², с явной отсылкой к «грамматологии» Ж. Деррида; в работе Матиаса Бауэра и Кристофа Эрнста – фундаментальная парадигма, применяемая и к исследованию не-графики²⁸³).

Говоря о подходе Пирса к сущности диagramматического языка²⁸⁴, Р. О. Якобсон замечает, что во всем классе знакоиндексов Пирс выделяет два подкласса – образы и диаграммы²⁸⁵. В определенном смысле такой подход соотносится с разделением инфографики на два класса в диссертации Альберта Кайро («пикториальная» и «абстрактная»). В то же время значение диаграммы как наглядного выразителя отношений определяется Пирсом в соотношении языка, алгебры и диаграммы: алгебра есть частный случай диаграммы, поскольку ее уравнения выражают отношения, а естественный

²⁸¹ Это роднит ее подход с другими исследователями, см.: Bredekamp H., Schneider B., Dünkel V. (hg.). Das technische Bild. Kompendium zu einer Stilgeschichte wissenschaftlicher Bilder. Berlin : Akademie, 2008; Heßler M., Mersch D. Logik des Bildlichen. Zur Kritik der ikonischen Vernunft. Bielefeld : Transcript, 2009.

²⁸² Stjernfelt F. Diagrammatology...

²⁸³ Bauer M., Ernst C. Diagrammatik...

²⁸⁴ См.: Пирс Ч. С. Избранные философские произведения / пер. с англ. К. Голубович, К. Чухрукидзе, Т. Дмитриева. М. : Логос, 2000.

²⁸⁵ Якобсон Р. О. В поисках сущности языка / пер. с англ. В. А. Виноградова, А. Н. Жиринского // Семиотика / сост., вступ. ст. и общ. ред. Ю. С. Степанова; под ред. Н. Н. Попова. М. : Радуга, 1983. С. 102–117.

язык – это частный случай алгебры. Таким образом, диаграмма в философии заняла важное и прочное место в силу возможности концептуализировать визуальное абстрактное мышление на ее основе, при рассмотрении самой сути «диаграмматологии» – языка этой части инфографики.

На наш взгляд, во всех этих фундаментальных исследованиях абстрактному языку диаграмм придается особое значение по тем же причинам, что и в случае противопоставления текста и изображения (первый – сложный, требующий абстрактного мышления, умения извлекать смыслы и обобщать прочитанное; второе – простое, наглядное, легкое, «детское», «несерьезное», не требующее никаких усилий). То же самое можно сказать и об отношении Пирса к образному и диаграмматическому: в первом он видит лишь принцип подобия, приближенности изображенного к реальности, а во втором – сложную систему отношений, которую надо уметь понять, обладать специальными навыками для «считывания» смысла диаграммы.

Между тем визуальный поворот заставляет переоценить отношение к образам как «знакам простого подобия» (когда изображение кошки означает кошку, а фотография пользователя – самого пользователя). Большие потоки изображений и формирование целых кластеров коммуникации, которые можно было бы назвать «пикториальными» (например, сервисов Instagram, YouTube, Pinterest, TikTok), создают условия для развития визуального мышления, организованного по тем законам, что стихийно складываются внутри этих потоков. Более того, отнесение абстрактного изображения к категории примеров нового визуального мышления не корреспондирует с практиками этих сервисов: здесь наблюдаются иные тенденции, которые правильнее было бы рассматривать в категориях театрализации и эстетизации повседневности. Впрочем, Жиль Делез применяет к диаграмме метафоры «завода» (по «неумолимому» производству смыслов) и «театра» (поскольку диаграмма выставляет смыслы напоказ, становится их «сценой») ²⁸⁶. «Театральная» метафора диаграммы и инфографики в целом позволяет

²⁸⁶ Делез Ж. Фуко... С. 61.

рассматривать ее в рамках визуального поворота как ответ на общую театрализацию коммуникации (сами пользователи превращаются в «репрезантаменты», как их называл Пирс).

С нашей точки зрения, следует рассматривать основные тренды в развитии инфографики в связи с тем визуальным мышлением, что формируется в рамках экспансии «пикториального» модуса коммуникации. Здесь мы вслед за многими исследователями отмечаем погруженность пользователя в потоки видеоизображений, музыки, игр, онлайн-коммуникации межличностного плана. Для того чтобы ориентироваться в этих потоках, нужен специфический тип «насмотренности». Он не соотносится с насмотренностью прошлого (когда основным объектом такой «насмотренности» считалось высокое искусство – живопись, скульптура, архитектура). «Насмотренность» предполагает понимание пикториальной информации как символически нагруженной, несущей множество смыслов, помимо тех, что «напрямую» репрезентированы в образе.

Кроме того, в пространстве современной массовой коммуникации постоянно формируется культурная память, концентрирующаяся вокруг прецедентных событий, артефактов, даже целых медиумов (например, легендаризация продукции компании Apple). В этих процессах возникают очаги визуальной грамотности – конкретного, привязанного к тому или иному сегменту коммуникации знания о прошлом этого сегмента, на основе чего и осуществляется коммуникация. Самый яркий пример – культура мемов, которые не могут быть адекватно поняты теми пользователями, кто не вовлечен в эту культуру. Мем как знак «обрастает» смыслами, скрывает их в себе и выражает больше, чем можно «увидеть» без этой культурной памяти. Прецедентность, понимаемая в централизованных культурах как общепринятая ценность или всем известный факт, общее знание, перестает быть всеобщей и становится знаком «своей культуры» (определенного комьюнити), неизвестного, однако, другим комьюнити. Таким образом, визуальный поворот интернет-эпохи обеспечивает расслоение культурного

поля, его сегментацию не по вертикали («верх» – элита, «низ» – масса), а по горизонтали. М. Кастельс теоретизировал такое расслоение в термине «сетевое общество»²⁸⁷. Мы можем предположить, что визуальная грамотность тоже расслаивается, теряет универсальный (всеобщий) характер. Вот почему попытки найти основы такой грамотности (её матрицу) кажутся нам существенной задачей науки: это не поиск конкретного языка визуального мышления, но описание работы его механизмов.

Рассуждая о месте инфографики в культуре визуального поворота, следует акцентировать внимание на медиаэстетическом ее компоненте: включению в репрезентацию инфографического контента технологически обеспеченной визуальной грамотности пользователя, которая и формирует горизонт его ожиданий при восприятии инфографики. «Диаграмматология» французской и немецкой философии ведет нас в сторону описаний абстрактного языка восприятия феноменов (по Жилью Делёзу вслед за Мишелем Фуко – то, что не высказано, но очевидно, оппозиция *seeable* – *sayable*). Однако то, что кажется очевидным, часто оказывается трансляцией совершенно иного, отнюдь не очевидного мнения. Визуальное мышление предполагает, таким образом, *дискурсивное* умение рассматривать и смотреть, если использовать само понятие дискурса в значении «блока информации», чьи значения предопределены контекстом циркулирования. Особое место здесь занимает эстетика прямоугольника рамы (метафора окна в другой мир), пронизывающая все практики современного потребления визуального медиаконтента, а также эргономика интеракций «человек – машина», предполагающая техно-соматический ансамбль в самой демонстрации информации. Медиаэстетический подход к описанию сегмента информации (в нашем случае – инфографики) лишь частично может быть охарактеризован через логику визуального и попытки описать визуальное в современной культуре как целостный конструкт. Другая часть, входящая

²⁸⁷ Castells M. The Rise of the Network Society // The Information Age: Economy, Society and Culture. Vol. I. Cambridge, MA ; Oxford, UK : Blackwell, 1996.

в медиаэстетическое и ускользающая от «визуального» подхода, тесно связана с процессуальностью медиапотребления и пользовательской психологией, однако может быть и предметом философского рассуждения. Здесь особое место занимает философия технического, а также общая рама теории постгуманизма, когда человек не рассматривается более в отрыве от своего цивилизационного контекста, где техническое играет все более существенную роль, а медиа становятся частью повседневной жизни, теряя свою прямую связь с понятием «средства массовой коммуникации».

Выводы по параграфу 2.3

Инфографика рассматривается в аспекте медиатизации всей общественной и частной жизни в рамках концепции «оптического бессознательного», представляющего собой репрезентацию информационных потребностей. В этой связи важна идея «демократизации» подходов к визуальной культуре, рассматриваемой как пространство массовой коммуникации, и именно новостная инфографика, адресованная широкой публике, представляет собой такую демократизированную форму. Инфографический контент одновременно воплощает и потребности в визуализации, и горизонт ожиданий своей аудитории. Позиция пользователя медиапродукта оказывается решающей при производстве инфографического контента, при этом инфографика нацелена не только на объяснение данных, но и на совпадение с визуальными предпочтениями аудитории. В то же время принцип демократизации контента не может рассматриваться как его «упрощение». Семиотический подход позволяет обнаруживать не меньшую, чем в текстовой коммуникации, нагрузку визуальных сообщений. Философский подход к визуализации данных, рассмотренный на примере диаграммы, открывает возможность описания инфографического контента с использованием шкалы «образы – данные», предполагающей противопоставление художественных и абстрактно-логических решений в области визуализации данных.

ГЛАВА ТРЕТЬЯ. ПОНЯТИЕ МЕДИАЭСТЕТИЧЕСКОГО КОДА ИНФОГРАФИЧЕСКОГО КОНТЕНТА В ЖУРНАЛИСТИКЕ

3.1 К теории кода в современной культуре

Анализируя развитие семиосферы инфографики, необходимо определить суть центрального понятия семиотики «код» и место этого понятия в общей логике семиотического подхода к интерпретации действительности.

Хотя Лотман постоянно обращается к понятию кода в объяснениях сути семиосферы, он не предлагает развернутого определения самого понятия «код». По его мнению, код противопоставлен сообщению как концепция – форме. Сообщение (преимущественно у Лотмана рассматриваются примеры художественной литературы) равно самому себе, оно обладает информативностью. Код – это, напротив, не новое знание (история), но механизм трансформации эпистемы, ее переоценки. Чтобы пояснить эту мысль, Лотман приводит характерный пример: если читательница после прочтения романа Толстого «Анна Каренина» решает, что «Анна Каренина – это я» и пересматривает свою жизнь и понимание смысла этой жизни, то текст романа становится для нее не сообщением, но кодом²⁸⁸. Важные замечания о коде, сделанные Лотманом, утверждают принцип «как минимум» двоичного кодирования любой информации (диалог кодов, иногда конфликтный, иногда дополнительный, а иногда и вообще не пересекающийся), принцип эстетичности кода (так, пространство церкви, рассматриваемое как код, не может нести эстетической нагрузки – в этом смысле эстетическую нагрузку несет текст художественной литературы, а не правила его создания²⁸⁹), а также принцип взаимного переключения «текст/код», обеспечивающий эстетический эффект²⁹⁰. Кроме того, методологически значимым является утверждение Лотмана о том, что коды, пронизывающие «тело» культуры,

²⁸⁸ Лотман Ю. М. Статьи по семиотике и топологии культуры... С. 85.

²⁸⁹ Там же. С. 86.

²⁹⁰ Там же.

одновременно тяготеют к максимальной индивидуации (субъективности) и генерализации, обобщению (объективности)²⁹¹. Для Лотмана важна идея «вшитости» кода в суть любых коммуникационных процессов – будь то жесты, одежда, улицы города, но код – это «внеисторичная» категория, а язык имеет свою историю (то есть языковой код становится языком в историческом развитии). В этом смысле код беднее языка, это его «скелет». Соннесон, внося уточнения в понимание лотмановской концепции (со ссылкой на социальную семиотику А. Моля), показывает, что отправитель и получатель, по Лотману, начинают выполнять эти свои роли только в случае работы кода, который они стараются «гомогенизировать», что и есть основа понимания²⁹². Иначе говоря, код и есть суть семиосферы (а идея множественности кодов порождает идею множественности семиосфер). Конечно, общая семиосфера культуры не может быть «однокодовой», поэтому Лотман и использует понятие «вложенных семиосфер». То есть код по сути и есть сама система со своей специфической структурой, предопределяющей процесс семиозиса (первичный или вторичный – основанный на первичном семиозисе, как, например, семиозис художественной литературы вторичен по отношению к семиозису языка). Ж.-М. Клинкенберг замечает, что понятие кода тогда является слишком широким, как и понятие знака²⁹³. Но представление о коде как синониме системы свойственно лингвистике со времен Фердинанда де Соссюра²⁹⁴, код соотносится также с понятиями «структура», «отношения», «правила». Интересна точка зрения Р. О. Якобсона, заявившего, что код лежит в основе любого перевода, в том числе и неязыковых систем, и суть такого перевода – поиск эквивалентностей²⁹⁵, он вводит понятия «интерсемиотического перевода», указывает, что все действия с кодом – его декодирование, кодирование,

²⁹¹ Лотман Ю. М. Статьи по семиотике и топологии культуры... С. 113.

²⁹² Sonesson G. Translation and other acts of meaning: in between cognitive semiotics and semiotics of culture // Cognitive Semiotics. 2014. № 7 (2). P. 249–280.

²⁹³ Klinkenberg J. M. Précis de sémiotique générale. Bruxelles : De Boeck, 2000. P. 28.

²⁹⁴ См.: Nöth W. Handbook of Semiotics. Bloomington and Indianapolis : Indiana University Press, 1995. P. 239.

²⁹⁵ Якобсон Р. О. О лингвистических аспектах перевода // Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике. М., 1978. С. 16–24.

перекодирование – по сути есть акты перевода. Э. Курдис подчеркивает, что Якобсон склонен усматривать под кодом строгую систему денотатов, тогда как Лотман и Барт склоняются больше к поиску кода в коннотативных значениях²⁹⁶. Многие исследователи связывают код с системой правил²⁹⁷.

Подробное исследование понятия кода как теоретического конструкта проведено Умберто Эко²⁹⁸. Ученый предлагает рассматривать код как упорядочивающую матрицу, которая налагается на систему информации (в самом широком смысле этого слова) с целью ограничения выбора. Рассматривая мир, вселенную как пространство бесконечных вариаций и избыточного числа элементов (что бы мы ни понимали под обобщающим словом «элемент»), Эко отмечает важнейшую эпистемологическую функцию кода: создание самих условий для коммуникации (тоже взятой широко – фактически как собирательное обозначение процессуальности цивилизации), которая никогда не состоялась бы в таком разнообразии выбора. Если система стремится к энтропии, то это может быть понято как «равновероятность» этих опций выбора. Но если количество опций превышает мыслимые величины, то необходим ограничитель, фильтр. Таким фильтром и становится код²⁹⁹.

В качестве примера У. Эко приводит подсчет опций для заполнения одной страницы текста с помощью типовой клавиатуры компьютера: число вариантов исчисляется многотысячнозначным числом 85¹⁵⁰⁰. Однако сами правила итальянского языка мгновенно «прореживают» это поле выборов

²⁹⁶ См.: Kourdis E. The Notion of Code in Semiotics and Semiotically Informed Translation Studies : A Preliminary Study // *Readings in Numanities, Numanities – Arts and Humanities* ; editor(s): Oana Andreica ; Alin Olteanu [Springer Cham]. 2018. Vol. 3. P. 311–325.

²⁹⁷ См. обзор в указанной выше работе Курдиса, он приводит следующий перечень трудов: Saussure F. de. *Course in General Linguistics*, ed. Perry Meisel and Haun Saussy (trans: Wade, Baskin). New York : Columbia University Press, 2011; Fabbri P. *Le tournant sémiotique*. Paris : Lavoisier, 2008; Eco U., Nergaard S. *Semiotic Approaches* // *Routledge Encyclopedia of Translation Studies*, ed. Mona Baker. London and New York : Routledge, 2001. P. 218–222; Cobley P. *The Routledge Companion to Semiotics and Linguistics*. London and New York : Routledge, 2001; Ponzio A. *Signs, Dialogue, and Ideology*. Amsterdam, Philadelphia : John Benjamins, 1993; Van Leeuwen T. *Introducing Social Semiotics*. London and New York : Routledge, 2005; Stam R., Burgoyne R., Flitterman-Lewis S. *New Vocabularies in Film Semiotics. Structuralism, post-structuralism and beyond*. London and New York: Routledge, 2002 и другие работы.

²⁹⁸ Эко У. *Отсутствующая структура. Введение в семиологию* / пер. с итал. В. Г. Резник, А. Г. Погоняйло. СПб. : Симпозиум, 2006.

²⁹⁹ Там же. С. 56.

и сужают его до вполне предсказуемых опций³⁰⁰. В другом месте его работы находим уточнение, что код – это модель, созданная в результате ряда упрощений, конвенций, направленных на достаточное для обеспечения коммуникации ограничение элементов информации³⁰¹. Фердинанд де Соссюр, проивопоставляя «речь» и «язык» говорил именно об этом: невозможно исчерпать в научных описаниях все особенности произношения и нюансов звучащего потока речи; поэтому ученым остается язык как отвлеченная от живого процесса речи, но доступная наблюдениям и поиску закономерностей система. По логике У. Эко, язык выступает кодом речи – набором конвенций, упрощений и правил.

Рассмотрение кода в культуре как ограничителя или фильтра представляется значимой частью философского анализа коммуникации. Проясняя саму суть кода, Эко называет его системой из одного-двух уровней (на выбор из трех): самого набора символов, обладающих подобием и различием одновременно (Эко ориентируется на образ двоичной системы бинарных оппозиций), правилами, регулирующими их сочетания, наконец, предопределение соответствия конкретных символов конкретным означаемым в определенном (уникальном или – по слову Эко – «окказиональном») контексте³⁰².

Такая теория – обычно в несколько упрощенном виде – встречается в разных трудах по семиотическому анализу культуры³⁰³, в том числе подчеркивается связь предлагаемого определения с кодом в теории информации³⁰⁴. Для Эко, однако, код семиозиса представляет собой более гибкую и менее предсказуемую модель. Фактически, весь пафос теории

³⁰⁰ Эко У. Отсутствующая структура... С. 55.

³⁰¹ Там же. С. 83.

³⁰² Там же. С. 57.

³⁰³ См. некоторые замечания и обзор в статье: Степанова Н. И. Коды культуры: семиотический и культурологический аспекты // Идеи и идеалы. 2012. № 1 (11). Т. 2. С. 130–136. В статье приведены определения культурного кода из ряда работ: Букина Н. В. Культурный код как язык культуры // Вестник Читинского государственного университета. 2008. № 2 (47). С. 69–73; Мечковская Н. Б. Семиотика. Язык, природа, культура. 2-е изд., испр. М. : Академия, 2007 и др.

³⁰⁴ Н. И. Степанова приводит определение из работы Д. Д. Кловского (Кловский Д. Д. Теория передачи сигналов. М. : Связь, 1980. С. 53). См. Степанова Н. И. Коды культуры... С. 130.

семиотики Эко подчинен указанию на это базовое различие (в том числе и схемы, в которых он подчеркивает «машинную» и «человеческую» суть). Как только в систему включается человек, система перестает отвечать строгим требованиям энтропийных моделей. Эту же логику поддерживает и Ю. М. Лотман, рассматривая понятие взрыва в культуре и способов, какими культура как система «сглаживает» свой взрывной характер³⁰⁵.

Тем не менее, Эко стремится найти некие константы, которые позволяют рассматривать процессы культурного семиозиса системно и объективно. Для этого он усложняет теорию кода и вводит понятие «лексикода» – «вторичного» кода, вырастающего на основе «главного» кода, соотносимого с ним, но одновременно ему и противопоставленного. По мнению Эко, такие «лексикоды» определяют суть семиозиса в отдельных сегментах или группах коммуникантов, открывая перспективу создания собственных «микромиров коммуникации». Крайним выражением лексикода Эко предлагает считать поэтическую речь, в которой первичный код естественного языка может быть кардинально обновлен за счет смелого обращения со словом, структурой языка и придания им совершенно нового вида и звучания. Эко отмечает, что такие новации могут стать лексикодами групп и войти в основной код³⁰⁶.

Означающее, представляющее собой часть системы символов и собственно образующее «тело культуры», оказывается пространством кодирования, наполнения значениями под воздействием кода, или, точнее сказать, при его наложении на означающее. Многозначность, таким образом, и предопределяется кодами, которые включают сам процесс коммуникации, и лексикодами, которыми они «обрастают» в ходе этого процесса. По мнению Эко, коды и лексикоды находятся в состоянии постоянного

³⁰⁵ См.: Лотман Ю. М. Культура и взрыв. М. : Гнозис ; Издательская группа «Прогресс», 1992. (Та же книга в составе «Семиосферы», с. 12–149).

³⁰⁶ Эко У. Отсутствующая структура... С. 71.

корреспондирования³⁰⁷; Лотман назвал бы это *диалогом* несовпадающих кодов и их лексикодов.

Для нашего исследования большое значение имеет понимание Умберто Эко самой природы кодирования информации в процессе культурного семиозиса, или ответа на вопрос «кто и как внедряет коды в коммуникацию». Эко предлагает рассматривать искусственные коды, созданные человеком, как сильные (такова, например, азбука Морзе), а коды, возникающие в ходе развития социума сами по себе», – менее сильными (например, естественный язык и его правила – это обязательный код, но он используется неосознанно). Коды могут представлять собой крайне слабые (плохо осознаваемые, едва фиксируемые) матрицы, выявление которых в науке о семиотике относится к числу чрезвычайно сложных задач³⁰⁸. Слабые коды (и даже естественный язык) проявляют свою «слабость» не в том, что они «плохо» кодируют информацию, а в том, что их внутренняя логика не ясна ни исследовательскому вниманию, ни сознанию тех, кто вступает на практике в коммуникацию, определенную этими кодами (покоится, скорее, в «бессознательном» и «автоматическом», чем в осознанном и приобретенном).

Для Эко важно указать на «текучесть» пространства культуры, а следовательно, на возможность устанавливать (описывать) коды только применительно к минувшему. Он отмечает, что в «ту минуту», когда семиотическому взгляду открывается код, сам этот код становится частью культуры и входит в нее как один из элементов³⁰⁹, иначе говоря, обнаружение кода совпадает с его описанием, с установлением факта его наличия.

Эта мысль кажется нам достаточно значимой для описания значения работы исследователей: в тот момент, как, например, обнаруживается системное подавление личности в рамках ее культурного становления (в трактате Мишеля Фуко «Надзирать и наказывать»), этот культурный код

³⁰⁷ Эко У. Отсутствующая структура... С. 72.

³⁰⁸ Там же. С. 74 и далее.

³⁰⁹ Там же. С. 79.

оказывается данностью, научное мировоззрение не может без него обойтись – или, точнее, не может его обойти в своих построениях. Простейшее понимание кода как набора элементов и правил их комбинирования³¹⁰ распространяется на естественный язык в виде двумерного построения: парадигматической оси элементов и их смыслов и синтагматической оси, обеспечивающей их сочетание. Эко полагает, что такое двухосевое картирование можно провести и для невербальных кодов.

Теоретизируя понятие кода в семиотике, У. Эко называет его структурой, представленной в виде модели³¹¹. Эта «модельность» означает, что код задает паттерны взаимосвязи определенных элементов как условия их означивания, наделяя их определенными смыслами. И только эта работа кода и создает условия для коммуникации как таковой, для *понимания*.

На наш взгляд, код в семиотике работает во многом изоморфно понятию рамы, прямоугольника, метафоры окна в визуальной культуре. Только наличие рамы, как уже отмечалось выше, переводит то, что просто видит глаз человека, в то, что можно назвать культурой (и даже какое бы то ни было уличное действие «вписывается» в определенную раму, пусть символическую. Так создаются условия для отграничения явления и одновременно для его понимания, обретения им смысла. Такое сопоставление соответствует мысли Эко о том, что любые коды могут быть соотнесены друг с другом на основании их общих сущностных признаков – или общего кода, который по отношению к ним является еще более генерализующим и упрощенным.

Но основная проблема коммуникации – это адекватное декодирование информации в процессе общения. По У. Эко, это декодирование может быть крайне затруднено недостаточной явностью кодов (и лексикодов, см. рис. 8). Эко показывает, что кодировка сообщения происходит в условиях индивидуации кода, впрочем, как и декодирование. И совпадение кодов

³¹⁰ Эко У. Отсутствующая структура... С. 84.

³¹¹ Там же.

возможно только в самом общем, генерализованном смысле, а совпадение лексикодов вообще относится к зоне маловероятного.

Для Умберто Эко при определении особенностей кода и кодирования / декодирования в семиотике ключевой является работа Романа Jakobson о функциях высказывания. По мнению исследователя, важна мысль Jakobson о том, что сообщение редко выступает в одной «чистой» функции, обычно оно всегда комплексно. Хотя для проблем визуальных коммуникаций всегда была важна задача обретения иных объяснительных моделей, не сходных с языковыми, лингвистическими, классификация Jakobson кажется Эко достаточно убедительной и для других систем. Jakobson выделяет референтивную (указание на реальные вещи, явления), эмотивную (передача эмоции или воздействие на эмоции), императивную (приказ или повеление), фатическую (поддержание коммуникации ради самого факта коммуникации), металингвистическую (замена одного понятия другим), наконец, эстетическую (обращение внимания адресата на само устройство, искусность конструкции сообщения) функции³¹². Для Эко особое значение имеет эстетическое сообщение – поскольку оно устроено по принципу слома кода коммуникации, который оно же и воплощает.

Однако здесь важно подчеркнуть идею Эко о комплексности – можем ли мы найти высказывание на языке визуальности, лишенное эстетического компонента? И – с другой стороны – не является ли отнесение высказываний к эстетическим только на основании интенции отправителя, адресанта не соответствующим тем практикам коммуникации, что развиваются в эпоху Интернета?

³¹² Jakobson P. O. Язык в отношении к другим системам коммуникации // Jakobson P. O. Избранные работы. М., 1985. С. 326.

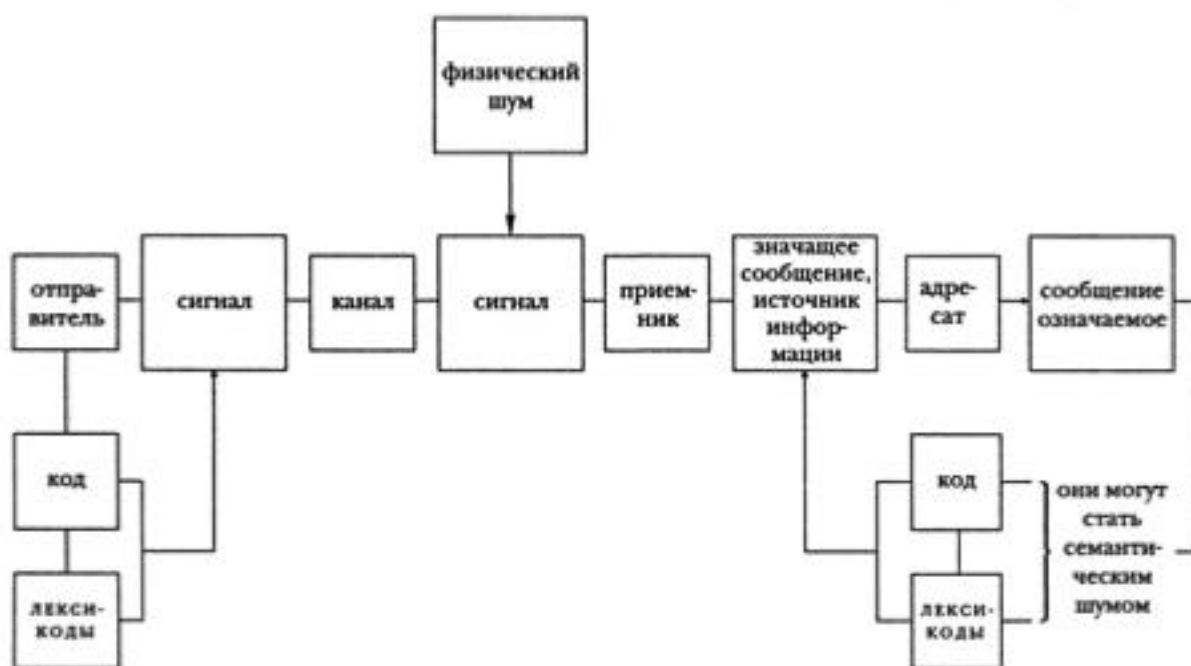


Рис. 8. Коммуникативный процесс между двумя участниками (людьми)³¹³

Эстетическое, переживая поворот от собственно искусства с его институциональностью в повседневность, оказывается все более широким понятием, и поэтому размышления и Якобсона, и Эко об «эстетических высказываниях» (которые они рассматривают как один из функциональных типов) приобретают обобщающее значение.

Умберто Эко замечает, что в основе эстетического сообщения всегда лежат сложные системы конвенций, которые, с одной стороны, конституируют основу сообщения, а с другой – все время регистрируют нарушения самих этих конвенций. Но чтобы нарушить, надо знать эти условия, понимать, как они «работают» – и это знание и понимание касается как автора, так и пользователя. Эко полагает, что код здесь осложняется его настроенностью на нарушение себя же самого. Такой код обеспечивает действие «эстетического идиолекта»³¹⁴, одновременно узнаваемого и нового (и это столкновение новизны и узнаваемости и придает сообщению его эстетический вес). Эко вплотную подходит к понятию «информационная эстетика» (цитируя В. Б. Шкловского и замечая, что в 1917 году этот

³¹³ Схема 2 из книги Эко У. Отсутствующая структура... С. 93.

³¹⁴ Там же. С. 116.

мыслитель не мог предвидеть то развитие информации, что составляет суть современной коммуникации). Коды, предопределяющие ограничения выбора в формировании коммуникационных потоков, точно так же ограничивают и саму творческую способность: все то, что называется гениальностью или талантливостью, неизбежно «укладывается» в рамки кодов, корреспондирует с ними, каким бы новаторским это творчество ни выглядело.

Особого внимания заслуживает и рассуждение о декодировании эстетического сообщения. Здесь Умберто Эко – как и Лотман – работает с понятием «произведение искусства» на примере художественного произведения словесности (и именно на примере «Божественной комедии» Данте он объясняет, как одно и то же высказывание может выполнять все функции, указанные Якобсоном). Такой «литературный» крен вполне объясним местом художественной литературы в общественном пространстве европейской и российской мысли 1970–1980-х годов. Но для периода расцвета визуальных коммуникаций такой подход перестает «работать». Так, Эко представляет процесс декодирования смыслов эстетического сообщения на примере чтения художественного текста: это «маятник» постижения от поверхностных, очевидных кодов к более глубоким, а от них опять к первым смыслам, и вновь к кодам уже современной культуры – чтобы произведение наконец раскрыло весь свой потенциал, принося бесконечное удовольствие читателю. Соединение в этом описании процесса декодирования самой процедуры (от одних кодов к другим, как «по горизонтали» текста, так и в «вертикали» времени) и ее эффекта (удовольствие от чтения) заставляет видеть здесь относительное нарушение самого замысла Умберто Эко – представить читателю его книги последовательное научное исследование теории семиотики.

Кроме того, возникает и проблема понимания сути кода – если ранее говорилось о главном коде системы, ее доминанте, то теперь мы видим, как коды множатся, создавая все тот же выбор и некоторую *необязательность анализа*. Эко указывает на бесконечность интерпретаций, которые постоянно

наполняют произведение смыслом и переозначивают его³¹⁵ (фактически, идет бесконечный семиозис, обогащаемый привнесением новых кодов современности).

Это «темное» место теории кода в семиотике может быть прояснено, если мы обратимся к эстетическому высказыванию в рамках концепции эстетизации повседневности, когда – в силу все того же визуального поворота – понятие «произведение искусства» проблематизируется, а возможность творчества в области сиюминутной коммуникации получает каждый пользователь (для такого творчества у него есть и огромные наборы элементов, и правила их комбинирования – пусть не зафиксированные, и – самое главное – сообщества адресатов и адресантов, разделяющих знание о коде этой коммуникации). Если исчезает тема перечитывания, которую задает Эко в своем рассуждении о механизмах действия кодов на больших временных дистанциях от времени создания произведения искусства, то как работает код? Мы могли бы здесь предположить, что «компенсацией» такого многократного переоценивания произведения искусства, о котором говорит Эко, становится принцип репликации, повтора. Код «живет» не в конкретном произведении искусства, а в его бесчисленных вариациях, которые, создав определенный массив «подобного», конституируют этот код. Так, мем рождается не в момент, когда автор закончил коллаж и опубликовал его в сети, а когда на основе этого коллажа родились сотни подобных коллажей. Тогда собственно эстетическое в сообщении может определяться не как «слом кода», но как его экспликация, «обнажение приема».

Размышляя о кодах в визуальных сообщениях, Эко замечает, что поиск кода в разных нетекстовых вариантах коммуникации относится к числу «слабых» частей теории семиотики. Он поясняет, что здесь речь может идти о «гипотезе», что в основе *любой* формы коммуникации лежит *код* (или ключ) к ее пониманию. Таким образом, исследователю остается «вычислить», где этот ключ и каков он. Это возможно исключительно благодаря «утопической

³¹⁵ Эко У. Отсутствующая структура... С. 142.

идее», что механизмы произнесения высказываний (а под этим произнесением, артикуляцией понимается любая форма «обнародования» любого по своему типу высказывания) остаются неизменными и могут быть описаны с помощью одних и тех же схем³¹⁶. Обращают на себя внимание сами слова, использованные здесь философом, – «гипотеза», «утопический». Очевидно, что его задача здесь – осторожно намекнуть на возможность универсального подхода, однако сам он видит большие риски в прямом постулировании таких идей.

В размышлениях о кодах визуальной информации Эко следует за Пирсом, отмечая, что мы имеем здесь дело с иконическими знаками. Для Эко важно подчеркнуть, что дело не в том, что иконический знак прямо переносит на себя свойства объекта, который он изображает, но что изображение создает общие конвенции восприятия³¹⁷, которые имитируют восприятие «настоящего» объекта, однако с «оглядкой» на свою опосредованность. Эко именует этот процесс «отбором на основе кода узнавания», приложенного к «репертуару графических конвенций»³¹⁸. Так он пытается обосновать возможность семиозиса в области условных и схематических изображений, лишь намекающих на свой объект (поэтому он обращается к таким примерам, как изображение лошади одним росчерком пера или рисование вертолета четырехлетним мальчиком). Эко использует принцип прямой аналогии в своем объяснении визуального сообщения – он предполагает, что иконический знак имеет три существенных признака: оптический (то, что мы воспринимаем зрением, созерцая этот знак), онтологический (то, что мы воображаем или предполагаем при восприятии знака), наконец, конвенциональный (то, что мы усвоили из прошлого культурного опыта в отношении этого знака как условное обозначение). Эко подчеркивает, что графическая схема всегда воспроизводит ментальный схематизм, а в основе построения любых изображений – принятая условность,

³¹⁶ Эко У. Отсутствующая структура... С. 143.

³¹⁷ Там же. С. 157.

³¹⁸ Там же. С. 160.

конвенция³¹⁹, но установление значений визуальных сообщений крайне затруднено из-за постоянного «брожения» факультативных элементов, которые заслоняют и вытесняют смыслоразличительные³²⁰.

Завершая теорию кода, Умберто Эко предлагает свою классификацию кодов, состоящую из десяти позиций: это коды восприятия, узнавания, передачи, тональные, иконические – включая фигуры, знаки, семы, иконографические, коды вкуса и сенсорные коды, риторические коды – включая риторические фигуры, предпосылки и аргументы, стилистические коды и коды бессознательного³²¹.

Как видим, эта классификация накладывается на типы высказываний (по Якобсону), образуя матрицу семиотического анализа³²². Это одно из самых детальных описаний теории кода. Именно это описание позволяет нам предложить идею медиаэстетического кода с целью комплексного подхода к фактам сегодняшней коммуникации.

Медиаэстетический код в свете теории кода в семиотике – это *логика* семиосферы культуры (которая есть условие и пространство семиозиса, то есть смыслопорождения), взятой в конкретный период ее диахронии, характеризующийся экспансией медиа и нарастанием эстетизации повседневности. В этом определении мы предлагаем рассматривать понятие кода как логики, что открывает возможность преодоления противоречий между семиотическими концепциями кода и одновременно развивает подход Умберто Эко к понятию кода в семиотике.

Согласно предложенному определению, код рассматривается как «вложенный порядок», наличествующий в элементах системы изначально, предопределяющий само появление этих элементов, а не как «внешняя»

³¹⁹ Эко У. Отсутствующая структура... С. 163.

³²⁰ Там же. С. 169.

³²¹ Там же. С. 198–202.

³²² См., например, применение этой матрицы к медиаобразованию: Федоров А. В. Умберто Эко и семиотическая теория медиаобразования // Инновации в образовании. 2010. № 5. С. 56–61; использование семиотических кодов для объяснения природы художественного творчества: Олизько Н. С. Семиотико-синергетическая интерпретация особенностей реализации категорий интертекстуальности и интердискурсивности в постмодернистском художественном дискурсе : дис. ... д-ра филол. наук. 10.02.19 «Теория языка». Челябинск, 2009.

по отношению к ним система правил. Неразрывность кода и элемента представляется существенной частью теоретического подхода к коду как семиотической категории. Медиаэстетический код есть одновременно *объяснение* медиаэстетического компонента коммуникации (то есть это те конвенции коммуникации, которые есть и условие, и требование такого компонента) и глубинный смысл коммуникации, использующей разные семиотические ресурсы для своего осуществления.

Выводы по параграфу 3.1:

Рассмотрено понятие «код» применительно к семиотическим исследованиям. Выявлено, что в теории Лотмана код противопоставлен сообщению как концепция форме, а также прояснены ключевые позиции в объяснении кода: принцип двоичности и а-эстетичности. Код как основа эффективности коммуникации гомогенизируется отправителем и получателем. Установлено, что в концепции У. Эко код понимается как база коммуникации, основанная на фильтрах и отборе из множества выборов одного релевантного. На основе главного кода возникают вторичные лексикоды, отвечающие за эффективность ответвлений коммуникации (как, например, лексикод поэтического языка соотносится с кодом общенационального языка). Предложено понимание кода как рамы, накладываемой на многообразие сигналов и позволяющей видеть работу кода, в том числе и за счет постоянных нарушений его конвенций («эстетический идиолект кода»). Принцип «перечитывания» как реактуализации кода в современной визуальной культуре отражается в принципе повтора, репликации сообщений, когда код регистрируется в массивах сообщений.

Медиаэстетический код рассматривается как логика семиосферы культуры, переживающей период медиатизации, «вложенный порядок», предопределяющий появление элементов семиосферы, конституирующий неразрывность элемента и его кода, выступающий и объяснением сути медиаэстетизиса, и его условием.

3.2 Возможности выявления и описания кода семиосферы: прикладные аспекты теории Чарльза Сандерса Пирса

Если код мы рассматриваем как логику семиосферы, в которой элементы и правила комбинирования могут быть разделены только умозрительно, но на самом деле представляют собой единство, то анализ кода может быть проведен как построение модели, учитывающей эти особенности кода. На наш взгляд, само устройство кода получает свое описание в работах Чарльза Сандерса Пирса, хотя его задачей было описание мира как феноменологической данности, доступной исследованию.

Пирс рассматривает мир, предстоящий аналитическому сознанию, как систему знаков. При этом «знаком» любой элемент становится исключительно в момент означивания, то есть осмысления. Самую большую распространенность в научной литературе получила триада знаков Пирса – их подразделение на знаки-иконы, знаки-индексы и знаки-символы. Однако не меньшее значение имеет и триада «первичности – вторичности – третичности», которую Пирс рассматривает как условие понимания подлежащего взору аналитика мира. Первичность соотносится со знаками-иконами и предполагает само существование знака; вторичность – со знаками-индексами и предполагает наличие некой цели знака, его объекта; третичность – со знаком-символом и, соответственно, объяснением, интерпретацией знака.

Отвлеченная феноменология Пирса нередко ставилась в один ряд с другими «триадами» (см. рис. 9), а идея иконических, индексальных и символических знаков была активно использована не только в сугубо семиотических исследованиях. Но подлинное переложение взглядов Пирса в область прикладной семиотики оставалось проблематичным в силу осложненной структуры самой концепции исследователя, а также во многом и недостаточно оперативным изданием его основных трудов, которые появлялись, когда в науке уже многое из того, о чем пишет Пирс, было установлено и описано «другими словами».

Aristotle	<i>opsis</i>	<i>melos</i>	<i>lexis</i>
Barthes	image	music	text
Lacan	Imaginary	Real	Symbolic
Kittler	film	gramophone	typewriter
Goodman	sketch	score	script
Peirce	icon	index	symbol
Foucault	seeable	[X]	sayable
Hume	similarity	cause and effect	convention
Saussure	 (signified)	bar	arbor (signifier)

Рис. 9. Соотнесение девяти триад в исследовании Митчелла³²³

Примером переноса концепции Пирса в пространство практического анализа служит, например, кандидатская диссертация Н. С. Сироткина, посвященная анализу немецкой и русской авангардной поэзии начала XX века³²⁴. Исследователь показывает, как искусство может быть проинтерпретировано в терминах семиотического подхода, каким образом идеи Пирса могут быть эффективно использованы в анализе. Для того, чтобы такой анализ был успешным, Н. С. Сироткин предлагает упрощенную «рабочую модель» идей Пирса, где от триады он переходит к «двуполярной» шкале и показывает, как в авангардной поэзии последовательно устраняется противостояние этих двух полюсов.

При обращении к исследовательскому полю мы можем найти и другие попытки перевода теоретических и абстрактно-философских семиотических изысканий в область практического анализа. Так, например, рассмотрим модель семиозиса в массмедиа, предложенную Мартином Крампеном³²⁵.

³²³ Mitchell W. J. T. Foreword Media Aesthetics // Hausken L. (ed.). Thinking media aesthetics: Media studies, film studies and the arts. Frankfurt : Peter Lang, 2013. P. 25.

³²⁴ Сироткин Н. С. Поэзия русского и немецкого авангарда с точки зрения семиотики Ч. С. Пирса: автореф. дис. ... канд. филол. наук. 10.01.03 «Литература народов стран зарубежья (Германии)». Екатеринбург, 2003.

³²⁵ Krampen M. Semiosis of the mass media: Modelling a complex process // Semiotics of the media: state of the art, projects and perspectives / Ed. Winfred Nöth. Berlin ; New York : Mouton de Gruyter, 1997. P. 87–98.

интерпретанта. Переходя к схеме бимодальных и мультимодальных сообщений, Краппен предлагает усложнить схему, не меняя ее ясности (см. рис. 11).

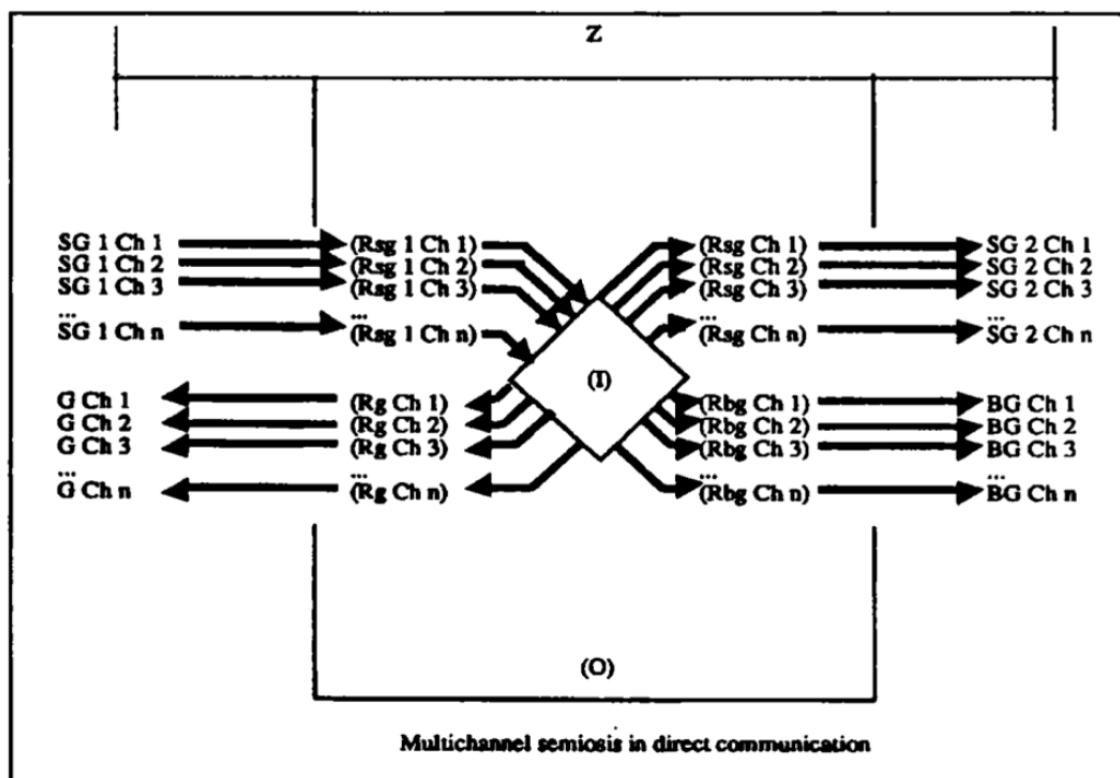


Рис. 11. Схема мультиканального семиозиса³²⁷

Здесь мы видим, что интерпретант, получая сигнал, «работает» как переводчик информации (левая часть его реакций) и как производитель новой информации – сигнала или поведения (правая часть). Уточняя особенности работы интерпретанта в условиях мультикодовых медиумов, Краппен указывает на отдельные траектории информации просодической, лингвистической, жестов, мимики и т. п.³²⁸

Анализируя подход Краппена, мы видим, что исследователь ставит в центр внимания сам процесс семиозиса, полностью отвлекаясь от особенностей производства значений и проблематизации этого производства.

³²⁷ Krampen M. Semiosis of the mass media... P. 89

³²⁸ Там же. P. 91.

Однако для нашего исследования важно использовать такую модель, которая могла бы продемонстрировать всю сложность кода системы, была бы адекватна ее разнонаправленному содержанию, ее множественности. Другими словами, идея семиосферы Лотмана представляется продуктивной эпистемологической схемой, которой, однако не хватает инструментальности, перевода с языка абстрактных семиотических идей в область эпистемологических технологий, а рассмотренные модели слишком абстрактны и уводят в сторону условной автоматизации коммуникации, а не анализа ее во всей сложности процессуальности.

На наш взгляд, заслуга перевода с языка теоретической семиотики на язык практического анализа принадлежит аргентинскому исследователю Клаудио Герри³²⁹.

В его монографии “Nonagona semiotico” предлагается трансфер концепции Чальза Сандерса Пирса в пространство практического анализа отдельных областей деятельности, искусства, общественной жизни и т. п. Уже сам этот факт говорит о том, что К. Герри близка идея семиосферы Лотмана и возможность рассмотрения множественности мира сквозь призму идеи множества семиосфер.

Так как задача нашего исследования – анализ семиосферы инфографики в контексте журналистики, то такой подход представляется продуктивным; его приложение к разным (любым) семиосферам постулируется Клаудио Герри как основное преимущество этой матрицы.

Герри отмечает, что «семиотический нонагон», как он назвал эту матрицу, открывает широкие перспективы анализа феноменов действительности в эпистемологическом ключе, с целью получения представлений о глубинных процессах, которые происходят в культуре³³⁰.

³²⁹ Автор диссертации принимал участие в ряде мастер-классов, которые провел Клаудио Герри в рамках конференции ISSC 2018 – International Conference “Logics of Image: Visual Learning, Logic and Philosophy of Form in East and West”, Kolymbari, Crete, 11–18 August 2018.

³³⁰ Guerri C. F. Philosophy and symmetry in the semiotic nonagon // Symmetry: Art and Science. Special issues of the journal for the congress and exhibition. 2004. № 1-4. URL: <http://www.mi.sanu.ac.rs/vismath/visbook/guerri/index.html> (дата обращения: 20.02.2020).

Он отталкивается от убеждения Пирса, что в принципе любое рассуждение есть диаграмма³³¹. С начала 2000-х годов Герри предлагает рассматривать «семиотический нонагон» в терминах динамичной эволюции учения Пирса о знаках. В логике Герри мы можем воспользоваться принципом изоморфизма и проецировать признаки знака на целые семиотические системы, рассматривая их как обобщенные *знаки*, отвечающие тем характеристикам, что приводит Пирс.

Герри использует понятие «объекта» в духе теории Пирса: непосредственным объектом выступает объект, уже подверженный операциям осмысления, то есть объект в процессе семиозиса, «внутри» него, а динамический объект – это тот же объект в реальности, вне семиотического осмысления, независимо от его проекций и репрезентаций. Противоречие здесь заключается в том, что постижение объекта вне семиозиса невозможно (то есть любое наблюдение уже будет частью означивания и переозначивания). Поэтому семиотический нонагон создает условия для некоего «среза» динамических процессов или, по Лотману, бесконечного семиозиса, в рамках которого системы создают свои самоописания, открытые взору наблюдателя.

Объяснительный потенциал такой матрицы объясняется Герри в терминах эпистемологии: это одновременно модель, то есть представление процесса в отвлеченном и «алгебраическом» виде, допускающем подстановку разных переменных, и пространство интерпретации, где роль исследователя и его интуиций чрезвычайно высока. По мнению исследователя, семиотический нонагон открывает возможности постижения динамических объектов.

На рисунке 12 представлена матрица семиотического нонагона Клаудио Герри.

³³¹ Пирс Ч. С. Избранные философские произведения ... С. 176.

		F FORM	E EXISTENCE	V VALUE
		<i>Firstness</i>	<i>Secondness</i>	<i>Thirdness</i>
		<i>Quality</i>	<i>Reaction</i>	<i>Mediation</i>
		Possibility	Materialization	Cultural necessity
		Theory-Knowledge	Existential actuality	Conventionality
F		FF	EF	VF
FORM		Form of Form	Existence of Form	Value of Form
<i>Firstness</i>				<i>Rhema</i>
		<i>Qualisign</i>		<i>Icon</i>
E		FE	EE	VE
EXISTENCE		Form of Existence	Existence of Existence	Value of Existence
<i>Secondness</i>				
		<i>Sinsign</i>	<i>Index</i>	<i>Dicisign</i>
V		FV	EV	VV
VALUE		Form of Value	Existence of Value	Value of Value
<i>Thirdness</i>			<i>Symbol</i>	<i>Argument</i>
		<i>Legisign</i>		

Рис. 12. Семиотический нонагон (концепция Пирса в интерпретации Герри)³³²

Курсивом выделены термины, которые исследователь заимствовал непосредственно из учения Чарльза Пирса. Все остальные понятия введены им в матрицу в соавторстве с Магариньосом де Морентином в 1984 году, однако он пользовался этими понятиями как базовыми еще в 70-е годы. Герри полагает, что эти термины созданы в точном соответствии с ключевыми идеями Пирса и помогают создать алгоритм анализа любого феномена (форма, сущность (смысл) и ценность, а также их комбинации, например, «форма формы», «форма сущности», «форма ценности» и т. п.). Важное замечание, которое предпосылает Герри этой матрице — ее нацеленность не на классификацию, а на создание условий смыслопорождения.

³³² Guerri C. F. Philosophy and symmetry...

В определенном смысле это «семиосфера в семиосфере»: Герри предполагает, что, устанавливая взаимоотношения между различными аспектами динамического объекта, исследователь сможет приблизиться к его «разгадке», к ответу на интересующие его вопросы. Принципиальная «триадность» подхода Герри к созданию этой матрицы опирается на неоднократно высказываемое Пирсом предположение, что любые другие множества (тетрады, пентады и т. п.) могут быть сведены к триаде³³³.

Принципиальная опора объяснительной схемы Клаудио Герри на концепцию Пирса не заслоняет основной задачи такого анализа – это попытка системно и последовательно охарактеризовать и сам процесс, и смысловые основания семиозиса. Представляется значимым наложить эту концепцию на представления Ю. М. Лотмана о семиосфере и У. Эко о коде. Для этого сначала опишем возможности семиотического нонагона – как он представлен в работах Клаудио Герри.

Прежде всего, на «входе» в матрицу помещается знак. Однако – как показывают труды самого Герри – под знаком может пониматься и семиосфера (так, например, он приводит в качестве примера разбор такого «знака», как «архитектура»; при этом последнее выступает в качестве слишком сложного феномена, чтобы не выделять в его составе иные знаки). Далее Герри предполагает такую процедуру, как определение уровня рассмотрения знака, соответствующее пирсовским «первичности», «вторичности», «третичности», которые Клаудио Герри заменяет понятиями «формы», «сущности», «ценности».

Очевидно, что в этой триаде мы наблюдаем возможность рассмотрения семиосферы как формы (не тем признакам, что относятся к видимому, рассматриваемому в объекте, но по Герри, к тому, что предопределяет само появление феномена, знака). Здесь исследователь придерживается гилеоморфического подхода. Соотнося с точкой зрения Лотмана, мы могли бы сказать, что «форма» в предлагаемой матрице соотносится с диахронной

³³³ Пирс Ч. С. Избранные философские произведения... С. 158.

глубиной семиосферы, ее историей. К форме в этом смысле относятся пирсовские категории первичности, качественности (в его терминологии в русских переводах сохраняется калька английского qualisign – «квалисайн»).

Категория сущности (или «внутреннего смысла») маркируется пирсовским понятием «вторичности» и определяется как материальность феномена – в каком именно материальном виде он явлен наблюдателю (а в случае отвлеченных понятий – как он «ведет» себя, как проявляет свое наличие, присутствие). Герри подчеркивает, что любой анализ внутри матрицы должен отталкиваться именно от этой категории (несмотря на ее «номер два» – поскольку термины Пирса относятся не к порядку и не к значимости, но к феноменологическим проявлениям объекта).

Наконец, «третичность» Пирса обозначает третью часть модели, которую Герри назвал «ценностью». Именно к этой части можно отнести результаты работы кода в системе.

Поясняя эпистемологическую значимость такого подхода, Клаудио Герри дает подробную интерпретацию каждой «трихотомии», образующих семиотический нонагон. Так, форма соотносится с теорией, знаниями, если вести аналогии дальше – с платоновскими идеями, которые и становятся основанием, условием появления феномена. Прежде, чем возникает архитектура, должна была возникнуть идея здания или пространства для безопасного существования. В то же время уровень формы соотносится с такой важной философской категорией, как возможность – идея может быть реализована тысячами способов, и поэтому уровень формы позволяет описывать это состояние до-выбора в свете сделанного выбора (то есть реализации идеи). Именно поэтому началом анализа становится то, что Пирс назвал концом («начало – это первое, конец – второе, середина – третье»³³⁴). «Конец» – это воплощение, явленность феномена и знака, такими, как они есть. Но этот «конец» есть результат реализации некоего «начала», «плана», «замысла», осуществления потребности или выполнения функции. Поэтому

³³⁴ Пирс Ч. С. Избранные философские произведения... С. 150.

от материальности и явленности феномена и совершается шаг «назад» – к «первичности», к «форме предзамысла».

Наконец, третичность соотносится с ценностью, которую Герри сравнивает с культурной необходимостью, наполнением феномена символической означенностью. В то же время представляется значимым, что в категориях Пирса третичность соотносится с процессуальностью, изменчивостью, подвижностью, а значит – с неустойчивостью, несбалансированностью в категориях Лотмана и его модели семиосферы.

Подход Клаудио Герри, разработанный им как практическая переориентация философии знака Чарльза Пирса, был применен им к графическому дизайну (взятому как узкая область в изучении места дизайна в архитектурных практиках). Эта работа обеспечивает нам переход к более широкому анализу инфографики в контексте журналистской деятельности. Поэтому мы подробнее остановимся на анализе работы Герри с графическим дизайном как феноменом, исследуемым с помощью семиотического нонагона (см. рис. 13), а также представим усовершенствованную модель матрицы с учетом концепции семиосферы Ю. М. Лотмана.

Поясняя представленную модель, К. Герри отмечает, что его задачей было показать роль и место графических языков (конкретного софта, обеспечивающего компьютерные построения в архитектурном дизайне – *TSD*, описательной геометрии Гаспара Монжа и перспективы) в широком пространстве дизайна как современной отрасли социальной деятельности. Метафорически Герри представил каждый из этих языков как коррелят концепции знака Чарльза Пирса (соответственно три типа знаков), поставив их в рефлексивную сетку описательной трихотомии: с точки зрения теории и ментальной концептуализации, прагматических и экономических аспектов, а также политической стратегии каждого языка. При этом для него значимо, что они выстраивают диахронию: от открытия перспективы в изображениях и искусстве XV века до компьютерного графического софта XXI века.

Он также поясняет, что семиотический нонагон представляет собой деятельностьную модель, развивающую потенциал диаграммы как универсального «картирования» ментальных процессов.

GRAPHIC LANGUAGES as the main operative aspect for 2D Design		FORM 1st. Trichotomy Necessary knowledge for drawing-designing Theoretical aspects of the graphic languages	EXISTENCE 2nd. Trichotomy Instrumental drawing and designing practice Graphic languages practice	VALUE 3rd. Trichotomy Socio-cultural values of the graphic languages Strategies of the graphic languages
FORM 1st. Correlate QUALI- QUANTIFICATION of formal relations Graphic Language TSD XXI CENTURY	F	FF Mathematics, Geometry, Geometric projections. Theories of color, visual texture / opsis and Gestalt.	EF Point, line, plane, and volume Formal schemes Tracings	VF Form strategies Formal and rhetorical evaluation Aesthetics of logic harmonies of form.
	E	FE Materials and techniques of manual and digital drawing with TSD (and CA-TSD).	EE Figures Simple and complex configurations Combinatorial possibilities	VE Contextual assessment of the ethics of logical harmonies. Effects of the aesthetics of form on the context.
	V	FF Selection and combination possibilities: Morphic and Tactic paradigms of possible forms for designing.	EE Structure of sense: aesthetic proposal. Relations and hierarchies of form. Tree hierarchical structure.	VE Logical strategy of the formal relationships: pure design <i>ARGUMENT of architectonicity</i>
EXISTENCE 2nd. Correlate QUANTIFICATION of the constructible space Orthogonal Projections Monge System XVIII CENTURY	F	FE Mathematics, physics, geometric projections. Possibilities of representation of physical matter	EE Construction schemes or sketches -by means of the loosening of the rules of the Monge system-.	VE Strategic values of an aesthetic of construction.
	E	FE Materials and techniques of manual and digital (CAD) drawing for representation with the Monge system	EE Plans, sections and elevations. Axonometric breakdowns. Determination of the quantity of matter in space.	VE Contextual assessment of an ethics of a constructive or industrial proposal.
	V	FE Methodology for representation with parallel or with oblique projections.	EE Structure of sense: construction aspects. Working drawings for construction or for industrial reproduction.	VE Logical-political evaluation of construction. <i>ARGUMENT of constructibility</i>
VALUE 3rd. Correlate QUALIFICATION of the living space Conic Projections Perspective XV CENTURY	F	FV Visual perception. Conic projections for the representation of the political use of the constructed space.	EV Sketches, through the libalization of the rules of the system of conic projections-.	VV Rhetorical assessment of an aesthetics of habitability.
	E	FV Materials and techniques of manual and digital drawing for perspective representation.	EV Perspectives. Renderings.	VV Contextual assessment of an ethics of habitability.
	V	FV Methodologies for representation with conic projections -with one or several vanishing points.	EV Structure of sense: habitability. Architectural drawings that allow understanding the possibilities of use of the constructed space.	VV Construction of a logic, of a political task for habitability. <i>ARGUMENT of habitability</i>

Рис. 13. Семиотический нонагон Клаудио Герри «Графические языки в основных деятельностьных аспектах 2D-дизайна» (материал доклада на конференции “Logic of Images...”, август 2018).

С точки зрения Герри, девять «клеток» матрицы представляют собой девять пересечений, которые конституируют различные аспекты изучаемого объекта и создают условия для «дизайн-мышления», в основе которого – целостное представление об объекте (графическом языке). Таким образом, семиотический нонагон представляет собой – в категориях Пирса – диаграмматический иконический знак; это одновременно графическая и реляционная (показывающая отношения между элементами) структура,

которая позволяет брать во внимание «очищенную» логику связей (а не сами данные – можно сравнить с алгеброй), отдает приоритет отношениям между пространствами по сравнению с эффектами восприятия самого содержания этих полей, позволяет упорядочивать мыслительные операции в силу строгости применения концепции Пирса.

Представляет интерес само устройство нонагона как объяснительной семиотической модели. «Трихотомиями» Герри называет вертикальные столбцы, каждый из которых последовательно означен как F (форма), E (сущность), V (ценность) и соответствует первичности, вторичности и третичности в концепции Пирса. Первая трихотомия (форма) означает необходимые знания для графического дизайна, теоретические аспекты развития графических языков – фактически речь идет о предпосылках их возникновения и развития. Вторая трихотомия (сущность) объединяет все инструментальные и практические аспекты применения графических языков, явленные материально. Третья трихотомия указывает на место и роль социокультурной значимости графических языков и предопределяет стратегию их развития в социуме. Эта логика многократно отражается на иных осях нонагона, где каждая триада маркируется как «форма – материальность – значение» (или, по Пирсу, «репрезентамент – объект – интерпретант», по Соссюру, «означающее – означаемое – знак» и др. сходные триады). Горизонтальные ряды, в свою очередь, тоже подчинены логике трихотомий, однако отличаются от нее конкретизацией в диахронном аспекте (тем самым выявляя «синхронный» характер вертикалей, их симультанность). Их «чтение» правильнее вести снизу, поскольку «нижняя» горизонталь маркируется XV веком. Здесь дано краткое название этого периода в развитии графических языков – «конические проекции и перспектива», а также отмечено, что перед нами *качественный анализ жилого пространства*. Вторая (средняя) горизонталь отнесена к сущности (материальному), маркирована XVIII веком (Гаспар Монж), обозначена как «ортогональные проекции и система Монжа», а также содержит указание на то, что это

количественное исследование конструируемого мира. Наконец, верхняя горизонталь маркирована как форма – и одновременно представляет собой новейшее время (современный графический язык). К. Герри указывает, что символически XXI век в развитии языка может быть обозначен как *качественно-количественное исследование формальных связей.* Мы видим на схеме также синюю стрелку, которая показывает рост символической нагрузки на объект с течением времени. Каждая горизонталь подразделяется на три подгоризонтالي (строки), которые, в свою очередь маркированы сверху вниз как «форма», «сущность», «ценность». Таким образом, квадрат из девяти клеток становится нонагоном, содержащим 27 информационных блоков.

Сама «разметка» матрицы показывает, как Клаудио Герри стремится совместить отвлеченно-абстрактную логику теории Пирса с прагматико-ориентированными задачами семиотического анализа (имеющими прикладное значение). Все многообразие различных факторов, которые обеспечивают процесс семиозиса, он стремится упорядочить последовательным наложением трихотомий, пронизывающих логику его схемы снизу доверху. Это новаторский подход к практической интерпретации триадного мышления Пирса и создание условий для размещения в компактной схеме самых разных (и разноосновных) элементов семиосферы.

Переходя к самой матрице, рассмотрим, какие именно элементы составляют ее содержание и как матрица позволяет упорядочивать и логично интерпретировать эти элементы. Герри отмечает, что матрица заполняется с центральных позиций («сущность») – то есть с обнаружения материально явленного феномена, его объективного существования. Но – когда матрица уже заполнена – она «читается» с правого нижнего угла, «ценности ценности», которая и есть предопределение и смысл всех остальных элементов матрицы, ее «семиотическое сердце», приводящее в действие механизмы интерпретации.

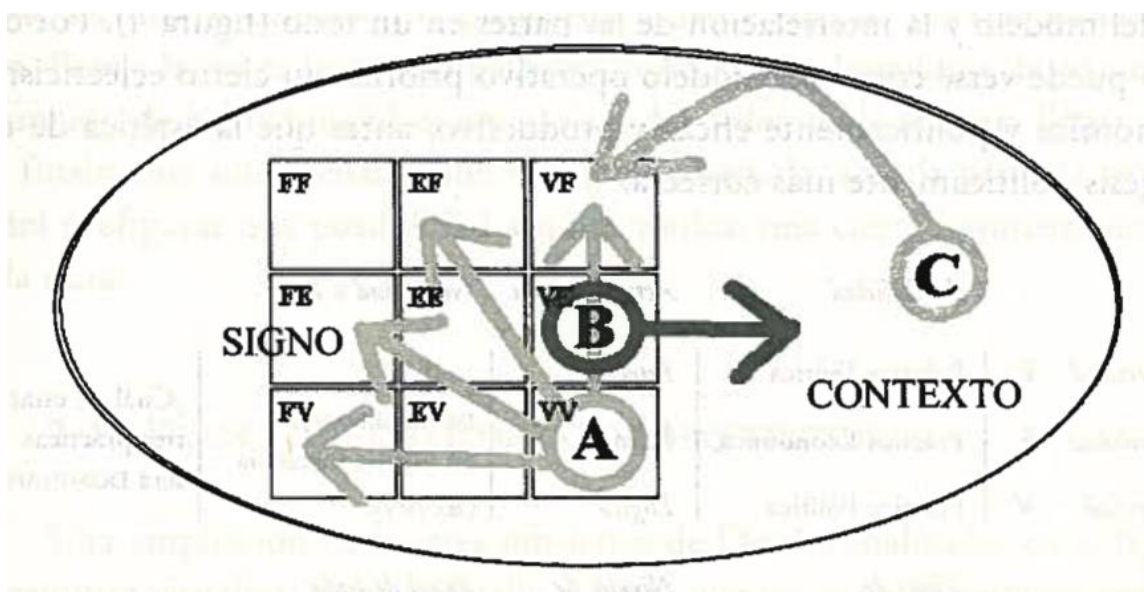


Рис. 14. Иллюстрация Клаудио Герри к порядку «чтения» нонагона³³⁵

Таким образом, объяснения семиосферы графических языков, исходя из матрицы Герри, следует начинать с «ценности ценности» (VV): общее обозначение этой части матрицы дается как «аргумент обитания» – то есть базовая идея создания жилья, строительства безопасного места. В этой «клетке» выделены три горизонтали (сверху вниз) – форма, сущность и ценность, таким образом, в третьей (нижней) горизонтали «ценность ценности» получает третий усилитель – «ценность ценности ценности», и это сама социальная значимость жилища, его «Политика» и «Логика». Здесь важно понимать, что Герри, отталкиваясь от места графических языков в архитектуре, рассматривает их как часть именно этой отрасли человеческих знаний и деятельности. Развивая учение о семиосфере, мы могли бы здесь указать на «вложенность» семиосфер друг в друга – как новостная инфографика вложена в семиосферу журналистики. Но именно в матрице нонагона идея «вложенности» семиосфер получает наглядное воплощение: «ценность ценности ценности» обнаруживается в базовых цивилизационных потребностях человека, не меньше. На наш взгляд, таким образом объекту исследования придается адекватная значимость, устраняющая поверхностное

³³⁵ Guerri C. El nonágono semiótico: un ícono diagramático y tres niveles de iconicidad // deSignis. 2003. № 4. P. 165.

описание. Мы обнаруживаем здесь также понятия «этика», отнесенное к сущности «ценности ценности» и «эстетика», положенное в основание ее формы (предзаданности, возможности). Таким образом, Герри предлагает свой вариант описания «хартии» – сердца социального института, как это понимал Бронислав Малиновский³³⁶.

Далее матрица может «читаться» в любых направлениях, поскольку ее задача – установление отношений между элементами, создание их интерпретируемой системы. Например, если двигаться по трихотомиям, каждая из которых построена как нарратив, то можно будет прочесть три последовательных интерпретации теоретических оснований графического дизайна от XV к XXI веку, практической явленности этих языков – в их технической динамике, наконец, о политическом (социальном) значении их в развитии самой идеи строительства жилья. А если идти по горизонталям, то логика будет обеспечиваться диахронным подходом – от XV к XXI веку факты сгруппированы вокруг трех значимых событий в истории графического дизайна (открытие перспективы, утверждение системы Монжа, появление возможностей компьютерного моделирования). По принципу фрактальной организации в каждом разделе будет «своя» формальная, материальная и ценностная части, которые, в свою очередь, задают основу ритма нонагона, устроенного, по терминологии Якобсона, как переключка эквивалентностей. Эти внутренние связи в системе крайне сложно разворачиваются в «линейный текст» (поскольку каждый раз требуется описание множества потенциальных связей и эквивалентностей: например, создается кластер значений, объединенных одним и тем же символом – F, E или V – в соответствующей позиции, и таких кластеров – несмотря на компактность схемы – возникает множество).

Какое место в матрице занимает код? На наш взгляд, для Герри понятие кода незначимо (поскольку он отталкивается от концепции Пирса, который не прибегал к такому понятию, а в теории кода, как мы показали выше,

³³⁶ Малиновский Б. Научная теория культуры... С. 57–59.

концепция Пирса использовалась символически-метафорически). Однако, как показывает внимательное знакомство с семиотическим нонагоном, его конструкция и есть диаграмматическое отображение работы кода – то есть сам нонагон с группировкой элементов по триадным кластерам представляет собой аналогию кода, схему его работы.

Если бы мы попробовали применить нонагон к анализу работы кодов – как их представляет Умберто Эко, то каждый код получил бы «свой» нонагон. Это означает, что, например, код визуального может рассматриваться в этой схеме как многомерное пересечение формы, сущности и ценности, которые в каждой трихотомии («первичности», «вторичности» и «третичности») находят свою культурную артикуляцию.

Именно соединение инструментария, предложенного Герри, с концепцией семиосферы Лотмана и теорией кода Эко, как мы полагаем, открывает перспективу строго научного подхода к множеству элементов, имеющих отношение к выбранному нами объекту исследования. Разумеется, такой подход по умолчанию не может считаться единственным; для нас значимо, что полученные с помощью такой техники анализа результаты позволяют глубже понимать не только процессы, идущие в настоящее время в области инфографического контента журналистики, но и будущее этого сегмента информационного потока.

Выводы по параграфу 3.2:

Рассмотрены прикладные аспекты теории Ч. С. Пирса применительно к семиотическому анализу различных феноменов. Выяснено, что анализ кода в категориях Пирса может представлять собой построение развернутых моделей, наглядно демонстрирующих его работу (процесс семиозиса). Сущностные элементы теории Пирса, получающие воплощение в таких моделях, это понимание под знаком любого элемента, подвергающегося осмыслению, а также идея «первичности – вторичности – третичности» как базиса моделирования семиозиса. Установлено, что методологической

продуктивностью обладает идея соотнесения эпистемологической концепции Лотмана о семиосфере с инструментальной триадой Пирса. Показано, как эти идеи воплощены в концепции «семиотического нонагона» Клаудио Герри. На основе его моделирования предложено проецировать признаки знака на семиотические системы, применяя к таким знакам свойства триады Пирса. «Семиотический нонагон» предложено рассматривать как срез динамического и неостанавливающегося процесса семиозиса в конкретной семиосфере. Выявлена высокая релевантность диссертационному материалу предложенной Герри аналогии триаде Пирса в виде «формы – сущности – ценности».

3.3 Медиаэстетическая модель инфографики в журналистике

Опираясь на предложенную К. Герри модель семиотического анализа избранного объекта, мы выдвигаем абдуктивное предположение, что среди множества кодов, которые исследователь может обнаружить в изучаемом объекте, кодом, наиболее адекватным такому объекту, как инфографика, будет медиаэстетика.

Абдукция, как полагает Чарльз Пирс, – это способ логического рассуждения, основанный на выборе из слишком большого числа равных по вероятной объяснительной силе элементов³³⁷. Это предположение основывается на вероятности и *предположении*, что оно приведет исследователя к непротиворечивым представлениям об объекте и будет обладать предсказательной силой. После выдвижения абдуктивной гипотезы следует операция индукции – рассмотрения всего множества фактов, относящихся к объекту, с позиций выдвинутой идеи. На наш взгляд, логический оператор в виде абдуктивной гипотезы не противоречит и методам, которые Клиффорд Гирц назвал «насыщенным описанием»: это

³³⁷ Пирс Ч. С. Избранные философские произведения... С. 197, 199.

внимательное собирание в общую картину самых разных проявлений феномена с целью усматривания в этой коллекции логики и закономерностей.

Следуя логике Умберто Эко и других теоретиков семиотики, анализировавших само понятие кода, код – это структурно проявленное образование, встроенное в элементы семиотической системы как условие их семиозиса (приобретения элементами значений и порядка их связи с другими). Мы назвали такое образование логикой системы, доступной наблюдению, описанию и систематизации.

Анализ визуального поворота показывает, что в визуальной эпохе (каковой Маклюэн считает и эпоху текстово-печатную – ведь текст книги надо видеть, уходит звучащее слово и культура его понимания) доминирует мультимодальная информация, когда и сам текст, и визуальное в целом переживают свою трансформацию, теряя центральные позиции и соседствуя рядом с другими семиотическими ресурсами, но в то же время как распространение изображений в качестве сообщений способствует формированию визуального мышления, основанного не на чтении текстов, но на рассматривании этих изображений. Важнейшую роль в переориентациях культуры играет техника медиумов – их совершенствование, изменение их природы (как, например, мобильные медиа или интернет вещей), наконец, все большие возможности вовлечения, создания эффектов присутствия и т. п. Мы приняли во внимание мысль Льва Мановича о медиаэстетическом характере происходящих процессов: культура переживает свою «перезагрузку» под воздействием эстетизации взаимодействий с медиа.

История инфографики, в свою очередь, показывает, как ее развитие было тесно связано с необходимостью визуализировать абстрактные сведения, статистические данные, что можно отнести к специальным областям знания. Однако с развитием массмедиа инфографика становится значимым инструментом массовых коммуникаций, а в эпоху визуального поворота, основанного на внедрении компьютерных и интернет-коммуникаций в информационном обмене, оказывается в зоне объяснительных техник,

становится способом упаковки сложной информации в наглядные формы, развивает свои жанры и поджанры, а также начинает превращаться в самостоятельный социальный институт (развиваются международные конкурсы инфографики, возникает специальная отрасль образования и соответствующая профессия). Так инфографика оказывается частью общих процессов, идущих в коммуникации, а значит, отвечает тем вызовам, что реконфигурируют элементы системы под воздействием указанных выше факторов. Таким образом, инфографику *возможно* рассматривать в медиаэстетическом аспекте и это с большей долей вероятности открывает перспективу получения непротиворечивой логической картины ее функционирования и будущего развития.

Наше абдуктивное умозаключение ведет к гипотезе, что медиаэстетическая модель новостной инфографики может также обладать объяснительной силой в области теории журналистики, проясняя аспекты функционирования этой части человеческой деятельности на современном этапе.

Такая модель может быть создана в рамках семиосферного подхода, который позволяет рассматривать изучаемый феномен как целостный и одновременно изменчивый, нестабильный объект, в рамках которого созданы условия для производства, распространения и потребления смыслов.

В настоящем параграфе предпринята попытка описать медиаэстетическую модель инфографики в журналистике как самостоятельную семиосферу, вложенную в семиосферу журналистики. В основе конструкции модели – семиотический нонагон, позволяющий системно упорядочить разноосновные элементы объекта. При оформлении модели мы берем во внимание изложенные выше аргументы об «априорности» журналистских ценностей в создании инфографического контента, при этом под этими ценностями понимается оперативное информирование населения о социально значимых явлениях современной жизни. В то же время перерождение понятия «журналистика» в связи

с трансформацией профессионального поля под натиском множественных сил коммуникации в эпоху Интернета заставляет еще раз пересматривать ценностные основания предложенной модели (что и отражено на схеме, см. рис. 15).

Если в семиотическом нонагоне К. Герри предлагалась модель *рассмотрения знака* (то есть само понятие «графические языки» или «архитектура» были взяты именно как знаки в пирсовском понимании), то мы предлагаем использовать семиотический нонагон для прояснения устройства семиосферы и наглядной демонстрации процесса семиозиса, осуществляемого в рамках этой семиосферы.

		Теория и знаниевые предпосылки семиозиса Первичность	Материальная явленность объекта Вторичность	Социальная значимость и ценность Третичность	
		Ф	С	Ц	
Теория и знаниевые предпосылк и семиозиса	Ф	ф	ФФф Определение законов визуального восприятия, развитие геометрии, теории цвета, формы, визуальных текстур, изобразительного искусства	СФф Исторически сложившиеся формы визуализации данных (графики, диаграммы, таблицы, рисунки и пр.)	ЦФф Эстетическая ценность визуализации данных в ее связи с визуальной когницией
		с	ФФс Техники создания визуализаций в графике	СФс Изображение как знак (возможность означивания репрезентированн ых воспринимающему сознанию изображений)	ЦФс Экспликация в рефлексивном знании ценности изображения как знака. Семиотические концепции визуального мышления
		ц	ФФц Возможность выбора необходимой техники визуализации для обеспечения понимания в процессе массмедийной коммуникации	СФц Рефлексия по поводу уменьшения роли естественного языка и увеличения роли изобразительного контента в	ЦФц Эстетические аспекты интеракций человек – компьютер как среда осуществления

				социуме, явленная в аналитических и исследовательских текстах	визуальной когниции
Материальная явленность объекта	С	ф	ФСф Философия визуального в целом и инфографического в частности	ССф История инфографики, в том числе в журналистике	ЦСф Экспликация принципа понимания в производстве инфографики как цели деятельности
		с	ФСс Материалы и технические приемы создания инфографики	ССс Инфографический контент журналистики в его современном состоянии. Роды, виды, жанры, формы, технические особенности; инфографический дизайн	ЦСс Внимание к медиаэстетическому аспекту потребления инфографики в техниках ее создания (дисплейная культура, мобильная культура)
		ц	ФСц Профессионализация инфографического производства и вопросы профессиональной и организационной культуры	ССц Совершенствование форм инфографики и увеличение разнообразия, в том числе технически обусловленного как доказательство ценности инфографического контента	ЦСц Оценка участия инфографических проектов в решении социальных проблем в рамках становления инфографики как социального института
Социальная значимость	Ц	ф	ФЦф Стихийно развивающаяся визуальная грамотность пользователей	СЦф Формирование образовательного кластера подготовки специалистов по инфографике в журналистике как материализация и институционализация инфографики и создание предпосылок для ее дальнейшего развития	ЦЦф Развитие медиаэстетического компонента коммуникации как технического шага на пути обеспечения социального баланса взаимопонимания

		с	ФЦс Материальная обеспеченность интернет-коммуникаций. Трудозатратное и высококвалифицированное производство программного обеспечения для производства инфографического контента	СЦс Международные и региональные конкурсы инфографики в журналистике с развитой системой критериев и оценок	ЦЦс Экспликация ценности визуального мышления и визуальной грамотности в исследовательских трудах и рефлексии профессионалов
		ц	ФЦц Логика интернет-коммуникаций и возможностей компьютерной репрезентации и визуализации данных внедряется в повседневность	СЦц Значимость количественного роста места инфографического контента в журналистике для понимания современной социальности и отражение этой значимости в специальной литературе и дискуссиях	ЦЦц Когнитивная потребность в визуальном эстетически организованном мышлении как эффективном способе объяснения и понимания действительности

Рис. 15. Семиотический нонагон «инфографика в журналистике»

Модель определяет возможные способы анализа семиозиса в семиосфере инфографики. На наш взгляд, сам процесс семиозиса – то есть смыслообразования, осуществляемого как означивание элементов коммуникации их понимание в медиапотреблении, как бесконечное действие, по мнению Лотмана, составляющего суть поддержания жизнеспособности семиосферы, ее устойчивости, – может быть представлен как узлы, обозначенные центрами каждого цветного кластера приведенной схемы.

Поэтому чтение схемы (что равнозначно применению модели в практике анализа) производится по принципу кластерных пояснений. В то же время очевидно, что в целом модель читается от ценностного кластера к сущностному, обеспеченному формальным (см. рис. 16).

В пояснениях модели мы будем двигаться по принципу восхождения от частного к общему: сначала будет прокомментирован каждый кластер, а затем дано описание модели в целом. При описании модели нам важно будет показать, каким образом можно аналитически установить доминирование медиастетического кода в инфографике и как понимание работы этого кода по созданию условий семиозиса в семиосфере инфографики может способствовать пониманию и места инфографики в структуре журналистской деятельности и коммуникации, и создавать предпосылки для анализа иных сегментов коммуникации, и обеспечивать опережающее знание о развитии коммуникации.

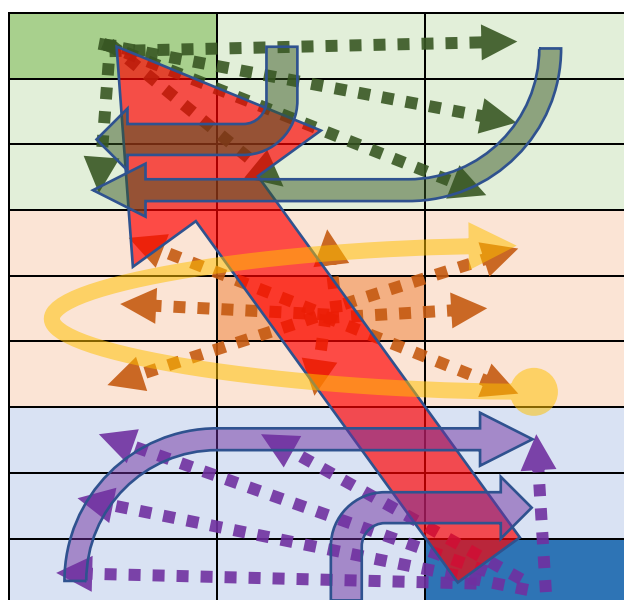


Рис. 16. Доминанты каждой трихотомии, магистраль анализа (красная сплошная стрелка), направления кластерного анализа (пунктирные стрелки) и его порядка (круговые стрелки).

В каждом кластере (Герри называет их «коррелятами», однако в его разборах сопоставляются исторически удаленные периоды; наша задача – анализ современного состояния семиосферы инфографики в журналистике) мы выделяем доминанту – триадное средоточие одного и того же качества семиосферы («ценность ценности в ценностном аспекте», «сущность сущности в сущностном аспекте», «форма формы в формальном аспекте»). Движение по этим доминантам осуществляется по обоюдонаправленной

траектории – от исходной точки (нижняя правая часть нижнего, «ценностного» кластера) вверх к формальным предпосылкам и к центру – к материальной явленности объекта. Это движение сопровождается объяснительной интерпретацией каждого кластера, который, в свою очередь, характеризуется как ядерно-периферийное образование, где центр – это доминанта каждого кластера, а остальные части выступают по отношению к ней в подчинительно-поясняющих связях.

Кроме того, модель позволяет характеризовать процесс семиозиса по вертикальным трихотомиям – в соответствии с «первичностью», «вторичностью» и «третичностью» Пирса, что дает возможность детально видеть зоны смыслообразования в разных проекциях.

3.3.1 Социальная значимость инфографики как ценностная часть семиозиса

Вынесение ценностного кластера в начало анализа обосновано у Клаудио Герри в связи с третичностью, как ее понимает Пирс: третичность организует и пронизывает процессуальность семиозиса, определяя в то же время его границы. Другими словами, анализ объекта начинается не с его элементов, но с его функций, которые, по сути, и есть эквивалент социальной значимости или ценностное измерение объекта наблюдения. М. С. Каган, обосновывая свою теорию ценностей как основы культуры, на наш взгляд, предлагал объяснительные схемы, схожие и с семиотическим нонагоном, и с семиосферой Лотмана (см. рис. 17).

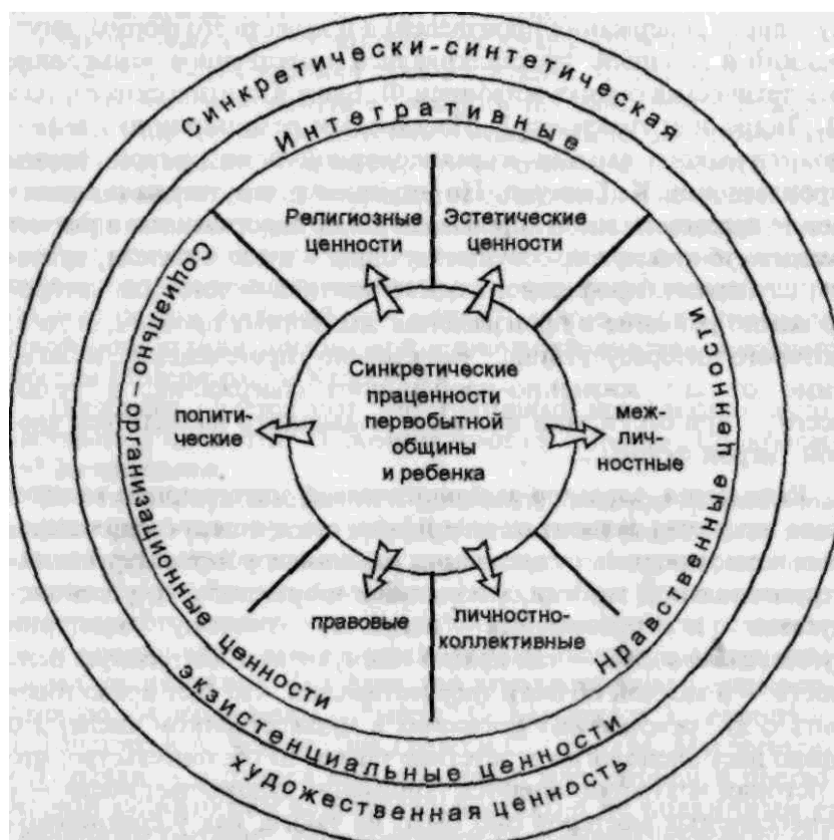


Рис. 17. Сфера ценностей (М. С. Каган³³⁸)

Но самое важное, что предопределяет вынесение ценностного кластера в основание чтения (применения) модели инфографики в журналистике, – это длительный инвариантный, константный характер ценности как таковой по отношению к другим элементам системы (идеям и материальным объектам), претерпевающим постоянные изменения и репрезентирующимся во множестве вариантов.

Константность ценностной доминанты в модели предопределяет центр «тяжести», баланса динамичной системы, каковой и является семиосфера. Для нас также важно, что именно эта доминанта позволяет артикулировать «язык» семиосферы, обнаруживая суть семиозиса как перевода самых разных явлений на ее «язык».

Мы определяем доминанту ценностного кластера следующим образом: «Когнитивная потребность в визуальном эстетически организованном

³³⁸ Каган М. С. Философская теория ценности. СПб. : Петрополис, 1997. С. 133.

мышлении как эффективном способе объяснения и понимания действительности». Это означает, что в основе всех процессов, связанных с производством и потреблением инфографического контента, лежит *необходимость* развития и воплощения визуального мышления. Под его эстетической ориентированностью мы понимаем переход представлений об эстетическом из области «психологии удовольствия» (или незаинтересованного восторга, по Канту) в сферу производства знаний, познания окружающего мира. Это взаимосвязанные процессы – визуальность, которая перестает быть зоной анализаторов текстов, но становится пространством рецепции изображений, и эстетическая сторона этой рецепции, осознаваемая как семиотический ресурс. Как бы мы ни рассматривали инфографику, она есть *одна* из форм репрезентации этого когнитивного сдвига, который в культуре проявляется в виде конкуренции знаковой системы изобразительных образов со знаками текстовой культуры, то есть визуальный поворот. Если мы принимаем, что поворот к визуальному мышлению есть крупный сдвиг в культуре человечества, и во многом он обусловлен именно инновациями в технологиях передачи и получения данных, то ценностный (или социально значимый) аспект инфографики может быть прояснен как *репрезентация* этого сдвига, его следствие. Визуальный поворот обеспечивает саму возможность означивания в семиосфере, связанную с наделением функциями и свойствами знака и отдельных элементов инфографического контента, и всей инфографики как специфической области журналистского творчества. Это означает также, что изобразительная (графическая) визуальность как основа производства и восприятия инфографики, будучи ответом на культурный сдвиг, требует анализа именно с точки зрения формирования условий семиозиса в области изображений, а также как среда развития визуальной грамотности (когнитивного освоения сдвига).

Поэтому в кластере модели, обозначенном как ценностный (социально значимый), мы указываем в части формального предшествования семиозиса («первичности») стихийно развивающуюся визуальную грамотность.

В определенном смысле, речь идет не только о накопленных за столетия развития живописи, графики, инженерного творчества знаний, но о симультанно возникающей вместе с поворотом культуры от текстовых и алфавитно-фонетических структур к изобразительным (как и к аудиальным, ольфакторным и другим – то есть речь идет о мультимодальности коммуникации) системы знаний и навыков, обеспечивающих декодирование этих систем знаков. Нам кажется важным, что речь идет не о «целом графическом языке», подобном тому, что изобретает Отто Нейрат, но о принципиально новых когнитивных паттернах считывания, хранения и трансформации информации. Отмечая, что эти навыки формируются стихийно, мы можем отметить, что эта стихийность «вложена» в сам порядок сдвига: переходы в культуре не могут быть «оснащены» инструментами освоения «сверху вниз», такие инструменты (навыки) вырабатываются самими участниками коммуникации в силу необходимости, а необходимость, в свою очередь, сформулирована нами в основании всей модели как когнитивная потребность в конституировании визуального мышления.

Очевидно, что инфографический контент журналистики не является «единственным» местом репрезентации сдвига, однако важно, что ценность этого контента уже напрямую институционализована, что открывает возможность видеть последовательное освоение значимости инфографики как визуализации данных. Поэтому в «материальной» части этого кластера мы поместили сам факт организации и проведения международного конкурса «Малофей»³³⁹, присуждающего престижные награды в области инфографического дизайна, который преимущественно сосредоточен на инфографике в журналистике уже несколько десятилетий.

Почему проведение международного конкурса профессионального мастерства осмысляется нами как часть ценностного кластера? Потому что

³³⁹ Основная информация о конкурсе: <https://www.malofiejgraphics.com/about-malofiej>. В частности, на сайт говорится: «Сегодня Malofiej является эталоном престижа и притягательной силы инфографики. Награды, единодушно признаваемые «пулитцеровской премией» для инфографики, профессиональный семинар «Показывай, не рассказывай!» и конференция в Памплоне ежегодно собирают лучших художников-инфографиков средств массовой информации (газет, журналов, агентств) со всего мира» (там же).

сам факт организации таких конкурсов показывает зрелость объекта, его выход на качественно иной уровень, нежели просто «технический прием» в создании журналистского произведения. Конкурсы подтверждают, что на уровне организации самого социума формируется мнение о значимости инфографики, мнение о том, что инфографика заслуживает такого внимания и подлежит институциональной поддержке (а точнее – институционализируется). Особенное значение приобретает сам факт наличия строгих критериев оценки проектов, участвующих в конкурсе, и динамика присуждаемых побед: так возникает возможность описания внутренней динамики в области оценки феномена, а также представления о формировании элит в рамках этого феномена. Динамика побед позволяет видеть основные тренды в профессиональной рефлексии, которые могут и не совпадать с общими частотными трендами развития инфографического контента в целом, однако важны именно как знак такой профессиональной рефлексии.

Кроме профессиональных конкурсов, прямо посвященных выводу процесса семиозиса как смыслопорождения в области инфографики на эксплицитный уровень, в этом кластере располагаются такая форма институционализации, как образование. И С. В. Остриков, и В. В. Лаптев отмечают значимость образования как основы профессионального инфографического дизайна. В описании модели инфографики в журналистике важен факт возникновения такой формы институционализации, как образование. Если общество готово вкладывать силы и средства в подготовку специалистов такого профиля (или в развитие соответствующих навыков у профессионалов многофункционального типа), то инфографика оказывается сферой деятельности, признаваемой на уровне общественной жизни. К формам материальной репрезентации ценностного уровня модели можно также отнести и само увеличение инфографического контента, а также обеспечение этого контента специальными журналистскими командами или отделами.

«Материальная» (или сущностная) часть модели может быть представлена и более широким спектром феноменов; однако для описания модели значима их иерархия, в центр которой мы ставим профессиональный конкурс, в качестве знаниевой предпосылки его существования называем образование, а в качестве ценностной «квинтэссенции» выступает количественный показатель экспансии инфографики. Это материальное «ядро» в рамках уже рассмотренной главной «диагонали» ценностного кластера (визуальное мышление – визуальная грамотность – профессиональный конкурс высших достижений в области инфографики). Его «формальной» (первичность) основой предстают сама логика интернет-коммуникаций и развитие программного обеспечения. В определенном смысле, место инфографики в журналистике предопределяется развитием графических языков и компьютерной графики, а также софтов, обеспечивающих обработку изображений. То есть семиотический нонагон Клаудио Герри, связанный с историей графических языков в архитектуре, мог бы рассматриваться как «вложенная» семиосфера в рамках семиосферы инфографики. Наконец, ценностный кластер описания модели инфографики включает в себя эксплицированные оценки ее значимости – как в профессиональной сфере (то есть публикации аналитиков из числа профессионалов-практиков), так и научные исследования в этой области. Все это вместе взятое и создает ядро семиосферы инфографики, обеспечивая возможность семиозиса: ценность визуального мышления и визуальной грамотности из зоны стихийного формирования выводится в область все большей стабильности и институциональных практик.

Если мы рассмотрим представленную интерпретацию (которую можно было вести и по другим траекториям) в виде целого, то обнаружим, что сквозным кодом оказывается медиаэстетика – союз технических возможностей медиумов, обеспечивающих циркулирование знаков, и новых способов их восприятия и оценки (эстетическая когниция). Визуальная грамотность оформляется как медиаэстетическая «грамматология», то есть все

более осмысленное отношение к области интуиций, переживаний, чувств и ощущений как зон смыслопорождения (минуя «перевод» этих ощущений на «текстовый» – естественный – язык, зато непременно кодирующих их в цифровой среде, представленной определенными паттернами дисплейно-тактильной компьютерно-обеспеченной коммуникации).

3.3.2 Материальная репрезентация инфографики как пространство семиозиса

Сам семиозис может происходить только в конкретных условиях, где обеспечен процесс означивания, то есть работает код, упаковка с его помощью сообщений и их расшифровка получателем. Медиаэстетический код, как было указано в предыдущей части, обеспечивает фильтры при входе информации, ограничивая ее бесконечную вариативность и оставляя только те элементы, которые могут быть означены (что и обеспечивает процесс смыслопорождения). Однако само пространство, где эти смыслы могут производиться и потребляться, наполнено материальными объектами, которые в семиотике рассматриваются по-разному (так, для Пирса важен сам объект, который означивается в семиозисе, а для Соссюра важен только его идеальный образ в сознании). Когда Клаудио Герри характеризует свой инструмент семиотического анализа – семиотический нонагон, – он подчеркивает, что все материальное в процессе семиозиса получает свое означивание, выступая репрезентантом более общего знака (смысла).

На наш взгляд, такой подход нуждается в уточнении. Материальное в коммуникации в последнее время оказывалось в зоне особого внимания исследователей, поскольку новые технологии остро поставили вопрос о соотношении реального и виртуального. Не вдаваясь в подробности этой дискуссии, отметим, что в модели инфографики, которую обосновываем, ее сущностная часть как раз может быть описана как система материальных элементов, явленности, эксплицитности идей и целей, стоящих перед

инфографикой как сегментом коммуникации. И в этой части модели центральное место занимает сам инфографический контент – его жанры и субжанры, роды и виды, варианты и разновидности. Однако важно, что любые классификации и типологии (часть из них мы рассматривали в предыдущих частях диссертации) оказываются системной частью семиосферы, образуют ее пространство, в котором сами эти объекты становятся и репрезентантой идеи инфографики (в аспекте ее ценностного ядра – визуальной когниции), и источником смыслопорождения, и самим семиозисом – порождая смыслы своим существованием, которое является не свободной зоной творческой активности, но ограниченной самими своими условиями существования материальной данностью.

Поэтому «сущностную» часть модели можно характеризовать из ее центральной части – отталкиваясь от самого инфографического контента. Если признать формальными «предшественниками» саму философию визуального и диаграммы как формы познания (см. в предыдущих разделах диссертации), выработанные за время развития инфографики материалы (образцы) и приемы построения инфографического контента, а также профессионализацию производства инфографики, то основным противоречием этой формальной части («первичности») будет неравнозначность собственно изобразительного в визуальном и графического. На наш взгляд, диалог между графическим и изобразительным и предопределяет развитие инфографического контента в журналистике. История инфографики, представленная в проанализированных нами выше трудах отечественных и зарубежных исследователей строится вокруг проблемы появления новых видов и форм инфографики (карты, графики, плоскостные диаграммы и т. п.). Семиотическая модель позволяет рассматривать эту историю как движение по пути экспликации абстрактно-логических форм визуального мышления. Однако в стороне остается вопрос о логико-изобразительных формах, которые позволяют судить о развитии визуального мышления в период «пикториального поворота», как уточняет

Митчелл более общее название «визуальный поворот». Особого внимания в «сущностной» части модели заслуживает интерпретация баланса сложности и простоты, которая становится лейтмотивом в профессиональной и аналитико-исследовательской рефлексии инфографического контента. Тезис «инфографика упрощает контент» (по сравнению с его текстовым изложением), с одной стороны, маркирует уровень рефлексии по поводу все расширяющейся типологии инфографики, с другой – проблематизирует саму ее сущность.

Лотман, отмечая, что переход от бесписьменных обществ к письменным характеризовался не усложнением, а упрощением семиозиса, тоже вступает в полемику о простоте – сложности, связанной с разными способами формирования знаковых систем и культурной памяти на их основе. В то же время сам факт постоянного совершенствования инфографического контента при его анализе с позиций «диахронной глубины» семиосферы доказывает, что речь идет не об оппозиции «простота» – «сложность», а о переводе в видимую материальную форму когнитивных возможностей сознания, другими словами, это не «проще-сложнее», но «иначе».

При такой интерпретации контента инфографики поиски новых форм и разнообразие ее видов, отмечаемое исследователями, характеризует селективные возможные сознания, другими словами, меняет фильтры на входе в семиосферу.

Поэтому основная миссия инфографики, выявленная нами на основе изучения исследовательских мнений, – открыть путь к пониманию данных – может быть рассмотрена как проблематизация концепта «понимание – непонимание», лежащего в основе коммуникации как вида человеческой деятельности.

Если когниция имеет потенциал организации смыслопорождающей деятельности в рамках иных знаковых систем, нежели система естественного языка, то инфографика есть один из способов ответа на эту возможность, одновременно будучи обусловленной самим наличием такого когнитивного

потенциала и становясь условием его развития и совершенствования. Так как в эпоху пикториального поворота экспликация когнитивной возможности осуществления семиозиса в рамках изобразительных знаковых систем получает все большее пространство, инфографика осуществляет свое развитие и совершенствование в условиях конкуренции и взаимопереплетения с иными формами проявления знаковых систем, направленных на понимание действительности.

В современной социальной деятельности формы инфографических проектов получают прямую оценку от экспертов, профессионалов, исследователей, будучи оцениваемы как формы прояснения социальных проблем, как убеждающий дискурс. Таким образом, модель показывает главный тренд в развитии инфографики в журналистике – усиление социального воздействия, сосредоточенность на выявлении и убедительной экспликации социальных проблем (что в целом совпадает с миссией журналистики, как мы отмечали в начале исследования). Техническая составляющая производства инфографического контента сопровождает исполнение этой миссии, осуществляя одновременно постоянный мониторинг медиаэстетических возможностей потребления контента и интереса к нему со стороны аудитории.

3.3.3 Теоретические, знаниевые и формально-логические предпосылки развития семиосферы инфографики

Наконец, модель выявляет глубинные основания развития семиосферы инфографики и создания условий для семиозиса в рамках этой семиосферы. Движение по модели от ценностных оснований к знаниевым предпосылкам через материальную репрезентацию объекта позволяет установить круг семиозиса: ценность (социальная значимость) предопределяется знаниевыми предпосылками возникновения и функционирования объекта (инфографики).

Так, история визуального (пикториального и графического, абстрактно-логического) восприятия показывает глубокую укорененность восприятия в паттернах такого восприятия, сопровождение культуры во всех вариантах ее развития и ответвлениях изобразительными и графическими формами, а также исторически развитой научной рефлексией по поводу такого восприятия. С ценностной точки зрения, эстетическое, долго воспринимавшееся как зона удовольствия (или «незаинтересованного восторга»), перемещается в исследовательских трудах в пространство когниции – понимания и производства смыслов иным, отличным от рационально-логического способом мышления. Формы этого визуального мышления в эпоху развития мультимедийных каналов передачи данных становятся все более очевидными, требуют осмысления – но одновременно получают и свой домен в коммуникации, связанный с распространением изобразительных элементов, в том числе и инфографики.

Таким образом, доминанта «знаниевой» части модели – сами законы визуального восприятия и анализа – предопределяет условия развития семиосферы, семиозис в которой возможен только в тот момент, когда какой бы то ни было элемент маркируется воспринимающим сознанием как знак. Эстетическая ценность содержит главное противоречие – она остается ценностью, пока не «переведена» на язык рационально-логических объяснений, которые сами по себе не могут «уловить» эстетическое переживание, оно остается реакцией организма в большей мере, нежели реакцией когнитивного плана. Однако новейшая среда информационного обмена делает возможным бесконечно плотное накопление эстетических знаков, когда они начинают строиться в стройную семиотическую систему, не обладающую признаками естественного языка, иную, чем язык.

Возникающие в теоретическом знании все новые концепции семиотики изображений подтверждают тезис о развитии семиосферы инфографики как условия семиозиса в области изображений. Как видим, в теоретических предпосылках основное противоречие заключается между эстетикой

изобразительного и графического – и это противоречие пронизывает всю семиосферу инфографики. Природа эстетического переживания, основанного на восприятии фигуративно-изобразительных образов как знаков, принципиально отлична от эстетического переживания графических и абстрактных изображений, не связанных с фигуративностью, но отражающих логические паттерны. То есть, например, восприятие абстрактной живописи проходит в условиях иной семиосферы, нежели восприятие диаграммы, вот почему сама теория диаграммы как особого объекта восприятия, воображения и эпистемологии получила особое место в истории философии.

Знаниевая «первичность» в семиосфере инфографики может быть проинтерпретирована как постоянный процесс технического совершенствования воспроизводства визуальных образов. В этой связи компьютеризация коммуникации и оцифровка становятся важнейшими факторами развития инфографического контента, но в то же время и ответом на потребности этого контента как экспликации визуального мышления. В этой области (технического обеспечения семиосферы) коренится суть медиаэстетических интеракций, когда сам медиум (техническое устройство и положенные в его основу интерфейс, программное обеспечение, система тактильных связей «организм – машина») есть источник и пространство семиозиса, но в то же время и объект означивания и включения в процесс семиозиса более общего уровня современной культуры.

Медиаэстетический код в семиосфере инфографики обладает высоким эпистемологическим потенциалом (хотя не является единственным, открывающим путь к познанию сути инфографики в журналистике как целостного объекта). Это способ отобрать во всем многообразии семиосферы сущностно значимые элементы, создающие основу процессов семиозиса – означивания элементов, их помещения в адекватные когнитивному потенциалу формы, их циркуляции в пространстве смыслообразования

и «оседания» смыслов в культурной памяти, которая становится основой и условием бесконечного семиозиса.

Выводы по параграфу 3.3:

Рассмотрена концепция медиаэстетического кода инфографического семиозиса, доказана возможность и необходимость такого подхода на основе анализа логики системы инфографики, доступной наблюдению, описанию и систематизации, а также ее включенности в общие процессы современной культуры, переживающей системное переозначивание в процессе эстетизации взаимодействий с медиа, занимающими все большую часть общего культурного пространства. Медиаэстетическая модель новостной инфографики рассматривается как описание самостоятельной семиосферы инфографики, «вложенной» в семиосферу журналистики. Метод построения семиотического нонагона использован для упорядочивания разноосновных элементов семиосферы: ценностные, материальные и эпистемологические аспекты новостной инфографики рассматриваются системно и взаимосвязанно.

ГЛАВА ЧЕТВЕРТАЯ. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ИНФОГРАФИКИ В ЖУРНАЛИСТИКЕ (ФОРМЫ РЕАЛИЗАЦИИ МЕДИАЭСТЕТИЧЕСКОГО КОДА)

4.1 Инфографика ведущих профессиональных изданий России

4.1.1 Исследовательская база данных: инфографика «Аргументы и факты», «РИА Новости», ТАСС

Семиотическая модель инфографики, рассмотренная выше, позволяет осуществить анализ современного состояния российской инфографики как семиосферы – относительно целостного сегмента журналистики, обладающего своими условиями семиозиса – производства и потребления смыслов, перевода множества элементов на язык знаковой системы, обеспечивающей смыслообразование.

В нашей модели инфографический контент расположен в «абсолютном» центре нонагона, тем самым визуально предопределяя способ рассмотрения конкретных примеров человеческой деятельности: необходимо зафиксировать объект изучения как материальную данность, а затем интерпретировать его как знаковую систему, семиосферу, обладающую, во-первых, своими внутренними качествами, обеспечивающими семиозис, а во-вторых, контекстуальной предопределенностью и взаимозависимостью (см. рис. 14).

Здесь мы видим, что контекст предопределяет семиосферу (Клаудио Герри соотносит его с третичностью – процессуальностью и ценностью) и одновременно является пространством выхода семиосферы за свои границы (в части ее материальности, явленности ее знаков в конкретной физической форме). Обращаясь к современной российской инфографике, мы следуем логике предложенной модели.

Исследование построено на материалах ведущих СМИ России, которые отражают передовой уровень состояния инфографики на сегодня, имеют специальные отделы инфографического дизайна, а следовательно,

репрезентируют семиосферу инфографики наиболее явно. Это, конечно, не исключает и более детального исследования современного инфографического контента при обращении к локальным примерам, однако для целей нашего исследования, посвященного медиаэстетическому коду семиосферы инфографики, такая репрезентация представляется достаточной³⁴⁰.

Конкретно мы остановились на трех изданиях – «Аргументы и факты», «РИА Новости», ТАСС. Выбор этих изданий был обусловлен их позицией в медиасистеме России.

Аргументы и факты

Издание «Аргументы и факты» («АиФ») является одним из узнаваемых и авторитетных брендов на медиарынке. Издательский дом «Аргументы и факты» известен не только в нашей стране, но и за рубежом. А начиналось все со статистического справочника – газета содержала большое количество статистики, событийной аналитики и другой информации, которую найти в официальной прессе было невозможно. Целевой аудиторией газеты были партийные работники – партпропагандисты, политинформаторы, агитаторы и лекторы – «АиФ» должен был «вооружить лектора неопровержимыми фактами, чтобы отбивать атаки идеологического противника – ведь всё равно найдутся те, кто сможет даже сквозь глушилки расслышать “вражеские радиоголоса”»³⁴¹. В январе 2018 года газета «Аргументы и факты» отпраздновала свое сорокалетие. Сегодня бренд «АиФ» – это совокупность медийных продуктов: общественно-политический еженедельник «Аргументы и факты»; газеты «АиФ. Здоровье», «АиФ. На даче»; журналы «АиФ. Про Кухню», «АиФ. Про здоровье», «Модный magazin»; сайт «AIF.ru» и др.

³⁴⁰ См. о расслоении СМИ по принципу «федеральные – региональные», например: Медиасистема России : учебник для студентов вузов / Е. Л. Вартанова [и др.]. М. : Аспект Пресс, 2021.

³⁴¹ 40 лет вместе. Как появился «АиФ» // AIF.ru. 10.01.2018. URL: http://www.aif.ru/society/media/40_let_vmeste_kak_poyavilsya_aif (дата обращения: 10.06.2019).

Как отмечено на официальном сайте, «24 часа в сутки, 7 дней в неделю редакция сайта объясняет, что происходит в стране и мире, рассказывает истории об удивительных людях и отвечает на вопросы. Ежедневно – комментарии экспертов по острым темам, инструкции и памятки на все случаи жизни, специальные проекты “Здоровье” и “Кухня”, а также онлайн-конференции и онлайн-лекции»³⁴². Веб-ресурс входит в ТОП-10 самых популярных интернет-СМИ Рунета (по данным Liveinternet и TNS WebIndex)³⁴³. Как отмечено в одном из юбилейных материалов «АиФ», легче стало только с началом перестройки: «Форма доверительного разговора с читателем получила второе дыхание. Уже не нужно было с каждым выпуском газеты опасаться окрика из Идеологического отдела ЦК КПСС. Число читателей стало стремительно расти. У киосков, где продавались “Аргументы и факты”, в дни выхода газеты выстраивались очереди. К лету 1990 г. тираж “АиФ” вырос до 33 млн, а число читателей превысило 100 млн»³⁴⁴. Достигнув тиража в 33,5 млн экземпляров газета «Аргументы и факты» была включена в Книгу рекордов Гиннеса³⁴⁵.

Успех газеты связан в первую очередь с тем, что она с самого начала своей жизни ориентировалась на читателя – одним из ориентиров была установка на его завоевание и поддержку. Истории о людях и судьбах были и остаются одной из составляющих эффективного позиционирования этого издания. Современный «АиФ» активно публикует различные “stories”, но не только в традиционном, а и в мультимедийном форматах. «АиФ» XXI века – это интересные и новаторские решения.

История «Аргументов и фактов» показывает, что системная работа с данными была частью их стратегии с самого начала выхода издания.

³⁴² Издательский дом «Аргументы и факты» // AIF.ru. URL: <http://corp.aif.ru/page/4> (дата обращения: 20.02.2020).

³⁴³ Там же.

³⁴⁴ Костиков В. Правда должна быть с зубами. Как «Аргументы и факты» дожили до 40 лет // AIF.ru. 25.04.2018. URL: http://www.aif.ru/society/opinion/pravda_dolzhna_byt_s_zubami_kak_argumenty_i_fakty_dozhili_do_40 лет (дата обращения: 20.02.2020).

³⁴⁵ Первый номер газеты «Аргументы и факты» вышел ровно 40 лет назад // AIF.ru. 23.01.2018. URL: http://www.aif.ru/society/media/pervyy_nomer_gazety_argumenty_i_fakty_vyshel_rovno_40 лет_nazad#id=13426716 (дата обращения: 20.02.2020).

Инфографика в «АиФ», таким образом, представляет собой пример развития этого феномена «сквозь» политические эпохи, включение ее в базу данных позволяет видеть сущностные аспекты семиосферы инфографики в российской журналистике.

РИА «Новости»

История издания представлена на официальном сайте (см. https://россиясегодня.рф/about_us/), восходит к первым форматам вещания (Совинформбюро, позднее Агентство печати «Новости»). Подробная информация есть также в Википедии (https://ru.wikipedia.org/wiki/РИА_Новости).

Информационное агентство РИА «Новости» с декабря 2013 г. получило новое название – МИА «Россия Сегодня» (<https://россиясегодня.рф/gia/>). Однако переименование не означает потерю бренда. «РИА Новости» входит в состав медиагруппы «Россия Сегодня». Его целевой аудиторией являются русскоязычные пользователи.

История издания показывает, что «РИА Новости» развивалось как крупный федеральный проект, имеющий основательную материальную базу и возможность активно развивать специальные отделы, в том числе и стратегически работать с инфографикой.

ТАСС

ТАСС (историческая аббревиатура «Телеграфное агентство Советского Союза»), <https://tass.ru/tass-today> – ведущее государственное информационное агентство России. Свое начало берет с первого телеграфного агентства России (1904 год). Как «Телеграфное агентство Советского Союза» знакомо читателям с 1922 года. С тех пор наименование сохраняется. Сегодня ТАСС – это около двух тысяч сотрудников. ТАСС – это совокупность региональных

информационных центров (Екатеринбург, Новосибирск, Санкт-Петербург), корпунктов в регионах России, представительства в шестидесяти странах. Все это позволяет агентству быть лидером в медиaprостранстве: две тысячи сообщений, 600–800 фото- и видеоматериалов. Сайт tass.ru – цифровой продукт агентства – это реализованные современные и перспективные тренды новых медиа. Его медиаландшафт – спецпроекты, инфографика, фото и видео в формате 360°, анимация, подкасты и другое. Сайт адаптирован для мобильных устройств.

Широко известны спецпроекты ТАСС – развернутые мультимедийные истории – являются призерами и победителями престижных профессиональных российских и международных конкурсов. Среди них: «Премия Рунета», Kantar Information is Beautiful Award, Malofej, Red Dot Design Award, SND Best of digital, European Design Awards³⁴⁶.

Для нашего исследования также значимо, что раздел «Инфографика» выделен в отдельный сайт «ТАСС. Инфографика» (<https://infographics.tass.ru>). Именно здесь представлены поликодовые, мультимедийные тексты.

Таким образом, все три издания представляют собой массмедиа, стратегически глубоко работающие с трендами визуального поворота и активно ищущие новые способы завоевания внимания аудитории в перенасыщенном информацией медиaprостранстве.

В каждом из указанных изданий мы рассмотрели данные 2018 года, количественные данные по базе представлены в таблице 1, сама база данных приведена в Приложении 1 к диссертации.

Описание методов сбора базы данных:

1) *«Аргументы и факты»*

Через поиск на сайте по тегу «инфографика» и при задании периода поиска было отображено 436 материалов. В итоговую таблицу вошли 392 материала. Часть материалов была отсеяна из-за того, что в самом материале не было инфографики, а только встречалось слово «инфографика»

³⁴⁶ Об агентстве – ТАСС // Тасс. URL: <https://tass.ru/tass-today> (дата обращения: 20.02.2020).

(например,

http://www.aif.ru/politics/russia/poslanie_putina_federalnomu_sobraniyu_perenesl_i_v_bolshoy_manezh;

http://www.aif.ru/politics/russia/putin_obratitsya_s_poslaniem_k_federalnomu_sobraniyu), либо была вставлена сделанная ранее инфографика (например, ссылка на инфографику 2017 года

http://www.aif.ru/sport/summer/sharapova_reshila_smenit_trenera_smi,

[http://www.aif.ru/society/army/что_за_устрасывающая_подлодка_b-](http://www.aif.ru/society/army/что_за_устрасывающая_подлодка_b-90_sarov)

90_sarov), либо сделанная другим ресурсом. В 436 найденных материала не входили ссылки на спецпроекты. Их пришлось отсматривать в ручном режиме. Общее количество данных: 392 материала в ежедневных материалах; 8 спецпроектов.

2) «РИА Новости»

Был проведен поиск по тегу «инфографика» в правом верхнем углу сайта. В полученных результатах поиска был задан диапазон 1 января 2018 – 31 декабря 2018 года. В итоге по заданным параметрам было отражено 450 материалов. При просмотре часть из них была отброшена. Например, не были учтены материалы, в которых встречалось слово «инфографика», но инфографического материала не было. К таким можно отнести все материалы еженедельной рубрики «В Минобороны рассказали о разведывательности вдоль границ России за неделю» (<https://ria.ru/20181228/1548827970.html>), в которой журналисты РИА публикуют данные о поведении разведывательных самолетов около наших границ, основываясь и ссылаясь на инфографику, размещенную на сайте газеты «Красная звезда». Всего таких материалов 37. Кроме того, были удалены из базы данных и другие материалы такого типа (со ссылками на другие ресурсы), например, <https://ria.ru/20180622/1523219520.html>, <https://radiosputnik.ria.ru/20180717/1524787813.html>, <https://ria.ru/20180923/1529164614.html> и др. Также в наш обзор

мы не включили статьи про дорожно-транспортные происшествия, т. к. во всех таких материалах в качестве визуализации использовалась инфографика, созданная в 2017 году. Причем только в одном случае загрузилась видео-инфографика, в остальных же загружается лишь начальный скриншот данной инфографики. Всего таких материалов за год – 61 (например, <https://ria.ru/20180918/1528861634.html>, <https://ria.ru/20180714/1524602946.html>, <https://ria.ru/20181113/1532690158.html> – только в этом примере инфографика загружается полностью).

Инфографика, посвященная крушению самолета Ил-20, встречается в 13 материалах. В нашей базе данных дана ссылка на первый материал с этой инфографикой.

Регулярно с периодичностью один раз в неделю выходит рубрика «Рейтинг» (выходит с воскресенья на понедельник), которая включает в себя карту и рейтинг по регионам по каким-либо вопросам (например, <https://ria.ru/20181126/1533309365.html>). Причем ближе к концу года стал выходить полный рейтинг и отдельным материалом «лидеры» и «аутсайдеры» рейтинга. Эти материалы включены в базу данных. Всего в базе данных «РИА Новости ежедневные» 206 материалов, «РИА Новости Спецпроекты» – 33 материала.

3) ТАСС

Через поиск по тегу «инфографика» было найдено 175 публикаций за 2018 год. Из них содержат инфографику, созданную ТАСС, 75 (68 содержат статичную инфографику и 7 материалов являются описанием и презентацией к спецпроектам). Аналогично предыдущим изданиям нами исключались из списка материалы, которые содержали лишь слово «инфографика» (например, <https://tass.ru/obschestvo/4860090>, <https://tass.ru/sport/4949313>), либо содержали ссылки на инфографики, созданные другими изданиями (например, <https://tass.ru/armiya-i-opk/4868580>). Отдельно отмечаем,

что использование инфографики в обычных ежедневных материалах началось лишь в апреле 2018 года.

Кроме того, мы обратились к материалам престижного международного конкурса инфографики «Малофей». Всемирный саммит и вручение профессиональных премий в области инфографики ежегодно проходит в Школе коммуникаций Университета Наварры в Памплоне (Испания). Мероприятие названо в честь Алехандро Малофея – аргентинского картографа, который считается пионером в области инфографики. В профессиональном сообществе премия считается «Пуллитцером» в сфере инфографики, а на саммит традиционно приезжают специалисты из ведущих мировых СМИ – газет, журналов, агентств. В жюри конкурса входят мировые специалисты по инфографике. Более подробная информация находится на официальном сайте <https://www.malofiejgraphics.com/about-malofiej>.

В базу данных были включены работы-победители этого конкурса также за 2018 год. Задача анализа этой части данных – использовать международный уровень развития инфографики того же периода как основу для сопоставления с данными российских ведущих СМИ. Всего было обнаружено 282 проекта, получивших премии и награды в различных номинациях; 32 из них оказались недоступны для просмотра и анализа; таким образом, общее количество инфографических материалов составило 250 единиц. Так как конкурсные работы международного уровня используются именно как сопоставительный материал, мы рассматриваем их в отдельном параграфе.

Таблица 1 Количественные характеристики базы данных исследования

	Издание	Аргументы и факты	РИА Новости	ТАСС	Малофей	Итого
	Спецпроекты	7	33	18	250	308
	«Ежедневные» публикации	392	206	68	--	666
	Итого	399	239	86	250	974

Как следует из таблицы 1, материалом проведенного исследования стали 974 журналистских публикации, включающие инфографику; мы рассмотрели 308 специальных проектов, из которых российских было 58, остальные – проекты, представленные на международный конкурс «Малофей» в 2018 году; а также 666 публикаций ежедневной прессы по трем ведущим федеральным изданиям (см. Приложение 1 к диссертации).

4.1.2 Российская инфографика: структурно-семиотическое моделирование

Обратимся к анализу состояния российской инфографики сквозь призму структурно-семиотического подхода, то есть применим модель, представленную в предыдущей главе, к анализу базы данных, репрезентирующей современное состояние инфографической части отечественной журналистики.

В основание анализа, согласно модели, мы помещаем медиаэстетический код, который определяется как логика фильтрации элементов для смыслопорождения.

Для установления содержания кода, как указывалось в теоретической части нашей работы, нам необходимо выявить значимые признаки исследуемого феномена: они выступают фильтрами, которые уменьшают бесчисленность возможных выборов и предопределяют когнитивные рамки *восприятия* феномена.

Как отмечалось в теоретической части работы, при работе с визуальной информацией мы оперируем иконическими знаками, которые могут переносить на себя свойства изображаемого объекта, поэтому включаются механизмы узнавания (У. Эко узнавание выносит в отдельный тип кода). Но в нашем исследовании важной составляющей является именно медиаэстетический код инфографики, который работает как аттрактор, призванный выделить определенный блок информации в общем потоке

сообщений. Визуальная грамотность аудитории (иногда складывающаяся стихийно, идущая от практики медиапотребления мультимодальных продуктов), является своеобразной конвенцией развития медиаэстетического кода (шире – вообще самой возможности его формирования и включенности в журналистские практики). Рассматривая медиаэстетический код как общую логику семиосферы культуры (и журналистики как ее части), мы подчеркиваем неразрывную связь встречающихся в коммуникации потоков – кодирующего сознания отправителя информации и декодирующего сознания ее получателя, которые обусловлены возможностями и потребностями друг друга.

Фильтры, которые позволяют категоризировать поле инфографических сообщений, выделяются нами на основе общих подходов к визуальности и предшествующих исследований инфографики как части журналистики.

1) Фильтр «монохромность – полихромность». Так как ключевой и универсальной характеристикой визуального является цвет³⁴⁷, то первичным фильтром, предполагающим материальную характеристику изучаемых элементов, мы выдвигаем именно эту характеристику. При анализе всего инфографического материала мы исходили из того, что цвет «работает» и на привлечение внимания, и на формирование базовых эмоций восприятия. При этом также важно, что материалы 2018 года в ежедневной прессе и спецпроектах, не были ориентированы на выбор полихромности / монохромности только технически (как это могло бы быть при изучении «бумажных» изданий); авторы инфографического контента опирались здесь на принципы выразительности и релевантности, и, например, выбор монохромности мог быть следствием вкусового решения.

К монохромным мы отнесли инфографики, состоящие максимум из трех цветов, не считая цвета шрифта. Т. е., все эти три цвета использовались в качестве визуальных образов – линия, какой-то выделенный участок,

³⁴⁷ Zettl H. Sight-sound-motion... P. 52–69.

отметки на карте, сектора диаграмм и т. д., шрифт при этом мог быть четвертого цвета (как, например в проекте <https://graphics.reuters.com/INDIA-FLOOD/010080MF18N/index.html>, в котором шрифт во всем проекте белый, а в качестве цветов инфографических элементов используются серый, голубой и оранжевый). Если в оформлении используется больше трех цветов, такие инфографики мы относили к полихромным.

Российская инфографика, представленная в нашей базе данных, статистически может быть представлена в части этого фильтра следующим образом (таблица 2).

Таблица 2 Фильтр «монохромность – полихромность»

	Монохромные	Полихромные
«АиФ» (ежедневные)	238	154
«АиФ» (спецпроекты)	3	4
РИА Новости (ежедневные)	98	108
РИА Новости (спецпроекты)	9	24
ТАСС (ежедневные)	63	5
ТАСС (спецпроекты)	14	4
Итого	425	299

Как следует из таблицы 2, превалируют монохромные решения, когда графическое оформление не использует многоцветность, предпочитая сосредоточить внимание зрителя на собственно графике сообщения.

2) Фильтр «статичность – интерактивность». Лев Манович полагает, что собственно эргономика взаимодействия с сообщениями и есть ключевая черта современной коммуникации, когда сами способы извлечения смыслов предопределяются интерфейсом и софтом³⁴⁸. Как показано в трудах

³⁴⁸ Manovich L. Software takes command...

исследователей современной инфографики, интерактивные элементы к 2018 году становятся «привычными», переходят в разряд рутинных практик оформления инфографики. Такая рутинизация становится и основой возможности применения фильтра «статичность – интерактивность», поскольку создатели инфографического контента могут делать выбор между интерактивным и статичным не в силу какого бы то ни было дефицита (навыков, инструментов, возможностей), а опираясь на замысел инфографического сообщения, следуя его задачам. В то же время «работа» пользователя с инфографикой рассматривается как способ вовлечения аудитории. С другой стороны, статичные инфографические элементы могут сопровождать журналистские материалы, формируя дополнительные смыслы и отвечая когнитивным потребностям воспринимаемого сознания (и в этом смысле быть самодостаточными знаками, выполняющими свои функции без участия зрителя как манипулятора контентом). К статичной инфографике мы отнесли все статичные изображения. Даже если было несколько инфографических изображений, но все они были статичными, то мы весь проект считали статичным. Общее количество изображений мы не подсчитывали. Если был хоть один интерактивный элемент (слайдер, анимированная стрелка, интерактивный график и т. п.) мы относили такую инфографику к интерактивной. Если речь идет о сложном проекте (спецпроекте), состоящим из нескольких инфографик, то интерактивным такой проект мы считали только в том случае, если все инфографики были с интерактивными элементами. Гибридными мы называли проекты, состоящие из нескольких слайдов (инфографик). Причем часть из них была статичная, часть интерактивная.

Общая статистика по этому фильтру отражена в таблице 3.

Таблица 3 Фильтр «статичность – интерактивность»

	Статичные	Интерактивные	Гибриды
«АиФ» (ежедневные)	378	14	0

«АиФ» (спецпроекты)	3	4	0
РИА Новости (ежедневные)	108	16	82
РИА Новости (спецпроекты)	22	0	11
ТАСС (ежедневные)	68	0	0
ТАСС (спецпроекты)	11	2	5
Итого	590	36	98

Данные таблицы 3 показывают, что статичная инфографика, сопровождающая журналистские материалы, получила наибольшее распространение.

3) Фильтр «данные – изобразительность»

Использование различных инструментов инфографики, связанных с представлением данных в виде таблиц, диаграмм, схем, цифровых модулей и т. п. мы отнесли к общему домену «данные», понимая под этим словом именно схемообразные, лишенные изобразительного элемента «математические» сведения. «Изобразительность», напротив, предполагает включение в инфографику рисунков, фотографий, представляет собой, по терминологии Кайро, «пикториальный» тренд инфографики. Кайро отдельно рассматривает видео и фотографии, однако, на наш взгляд, такое разделение будет мешать работе фильтра, в основе которого определенный когнитивный паттерн («считывание» информации из графиков, таблиц противопоставлено выявлению смыслов из художественно-изобразительного контента, независимо от его формата – рисунок, фотография, видео).

К изобразительной инфографике мы относили все проекты, где встречались изображения, фотографии, рисунки, 3д модели, приближенные к реальности, гербы, флаги, пиктограммы и т. п. К схематичным («данные») мы относили проекты, состоящие исключительно из схем, графиков, обычных диаграмм (столбчатых и круговых), карт и т. п. К гибридным мы отнесли проекты, состоящие из нескольких инфографик,

содержащий как изобразительные, так и схематичные слайды (например, <https://twitter.com/JCarlosjRamirez/status/976298113336885250/photo/2>).

В основном такой тип встречается в спецпроектах.

Общие результаты по этому фильтру отражены в таблице 4.

Таблица 4 Фильтр «данные – изобразительность»

	Данные	Изобразительность	Гибриды
«АиФ» (ежедневные)	67	304	21
«АиФ» (спецпроекты)	1	6	0
РИА Новости (ежедневные)	86	107	13
РИА Новости (спецпроекты)	5	22	6
ТАСС (ежедневные)	18	49	1
ТАСС (спецпроекты)	2	16	0
Итого	179	504	41

4) Фильтр «схематизация – образность»

Наконец, четвертый фильтр медиаэстетического кода представляет собой форму генерализации единиц анализа по принципу доминирующего типа: стремится ли автор такого сообщения к «натурализации» информации, ее приближенности к «реалистичному» объекту, послужившему основой инфографики, либо, напротив, стремится к представлению этого фрагмента реальности в виде схемы, графика, линий и диаграмм, которые призваны продемонстрировать тенденции и закономерности данного объекта. В этих двух «полюсах» шкалы фильтра содержится значимый для объяснения работы кода «разделитель», основанный на ключевых принципах когнитивной работы либо с данными, либо с образами.

К схематизации мы относили все инфографические проекты, в которых так или иначе присутствовали какие-то схемы, инструкции, алгоритм действий, разъяснения, планы, маршруты передвижения, структура чего-то (предмет в разрезе, например), тегированные картинки, каждый тег

на которых раскрывает какие-то подробности или дает дополнительную информацию о выделенном элементе. К образности (натурализации) мы относили приближенные к реальности изображения (<https://twitter.com/mesabree/status/974732385400082432>, <https://www.behance.net/gallery/55328101/Space-Race-National-Geographic-illustration>), либо использовались реальные фотографии и на основе них выстраивалась инфографика (<https://qz.com/1018296/emmanuel-macrons-official-portrait-is-a-symbolic-celebration-of-centrism/>). К гибридным мы отнесли проекты, содержащие как схематичную инфографику, так и образную инфографику (<https://italia.tass.ru>).

Общая ситуация с категоризацией российской инфографики по этому фильтру отражена в таблице 5.

Таблица 5 Фильтр «схематизация – образность»

	Схематизация	Образность	Гибриды
«АиФ» (ежедневные)	375	17	0
«АиФ» (спецпроекты)	4	3	0
РИА Новости (ежедневные)	201	5	0
РИА Новости (спецпроекты)	32	1	0
ТАСС (ежедневные)	68	0	0
ТАСС (спецпроекты)	15	0	3
Итого	695	26	3

Таблица 5 показывает, что для российской современной инфографики образность и приближенность к «натурализации» сообщения не свойственна: инфографика воспринимается как инструмент именно схематичных данных, представленных для читателя, обладающего способностью «схватывать» информацию такого типа.

Опираясь на эти четыре фильтра и количественный анализ базы данных, а также обратившись к контексту функционирования российской инфографики, мы можем перейти к собирательному описанию состояния российской инфографики с помощью семиотического нонагона, представленного нами в виде модели анализа в предыдущей главе. Наша задача, как указывалось выше, – выявить закономерности самого процесса семиозиса в инфографическом сегменте российской журналистики.

Ключевой элемент интерпретации феномена с помощью семиотического нонагона – это установление магистрали такой интерпретации (см. рис. 16). Клаудио Герри на многочисленных примерах показывает, что такая магистраль должна исходить из «ценностной» части схемы («третичности») и, проходя через «материальный центр» («вторичность») схемы, логически восходить к «первичности» (конвенциям, истории, традиции, условиям существования феномена). Для того, чтобы выявить ключевые особенности российской инфографики как относительно самостоятельного пространства семиозиса, вложенного в пространство семиозиса российской журналистики, мы представим процесс интерпретации модели (рис. 15) в виде последовательного описания, разделенного на соответствующие этой схеме кластеры.

Кластер I. Ценности

Ключевой позицией анализа семиозиса является «хартия» анализируемого феномена. В логике семиотического нонагона «сердцем» и исходной точкой этого кластера является ЦЦц – «тройная ценностность» феномена, определяемая нами как «когнитивная потребность в визуальном эстетически организованном мышлении как эффективном способе объяснения и понимания действительности». Иными словами, инфографика «внутри» журналистики (по Лотману, это «вложенные» семиосферы) отвечает определенной эволюции массового сознания, общей логике развития

когниции, проявляющейся, в том числе, и в визуальном повороте, охватывающем самые разные области человеческой деятельности и сущностно меняющем саму культуру. При этом для анализируемого феномена важно, что именно общественная *потребность* в развитии визуального мышления (а не, например, образного мышления, что могло бы быть релевантным в анализе иных феноменов современной коммуникации) и предопределяет возникновение, развитие и современное функционирование инфографики. Желание «среднестатистического» пользователя информации «считывать» данные, представленные инфографическими сообщениями, представляется результатом действия этой внутренней коллективной потребности, играет роль своеобразного «социального заказа» аудитории, что проявляется, например, в интересе к инфографическому оформлению материалов со стороны читателей³⁴⁹. Принципиально в части ЦЦц кластера I встречается три значимых элемента «хартии»: соответствие какой-либо ключевой социальной потребности, массовость (всеобщность), социальная эффективность (полезность для общественного развития). Как видим, каждый из этих элементов представлен в наших данных: количество просмотров может быть индикатором такой потребности, ее массовости и полезности. Инфографические данные выступают здесь в виде особого языка журналистики, существующего в ее рамках как особая зона объяснительного информирования; при этом широта тематики (с разбросом от темы «Календарь праздничных дат» до «Самые опасные отравляющие вещества») позволяет судить именно об универсальности такого языка. В то же время количественные данные, приведенные в таблицах 1–5, показывают, что конкретно для российской аудитории этот язык формируется как зона статичной схематизации со сдержанными цветовыми решениями и широким использованием изобразительных элементов. Мы видим, что общие

³⁴⁹ В Приложении I приведена статистика просмотров материалов (РИА Новости), где отдельные статьи собрали на июль 2020 года более полумиллиона просмотров; тематика таких материалов показывает, что инфографические данные интересны читателям и много времени спустя после выхода материала (что видно в сравнении с числом просмотров «острых» материалов конкретного момента, например, происшествий; в нашей базе данных – крушение самолета).

количественные показатели могут быть проинтерпретированы в ключевой позиции кластера I (ценности) именно как «язык данных», ориентированный на «новую грамотность», подготовленность читателя к восприятию информации, упакованной «математически» и одновременно содержащей эмоциональные изобразительные элементы. Это особая форма схематизации, предполагающая, что аудитория и журналисты укрепляют и развивают «грамматизацию» (как ее понимал Стиглер) такой когнитивной потребности.

Ключевая позиция ЦЦц кластера I (Ценности) далее уточняется в «ближнем круге» кластера, в позициях, которые граничат с ней непосредственно (СЦц, СЦс, ЦЦс). Здесь, как было показано в предыдущей главе, пересекаются два внутренних «среза» ценности: собственно ценность и «материальность» феномена в ценностном выражении.



Рис. 18. Кластер I семиотического нонагона «инфографика», порядок интерпретации

Ближний круг семиозиса в кластере I тоже может быть проинтерпретирован «снизу», начиная с «ценностной» горизонтали схемы, то есть с позиции СЦц. Здесь встречаются «ценностное» и «материальное» («С» – сущность), поэтому главным показателем роста ценности инфографики является укрепление ее позиций в рамках журналистской семиосферы. Инфографика занимает все более устойчивую позицию, переходит из разряда «новинок» (или приемов, главная задача которых – удивить потребителя информации, выделить материал из бесчисленного множества информационных элементов) в статус полноправной части новостного

контента, а в отдельных случаях оказывается частью общего стандарта подачи новостей (то есть становится неизбежным элементом информационных потоков). При этом важно, что мастерство включения инфографики в журналистские материалы расценивается как важный навык современного «универсального» журналиста; разделы, посвященные инфографике как части журналистских компетенций, включаются в учебные материалы на факультетах журналистики; инфографика обсуждается на профессиональных форумах, посвященных новейшим трендам журналистского мастерства.

Определенное представление о «материализации» ценности инфографики в плане конкретных событий и дискуссий дает конференция профессионалов VisualConf, запланированная к проведению в Москве в октябре 2020 года и перенесенная на 2021 год. Конференция организована экспертной группой бизнес-инфограферов VisualLab при организационной поддержке ООО «Мономакс» (Санкт-Петербург), что само по себе говорит о ценностном потенциале инфографики. Среди заявленных участников – представители самых разных организаций, профессионально разрабатывающих инфографический контент. Так, Николай Романов представляет свое агентство «Инфографика»: «Мы не занимаемся творчеством. Мы проектируем информационные потоки. Красиво и со смыслом»³⁵⁰. Конференция объединяет известных в России популяризаторов инфографического подхода к информации: так, участие в ней готовы принять Максим Горбачевский, основатель портала Infographer.ru, CEO агентства бизнес-визуализаций Infographer, член жюри конкурса «Инфографика года» в Нидерландах; Андрей Скворцов, директор Студии видеоинфографики «Меркатор», куратор службы инфографики канала Россия-1; Павел Лебедев, бизнес-тренер по инфографике и визуализации данных, экс-руководитель отдела веб-дизайна Лаборатории Касперского и многие другие. Даже сам перечень отделов, компаний, лабораторий,

³⁵⁰ См. материалы на сайте конференции <https://visual-conf.ru> (дата обращения: 10.05.2020).

представленных на конференции, показывает, что инфографический подход к визуализации данных сохраняет высокие позиции в бизнес-сообществе, сознающем и ценность и ценностность инфографики в условиях визуального поворота. Об этом говорит и раздел вопросов-ответов на сайте конференции: «Будет ли полезна конференция, если я дизайнер? – Да, потому что инфографика – это особый вид дизайна, с которым может справиться далеко не каждый специалист. Это работа со смыслом, цифрами, аналитикой, и ее задача – доставить информацию от автора прямо в умы аудитории... Кроме того на рынке сейчас не так много специалистов по инфографике, а это значит, что вы сможете повысить свой средний чек»³⁵¹. Значимо, что тема компетенций, связанных с инфографикой, относится к разряду предпочтений, повышения конкурентоспособности специалистов.

Эта тема укрепляется и в следующей позиции (СЦс), в которой ценность инфографики закрепляется как предмет престижных международных конкурсов. В нашей работе мы рассмотрим специфику таких конкурсов на примере конкурса «Малофей» в следующем параграфе. В интерпретации нонагона, раскрывающего суть семиозиса инфографики, здесь важно отметить, что конкретно выбранный элемент – российская инфографика – тоже встраивается в систему конкурсов, ориентируется на них, тем самым, с одной стороны, подтверждая ценность инфографики как пограничного с искусством мастерства, а с другой – внедряя международные ориентиры и лучшие практики в повседневное производство новостей (и тем самым предлагая российской аудитории высококачественные образцы инфографических решений). Для раскрытия этой части модели рассмотрим участие российских журналистов в конкурсах на примере ТАСС. Так, в публикациях 2018 года в этом издании нам встретилось 12 материалов, рассказывающих о победе журналистов ТАСС в различных профессиональных конкурсах инфографики. Эти материалы могут быть

³⁵¹ Visual conf II Конференция по инфографике и визуализации данных. URL: <https://visual-conf.ru> (дата обращения: 10.05.2020).

проинтерпретированы и как подтверждение конкурентоспособности российской журналистики в мировом масштабе в области использования инфографики, и как значимость этих событий для редакции, делящейся своими достижениями с читателями, превращающей награды в конкурсах в информационные поводы, и как репрезентация в информационном пространстве множества профессиональных конкурсов в области новостной инфографики. Так, например, совместный проект студии интерактивных проектов МИА «Россия сегодня» и НИЦ «Курчатовский институт» «Увидеть всё: что такое синхротрон» отмечен дипломом международного конкурса The Native Advertising Awards (NAA) в номинации «Лучшее использование инфографики»³⁵²; проект студии инфографики дизайн-центра МИА «Россия сегодня» удостоен престижной премии Kantar Information is Beautiful Awards 2018 в номинации «Лучший неанглоязычный проект» (инфографика «Спутники: 60 лет на орбите»)³⁵³; творческая группа дизайн-центра «Россия сегодня» стала лауреатом престижной премии в области дизайна International Design Awards 2018 в номинации «Инфографика», представив свой проект «Сколько Холмса в "Шерлоке"?»³⁵⁴. Эти и другие проекты показывают, что российская инфографика как часть журналистики активно развивается именно в силу многонаправленного признания ценности инфографики, что «материализуется», в том числе, и в участии во множестве профессиональных конкурсов (а также в победах в таких конкурсах).

Наконец, в ближний круг интерпретации ценности инфографики входит «материализация» ее значения в виде авторитетного (экспертного) мнения, выражаемого как научным сообществом, так и профессионалами. Для исследования семиозиса российской инфографики значимо, что она рассматривалась как предмет анализа в ряде фундаментальных исследований

³⁵² Спецпроект «России сегодня» отмечен дипломом The Native Advertising Awards // РИА Новости. 2018. URL: <https://ria.ru/20181108/1532342904.html> (дата обращения: 10.05.2020).

³⁵³ Проект дизайн-центра МИА «Россия сегодня» взял «золото» в Нью-Йорке // РИА Новости. 2018. URL: <https://ria.ru/20181206/1547547135.html> (дата обращения: 15.05.2020).

³⁵⁴ Дизайн-центр «Россия сегодня» получил приз за Шерлока Холмса // РИА Новости. 2018. URL: <https://ria.ru/20180330/1517592711.html> (дата обращения: 10.05.2020).

(как, например, труды С. В. Острикова и В. В. Лаптева, а также многих других ученых). Семиозис – как процесс постоянного означивания и переозначивания, идущий на границах семиосферы конкретного феномена с другими феноменами, – может быть объяснен в его закономерностях сквозь общий подход к анализу самих этих границ. Так, существен тот факт, что инфографика оказалась в поле зрения искусствоведения, рассматривалась как разновидность творческой, креативной работы, подчиненной общим правилам креативных индустрий. Таким образом, вопросы эстетики, существенные для теоретизирования медиаэстетического кода семиосферы инфографики, ощущались как значимые с самого начала развития инфографического сегмента журналистики, его институционализации. Большое значение в современных научных трудах также придается и технологическим вопросам производства инфографики; именно эти аспекты оказываются значимыми во время профессиональных конференций (как, например, VisualConf). Технологии при этом рассматриваются как инструменты производства смыслов, позволяющие авторам решать задачи визуализации данных все более разнообразными и новаторскими способами (подробный разбор исследовательских точек зрения приведен в начальных разделах диссертации). Таким образом, созданы условия для экспликации экспертного мнения о значимости инфографики, ее статус подтверждается вниманием профессионалов, становится выраженным, артикулированным. Переход ценности в дискурс открывает новые возможности ее распространения и переозначивания, связанного с реактуализацией ее смыслов и их включением в публичную сферу как части устойчивого семиозиса (то есть знаков, институционально признанных и закрепленных).

Подытоживая интерпретацию семиозиса инфографики в ближнем круге кластера ценностей, мы можем отметить, что здесь встречаются три разные формы материализации ценностей: это собственно аналитическая мысль, выраженная в конкретных научных трудах; творческие идеи профессионалов – создателей инфографики, представленные на различных форумах

и конференциях; наконец, конкурсы инфографики, одновременно «задающие планку» и выступающие триггерами вдохновения инфодизайнеров. Все эти элементы институционализации новостной инфографики в России могут в дальнейшем стать предметом сравнительного изучения с подобными процессами за рубежом, но в целом представляют собой самодостаточный материал для понимания семиозиса в этой части модели:

- 1) создаются и постоянно обновляются условия творческого обмена в области инфографики;
- 2) сформирована площадка артикуляции ценностных смыслов инфографических проектов (на уровне экспертного научного и профессионального знания);
- 3) действуют различные формы выработки, апробации и распространения новых форм инфографики, привлекающих внимание пользователей в перенасыщенном медиапространстве;
- 4) практическая работа журналистов – специалистов по инфографике – ведется с ориентиром на международные конкурсы, чем создается открытость инфографического пространства, его «включенность» в глобальные тренды.

Перейдем к дальнему кругу кластера I (ценности).

Согласно предложенной модели, семиозис в этом круге анализируется снизу по часовой стрелке (как и позиции ближнего круга). В целом все пять позиций дальнего круга объединяет «формальность» (то есть включение в каждую позицию в той или иной степени значимости «первичной», по Пирсу, характеристики, представляющей собой, как ее обозначает Клаудио Герри, «форму»). Как мы уже подчеркивали в описании модели, под «формой» здесь понимается предзаданность условий осуществления семиозиса – то есть наличие самой возможности семиотических процессов означивания и циркуляции знаков как ценностей. Особенное значение в объяснении медиаэстетического кода инфографики имеет комплексный анализ условий

его развертывания, освоения, изменения и институционализации («грамматизации»).

Открывает дальний круг позиция ФЦц, указывающая на логику интернет-коммуникаций и возможностей компьютерной репрезентации и визуализации данных, которая становится частью повседневности. Ценностный «вес» этой позиции предопределяется ее ключевой первой частью (Ф), означающей, что семиозис развертывается в рамках медиаэстетического кода в силу общей дигитализации («медиаэстетика Интернета» как общий фактор развития культуры). В таких условиях само потребление информации и новостей приобретает особые черты, предзаданные медиаэстетическим кодом (как его понимает Лев Манович и другие теоретики медиаэстетики). Инфографика прошлого (как «рисунок данных») вступает в диалог с инфографикой современности, где «рисунок» оказывается одним из инструментов, частью общего «меню» или интерфейса, а сами приемы визуального в оцифрованном коммуникационном пространстве переживают качественные изменения (в том числе в области новаторской репрезентации 3D-моделей на двухмерных дисплеях). Кроме того, здесь особенно важной становится «логика интерфейса», которая формируется как «рама» интеракций пользователя с контентом и во многом зависит от повторяемости образцов таких практик в связи с различными другими задачами пользователя. Так, навыки пользования мышью или тачпадом, эргономика прокруток и активации отдельных элементов, собственно «интуиция интерактивности» становятся значимыми факторами развития самой инфографики, поскольку основаны на медиаэстетическом коде в широком понимании – как физической основе взаимодействия с оцифрованным контентом. Цифровая логика коммуникации оказывается скрыта и одновременно явлена в медиаэстетическом коде: это как узнаваемость (лежащая в основе «интуитивно понятного интерфейса»), так и интенция пользователя двигаться в сторону нового,

неизвестного, открывая новые возможности и глубину цифрового пространства.

В рамках этой позиции значимы технические открытия, которые делают возможным репрезентировать инфографические данные в новых форматах (например, потоковое видео делает возможным включение видеофрагментов в инфографические «ленты» или «наборы», лонгриды; в свою очередь анимационные вставки в видео позволяют добавлять инфографику в готовые телесюжеты и т. п.). В этой позиции важно, что само понятие *логики интернет-коммуникаций* оказывается формо- и форматнообразующим для новых исканий в области инфографики и репрезентации ее ценности для пользователя: так, инфографические материалы соответствуют принципам вовлечения пользователей (увеличивая трафик); представлены в формах, которыми легко поделиться в социальных медиа; обладают признаками виральности и т. п. То, что современная инфографика даже тех изданий, которые сохраняют свою печатную форму, все равно подчиняется именно логике «цифры», активно способствует развитию цифровой инфографики. Это хорошо видно на примерах, включенных в исследуемую базу данных: например, размер инфографической истории подгоняется под дисплейные, а не печатные страницы.

Следующая позиция дальнего круга (ФЦс) ориентирована на материальную обеспеченность интернет-коммуникаций в области воспроизведения, трансформации и институционализации медиаэстетического кода инфографики. Речь здесь идет о трудозатратном и высококвалифицированном производстве программного обеспечения для производства инфографического контента, причем сам факт такой трудозатратности говорит о ценности инфографики, ее значимости, расчете производителей софтов, ориентированных на инфографический контент, что их разработки окупятся высоким интересом производителей контента. В этой позиции, таким образом, «встречаются» формальная сторона семиозиса (сама логика интернет-коммуникаций), его материальная

выраженность (в виде соответствующего программного обеспечения), наконец, ценность инфографики, оправдывающая трудозатратность производства соответствующего программного обеспечения. Так, Adobe Illustrator продвигает свой софт именно как «идеальный инструмент для инфографики»³⁵⁵; на разных ресурсах находится информация о «топ-10», «топ-5», «топ-14» и даже «топ-39» инструментов для создания инфографики, включая, например, такие постоянно рекомендуемые инструменты (порталы и сайты), как Visme, Venngage, Infogram, Easel.ly³⁵⁶ и многие другие. В пояснительных (продвигающих и рекламирующих) эти инструменты записках и постах нередко указывается, что для использования таких инструментов не нужны специальные знания или владение языками программирования. Таким образом, ценность инфографики подчеркивается «массовизацией» и «фасилитацией» программного обеспечения, создающего условия для творческих решений в области новостной инфографики.

На наш взгляд, в этой части общей модели семиозиса инфографики лежит такой важный элемент его постоянного осуществления, как собственно технические условия *обновления* контента, основанного на инфографике. Причем в данном случае речь идет не о самой «материальности инфографики», воплощаемой с помощью разных софтов (этот аспект рассматривается во втором кластере схемы), а именно *стимулирование* за счет осознаваемой, артикулируемой ценности инфографики разработки новых инструментов ее производства. Особое место здесь занимают новации крупнейших поставщиков общих софтов для компьютеров (совершенствование встроенных программных пакетов Microsoft Office, Apple и других). Будучи чуткими к общей конъюнктуре медиапотребления, такие гиганты стремятся в каждой новой версии операционной системы отвечать и на запрос создания инфографики, внедряя различные новации в привычные

³⁵⁵ Adobe Illustrator // Adobe. URL: <https://www.adobe.com/ru/products/illustrator/infographic-design.html> (дата обращения: 10.01.2021).

³⁵⁶ 39+ бесплатных инструментов для контент-маркетинга. Часть 2 // ZorbasMedia. URL: <https://zorbasmedia.ru/39-besplatnyh-instrumentov-dlya-kontent-marketinga-chast-2/> (дата обращения: 10.01.2021).

пользователю программы и инструменты. Таким образом, сам факт интереса разработчиков инструментов к инфографической части журналистского контента представляется значимой частью общего семиозиса инфографики как части журналистики.

Важное место в ценностном кластере занимает позиция ФЦф, предполагающая «союз» формальной (предопределяющей саму возможность семиозиса, причем взятой и в аспекте предпосылок – Ф, и в аспекте создания условий семиозиса – ф) и ценностной (основанной на ценности инфографики) сторон семиозиса. Эту позицию мы обозначили как «стихийно развивающаяся визуальная грамотность пользователей». В самом деле, если бы миллионы потребителей инфографического контента не были готовы к восприятию такого медиапродукта, он не смог бы развиваться (во всяком случае, не вышел бы на уровень крупного сегмента современной журналистики). Поэтому особенности воспринимающего сознания аудитории оказываются существенно значимыми.

Герберт Зеттл подчеркивал, что медиаграмотность (под которой он во многом понимал восприятие современных сложных медиаобъектов – например, видео со звуком и анимацией) неизбежно развивается именно как стихийно возникающее умение, ответ на вызовы медиaprостранства и множественное предложение контента в цифровой среде (см. рис. 19).

В модели исследователя подчеркивается, что первый уровень, необходимый для кодирования и раскодирования сложных медиаэстетических объектов, является «встроенным», «базовым» (это понимание / распознавание света и тени, цветов, звуков, движущихся изображений, а также двумерных-трехмерных образов). Далее идет черед контекстуализации и концептуализации воспринятого на первом уровне сообщения. Здесь важны установки и опыт воспринимающего сознания. И лишь на «верхнем этаже» этой модели создаются условия для артикуляции эстетического опыта в виде теорий и критики, то есть в виде рефлексивной экспликации и описания кода.

Эта модель помогает понять, каким образом вообще возможна стихийная грамотность, развивающаяся как массовый ответ на вызовы постоянно обновляющейся коммуникационной среды. В рамках этой концепции лежит значимый для семиозиса момент собственно *означивания* информации (ее восприятия как кода, подлежащего декодированию).

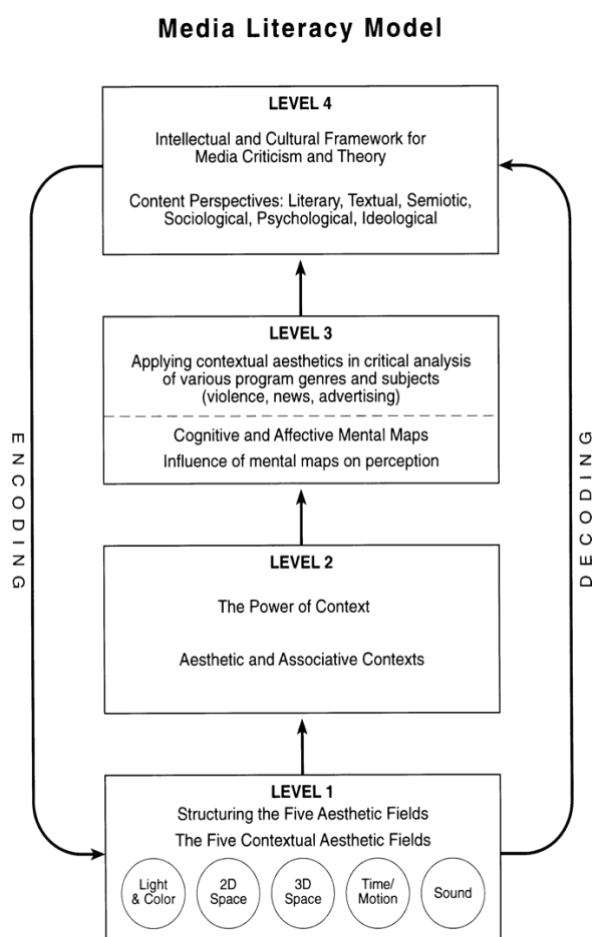


Рис. 19. Модель медиаграмотности Герберта Зеттла (1998)³⁵⁷

Как уже указывалось в разделе, посвященном общему описанию модели семиозиса инфографики, визуальная грамотность (несмотря на столетия развития визуальной культуры) оказалась во многом внеинституциональным явлением (так, в обязательном среднем образовании нет места специальной подготовке «насмотренного» участника коммуникации – по аналогии с хорошо развитой подготовкой «начитанности»). Мультимодальность

³⁵⁷ Zettl H. Contextual Media Aesthetics as the Basis for Media Literacy // Journal of Communication. 1998. № 1 (Winter). P. 85.

коммуникации становится вызовом, стимулирующим ответ в виде визуальной грамотности, требующей и особого культурного «бэкграунда» (который не восходит к единым классическим моделям, но зависит от конкретной группы, в которой формируется зритель), и специфических форм когнитивной работы по «считыванию» закодированной информации. В этом смысле модель Зеттла может быть уточнена именно в её базовой части, уровнях 1 и 2 (см. рис. 20).

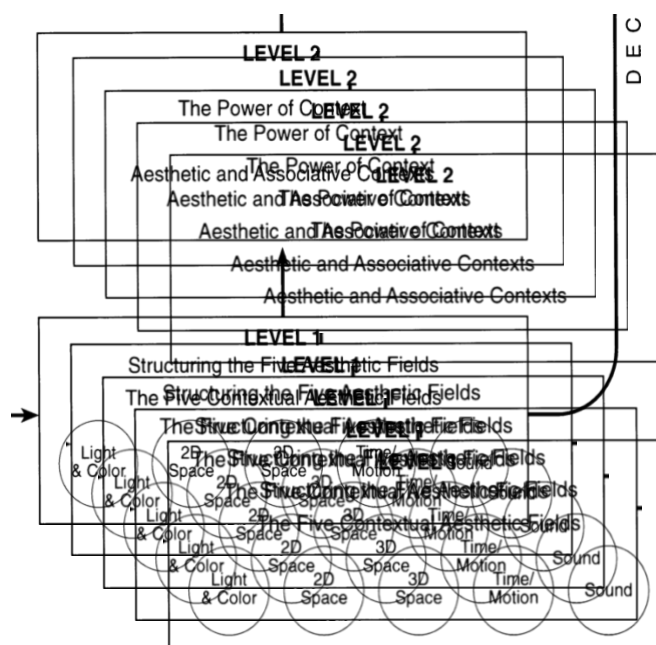


Рис. 20. Множественные миры стихийной грамотности (выполнено автором исследования на основе модели медиаграмотности Г. Зеттла)

Начиная с третьего уровня модель приведет к определенной «медианности» (и гармонизации) множественных миров стихийной визуальной грамотности именно в связи с тем, что коммуникационное пространство вырабатывает способы артикуляции рефлексии по этому поводу (то есть вербальной интерпретации визуального – в широком смысле слова).

Необходимость конституирования визуального мышления, заложенная в «краеугольный камень» схемы (ее нижняя правая часть – ЦЦц), напрямую нацелена именно в позицию ФЦф (визуальная грамотность – см. схему

на рис. 18, а также рис. 16). Здесь ценность («хартия») находит основное условие своей реализации, а также происходит актуализация «абстрактной» когнитивной потребности в виде конкретной культурной практики.

Как уже указывалось, в нашей базе данных активность пользователей учтена в исследовании подборки инфографик «РИА Новости», где есть возможность отслеживать просмотры. Однако изучение визуальной грамотности пользователей, их способности считывать смыслы, «упакованные» в визуальный контент (и его разновидность – инфографику) требует отдельных самостоятельных исследований. С нашей точки зрения, рисунок 20 как раз схематически показывает, что для считывания инфографических смыслов нужны другие операции и когнитивные усилия, чем для понимания, например, современного фильма; визуальная грамотность развивается здесь больше в направлении «диаграмматической» концептуализации, как отмечалось ранее (см. п. 2.3).

Следующая позиция – СЦф – формирование образовательного кластера подготовки специалистов по инфографике в журналистике как материализация и институционализация инфографики и создание предпосылок для ее дальнейшего развития. Если в предыдущей позиции речь шла о массовой внеинституциональной визуальной грамотности, то здесь внимание перемещается на индоктринацию и профессиональную подготовку – каким образом инфографический контент может актуализироваться в ходе постоянного подключения к его производству новых специалистов. Сам факт развития государственных систем образовательной подготовки (а следовательно, бюджетных затрат на такую подготовку, признания ее общественно значимой) всегда говорит о жизненности той или иной «хартии», предопределяющей функционирование феномена. Между тем, на сегодня в образовательном пространстве России отсутствует «узкая» подготовка журналистов-инфографов, поскольку общая установка образовательного процесса в области журналистики рассчитана в большей мер на универсализацию и конвергенцию, предполагающую широкую

компетентность специалиста в самых разных вопросах. Однако «избежать» инфографику в ходе подготовки специалистов-журналистов невозможно, поэтому в самых разнообразных учебных планах по подготовке журналистов есть место изучению инфографики и приемов ее создания. Так, еще в государственном образовательном стандарте высшего образования по направлению 42.03.02 – журналистика, утвержденном 07.08.2014 года приказом № 951, содержалась общепрофессиональная компетенция ОПК-20, согласно которой выпускник должен обладать «способностью использовать современную техническую базу и новейшие цифровые технологии, применяемые в медиасфере, для решения профессиональных задач, ориентироваться в современных тенденциях дизайна и инфографики в СМИ». Учебно-методический совет по журналистике при МГУ им. М. В. Ломоносова предлагает сейчас вузам примерную образовательную программу, созданную, в том числе, с опорой на профессиональный стандарт «Графический дизайнер», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 января 2017 г. № 40н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 27 января 2017 г., регистрационный № 45442). Дополнительно следует заметить, что визуальная грамотность и потребность в конституировании визуального мышления тесно связаны с другим направлением журналистики, соположенным инфографике – журналистике больших данных, когда сам журналист выступает как пользователь, чья задача – исследование не адаптированных для обычного пользователя данных с целью извлечения социально значимой информации и затем ее наглядной (удобной) подаче широкой публике. На таких принципах строятся журналистские расследования, которые представляют собой практически полностью основанные на инфографике проекты. Таким образом, инфографика оказывается и приемом (инструментом), и средой деятельности современного журналиста, поэтому неизбежно оказывается частью учебных программ и курсов.

Наконец, заключительная позиция первого кластера (ЦЦф) – развитие медиаэстетического компонента коммуникации как технического шага на пути обеспечения социального баланса взаимопонимания. Здесь ценностный («третичный», по Пирсу) аспект сочетается с «первичным» – формой, теорией, традицией. Социальная значимость инфографики оказывается «увязана» с социальным порядком и снятием социального напряжения, что проявляется в цели объяснительных моделей журналистики, направленных на «поспевание за аудиторией», то есть своевременную выработку форматов и форм, отвечающих ее глубинным потребностям, которые уникально (и часто непредсказуемо) актуализируются в разные моменты времени. Но в плане медиаэстетики особенно важными здесь оказываются вопросы цифрового (не)равенства, понимаемые широко, – и как проблема той же визуальной грамотности, и как вопросы материальные, связанные с наличием у людей медиаприспособлений для потребления визуального контента. С другой стороны, остро встают и вопросы социального расслоения «внутри» интернет-пространства, где очевидна фрагментация публик «по интересам» и культивирование строгих границ между ними (что в реальном пространстве ведет к усилению поляризации общества и деструктивности, например, политических решений). Медиаэстетический компонент здесь может рассматриваться как содержательный фильтр: какой именно контент предпочитает потребитель (считает для себя ценным, отвечающим его интересам), и этот выбор (в том числе) связан и с форматно-формальным интересом (насколько контент соответствует ожиданиям потребителя по самой своей «подаче», «упаковке», не отторжимой от его содержания). Ценность инфографического контента предопределяется в этой позиции ответственностью журналистов – их стремлением донести до читателей-пользователей социально значимую информацию, представленную в виде инфографики, повышающей «шансы» сообщения быть прочитанными большей аудиторией.

Таким образом, в дальнейшем круге выстраивается ряд позиций, объясняющих производство значения (семиозис) инфографики как социальной практики; в свою очередь, сама эта социальная практика оказывается подтверждением ценности инфографики как особого способа информирования, коммуникации.

В целом в кластере I (ценности) мы видим основание развития инфографики как специфического сегмента журналистики, «семиосферы, вложенной в другую семиосферу», по Ю. М. Лотману. Ключевая позиция, восходящая к когнитивной массовой потребности, отражается в каждой позиции ближнего (в большей мере институционального) и дальнего (в большей мере социального) кругов этого кластера. Систематизация оснований семиозиса позволяет комплексно анализировать феномен и его место в семиосферах более высокого порядка – журналистике, культуре, обществе.

Кластер II. Сущность

Во втором кластере модели семиозиса объединены условия, конвенции, характеристики самой инфографики как материального феномена – как именно инфографика явлена сегодня аудитории, что она собою представляет, как можно описать ее существенные признаки с позиций структурно-семиотического подхода на основе медиаэстетического анализа (то есть при помощи медиаэстетического кода).

Как указывалось на рис. 16, анализ этого кластера ведется из «абсолютного центра» всей схемы к каждой внеположенной позиции, то есть представляет собой один полный круг. Схема движения анализа показана на рис. 21.

Переход от кластера ценностей к кластеру сущностей происходит от позиции ЦЦц к центральной позиции второго кластера ССс (см. рис. 16). Это означает, что ценностные основания семиозиса инфографики, рассмотренные в ходе анализа ЦЦц и ее ближнего и дальнего круга, кладутся

в основу инфографического контента как такового, определяют сущностные свойства феномена. Понимая ценностные основания, мы можем судить о том, как именно эти ценности материализуются в анализируемом феномене.

«Сердце» второго кластера (ССс) – инфографический контент журналистики в его современном состоянии (роды, виды, жанры, формы, технические особенности; инфографический дизайн). Анализ этой позиции может быть проведен на основе базы данных, представленной в Приложении I. Как мы показали в п. 4.1, инфографика может быть проанализирована с помощью применения фильтров, основанных на работе медиаэстетического кода.

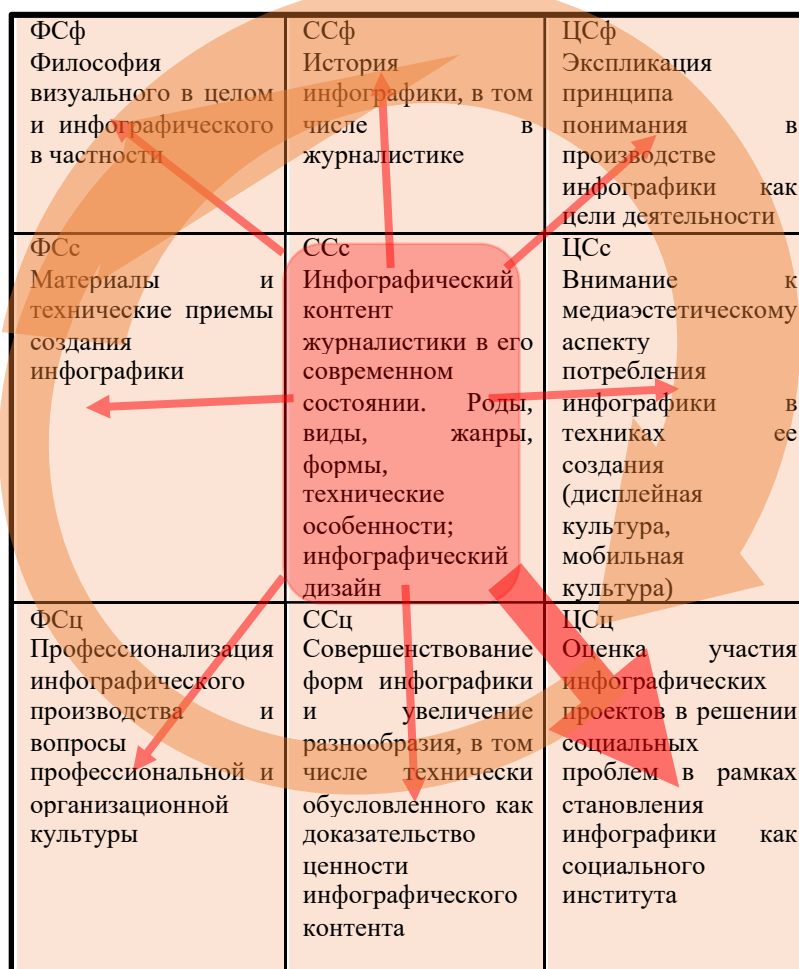


Рис. 21. Схема анализа кластера II (сущность)

Такие фильтры в нашем исследовании дополняют (или, в определенном смысле, заменяют) родо-видовой и типологический анализ инфографики,

который предпринимался предшествующими исследователями, предлагающими развернутые и разветвленные схемы-типологии инфографического контента по разным основаниям. Как уже отмечалось, фильтры «интерактивность / статичность», «монохромность / полихромность», «данные / изобразительность», «схематизация / образность» позволяют представить четыре аспекта медиаэстетического кода, предопределяющего «работоспособность» инфографики. В рамках модели семиозиса мы могли бы сказать, что его ценностное основание (потребность в конституировании когнитивной визуализации) получает отражение в этих четырех аспектах. Отдельные примеры работы медиаэстетического кода на конкретных примерах нашей базы данных были представлены ранее в наших статьях. В данном разделе диссертации после обзора всех позиций второго кластера мы приведем пример практического анализа инфографического сообщения с опорой на круг позиций, представленных кластером II, который мы рассматриваем как алгоритм анализа конкретных инфографических материалов сквозь призму медиаэстетического кода.

Отталкиваясь от идеи аналитического потенциала кластера II, мы предлагаем рассматривать типологию инфографики как часть общего описания конкретных ее элементов, в то же время учитывать постоянную изменчивость родо-жанровых концепций, стремящихся отражать быстро меняющиеся реалии инфографического дизайна, основанного на технологиях, прогресс которых несомненен. Поэтому основные форматы журналистских сообщений с использованием инфографики носят гибридный характер, отличаются сложным «синтаксисом» (монтажом, коллажностью). Сосредоточившись на медиаэстетических характеристиках, мы получаем именно когнитивно-ориентированный анализ, связанный с «хартией» инфографики.

При анализе конкретных инфографических сообщений ключевой вопрос связан с оценкой участия инфографических проектов в решении социальных проблем (в рамках становления инфографики как социального

института – см. ЦСц). Это означает, что важно определить, какова социально-ценностная функция самой тематики материала, почему для журналиста значимо обратиться к инфографическому дизайну новости, какие социальные цели преследует такое обращение. В рамках нашего исследования мы обнаружили тематический универсализм инфографики: она сопровождает материалы на любые темы и адаптируется к тональности и эмоциям новостей (от трагедий до развлечений). При этом социальные функции такого инфографического информирования в каждом конкретном случае требуют специального пояснения (см. разбор конкретных кейсов в статьях, опубликованных автором). Как следует из позиции ССц (совершенствование форм инфографики и увеличение разнообразия, в том числе технически обусловленного как доказательство ценности инфографического контента), в анализе конкретных примеров большое внимание уделяется новаторству, разнообразию приемов. Именно новые решения высоко оцениваются в ходе профессиональных конкурсов инфограферов, при этом новаторство здесь рассматривается не как «самодостаточная ценность», но именно как исполнение «хартии», главной ценности инфографики – добиваться высокой объяснительной эффективности, отвечая когнитивным потребностям пользователей эпохи визуального поворота. Именно поэтому аналитическая работа в области инфографики требует от аналитика постоянного следования за новыми решениями в этой области, определения трендов, которые из области «конкурсных» работ перемещаются в область рутинных журналистских практик, где конкретные журналисты ищут способы обновления таких операций, добиваются эффектных и эффективных решений.

Позиция ФСц (профессионализация инфографического производства и вопросы профессиональной и организационной культуры) соединяет формальное, сущностное и ценностное: здесь важно установить, насколько *системна* работа в области инфографики в том или ином издании. Важно, что в изданиях, материалы которых мы включили в базу данных, существуют специальные отделы инфографики, в ее создании работают команды

специалистов, стремящихся получить новые результаты и удивить не только целевую аудиторию, но и профессиональное сообщество. Именно поэтому мы отдельно рассмотрели спецпроекты, основанные на трудоемких элементах. Здесь профессиональность и организационная культура (выражающаяся, в том числе, и в командном подходе к созданию инфографики) представляется особенно значимой.

В тесной связи с этим аспектом оказывается позиция ФСс (материалы и технические приемы создания инфографики). Так как весь кластер II представляет собой материализацию феномена инфографики, то здесь могут быть рассмотрены нюансы дизайнерских решений: например, особенности текстур, специфические элементы, организующие инфографический контент и т. п. В этой позиции аналитик смотрит на инфографический контент с точки зрения его создателя – почему выбраны именно такие цвета, фигуры, их расположение, шрифты, фон и т. п. Как мы видим в фундаментальных трудах исследователей инфографики, этот раздел нередко становится нормативным, оценочным (представляет собой критику инфографических решений). Но с позиций семиозиса любые решения есть его осуществления (поскольку являются результатом сознательного выбора из множества элементов), а потому заслуживают интерпретационно-дескриптивного подхода. В свою очередь, анализ материалов и приемов позволяет делать своеобразные срезы состояния феномена. Так, в нашей базе более 900 примеров инфографики конкретного года (2018-го), что позволяет зафиксировать состояние инфодизайна, его самые частотные аспекты, а также особенности новаций в этой области (особенно в части анализа конкурсных работ).

В позициях верхней горизонтали кластера II сосредоточена теоретическая часть аналитики: философия визуального в целом и инфографического в частности (ФСф), история инфографики, в том числе в журналистике (ССф), а также экспликация принципа понимания в производстве инфографики как цели деятельности (ЦСф). В этой части

анализ конкретных инфографических сообщений получает определенную глубину, связанную с концептуальностью инфографики (в том смысле, как понимал концептуальность диаграммы Ж. Делёз). Здесь также возможно проследивать комбинации традиционного и новаторского, а также выявлять исторические ретроспективы, актуализирующиеся в конкретном инфографическом решении. Особого внимания заслуживает здесь ценностная часть схемы (ЦСф): при анализе журналистского материала, основанного на инфографике или содержащего инфографические элементы, важно установить, насколько это решение отвечает главной задаче (насколько раскрыт и адекватно применен объяснительный потенциал инфографической части журналистского сообщения).

Наконец, анализ завершается позицией ЦСс – внимание к медиаэстетическому аспекту потребления инфографики в техниках ее создания (дисплейная культура, мобильная культура). В этой части алгоритма анализа предполагается внимание к адаптации медиапродукта к платформам потребления (например, чтению новостей в ленте социальных сетей с мобильного телефона). Значение могут иметь и такие аспекты, как скорость загрузки инфографики, скорость отклика на интеракции и др. Эти, казалось бы, сугубо технические параметры представляют собой также материальное воплощение ценности инфографики как равноправного участника перенасыщенного медийного пространства.

Рассмотрим на отдельных примерах нашей базы данных работу семиозиса в кластере II (сущность, или материальность инфографики). Рассматривая все четыре фильтра как реализацию медиаэстетического кода, выберем примеры, отвечающие «левым» и «правым» частям шкал, если оценить каждый полюс таких шкал по критерию «упрощение / усложнение» (см. табл. 6).

Таблица 6 Шкалирование фильтров медиаэстетического кода

	<i>упрощение</i>	<i>усложнение</i>
<i>Фильтр 1</i>	статичность	интерактивность

<i>Фильтр 2</i>	монохромность	полихромность
<i>Фильтр 3</i>	данные	изобразительность
<i>Фильтр 4</i>	схематизация	образность

Так, возьмем пример базы данных «РИА Новости» (ежедневные), посвященный решению Константинопольского патриархата о признании Украинской автокефалии (новость от 30 октября 2018 г.). Информация представлена в следующем виде (рис. 22).

Раскол в православном мире: быть или не быть

11 октября Константинопольский патриархат объявил, что начинает предоставление автокефалии церкви на Украине. Он отменил анафему и все запреты, наложенные Русской православной церковью (РПЦ) на главу непризнанного «Киевского патриархата», а также восстановил в сани его и лидера ещё одной неканонической структуры – Украинской автокефальной православной церкви. Таким образом Константинополь признал законными раскольнические церковные структуры Украины. Более того, он фактически заявил о своих правах на Украинскую церковь, отменив действие грамоты 1686 года о передаче Киевской митрополии Московскому патриархату.

РПЦ расценила действия Константинопольского патриархата как посягательство «на каноническую территорию Русской церкви» и объявила о полном разрыве отношений с ним. Решения Константинопольской церкви в Московском патриархате называют канонически ничтожными и политически мотивированными

Реакция поместных православных церквей

Автокефальные поместные православные церкви (по диптиху РПЦ)	Количество приходов	Поддержали РПЦ	Поддержали КПЦ	Предлагают созвать всеправославное совещание	Призывают к диалогу между КПЦ и РПЦ	Вырабатывают позицию
Константинопольская	~3 200		✓			
Александрийская	~1 000	✓			✓	
Антиохийская	>2 000			✓	✓	
Иерусалимская	~70					✓
Русская	~36 880	✓		✓		
Грузинская	~550					✓
Сербская	>3 500	✓		✓	✓	
Румынская	~16 100				✓	
Болгарская	>2 600					✓
Кипрская	>500				✓	
Элладская	>8 100					✓
Албанская	>900			✓		
Польская	~240	✓		✓	✓	
Чешских земель и Словакии	~250	✓		✓		
Православная Церковь в Америке	~700	✓		✓	✓	

Источники: ria.ru, patriarchia.ru

Рис. 22. Пример «простого» решения в части каждого из четырех фильтров (РИА Новости, 30.11.2018, <https://ria.ru/20181030/1531802877.html>)

Перед нами статичная (фильтр 1), монохромная (фильтр 2) инфографика, представляющая данные (фильтр 3) в виде схемы (фильтр 4).

Проанализируем этот пример по алгоритму кластера II.

Прежде всего, следует дать формальное описание этой инфографики (ССс): это таблица из 15 строк (без строки заголовков столбцов) и 7 столбцов, содержащая 7 иконок-символов, их вербальную расшифровку, название поместных православных церквей, числовой контент во втором столбце (примерное количество приходов), а также значок ✓ зеленого цвета в нужных ячейках таблицы, означающий выбор мнения или позиции той или иной поместной церковью.

Далее, следует определить, каков содержательный аспект данного журналистского материала (ЦСц), а именно установить, какие социальные проблемы здесь решаются. При этом дело не только в собственно определении темы сообщения, но именно в анализе темы самой инфографики (как представление данных в таком виде может способствовать решению социальных проблем).

Начиная с заглавия новости, подчеркивается конфликтность и обострение противостояния в, казалось бы, той части общественной жизни, где миролюбие должно доминировать. Историческая память активизирована использованием слова «раскол», вызывающего аналогии с проблемами церковного раскола XVII века («никонова реформа»). Конфликтность усиливается построением текстовой части новости: в первом абзаце говорится о действиях Константинопольского патриархата, во втором абзаце сообщается о резкой реакции Русской православной церкви на решение о Киевском патриархате. Далее этот конфликт перемещен в область коллективного обсуждения поместными православными церквями, и именно эта часть истории «рассказана» языком инфографики. В схеме объединена информация по нескольким «смысловым осям»: во-первых, дан перечень поместных православных церквей (всего 15), во-вторых, указаны масштабы каждой поместной церкви (количество приходов, то есть церквей, в которых идут

службы), в-третьих, приведен «расклад» по отношению к конфликту (какие поместные церкви встали на сторону РПЦ, а какие – на сторону КПЦ), в-четвертых, указаны три основных позиции в этом вопросе (созвать всеправославное совещание, призвать РПЦ и КПЦ к диалогу, взять время на выработку собственной позиции). Вся эта «многосоставная» информация умещена в таблицу-схему, позволяющую определить такие ведущие ценности выбранного подхода, как стремление к объективности, всесторонности освещения проблемы, а также (во многом) секуляризации религиозной проблематики (рассмотрения вопросов внутрицерковной борьбы как части политической повестки).

Ценность инфографического контента, представленного именно в таком виде, позволяет говорить о том, что «упрощение» (левые полюсы шкал) относится не к «архаике», а к современным приемам, адресованным внимательным читателям, стремящимся к «схватыванию» проблемы «в одной картинке». Поэтому «оценивание» инфографики по фильтрам медиаэстетического кода как «сложное – это хорошо», «простое – это плохо» представляется нерелевантным самому инфографическому материалу.

Среди всего множества приемов создатели этого материала выбрали статику, позволяющую читателю сосредоточиться на компактно представленном материале и рассмотреть его внимательно. Ценность самого инфографического контента здесь (ССц) проявляется как в упорядочивании, так и в полноте данных: читатель, с одной стороны, убеждается, что несмотря на (почти) «одинокость» РПЦ в общем конклаве церквей она является самой крупной и в два раза превосходит весь остальной православный мир, с другой стороны, видит степень демократичности социального института религии, где отдельные небольшие поместные церкви сохраняют свою независимость и стремятся сформировать свое собственное отношение к проблеме. Таким образом, инфографика решает целый ряд «скрытых» вопросов, доставляет читателю добавочную информацию самим фактом именно такой организации контента.

Предложенный контент подписан редакционным обозначением, а значит, является частью коллективной работы и выполнения дизайна инфографики по заказу журналистов, его готовящих для обнародования. Здесь можно усмотреть и рутинизацию инфографического сопровождения новостей, и одновременно его профессионализацию (ФСц).

При этом стоит обратить внимание на, казалось бы, простые приемы, основанные на ценности инфографики как объяснительного инструмента (ФСс): строки таблицы отненены через одну, как это бывает во многих табличных софтах, однако дизайнеры усиливают (делают резче) заливку строк «Константинопольская» и «Русская», поскольку именно эти две поместные церкви вступили в конфликт. Кроме того, несмотря на последовательную схематизацию, авторы использовали семь иконок со схематичными рисунками, которые тоже несут дополнительную информацию: «чтение» иконок слева направо ведет к смене регистра – от «организационно-религиозного» (изображения церквей, крестов) к гуманистически-ориентированному персональному уровню (так, финальная иконка представляет собой символ «думающего человека», персонифицируя поместные церкви и подчеркивая, что за словом «церковь» стоят вполне конкретные группы людей с их интересами и проблемами.

Именно в этих приемах можно усмотреть скрытые смыслы такой инфографики (ФСф): ввести профессионально собранную информацию в максимально наглядном виде, привлечь внимание читателя к нюансам проблемы, заинтересовать его информацией, которая возможно, потребует от него рефлексии. В публикации нет словаря для тех, «кто не в теме» (например, не объясняется, что такое «диптих РПЦ», «автокефалия», «приход» и т. п.). Однако общая ситуация донесена и «сквозь» предполагаемое «невежество» пользователя именно за счет визуальной грамотности: мнения церквей подчеркнуто не совпадают, на схеме множество «пустых мест», в отдельных столбцах мы видим минимальное количество отметок о согласии (например, решение РПЦ поддержано несколькими – не всеми – церквями,

а решение КПЦ не поддержано никем). Ни один из столбцов не содержит «единогласия», в каждой части проблемы сохраняется независимость мнения отдельных церквей.

Авторы инфографики обратились к «старым» приемам, которые выглядят в этом материале свежо и нестандартно (ССф): «обычная» табличка оказывается красноречивым поставщиком разнообразной информации. Здесь использованы традиционные подходы к «удобочитаемости» данных (например, заливка строк таблицы через одну или использование зеленого цвета для значка «согласия» с определенной позицией).

Таким образом, данная инфографика позволяет пользователю как понять суть проблемы (в чем заключается «раскол» в православном мире), так и выявить лакуны собственных знаний, связанных с пониманием религии как социального института (ЦСф).

Медиаэстетический код позволяет также сосредоточиться на особенностях «материального» позиционирования этой новости (ЦСс) – это изображение (заголовок – сама новость – таблица данных – подпись), адаптированное под экран как мобильного телефона, так и дисплея. «Облегченный» характер изображения (не перегруженного цветами и сложными элементами) делает возможным быструю загрузку такой новости и ее «пригодность» для внимательного рассматривания (изучения). Таким образом, инфографика в этом примере отвечает реалиям современного медиапотребления (подтверждением чему является и внимание пользователей – более 94 тысяч просмотров).

Второй пример, показывающий потенциал алгоритма, приведенного в кластере II, будет репрезентировать другой полюс шкал-фильтров (правый полюс – «усложнение»).

Так, в «Аргументах и фактах» находим инфографику от 24.05.2018 «Что означают значки на приборной панели автомобиля?» (https://aif.ru/dontknows/infographics/что_означают_значки_на_приборной_панели_автомобиля_infografika). Согласно фильтрам, примененным нами

к описанию базы данных, это интерактивная, полихромная, изобразительная инфографика, в основе которой – «натурализация» (отображение исследуемого объекта «в натуральном виде»). Таким образом, все четыре фильтра взяты в крайних «правых» позициях.

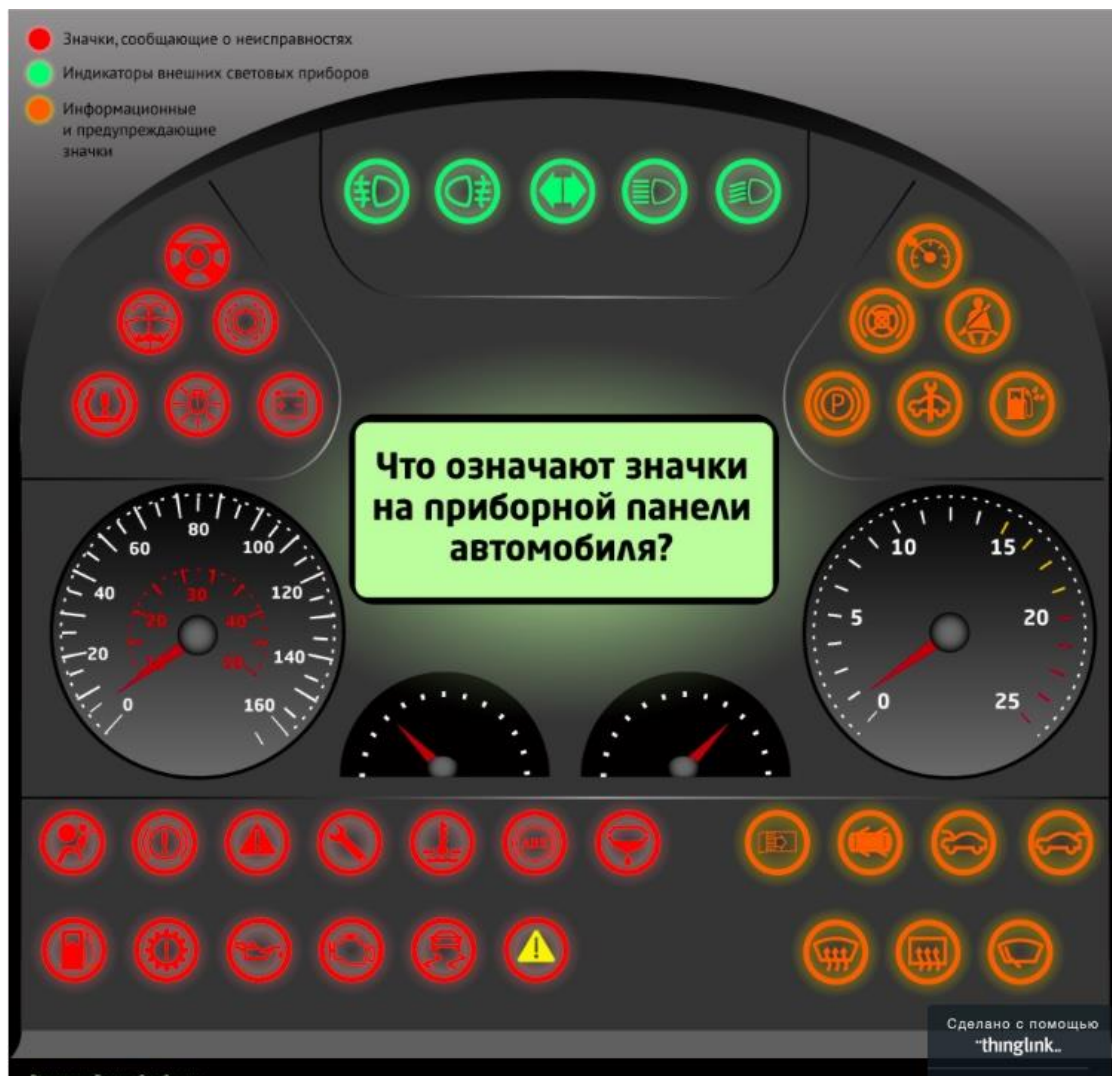


Рис. 23. Инфографика «АиФ», 24.05.2018, «Что означают значки на приборной панели автомобиля?»

(https://aif.ru/dontknows/infographics/chto_oznachayut_znachki_na_pribornoy_paneli_avtomobilya_infografika)

С точки зрения типологии, перед нами интерактивное изображение приборной панели автомобиля с нанесенными на нее значками, под которыми при наведении курсора появляется объяснительная табличка с текстом-комментарием.

Содержательная ценность этой инфографики (ЦСц) заключается в самом факте систематизации значков и помощи не только начинающим,

но и опытным водителям, например, садящимся за руль нового автомобиля. Авторы инфографики использовали принцип «генерализации разнородных данных», четко указав на значимость цвета значка и представив эту генерализацию в виде светофора – самого распространенного и хорошо понятного знака в общем «коде» участников дорожного движения. После этого объяснения «путешествие» по приборной панели становится системным: пользователь может уточнить для себя некоторые (неизвестные ему ранее) значки, обращаясь, например, только к «красному» цвету. Информация, приведенная в майской инфографике «АиФ», нацелена также и на «сезонных» водителей, пользующихся автомобилями только в летний период, а значит, призвана уменьшить число происшествий на дороге, возникающих из-за технических неисправностей автомобилей.

Представленная инфографика отличается компактностью, соединением натурализации с символьным подходом (поскольку самим объектом изображения становятся самые распространенные значки-индикаторы, которые в чистом виде представляют собой схематическое изображение того или иного узла автомобиля). Используя цветовое разделение значков на группы, авторы инфографики стимулируют пользователей-автолюбителей проверить свои знания; инфографика напоминает большой ребус, который необходимо разгадать, хотя в то же время и выполняет свою основную функцию (ССЦ).

В «Аргументах и фактах» авторство создателей инфографики указано (в отличие от РИА Новости), это Елена Слободян (редактор) и Юлия Осинцева (дизайнер). Впрочем, за обозначением «редактор» также может скрываться команда журналистов, подбирающих данные для инфографики. Имена Слободян и Осинцевой мы видим и в других материалах нашей базы данных; это помогает понять принципы организации и подготовки инфографического контента крупных изданий (закрепление таких материалов за определенными специалистами, которые повышают свое мастерство и профессионализм, ФСЦ).

Сама «материальность» (ФСс) представленной инфографики довольно проста – это именно «симулятор» приборной панели, на котором сгруппированы значки, большинство из которых отнесены к «красному» типу (опасности, неисправности, которая требует обращения в технический центр). Информация («табличка с текстом»), появляющаяся при наведении курсора, выполнена в простой и ясной стилистике «черного по белому» текста, позволяющего «схватывать» текстовую информацию одним взглядом.

Так репрезентируется идея этой инфографики в большей мере, именно «встревожить» автолюбителя, вызвать у него чувство ответственности (вот почему «красное» здесь доминирует, ФСф).

Значимо также, что инфографика выполнена с опорой на восходящий к детству любого пользователя символ светофора с его тремя сигналами – разрешающим, предупреждающим и запрещающим. Опираясь на «классическую» цветовую символику дорожного движения, инфографика адресована тем самым и к подсознанию пользователей (ССф), при этом само производство смыслов организуется здесь по принципу «активации» этой классической символики (ЦСф).

Наконец, «эргономика» (ЦСс) этой инфографики основана на потреблении контента на стороннем сайте, представляющем собой пакет готовых решений для интерактивного контента. Таким образом, пользователю предоставляется возможность «играть» с приборной панелью автомобиля на ресурсе, специально для этого предназначенном. В то же время сам текст заметки на основном сайте построен как стимул к такому переходу, основанный, прежде всего, на провокативности информации (все ли значки приборной панели автомобиля вам известны).

Таким образом, алгоритм, представленный в кластере II, открывает перспективу системного изучения отдельных инфографических объектов как «ядра» семиозиса инфографики, одновременно опирающегося на кластеры I и III и имеющего самостоятельное значение, выражающееся в материальности таких объектов.

Кластер III (форма)

Согласно модели семиозиса инфографики, третья часть, непосредственно продолжающая магистраль исследования закономерностей семиотизации (см. рис. 16), представляет собой кластер «формы», к которому Клаудио Герри относит эпистемологическую часть изучаемого феномена. В нашей схеме (рис. 15) эта часть обозначена как «теория и знаниевые предпосылки семиозиса». Как было показано на рис. 16, внутрикластерный анализ ведется от левого верхнего угла к позициям ближнего и дальнего кругов по часовой стрелке – зеркально порядку интерпретации кластера I (см. рис. 24).

Интерпретация этого кластера начинается с его «сердца» – позиции ФФф, представляющей собой «трижды форму» (или трижды эпистему). Так как инфографика располагается на границах данных и их художественной репрезентации в массовых коммуникациях, то опорой инфографики в гносеологическом пространстве будет факт установления и детального описания визуального восприятия, научной рефлексии о роли и месте цвета, формы, передачи объема в дисплейных визуализациях и т. п. Здесь инфографика – как объект научного наблюдения – оказывается близка визуальным искусствам и теориям, объясняющим визуальную перцепцию. Как было показано на рис. 16, магистраль семиозиса проходит через три реперные точки схемы: «трижды ценность», «трижды материальность» и «трижды эпистему» (ЦЦц, ССс, ФФф). Первая из трех точек устанавливает «хартию» всей семиосферы, предопределяет ее «право на существование». Вторая сосредоточивает в себе сам феномен, как он предлежит анализирующему сознанию исследователя. Точка ФФф, с которой начинается интерпретация третьего кластера схемы, объединяет теории и знаниевые парадигмы, предопределяющие эффективность и работоспособность феномена (в нашем случае – его соответствия «внеположенной» ему

семиосфере журналистики в ее объяснительных функциях). Именно наличие и упорядоченность знаний о визуальном восприятии, история изучения визуальности и становятся основным условием семиозиса – умножения новых объектов с различными свойствами, отвечающих задачам, которые с помощью них решает профессиональное сообщество журналистов, выполняя свою миссию.

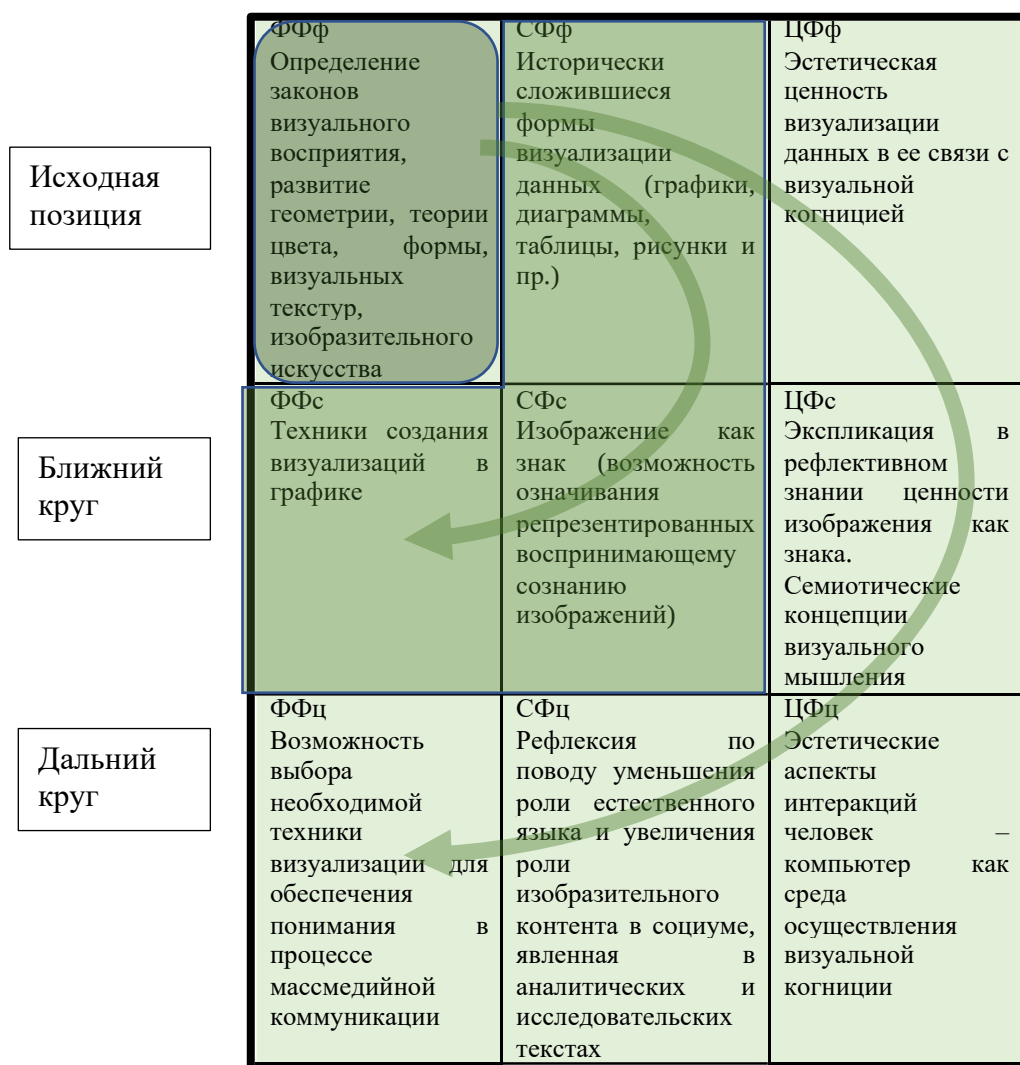


Рис. 24. Кластер III семиотического нонагона, порядок интерпретации

В этой позиции сам семиозис – как процесс бесконечного означивания и смыслопорождения – черпает новые формы, значения, способы означивания, наполняя всю семиосферу инфографики атмосферой креативности и новаторства. Перекликаясь с ключевым «запросом» всего семиозиса (ЦЦц), предполагающим конституирование когнитивной

визуалистики, «трижды эпистема» постоянно обновляется, аккумулируя все новые знания об особенностях визуального в культуре, а также о границах и возможностях визуальной когниции. Здесь особый интерес представляют различные подходы к анализу восприятия художественных объектов (в том числе и развитие искусствоведения). Так, Кристоф Редис предлагает схему, объясняющую механизмы «встречи» когнитивного и эстетического при восприятии художественных искусств. Эта схема позволяет видеть «точки производства смыслов» при восприятии, а значит, может быть экстраполирована в «центр» семиозиса инфографики, где профессиональное производство инфографических объектов ищет все более высокой эффективности результатов своего творчества.

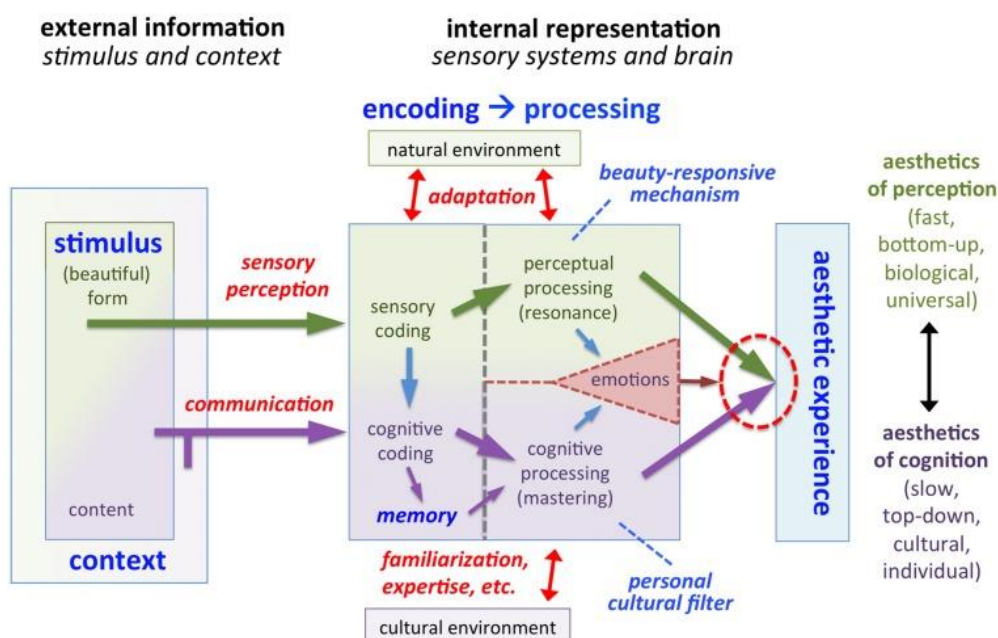


Рис. 25. Модель «встречи» когнитивного и перцептивного при получении эстетического опыта Кристофа Редиса³⁵⁸

На этой схеме мы можем видеть, как когнитивное (отмеченное фиолетовым) плавно переходит в перцептивное (эстетическое, сензитивное, отмеченное зеленым цветом) и наоборот. В визуальной когниции нет жесткого разделения на «сознательное» и «бессознательное», здесь все взаимосвязано и получает означивание в момент эстетического впечатления. На наш взгляд,

³⁵⁸ Redies C. Combining universal beauty and cultural context in a unifying model of visual aesthetic experience // Frontiers in Human Neuroscience. Hypothesis and Theory. Volume 9. Article 218. doi: 10.3389/fnhum.2015.00218.

эта схема помогает понять закономерности процесса семиозиса в области инфографики: здесь собственно «эстетическое» (связанное с формой и форматом) неотрывно от «когнитивного».

Говоря о сложившихся исторически формах визуализации данных (таких, как графики, диаграммы, таблицы, рисунки и пр.), мы можем подчеркнуть значимость этой позиции (СФф) как «библиотеки» инфографера. Причем в различных классификациях, предлагаемых современными исследователями, такие формы тяготеют к самостоятельным разделам. Например, такая форма визуализации данных, как карта, стала основой отдельного направления визуалистики (маппирования, картирования), имеет свои особенности, становится основой самостоятельных продуктов крупных компаний – производителей и поставщиков программного обеспечения. То же самое можно говорить и о других формах: например, таблицы как форматы наглядного и компактного соотнесения и репрезентации данных вынесены в отдельные приложения и у Microsoft.com, и у Apple.com. Такой софт, как Excel, специально разработан под запросы автоматической обработки табличных данных. Эти примеры можно продолжать. С нашей точки зрения, инфографика включает в свой «ареал обитания» все такие формы, постоянно актуализируя эти исторически укорененные в культуре форматы и обогащая их. Сам факт конституирования таких форм, как, например, графики разных типов или диаграммы, важен для исторического развития инфографики, поскольку эти «канонические» формы проходят длительный путь демократизации, становясь все более привычными в массовой коммуникации, а современные технологии способствуют обновлению и реактуализации этих форм (в том числе, делают их использование все легче и проще). В нашей базе данных мы встретили самые разные визуальные формы инфографики, с некоторыми обобщениями «инфографический репертуар» представлен в таблице 7.

Таблица 7 Типы инфографического контента (см. Приложение I)

Типы инфографики	ТАСС спецпроекты	ТАСС ежедневные	АиФ спецпроекты	АиФ ежедневные	РИА спецпроекты	РИА ежедневные

360°	2					
3D	7					
видеоинфографика	1					
игра	2					2
интерактивное изображение	11		4	11	3	
интерактивный текст	1					
карта	7	8		80	4	84
облако слов	1			2	1	
портретная инфографика	3	1	1	26	4	6
предмет в разрезе	3	1		5		2
рейтинг	2	2		26	1	60
слайдер	1					
схема	6	2		8		8
статистические данные	4	12	2	97	2	33
таблица	1			9		13
таймлиния	7	4	3	27	2	20
фамильное древо	1					
алгоритм		1		2	1	2
буквографика		27		99		20
график		8		4		3
инструкция		32		60		16
календарь		1		10		2
диаграмма				22		7
маршрут				20		5
тегированное изображение				32		2
тест					1	1

Таблица 7 лишь частично отражает репертуар инфографических данных, поскольку в изученном нами материале частотно встречаются уникальные формы инфографики. Тем не менее в тех случаях, когда они тяготеют к конкретной (исторически устойчивой) форме, мы относили их именно к таким данным.

Далее мы переходим к комментированию позиции СФс – изображение как знак (возможность означивания репрезентированных воспринимающему

сознанию изображений). Речь идет о самом потенциале любого изображения, которое в процессе семиозиса может быть «нагружено» соответствующими значениями. Инфографика функционирует в этом смысле так же, как любая другая часть визуальной культуры: изображение может быть подвергнуто переосмыслению именно как часть инфографического контента. Так, в инфографике ТАСС «Как защитить себя и своих близких от мошенников» (<https://tass.ru/infographics/8543>) переозначивается изображение подарка (см. рис. 26). Известный «значок» становится здесь символическим изображением обмана, отличительный элемент – ярлычок с указанием привлекательной скидки.

Замыкает ближний круг третьего кластера позиция ФФс – техники создания визуализаций в графике. Это материализация знаниевой части семиозиса: чтобы инфографический контент мог постоянно обновляться, необходимы графические основы, помещенные в цифровое пространство, а также сами навыки операций с такими основами. Все, что отнесено к третьему кластеру, имеет не практико-ориентированный, но именно теоретико-гносеологический характер, это касается и позиции ФФс, суть которой – служить «коллекцией» техник, открывать перед создателем инфографики возможность использования этих техник.

В целом ближний круг реализует тему «знаниевого резерва» для всего процесса семиозиса; в дальнем круге расположены позиции, объясняющие специфику взаимодействия акторов семиосферы инфографики с этим резервом.

Общим для всех пяти позиций дальнего круга третьего кластера является связанность с ценностными основаниями. Так, позиция ЦФф (эстетическая ценность визуализации данных в ее связи с визуальной когницией) предполагает прямой выход на ценностные аспекты медиаэстетического кода инфографического контента.

Как защитить себя и своих близких от мошенников



Позвонили в дверь

Торговые представители предлагают приобрести на дому товары с большой скидкой.



Подумайте о необходимости покупки, проверьте документы, изучите инструкции и посоветуйтесь с близкими.



Прислали СМС-сообщение

Вам сообщают о блокировке карты и просят назвать ее номер и ПИН-код.



Сходите в банк лично или позвоните по номеру, указанному на вашей карте, и уточните информацию.



Попросили заполнить анкету

Незнакомцы предлагают заполнить опросный лист и подписать бумаги.



Прежде чем подписать документ, внимательно изучите его содержание и свяжитесь с родственниками.

Будьте бдительны!

- ✗ Не впускайте незнакомых людей, когда вы одни.
- ✗ Не сообщайте ПИН-код и CVV банковской карты.
- ✗ Не пересчитывайте деньги при незнакомцах.
- ✗ Не отдавайте в руки чужим людям паспорт.

Повесьте на видное место контакты важных служб, банка, соседей и родственников. Не стесняйтесь звонить близким в опасных ситуациях!

8 (800) 100-29-26 — горячая линия по вопросам нарушений прав потребителей финансовых услуг.

02, 102 — полиция.

© ТАСС, 2018. Источники: ТАСС, Роспотребнадзор.

Рис. 26. Пример работы семиозиса как переозначивания изображений (источник: ТАСС, <https://tass.ru/infographics/8543>)

Речь здесь идет о теоретическом осмыслении самой возможности визуального мышления, а вместе с тем и теоретических подходов к проблемам формирования, развития, институционализации таких культурных феноменов, как визуальная культура в целом, медиакультура личности³⁵⁹, медиаграмотность и медиаобразование. Для описания семиозиса

³⁵⁹ См. недавнее исследование: Кириллова Н. Б. Инфоэстетика современной медиакультуры...

инфографики эта позиция занимает место теоретического основания «хартии», представленной в первом кластере.

С этой частью схемы перекликается и следующая позиция (ЦФс). В семиотических концепциях визуального мышления в центр внимания исследователей помещается экспликация в рефлексивном знании ценности изображения как знака. Это означает, что сама когнитивная способность «нагружать» изображения значением (означивать их) рассматривается как особое условие семиозиса инфографики, конвенция, предполагающая значимость такого подхода. Как известно, инфографика переживала времена, когда её значение становилось особенно важным (например, в условиях быстрого развития урбанистических пространств, где необходима четкая система навигации, рассчитанная на мультикультурное население). Эти вызовы сохраняют свою актуальность и сейчас: меняются подходы к навигационным системам, однако остается значимость инфографического дизайна навигации. Что же касается инфографики новостного контента, то она не может быть полностью изолирована от других типов инфографики, подчиняется общим тенденциям.

Наконец, заключительный ряд позиций дальнего круга выдвигает на первый план операционную часть знаниевого кластера. Эстетические аспекты интеракций человек – компьютер как среда осуществления визуальной когниции рассматриваются в позиции ЦФц. Это важнейшая часть научной рефлексии Льва Мановича, предполагающего, что эстетика коммуникации расширяет свое «царство» до включения в него эргономики интеракций «человек – машина», а визуальная когниция должна рассматриваться с позиций антропологии взгляда и телодвижений потребляющего информацию человека.

Рефлексия по поводу уменьшения роли естественного языка и увеличения роли изобразительного контента в социуме, зафиксированная в аналитических и исследовательских текстах (СФц) становится одним из стимулов развития инфографического контента. Выступая

в коммуникационном пространстве в конкуренции с вербальной коммуникацией, инфографика переживает такую же конкуренцию и с другими формами контента, постоянно получая стимулы к совершенствованию и новациям. Семиозис инфографического контента как раз и подтверждает мысль о постоянном «подпитывании» всей семиосферы инфографики такими вызовами. Другим вызовом становится выбор техник визуализации (то есть сам факт наличия резерва, описанного в ближнем круге кластера). Здесь ключевая задача внеположенной семиосферы журналистики (добиться взаимопонимания в пространстве социума, выступать в качестве «социального клея» системы) отражается в ценностном основании операций с резервом (ФФц): выбор техники визуализации контента опирается как на «хартию» всего семиозиса, так и на миссию журналистики.

Выводы по параграфу 4.1

Опираясь на собранную нами базу данных, включающую инфографические журналистские материалы изданий «РИА Новости», «Аргументы и факты» и «ТАСС» за 2018 год, мы проанализировали современное состояние российской инфографики с помощью представленной в третьей главе модели. В данном параграфе приведена методика сбора данных, а также предложен вариант интерпретации собранного материала как «семиотического нонагона». Применяя понятие «медиаэстетического кода» к этому материалу, выделено четыре ключевых фильтра, позволяющих систематизировать данные: «монохромность / полихромность», «статичность / интерактивность», «данные / изобразительность», «схематизация / образность». Благодаря использованию медиаэстетического кода, явленного этими фильтрами, выявлены закономерности семиозиса новостной инфографики как вложенной семиосферы журналистики: взаимосвязанность трех основных кластеров феномена и их взаимообусловленность.

В области ценностного кластера установлена ключевая ценность инфографического контента, сформулированная как когнитивная потребность

в визуальном эстетически организованном мышлении как эффективном способе объяснения и понимания действительности. Ценностные аспекты рассмотрены с позиций эволюции массового сознания, общей логики развития когнитивных паттернов, что проявилось, в частности, в визуальном повороте, пронизывающем всю культуру. Этой ценности отвечают различные аспекты семиозиса инфографики: аналитический подход, артикулированный в трудах практиков и теоретиков информации, профессиональные конкурсы и конференции, растущая роль медиаграмотности в социальных структурах.

В области сущностного («материального») кластера фиксируется рост разнообразия форм, видов, типов инфографического контента, укрепление абстрактно-логических форм репрезентации данных, усложнение визуально-образных кодов. Материальная составляющая тесно связана с техническими условиями производства и потребления инфографического контента, включая систему подготовки кадров и роста популярности инфографирования в журналистике.

В части кластера эпистемологических оснований («форма») установлены особенности исторически сложившегося подхода к визуализации данных и особенностям такой репрезентации в журналистике; анализируются знаниевые резервы, обеспечивающие осмысление и развитие инфографики, усложнение и совершенствование ее форм и форматов, накопление «коллекций» инфографических техник и решений, опирающихся на историю и традиции визуальных данных и постоянно обогащающиеся за счет функционирования «материальной» части семиозиса.

4.2. Институционализация инфографики: селективная динамика профессиональных конкурсов

Чтобы уточнить обнаруженные нами закономерности семиозиса инфографики, обратимся к крупнейшему конкурсу в области новостной инфографики – конкурсу «Малофей». Как мы уже указывали выше, это событие в мире инфографики основательно изучено специалистами.

Мы рассмотрели работы-победители 2018 года и получили следующие данные.

В материалах-победителях конкурса продолжились тенденции, установленные А. Кайро в его диссертации (время написания – 2017 год, графики и таблицы включили материалы конкурса до 2015 года). Анализ А. Кайро вел по критериям «пикториальности / схематичности», отдельно рассматривал использование фотовидеоматериалов и карт (см. рис. 27).

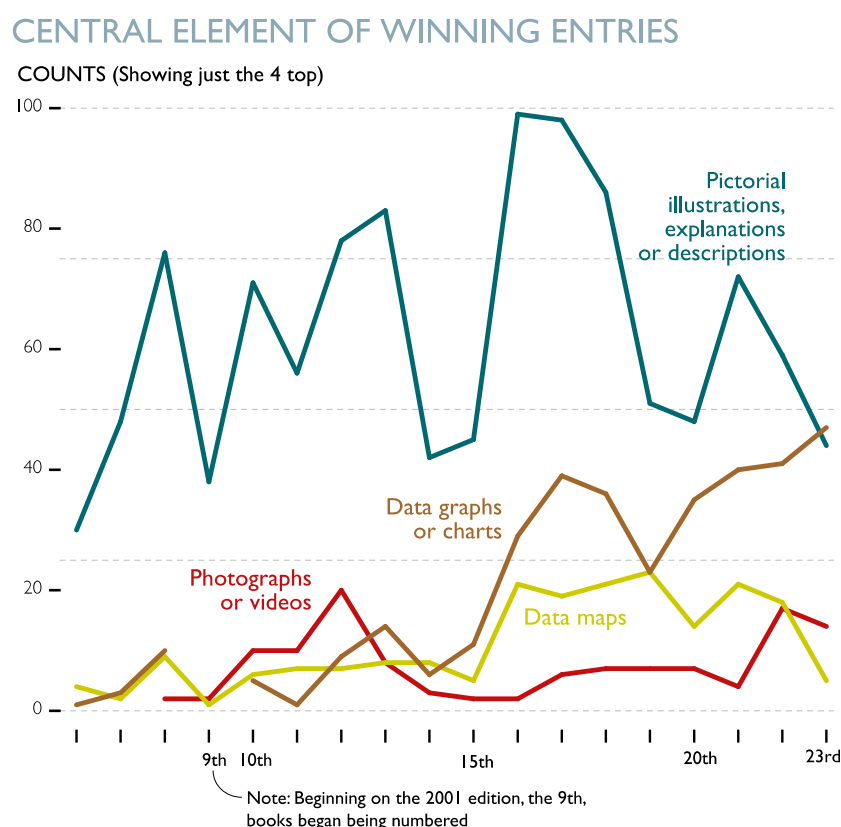


Figure D5

Рис. 27. Статистика конкурса «Малофей» (источник: диссертация А. Кайро³⁶⁰)

Как следует из данных рис. 27, наблюдается определенная статичность в представленности инфографически материалов на конкурс по их типам и ключевым элементам, и единственный элемент, получающий все большее развитие, – это графики и схемы. В 2018 году 250 конкурсных работ дают статистику, представленную в таблице 8.

³⁶⁰ Cairo A. Nerd journalism... P. 219.

Таблица 8 Конкурс «Малофей-2018»: фильтры медиаэстетического кода

Фильтры	Шкалы	Количественные данные
Фильтр 1	интерактивная	57
	статичная	137
	гибридная форма	56
Фильтр 2	полихромная	152
	монохромная	98
Фильтр 3	данные	71
	изобразительность	95
	гибридная форма	84
Фильтр 4	образность	56
	схематизация	194

Как следует из полученных нами данных, в мировой практике инфографики не угасает интерес к схематизации и различным способам визуализации данных с помощью графического языка, что подтверждает магистральную идею функционирования инфографики как репрезентанты визуальной когниции (способности мыслить невербально, а также считывать информацию, предъявленную в виде числовой, линейной, схематической наглядности). Несмотря на то, что сами такие способы «упаковки» знания сопровождают человечество от зари его появления, факт все большего насыщения информационных потоков подобным контентом говорит о тенденции визуальной когниции к ее институционализации, закреплению в виде устойчивых форм.

В области интерактивности – статичности авторы-инфограферы представляют контент примерно в равных пропорциях (тем не менее, ощущается перевес статичных форм, поскольку полностью интерактивных проектов в 2,4 раза меньше, чем статичных; относительная равновесность типов достигается за счет отнесения к интерактивным гибридов, в которых интерактивность выступает дополнительной опцией). Медиаэстетический код инфографики, положенный в основу выбора фильтров, позволяет предположить причины «не-интерактивности» (или превалирования статичных решений над интерактивными): авторы инфографик рассчитывают на конкретные для времени создания продукта формы медиапотребления;

обращение к новостному контенту с помощью мобильных телефонов ограничивает возможности интеракций, именно поэтому принцип «подачи всего материала одной картинкой» оказывается производственно значимым, учитывает особенности взаимодействия пользователей с контентом, а также и отвечает базовой ценности, положенной в основу всего семиозиса инфографики: конституированию визуальной когниции (мыслить графическими, диаграмматическими, табличными, схематичными конструкциями) – см. рис. 28.

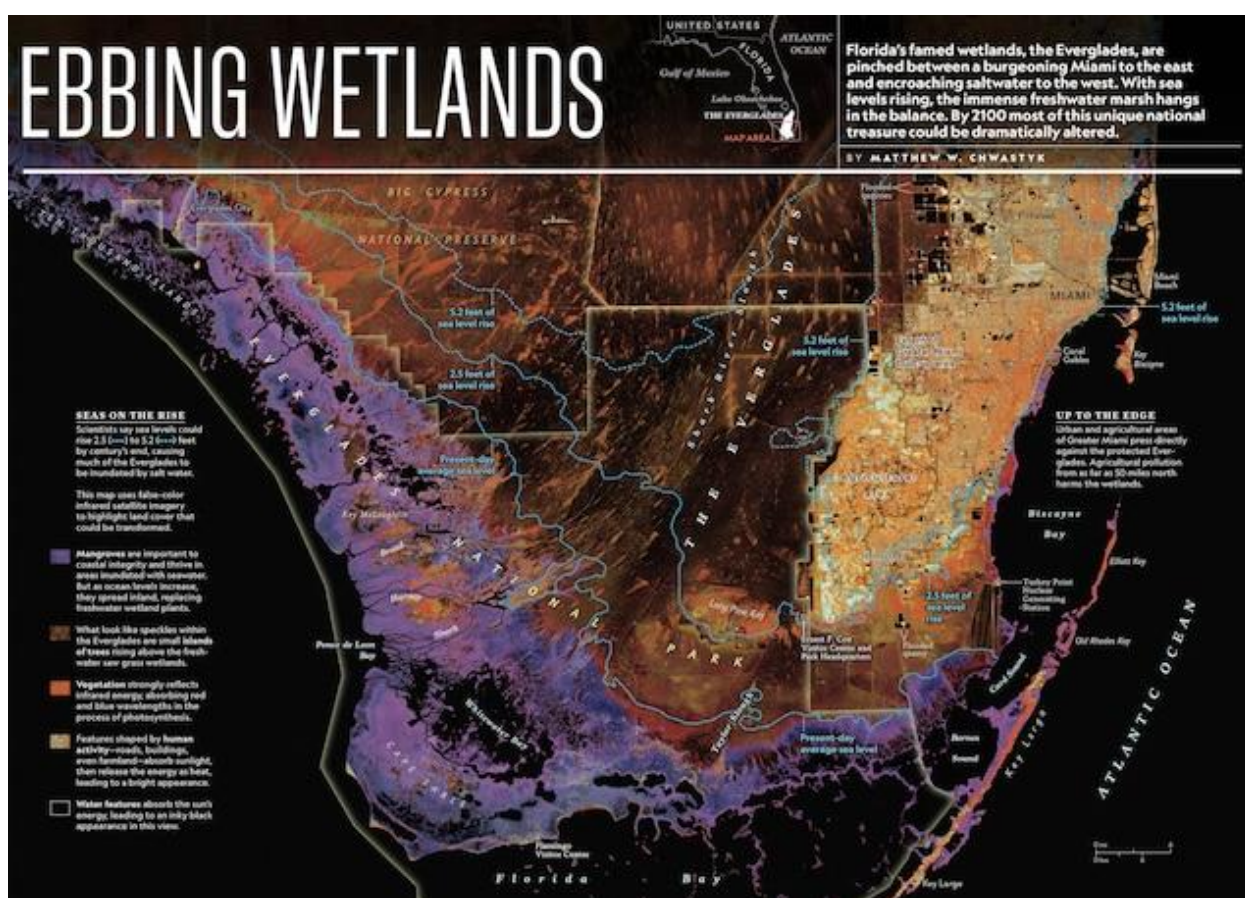


Рис. 28. Победитель «Малофея-2018»: экологический вызов, (https://i.natgeofe.com/n/056fb574-11db-4fc0-a598-f8330fa600fa/6_-everglades-1.jpg?w=636&h=453)

Как показывает инфографическая карта, экологические проблемы переданы с помощью цвета и обозначения фронтов наступления морской воды, вымещающей жизнь с огромных территорий. Пользователю предлагается не история, а рассматривание карты (сопровождаемой «легендой», объясняющей ключевые элементы).

Фильтр «полихромность / монохромность» показывает, что сдержанность цветовых решений становится все более редкой; создатели инфографического контента широко обращаются к насыщенным полноцветным решениям (см., например, тот же рис. 28). Выбор цветовых решений (как базы визуальной эстетики) заслуживает отдельного исследования (например, рис. 28 передает атмосферу «тьмы», тревоги, угасания, опасности). Монохромные решения, тем не менее, сохраняют свои позиции (в том числе, получают и «золотые» призы Малофея-2018). Рассмотрим в качестве примера проект «Hell On Earth: The first 12 hours of California's Deadliest Wildfire» (*Нью-Йорк Таймс*), получивший несколько наград, в том числе и «золотой» приз конкурса. Печатный вариант представлен на рис. 29.



Рис. 29. «Ад на земле: первые 12 часов смертельного лесного пожара в Калифорнии» (Газета *The New York Times*, Sarah Almukhtar, Troy Griggs, Kirk Johnson, Jugal K. Patel, Anjali Singhvi and Derek Watkins, Nov. 18, 2018)

Как видим, тема представлена картой штата с нанесенными на нее контурами пожара и стрелками его распространения, а также врезками текста

с таймлинией (хроникой) пожара и эвакуации людей. Использована полупрозрачная градиентная красная заливка (хотя можно было бы предположить, что цветовое решение в случае передачи темы пожара могло бы быть более ярким). На наш взгляд, это сознательный ход – зрителю предлагается *всмотреться* в инфографику, прочитать врезки и оценить масштаб трагедии, обрушившейся на штат. Интерес представляет также то же самое изображение, размещенное на сайте газеты (см. рис. 30).

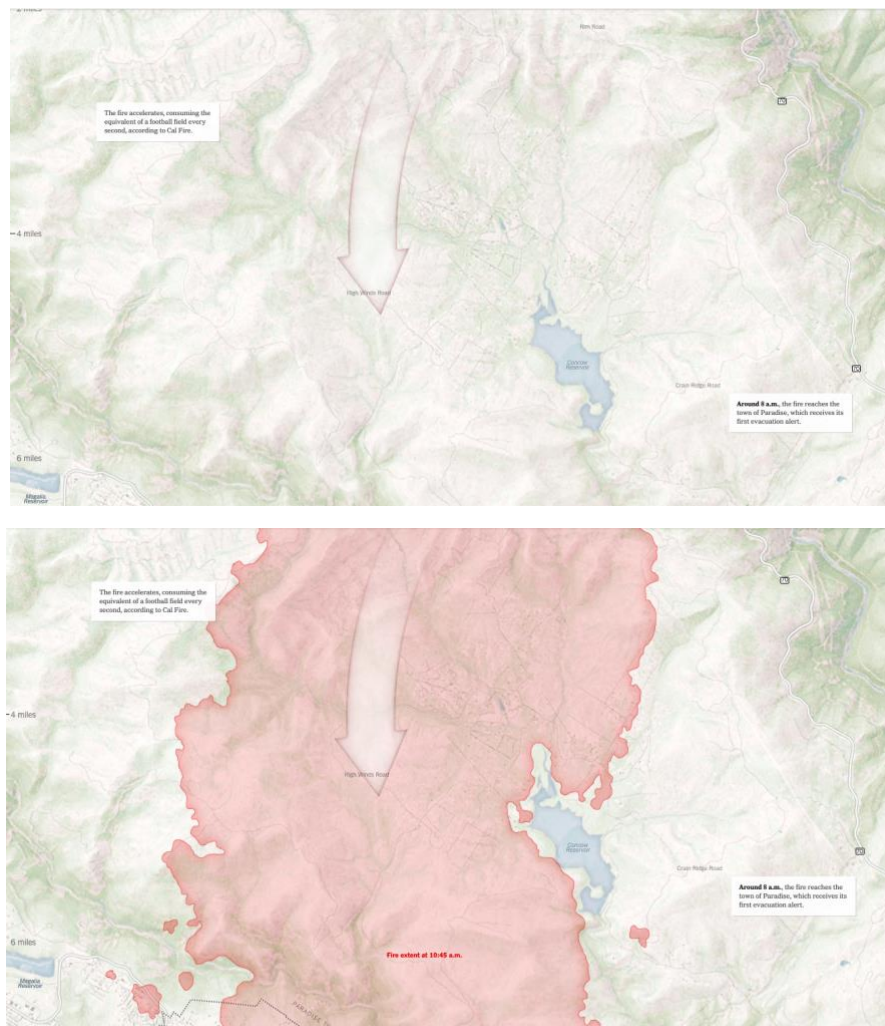


Рис. 30. «Ад на земле...», интернет-версия
(<https://www.nytimes.com/interactive/2018/11/18/us/california-camp-fire-paradise.html>:
постепенное разворачивание огненного фронта при прокрутке страницы вниз)

Несмотря на монохромное решение, авторы добиваются эффекта сопричастности событию, формируют у пользователя понимание скорости распространения огня и опасности, которую он собой представляет

(это касается также и других частей карты, где огонь охватывает деревни и города).

Фильтр «данные / изобразительность» позволяет видеть, что «чисто» схематические решения уступают художественным; для конкурсных работ характерно стремление показать возможности *искусства* инфографики. Здесь большое место занимают также смешанные формы, когда авторы соединяют художественные элементы с графически-числовыми. Интересный пример можно обнаружить в области анимированной инфографики («бронза», см. <https://www.nytimes.com/interactive/2018/08/02/technology/apple-trillion-market-cap.html>). Здесь капитализация Apple показана именно графически – однако элементы, с которыми сравнивается объем Apple, представлены в виде анимированных «бесформенных», но упругих объектов, наполняющих «чашу», символизирующую объемы Apple. Здесь нет места «художественному» элементу, пользователь приглашается к такой работе, как наглядное сопоставление объемов. Но все же это сделано с расчетом на «эффект физической объектности»: как если бы мировые компании действительно были некими гибкими объемными абстракциями.

Другое – изобразительное – решение той же темы (Apple достигает отметки в один триллион долларов) предлагает Bloomberg (тоже «бронза», <https://www.bloomberg.com/graphics/2018-apple-at-one-trillion-market-cap/>).

Пользователь попадает в область интерактивной таймлинии, ведущей его от 1 апреля 1976 года (основание компании Apple) к ее нынешнему триумфу. По ходу движения пользователь «открывает» фотографии и информацию, рисунки и скриншоты, наполняющие линию и дающие полное представление о динамике Apple, а также «играющие» на ностальгических чувствах (поскольку зритель видит первые «маки» и «макбуки», переживает вместе с этой линией «свое» открытие Apple).

Однако четвертый фильтр медиаэстетического кода позволяет обнаружить выраженную тенденцию к схематизации (а не образности). Новостная инфографика как относительно самостоятельная часть

журналистской деятельности остается «верной» принципу развития визуальной когнитии именно в области данных (а не развития, например, визуально-образного мышления, оказывающегося в центре других индустрий, например, кино и видео). Так, например, в материале «Вашингтон пост» <https://www.washingtonpost.com/graphics/2017/politics/health-care-swing-votes/> позиция сенаторов представлена и в виде «обычной» таблицы, и в виде анимированного движения портретов сенаторов по графам «за – против – воздержался» при прокрутке страницы по тайм-линии (с отмеченными датами голосований и пояснениями, в чем была суть дебатлируемого аспекта программы Obamacare). Здесь интерес представляет сама «подвижность» позиции 11 ключевых сенаторов: у пользователя формируется «наглядное» представление о непоследовательности, переменчивости, конъюнктурности поведения лиц, от решений которых зависят жизненно важные вопросы развития страны. Схематизация (в данном случае – сама идея «подвижности») оказывается доминирующим приемом в этой инфографике.

Кроме общего обзора работ-победителей конкурса «Малофей-2018», важно рассмотреть превалирующие типы инфографического контента см. рис. 31).



Рис. 31. Основные типы инфографического контента (работы-победители конкурса «Малофей-2018»), 13-я позиция: «интерактивные изображения»

Как показывает диаграмма, преобладает «техническая» визуализация данных, что соответствует общему тренду развития инфографики и логике работы семиозиса в этом сегменте журналистики.

Выводы по параграфу 4.2:

Рассмотрены работы-победители международного конкурса Malofiej (26th, 2018); использованы фильтры медиаэстетического кода, приложенные ранее к российскому инфографическому контенту, с целью получения сопоставимых данных. Установлено, что в области профессионального создания новостной инфографики институционально поддерживаются преимущественно «простые» решения, отличающиеся высокой степенью наглядности и одновременно абстракции. Доминирующие типы контента отвечают логике семиозиса инфографики, тяготеют к схематизации и реализации различных форм визуального мышления (когниции). В конкурсных работах преобладает статичность, полихромность, изобразительность и схематизация, что отвечает работе медиаэстетического кода, предопределяющего логику развертывания семиозиса, в основе которого лежит задача материализации и репрезентации когнитивных паттернов визуального мышления.

4.3. Будущее инфографики в оценке профессионалов: потребительский потенциал инфографики

Чтобы установить, насколько уровень российской инфографики соответствует мировым тенденциям, рассмотрим инфографический контент, ставший победителем в различных конкурсах (в том числе и «Малофее-2018»), а затем определим, как общие черты российских работ-победителей могут быть соотнесены с собранной нами базой данных. Таким образом, станет возможен определенный прогноз в области инфографического семиозиса и его основных особенностей.

Всего в конкурсе «Малофей-2018» было отмечено три российских работы, все они награждены «бронзовыми» медалями. Так, проект ТАСС «Астронавты» представляет собой специально ориентированный на конкурс инфографический анимированный лонгрид (на русском и английском языках). Основные инфографические приемы – анимированная количественная иконографика, когда отдельные «подвижные» значки-символы, обозначающие условно российских, американских и иных астронавтов, располагаются в соответствующих частях экрана, создавая ощущение масштабного завоевания космоса людьми.

Другим победителем стал лонгрид ТАСС «Италия» о спасении итальянской экспедиции к северному полюсу в 1928 году (https://italia.tass.com/index_en.html?_ga=2.128352655.280860605.1618653675-894128257.1618653675). Важно, что это именно сторителлинг: захватывающая история гибели дирижабля, восстановленная буквально по дням, с учетом судьбы каждого участника, а также с сильным драматическим элементом, создающим напряжение и поддерживающим читательских интерес, а также формирующим концепцию персонализированной истории освоения труднодоступных мест земного шара (то есть по сути перед нами «байопик» Нобеле и Амундсена). Инфографические элементы здесь выполнены сразу в нескольких техниках: это и «рисованные» портреты главных героев, и схематизированные фигурки членов экипажа, при наведении на которые появляются врезки с портретными фотографиями, краткими сведениями о члене команды, и карты с анимированными маршрутами, показывающими ход спасательной экспедиции «Красина», а также, например, скорость таяния льдины, на которой уцелевшим членам экипажа удалось разбить палатку. Однако – так как основная «сила» материала все же заключена в художественном тексте самой истории (текст представлен на русском, английском и итальянском языках) – инфографика выступает здесь «фоновым» инструментом, дополняющим историю.

Третий материал-победитель – работа РИА Новости (<https://ria.ru/20180925/1529322692.html>) «Железный доктор: как работает российский робот-хирург». Здесь рассказ о «роботе-ассистенте», выполняющем под управлением хирурга-человека вмешательство во внутренние системы организма и манипуляции с ними прежде всего – удаление опухолей) сопровождается 2D- и 3D-анимацией, демонстрирующей как историческую эволюцию хирургии, так и особенности, и преимущества российской разработки. Выполненная в строгой рисованной монохромной манере, инфографика так же, как и в предыдущем случае, в большей мере является иллюстрацией к материалу (тексту), нежели самостоятельным проектом.

Кроме этих работ, в собранной нами базе данных имеются публикации, посвященные информированию читателей о победах инфографических проектов РИА Новости и ТАСС в различных международных конкурсах (см. Приложение I), в том числе в конкурсах The Native Advertising Awards, International Design Awards 2018, Red Dot Design Award, European Design Awards, Best of Digital Design Competition, Digital Communications AWARDS – 2018, European Digital Media Awards 2018, «Премия Рунета», «СМИротворец», “Best of Russia”, Kantar Information is Beautiful Awards 2018 и других.

Анализ конкурсных работ-призеров российских журналистов – производителей инфографики показывает, что в российской инфографике основной упор делается на формат лонгрида – обстоятельной истории, посвященной конкретному событию (нередко – исторически удаленному). Таким образом, задача инфограферов в таком проекте – максимально необычно и живо представить материал, суть которого – хорошо написанный текст. Рассмотрим на примере материала ТАСС «Тунгусский метеорит» (<https://tunguska.tass.ru/tungusskiy-meteorit/>). Обстоятельный текст, представляющий собой коллекцию свидетельских показаний, научных версий, историю экспедиций и предположительные объяснения, сопровождается инфографическим иллюстрированием с ограниченными формами анимации. Инфографика здесь, скорее, служит «формой»

сообщения, особый интерес представляют рисунки, выполненные в форме 360°-панорам, позволяющих будто увидеть пролетающий над головой болид или постоять в центре поваленного взрывом леса. Центром публикации, между тем, является именно журналистский текст, над которым работала большая группа журналистов (авторы проекта: Кристина Недкова, Тимур Фехретдинов, редакторы: Александр Бычков, Сабина Вахитова, дизайнеры: Константин Каковкин, Антон Мизинов, иллюстратор: Анастасия Зотова).

В качестве примера «преимущественно инфографического» проекта-победителя можно привести материал ТАСС «Обещанного девять лет ждали: строительство, цены и скандалы “Зенит-Арены”» (<http://zenit-arena.tass.ru>). Здесь использовано около десятка различных инфографических приемов – от круговой панорамы до анимаций и «предметов в разрезе». Фактически весь материал – это инфографическая история строительства, объединившая в стройную схему самый разнородный материал, связанный со строительством стадиона.

В целом результаты участия России в различных конкурсах инфографики показывают, что основой успеха становится хорошо рассказанная (и, соответственно, «правильно» выбранная) история, для которой инфографика становится фоном, реже встречаются случаи сложных многосоставных инфографических решений в таких работах.

Сравнивая конкурсные российские работы с общим количественным анализом конкурса «Малофей», мы можем отметить, что российские журналисты стремятся представить на конкурс «сложные решения», тяготеющие к усложненным по дизайну инфографическим продуктам, тогда как лидеры конкурса (например, та же газета The New York Times, завоевывающая каждый год больше половины призов Малофея) демонстрируют углубленные поиски в области «простых решений». В то же время обобщенный анализ нашей базы данных (включая, в первую очередь, ежедневные публикации с инфографическим контентом) показывает, что простые решения входят в работу инфограферов органически, при этом

они обусловлены не недостатком мастерства (как можно было бы на первый взгляд предположить), но именно особенностями самой медиасреды – условиями потребления медиаконтента, спецификой чтения новостей с мобильных телефонов и другими ограничениями или потребностями, связанными с эргономикой коммуникации.

Будущее российской новостной инфографики представляется тесно связанным с развитием самой отечественной журналистики – освоением профессиональными командами новых платформ, инструментов, приемов «упаковки» новостного контента. Но, в то же время, как показывает наш анализ, инфографика обладает относительной независимостью или самодостаточностью – так, включение инфографического контента в общие информационные потоки подчиняется факторам персонального профессионализма и конкретных интересов журналистов, редакторов, менеджеров СМИ. На наш взгляд, помимо общезначимой тенденции к «простым» решениям, являющимся ответом на вызовы потребности в конституировании визуального мышления, важна также тенденция к конвергентным решениям, наиболее перспективное из которых – видеоинфографика, имплементация инфографики в программы-конструкторы, работающие как монтажные станции и доступные сейчас широкому кругу пользователей (а значит, создающих профессиональной журналистике конкурентную среду распространения новостей).

Таким образом, инфографика оказывается под воздействием как внешних, так и внутриинституциональных факторов, предопределяющих ее развитие и будущие конфигурации.

Выводы по параграфу 4.3:

Рассмотрены российские работы-победители различных международных и отечественных конкурсов инфографики; установлено, что лауреатами конкурсов преимущественно становятся работы в жанре лонгрида, где ведущую смыслопорождающую роль играет текст,

а инфографика выполняет иллюстративную, комплементарную и фоновую функцию. Конкурсные работы также показывают преимущественное ориентирование создателей проектов на международную аудиторию (что отражается, в том числе, и на конъюнктуре выбора тем для таких работ). В то же время высокое качество сложного инфографического контента обуславливает обособленность таких проектов на фоне «ежедневной» инфографики и позволяет в большей мере судить о творческом и техническом потенциале отечественных журналистов – производителей инфографического контента.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Системный анализ современного состояния российской инфографики позволил установить ряд значимых закономерностей этой части журналистики и соотнести эти закономерности с развитием журналистики в целом, а также апробировать семиотико-структурный подход к инфографике как самостоятельной семиосфере. В ходе исследования был решен ряд задач, что в совокупности позволило достичь заявленную цель работы, а именно:

1. Проанализированы ключевые отечественные и зарубежные работы, предлагающие семиотический подход к анализу культуры; установлено, что семиотическое концепирование действительности свойственно теориям журналистики и отвечает сути феномена журналистики в целом. Особое внимание в работе было уделено теории семиосферы Ю. М. Лотмана, в том числе установлена продуктивность концепции «вложенных семиосфер» и высокий эпистемологический потенциал семиосферного подхода к культуре.

2. Теория вложенных семиосфер спроецирована на инфографический контент как относительно самостоятельный сегмент журналистики. Предложено рассматривать новостную инфографику, связанную как с журналистикой, так и с визуальной культурой в целом, комплексно, как «вложенную семиосферу». Установлены границы этой семиосферы, охарактеризованы ее ядро и периферия, выявлены особенности циркулирования элементов, подвергающихся означиванию и переозначиванию в ходе семиозиса.

3. Описание ядра семиосферы инфографики проведено с опорой на концепцию культурной памяти и культурной идентичности, которые представляют собой основание семиозиса, определяют вертикаль означивания, а также создают понятие фона или образца, отделение от которых (нарушение правил) расценивается как новаторство, требующее, с одной стороны, ценностного консенсуса с фоном, а с другой – несовпадения

с ним. При этом инфографические традиции, восходящие к истокам культуры человечества, постоянно подвергаются переосмыслению и переоценке.

4. Семиозис в семиосфере инфографики осуществляется в условиях системной связи с культурным сдвигом в сторону «визуального поворота». Связь визуального поворота с инфографическими решениями в новостных потоках позволила обнаружить ценностное основание инфографики как самостоятельного феномена: инфографика выступает одной из репрезентант коллективной потребности в конституировании визуального мышления, которое, в свою очередь, является гибридной формой рационального и эмоционального, объединяет собой ряд когнитивных форм, не совпадающих с привычными представлениями о рациональном, включает в область когнитивной рефлексии эмоции, ощущения, атмосферность и т. п. Инфографика, будучи способом визуализации данных, строит свою материальность на пересечениях абстрактного и образного, а также формирует новые типы образности, связанные не с художественностью, но со схематизацией, представлением данных в виде абстрактных концептов, требующих иного, чем при восприятии и текста, и изображений художественного типа, когнитивных усилий. Одновременно ключевым условием семиозиса инфографики выступает цифровизация, представляющая собой современную форму конвергентного канала информации. «Цифра» как средство «упаковки» сигнала открывает новые технические возможности репрезентации инфографического контента, создает условия для расширения его родо-видовой типологии, а значит, увеличивает насыщенность семиосферы элементами, конкурирующими за внимание пользователей как друг с другом, так и с другими формами, репрезентирующими визуальный поворот.

5. В таких условиях эстетическое срастается с технологическим, образуя медиаэстетический домен. Медиаэстетика, понимаемая в исследовании в духе Томаса Митчелла и Льва Мановича, коренится в антропологии визуального, в физической встрече сознания с визуальными

сигналами и во все более конкретизирующей «грамматике» визуального. Была установлена высокая релевантность медиаэстетического подхода к исследованию закономерностей семиозиса в семиосфере инфографики: медиаэстетика открывает возможность выбора фильтров, задача которых – генерализация множеств элементов в обозримое число групп, необходимых и достаточных для осуществления означивания и переозначивания элементов семиосферы. Эти фильтры можно также рассматривать как критерии (шкалы), полюса которых определяют значимые (для конкретного момента времени и состояния технических решений) качества инфографики.

6. При решении задачи по определению самой возможности включения инфографического контента в журналистскую продукцию были рассмотрены различные концепции противопоставления визуального и текстового как «облегченного» / «обесмысленного» и «усложненного» / «смыслосодержащего». В ходе изучения этих подходов выяснено, что визуальное, в свою очередь, рассматривалось в культуре традиционно как усложненная знаковая система, декодирование которой требовало специальных знаний и навыков. В свою очередь, сам факт, что инфографика, восходящая к специфическим зонам схематизированной информации, основанной на специальных системах условных знаков и конвенций, доступных только «посвященным» (людям, обладающим специальными знаниями), переместилась в новостное пространство ежедневного информирования во многом говорит о том, что коллективное сознание готово к восприятию такой (нетекстовой и неизобразительной) информации.

7. Рассматривая инфографику как часть новостных потоков и, соответственно, массового сознания, было важно установить, как именно применяется медиаэстетический код к этому феномену. Анализируя основные особенности инфографического контента, опираясь на труды исследователей инфографики, автор диссертации предлагает четыре критерия, необходимо и достаточно описывающие работу медиаэстетического кода инфографического контента. Эти четыре критерия восходят к базовым полям

эстетического опыта (как их понимает теоретик прикладной медиаэстетики Г. Зеттл): восприятие цвета (фильтр «полихромность / монохромность»), операционность (фильтр «интерактивность / статичность»), база когнитивных действий (фильтр «данные / изобразительность») и, наконец общая рациональность (фильтр «схематизация / образность»).

8. Решение задачи по определению эффективности использования семиотического моделирования для анализа инфографического контента потребовало обращения к существующим концепциям, прежде всего, к идее «семиотического нонагона» К. Герри. В его подходе семиотический подход Чарльза Пирса сочетается с социокультурным аспектом, что придает его «матрице» глубину и позволяет систематизировать различные аспекты анализируемых феноменов.

9. Опираясь на концепцию Герри, автор предложил собственную разработку нонагона для инфографического контента. Трехкластерная модель охватывает ценностное наполнение семиозиса, материальность его элементов и теоретическое (знаниевое) осмысление самого феномена. В результате экстраполяция полученной модели на конкретное состояние изучаемого феномена открывает перспективу выявления «пустот» и «перенасыщенных» зон, а также построения адекватных прогнозов будущего развития феномена.

10. В ходе проведения исследования была собрана база данных, достаточная для репрезентации феномена инфографики. 974 элемента этой базы позволяли установить ключевые черты как «повседневного» инфографического контента, так и спецпроектов, отображающих «высокий» уровень развития инфографики, ориентированных на конкурсы инфографического мастерства. Принципы извлечения данных основаны на работе с алгоритмами поисковых запросов и тегирования информации. Сама полученная база данных была проанализирована вручную с целью установления качества каждого включенного элемента по четырем установленным при решении других задач критериям-фильтрам. Далее эти данные были использованы для описания каждой «ячейки» нонагона: автор

стремился исследовать общее состояние российской инфографики, взятой в один определенный год из публикаций крупнейших российских СМИ. В результате был составлен количественно-качественный «портрет» российской инфографики.

11. Для выявления особенностей и потенциала российской инфографики полученные данные были соотнесены с конкурсными инфографическими работами (прежде всего, работами-победителями конкурса «Малофей», составившими 250 единиц в базе данных). Был выявлен ряд расхождений отечественной инфографики и конкурсных работ именно в критериальных принципах.

12. Наконец, решение заключительной задачи позволило обнаружить адекватность развития отечественной инфографики (причем именно в ее «повседневных» форматах) глубинному ценностному ядру семиозиса: ответу на коллективную потребность в «грамматизации» визуального мышления, обретения им особых форм, воплощающихся, в том числе, и в новостном контенте.

В результате решения этих задач и получения системного описания российской инфографики была достигнута поставленная цель работы – выявлены специфические черты семиозиса новостного инфографического контента.

Перспективы исследования автор связывает с несколькими направлениями:

1) Представляет интерес дальнейшее изучение возможностей системного социо-семиотического анализа с помощью таких матриц, как «семиотический нонагон», построение трехкластерных объяснительных моделей для других феноменов, связанных с коммуникацией и – шире – культурой в целом.

2) Инфографический контент может изучаться на более масштабных данных с целью установления особенностей его создания (например,

в локальных медиа, в пользовательском контенте и в социальных медиа и т. п.).

3) Отдельный предмет исследования составляют конкурсы инфографики, образующие своеобразный «элитарный уровень» инфографики, рассчитанные на экспертное (а не медиапотребительское) мнение. В области анализа конкурсных работ особый интерес представляет исследование границ инфографики с искусством дизайна, а также отслеживание эмерджентных форм инфографического контента, возникающих в перенасыщенной медиатехнологической среде в связи с появлением новых инструментов и фасилитацией пользования существующими.

В целом изучение инфографики семиотическими методами позволяет системно рассматривать и саму журналистику, миссия которой предполагает оперативное объяснение событий текущей действительности с учетом фрагментации публик, их все большей вовлеченности не только в медиапотребление, но и в медиапроизводство, а также быстрого развития технологий коммуникации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. 39+ бесплатных инструментов для контент-маркетинга. Часть 2 [Электронный ресурс] // ZorbasMedia. – Режим доступа: <https://zorbasmedia.ru/39-besplatnyh-instrumentov-dlya-kontent-marketinga-chast-2/> (дата обращения: 10.01.2021).
2. 40 лет вместе. Как появился «АиФ» [Электронный ресурс] // AIF.ru. – 2018. – Режим доступа: http://www.aif.ru/society/media/40_let_vmeste_kak_poyavilsya_aif (дата обращения: 10.06.2019).
3. Абисова, М. А. Иконический поворот: визуальное насилие / М. А. Абисова // Рецепція проблем інформаційного суспільства у сучасній філософії (філософські читання, присвячені Міжнародному дню філософії): зб. наук. пр. (Київ, 15 листопада 2016 р.) / за ред. Л. Г. Дротянко. – Киев : НАУ, 2017. – С. 3–7.
4. Автономова, Н. С. Язык и эпистемология в концепции Деррида / Н. С. Автономова // Критический анализ методов исследований в современной западной философии. – М. : ИФАН, 1986. – С. 63–82.
5. Адорно, Т. В. Эстетическая теория / Т. В. Адорно. – М. : Республика, 2001. – 527 с.
6. Алпатов, В. М. Соссюр и Бахтин / В. М. Алпатов // Жанры речи. – 2016. – № 1 (13). – С. 9–17.
7. Антипов, М. А. Клиповое мышление как атрибут техногенного общества / М. А. Антипов // XXI век: итоги прошлого и проблемы настоящего плюс. – 2015. – № 6 (28). – Т. 2. – С. 20–28.
8. Арутюнова, Н. Д. От редактора / Н. Д. Арутюнова // Логический анализ языка: Язык и время : посвящается светлой памяти Н. И. Толстого / отв. ред. Н. Д. Арутюнова, Т. Е. Янко. – М. : Индрик, 1997. – С. 5–16.

9. Архангельская, И. Б. Герберт Маршалл Маклюэн: от исследования литературы к теории массмедиа : монография / И. Б. Архангельская. – М. : Изд-во МГУ, 2007. – 210 с.
10. Архангельская, И. Б. Маршалл Маклюэн : монография / И. Б. Архангельская. – Нижний Новгород : НКИ, 2010. – 291 с.
11. Аршинов, В. И. Синергетика как феномен постнеклассической науки / В. И. Аршинов. – М., 1999. – 203 с.
12. Ахмадулин, Е. В. Краткий курс теории журналистики : учеб. пособие / Е. В. Ахмадулин. – М. ; Ростов н/Д : МарТ, 2006. – 272 с.
13. Ахмадулин, Е. В. Проблемы и методология системного исследования истории отечественной журналистики / Е. В. Ахмадулин // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. – 2009. – № 1. – С. 118–129.
14. Бальнская, Н. Р. Специфика участия средств массовой информации в политическом процессе современной России : дис. ... д-ра полит. наук : 10.01.10 / Бальнская Наталья Ринатовна. – Екатеринбург, 2009. – 267 с.
15. Беззубова, О. В. Исследования визуальной культуры и проблема пикториального поворота в работах У. Дж. Т. Митчелла / О. В. Беззубова // Визуальная коммуникация в социокультурной динамике : сборник статей международной научно-практической конференции. – Казань : Изд-во Казанского федерального университета, 2015. – С. 280–285.
16. Беленький, А. И. Фотожурналистика: эстетические трансформации визуального языка / А. И. Беленький // Эстетика журналистики / под ред. М. А. Бережной. – СПб. : Алетейя, 2018. – С. 130–158.
17. Беньямин, В. Краткая история фотографии / В. Беньямин. – М. : Ад Маргинем, 2013. – 140 с.
18. Беньямин, В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Избранные эссе / под. ред. Ю. А. Здороваго. – М. : Медиум, 1996. – 240 с.

19. Блохин, И. Н. Журналистика в этнокультурном взаимодействии : учеб. пособие / И. Н. Блохин. – СПб. : Издательство Санкт-Петербургского государственного университета, 2013. – 198 с.
20. Богатырева, Е. А. Международный форум «Старые и новые медиа: пути к новой эстетике» / Е. А. Богатырева // Наука телевидения. – 2019. – № 15 (2). – С. 9–25.
21. Бодрунова, С. С. Медиакратия: СМИ и власть в современных демократических обществах : дис. ... д-ра полит. наук : 10.01.10 / Бодрунова Светлана Сергеевна. – СПб., 2015. – 498 с.
22. Бокарева, Ю. С. Инфографика как современное средство коммуникации / Ю. С. Бокарева, В. Е. Романовская // Вестник ХГАДИ. – 2014. – № 4–5. – С. 13–16.
23. Борисова, И. О. Инфографика как самостоятельный жанр / И. О. Борисова // Известия высших учебных заведений: Проблемы полиграфии и издательского дела. – 2012. – № 5. – С. 186–194.
24. Бразговская, Е. В лабиринтах семиотики: очерки и этюды по общей семиотике и семиотике искусства / Е. Бразговская. – М. ; Екатеринбург : Кабинетный ученый, 2018. – 224 с.
25. Бразговская, Е. Языки и коды. Введение в семиотику культуры / Е. Бразговская. – Пермь : Издательство Пермского государственного педагогического университета, 2008. – 201 с.
26. Брэди, Р. Медиатизация внешнеканд. полит. наук конфликтов: опыт американской журналистики : дис. ... канд. полит. наук : 10.01.10 / Брэди Роузмари. – СПб., 2008. – 240 с.
27. Букина, Н. В. Культурный код как язык культуры / Н. В. Букина // Вестник Читинского государственного университета. – 2008. – № 2 (47). – С. 69–73.
28. Вартанова, Е. Л. К вопросу об актуализации теории журналистики и теории СМИ / Е. Л. Вартанова // Вопросы теории и практики журналистики. – 2017. – Т. 6. – № 1. – С. 5–13.

29. Вартанова, Е. Л. Новые медиа как фактор модернизации СМИ / Е. Л. Вартанова // Информационное общество. – 2008. – № 5–6. – С. 37–39.
30. Вартанова, Е. Л. О необходимости модернизации концепций журналистики и СМИ / Е. Л. Вартанова // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. – 2012. – № 1. – С. 7–26.
31. Вартанова, Е. Л. Развивая понимание медиа: от технологий к социальному пространству / Е. Л. Вартанова // МедиаАльманах. – 2020. – № 5 (100). – С. 12–24.
32. Вартанова, Е. Л. С. Г. Корконосенко и Теория журналистики. экспертное интервью с комментариями / Е. Л. Вартанова, М. Е. Аникина, Д. В. Дунас // Очерки Петербургской школы журналистики. К 70-летию Сергея Григорьевича Корконосенко. – СПб. : Алетейя, 2020. – С. 294–312.
33. Вартанова, Е. Л. Теоретический анализ российской медиасистемы: между общим и особенным, формальным и неформальным / Е. Л. Вартанова // Вопросы теории и практики журналистики. – 2013. – № 2. – С. 7–19.
34. Вартанова, Е. Л. Теория медиа как перекресток научных подходов и методов / Е. Л. Вартанова // Вопросы теории и практики журналистики. – 2018. – Т. 7. – № 1. – С. 165–176.
35. Воинова, Е. А. Медиатизация политики как феномен новой информационной культуры : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Воинова Екатерина Андреевна. – М., 2006. – 237 с.
36. Волкодав, М. А. Применение политического дискурс-анализа в решении идеологических задач: на примере медиатизации политических текстов : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Волкодав Михаил Александрович. – Краснодар, 2007. – 191 с.
37. Вырковский, А. Менеджмент СМИ в условиях конвергенции / А. Вырковский // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2013. – № 3. – С. 112–120.

38. Гаврилина, Л. М. Эпоха поворотов: эпистемологические поиски и социокультурные реалии / Л. М. Гаврилина // Ярославский педагогический вестник. – 2015. – № 2. – Том I. – С. 31–36.
39. Галлямов, А. Р. Лидер и имидж лидера в современном политическом процессе: проблемы концептуализации и медиатизации : дис. ... канд. полит. наук : 23.00.02 / Галлямов Аббас Радикович. – М., 2003. – 222 с.
40. Гаспаров, Б. М. Тартуская школа 1960-х годов как семиотический феномен / Б. М. Гаспаров // Ю. М. Лотман и тартуско-московская семиотическая школа. – М. : Гнозис, 1994. – С. 279–294.
41. Гаспарян, Д. Э. Письмо (в) философии Ж. Деррида / Д. Э. Гаспарян // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия Философия. – 2014. – № 3. – С. 62–74.
42. Гиренок, Ф. И. Клиповое сознание / Ф. И. Гиренок. – М. : Проспект, 2016. – 256 с.
43. Гирц, К. Интерпретация культур / пер. с англ. / К. Гирц. – М. : «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2004. – 560 с.
44. Глотов, М. Б. Социальный институт: определение, структура, классификация / М. Б. Глотов // Социологические исследования. – 2003. – №. 10. – С. 13–19.
45. Горобец, Т. Н. «Клиповое мышление» как отражение перцептивных процессов и сенсорной памяти / Т. Н. Горобец, В. В. Ковалев // Мир психологии. – 2015. – № 2. – С. 94–100.
46. Горшкова, М. С. Мультимедийные лонгриды как формат в интернет-журналистике: анализ специфических особенностей / М. С. Горшкова, А. С. Юферева // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2018. – № 1 (27). – С. 105–110.
47. Горяйнова, А. В. Инфографика – современный подход к визуализации журналистских материалов / А. В. Горяйнова, С. И. Симакова // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2010. – № 2 (6). – С. 68–73.

48. Градюшко, А. А. Визуализация как новый творческий метод веб-журналистики Беларуси / А. А. Градюшко // Известия Гомельского государственного университета им. Ф. Скорины. – 2015. – № 1 (88). – С. 84–88.
49. Градюшко, А. А. Мобильный интернет как фактор трансформации медиасферы Беларуси / А. А. Градюшко // Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. Педагогика. – 2017. – № 1. – С. 71–77.
50. Градюшко, А. А. Пресса регионов в медиапространстве Республики Беларусь: между «бумажным» прошлым и цифровым будущим / А. А. Градюшко // Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации : труды пятой юбилейной Международной научно-практической конференции. – Ростов н/Д : Издательство Российского государственного университета путей сообщения. – 2017. – Ч. 1. – С. 210–219.
51. Градюшко, А. А. Тенденции визуализации медиаконтента в интернет-СМИ Республики Беларусь / А. А. Градюшко // Визуальная коммуникация в социокультурной динамике: сборник статей II Международной научной конференции. – Казань : Издательство Казанского (Приволжского) федерального университета, 2016. – С. 315–319.
52. Гудков, Л. Д. Литература как социальный институт : статьи по социологии литературы / Л. Д. Гудков, Б. В. Дубин. – М. : Новое литературное обозрение, 1994. – 350 с.
53. Гудова, М. Ю. Чтение в эпоху постграмотности: культурологический анализ : дис. ... д-ра культурологии : 24.00.01 / Гудова Маргарита Юрьевна. – Екатеринбург, 2015. – 329 с.
54. Делез, Ж. Фуко / Ж. Делез ; пер. Е. В. Семиной. – М. : Издательство гуманитарной литературы, 1998. – 172 с.
55. Демина, И. Н. Синергетика и теория журналистики: аспекты исследования медиасистемы / И. Н. Демина, М. В. Шкондин // Вопросы теории и практики журналистики. – 2016. – № 5 (1). – С. 14–28.

56. Демьянков, В. З. Термин парадигма в «родном» и «чужом» ареалах / В. З. Демьянков // Парадигмы научного знания в современной лингвистике : сборник научных трудов / РАН, ИНИОН. Центр гуманитарных научно-информационных исследований. Отдел языкознания; Кубрякова Е. С., Лузина Л. Г. (отв. ред.) и др. – М., 2008. – С. 15–39.
57. Деррида, Ж. О грамматологии / Ж. Деррида ; пер. с фр. и вступ. ст. Н. С. Автономовой. – М. : Ad Marginem, 2000. – 512 с.
58. Дзялошинский, И. М. Коммуникационные стратегии социальных институтов в медиапространстве России : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.01.10 / Дзялошинский Иосиф Мордкович. – М., 2013.
59. Дизайн-центр «Россия сегодня» получил приз за Шерлока Холмса [Электронный ресурс] // РИА Новости. – 2018. – Режим доступа: <https://ria.ru/20180330/1517592711.html> (дата обращения: 10.05.2020).
60. Дмитровский, А. Л. Экзистенциальная теория журналистики: на пути к метатеории / А. Л. Дмитровский // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. – 2015. – № 5 (360). – С. 15–20.
61. Докука, С. В. Клиповое мышление как феномен информационного общества / С. В. Докука // Общественные науки и современность. – 2013. – № 2. – С. 169–176.
62. Досуговая журналистика в России : материалы межвузовской научно-практической конференции / под ред. Л. Р. Дускаевой. – СПб. : Астерион, 2009.
63. Дроздова, А. В. Визуальность как феномен современного медиаобщества / А. В. Дроздова // Дискуссия. – Екатеринбург, 2014. – № 10 (51). – С. 29–35. – Режим доступа: <https://www.journal-discussion.ru/ru/vypuski-zhurnala/vypusk-nomer-51-noyabr-2014/statya-1457> (дата обращения: 10.01.2021).
64. Дроздова, А. В. Специфика визуальных исследований в современном гуманитарном знании / А. В. Дроздова // Ярославский педагогический вестник. – 2015. – № 3. – С. 254–259.

65. Думанский, Д. В. Клип и клиповое мышление как феномены массовой культуры / Д. В. Думанский, Г. А. Мирчун // Культура и искусство: поиски и открытия: сборник научных статей / Кемеровский государственный университет культуры и искусств. – Кемерово : Кемеровский государственный университет культуры и искусств, 2015. – С. 349–355.
66. Дунас, Д. В. О целесообразности создания теории СМИ на современном этапе / Д. В. Дунас // Вопросы теории и практики журналистики. – 2017. – Т. 6. – № 1. – С. 30–40.
67. Дунас, Д. Проблема изучения журналистики в поле массовой коммуникации: взгляд зарубежных исследователей / Д. Дунас // Меди@льманах. – 2013. – № 1. – С. 6–15.
68. Ежова, Е. Н. Рекламная коммуникация как ресурс формирования экологического сознания / Е. Н. Ежова // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2020. – № 3 (37). – С. 28–34. – DOI: 10.24411/2070-0695-2020-10304.
69. Ермолаева, Ж. Е. Инфографика как способ визуализации учебной информации / Ж. Е. Ермолаева, О. В. Лапухова, И. Н. Герасимова // Концепт. – 2014. – № 11. – С. 26–30.
70. Журналистское образование в условиях конвергенции СМИ : монография / под ред. Л. П. Шестеркиной. – Челябинск: РЕКПОЛ, 2012. – 114 с.
71. Загидуллина, М. В. Грамматизация как философско-теоретический подход к изучению языка и речи электронных массмедиа / М. В. Загидуллина // Медиалингвистика. – 2018. – № 5 (3). – С. 273–286. – DOI: 10.21638/spbu22.2018.302.
72. Загидуллина, М. В. Медиаэстетика и эстетика журналистики: к вопросу о разграничении феноменов / М. В. Загидуллина // Медиа в современном мире. 58-е Петербургские чтения : сборник материалов Международного научного форума. В 2 т. ; отв. ред. В. В. Васильева. – СПб., 2019. – С. 150–151.

73. Загидуллина, М. В. Медиаэстетика пустых форм: материальная основа культурного номадизма в эпоху панмедиатизации / М. В. Загидуллина // *Przegląd Wschodnioeuropejski*. – 2018. – № IX/2. – Р. 289–303.
74. Загидуллина, М. В. Медиаэстетический компонент успешной рекламы / М. В. Загидуллина // *Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации*. – Ростов н/Д : РГУПС, 2018. – С. 47–54.
75. Загидуллина, М. В. Панмедиатизация: закат вербальной коммуникации / М. В. Загидуллина. – Челябинск : Издательство Челябинского государственного университета, 2019. – 225 с.
76. Загидуллина, М. В. Теория журналистики: к вопросу об индигенизации отечественных медиа-исследований / М. В. Загидуллина // *Знак: проблемное поле медиаобразования*. – 2015. – № 1 (15). – С. 64–73.
77. Залевская, А. А. Вопросы естественного семиозиса : монография / А. А. Залевская; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тверской государственный университет», Кафедра теории языка и перевода. – Тверь : Тверской государственный университет, 2018. – 160 с.
78. Засурский, И. И. Масс-медиа второй республики / И. И. Засурский. – М. : Издательство Московского университета, 1999. – 190 с.
79. Землянова, Л. М. Теоретические принципы сравнительного анализа медийных систем в трудах Даниела Халлина и Паоло Манчини, их адептов и оппонентов [Электронный ресурс] / Л. М. Землянова // *Медиаскоп*. – 2013. – № 3. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/1388> (дата обращения: 03.04.2021).
80. Земцова, Я. М. Визуальный поворот в культуре и становление нового образа социальной реальности / Я. М. Земцова, В. А. Храпова // *Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики*. – Тамбов: Грамота, 2014. – № 6 (44): в 2-х ч. Ч. II. – С. 175–177.

81. Золотова, Е. С. Инфографика как способ повышения эффективности деловых интернет-СМИ / Е. С. Золотова // Известия Уральского федерального университета. Серия Проблемы образования, науки и культуры. – 2015. – № 4 (144). – С. 27–32.
82. Золотухин, Д. С. Терминологическая триада “langue-langage-parole” Фердинанда де Соссюра в работах разной степени аутентичности / Д. С. Золотухин // Преподаватель: XXI век. – 2016. – № 3 (2). – С. 329–334.
83. Зюко, А. Г. Теория передачи сигналов / А. Г. Зюко, Д. Д. Кловский, М. В. Назаров, Л. М. Финк. – М. : Связь, 1980. – 288 с.
84. Иваницкий, В. Л. Гражданское общество и журналистика в России: две части одного национального проекта / В. Л. Иваницкий // Вопросы теории и практики журналистики. – 2014. – № 5. – С. 100–107.
85. Иваницкий, В. Л. Программа модернизации института российской журналистики [Электронный ресурс] / В. Л. Иваницкий // RELGA. – 2011. – № 11 (229). – Режим доступа: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=2947&level1=main&level2=articles> (дата обращения: 07.08.2019).
86. Иваницкий, В. Л. Трансформация журналистики России в условиях становления отрасли СМИ : специальность 10.01.10 «Журналистика» : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.01.10 / Иваницкий Валерий Людвигович. – М., 2011. – 465 с.
87. Иванов, Вяч. Вс. Очерки по предыстории и истории семиотики / Вяч. Вс. Иванов // Иванов, Вячеслав Всеволодович. Избранные труды по семиотике и истории культуры. – М. : Языки русской культуры, 1999. – Том 1. – С. 605–791.
88. Иванов, Вяч. Вс. Чет и нечет: Асимметрия мозга и знаковых систем / Вяч. Вс. Иванов. – М. : Советское радио, 1978. – 184 с.
89. Издательский дом «Аргументы и факты» [Электронный ресурс] // AIF.ru. – Режим доступа: <http://corp.aif.ru/page/4> (дата обращения: 10.06.2019).

90. Инишев, И. «Иконический поворот» в теориях культуры и общества / И. Инишев // Логос. – 2012. – № 1 (85). – С. 184–211.
91. Исаева, А. Н. «Клиповое мышление»: психологические дефициты и альтернативы (пространственный фокус) / А. Н. Исаева, С. А. Малахова // Мир психологии. – 2015. – № 4. – С. 177–191.
92. Ищенко, Е. Н. «Визуальный поворот» в современной культуре: опыты философской рефлексии / Е. Н. Ищенко // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Философия. – 2016. – № 2. – С. 16–27.
93. Ищенко, Е. Н. Философский анализ «визуального поворота» / Е. Н. Ищенко // Личность и Культура. – 2017. – № 1. – С. 57–64.
94. К. Маркс и будущее философии России : коллективная монография / С. В. Бусов, С. И. Дудник, К. Ю. Жирков [и др.] ; под ред. В. Г. Марахова. – СПб. : Издательство ВВМ, 2016. – 216 с.
95. Каган, М. С. Философская теория ценности. / М. С. Каган. – СПб. : Петрополис, 1997. – 205 с.
96. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов [и др.] ; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. – Екатеринбург : Гуманитарный университет, 2016. – 304 с.
97. Калинин, И. Тартуско-московская семиотическая школа: семиотическая модель культуры / культурная модель семиотики / И. Калинин // Новое литературное обозрение. – 2009. – Т. 98. – С. 27–56.
98. Капица, С. П. Синергетика и прогнозы будущего / С. П. Капица, С. П. Курдюмов, Г. Г. Малинецкий. – 3-е изд. – М. : Едиториал УРСС, 2003. – 288 с.
99. Катенева, И. Г. Визуализация как инструмент создания медиаобразовательных проектов в современных СМИ (на примере деятельности РИА «Новости») / И. Г. Катенева // Визуальная коммуникация в социокультурной динамике: сборник статей II Международной научной конференции. – Казань : Издательство Казанского (Приволжского) федерального университета, 2016. – С. 340–344.

100. Катенева, И. Г. Особенности функционирования инфографических рекламных проектов на страницах электронных изданий (на примере интернет-журнала «Сиб.ФМ») / И. Г. Катенева // Вопросы журналистики. – 2017. – № 2. – С. 48–59.
101. Качкаева, А. Г. Журналистика и конвергенция: Почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / А. Г. Качкаева, И. В. Кирия, К. Г. Коломеев [и др.] ; под ред. А. Г. Качкаевой. – М. : Аспект Пресс, 2010. – 200 с.
102. Кибрик, А. Е. Очерки по общим и прикладным вопросам языкознания (универсальное, типовое и специфичное в языке) / А. Е. Кибрик. – М. : Издательство Московского университета, 1992. – 336 с.
103. Кириллова, Н. Б. Инфоэстетика современной медиакультуры: к постановке проблемы / Н. Б. Кириллова // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. – 2020. – Т. 26. – № 1 (195). – С. 96–100.
104. Кириллова, Н. Б. Медиакультура как интегратор среды социальной модернизации : дис. ... д-ра культурологии : 24.00.01 / Кириллова Наталья Борисовна. – М., 2005. – 354 с.
105. Киршин, Б. Н. «ЧР»: формула свободы / Б. Н. Киршин. – Челябинск : Челябинский Дом печати, 2004. – 256 с.
106. Кнабе, Г. С. Знак. Истина. Круг : Ю. М. Лотман и проблема постмодерна / Г. С. Кнабе // Лотмановский сборник 1. – М., 1995. – С. 266–277.
107. Князева, В. А. Клиповое мышление как феномен / В. А. Князева, В. Э. Черник // Современная педагогика и психология: проблемы и перспективы. – 2018. – С. 11–13.
108. Князева, Е. Н. Основания синергетики. Режимы обострения, самоорганизация, темпомиры / Е. Н. Князева, С. П. Курдюмов. – СПб., 2002. – 414 с.
109. Колодий, В. В. Визуальность и её влияние на социальное познание: философско-методологическое обоснование / В. В. Колодий // Вестник

Томского государственного университета. Серия Философия. Социология. Политология. – 2011. – № 2 (14). – С. 90–96.

110. Колодий, В. В. Визуальность как феномен и ее влияние на социальное познание и социальные практики : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11/ Колодий Вячеслав Владимирович. – Томск, 2011. – 27 с.

111. Колодий, Н. А. Визуальный поворот и его влияние на социальное познание / Н. А. Колодий, В. В. Колодий // Известия ТПУ. Экономика, философия, социология и культурология. – 2010. – № 6. – С. 146–152.

112. Коломиец, Я. Ю. Концепция «Второй устности» У. Онга и ретрайбализация общества посредством социальных сетей в XXI веке. Часть 1. / Я. Ю. Коломиец // Вопросы теории и практики журналистики. – 2017. – № 6 (3). – С. 418–429.

113. Концевая, Г. М. Современная журналистская инфографика / Г. М. Концевая, М. П. Концевой // Ways of Solving Crisis Phenomena in Pedagogics, Psychology and Linguistics. Materials dige of the XXXI International Research and Practice Conference and the III age of the Championship in pedagogical and psychological sciences, the II age of the Championship in philological sciences. (London, August 31 – September 06, 2012). – Лондон: Международная академия науки и высшего образования, 2012. – С. 168–170.

114. Копылов, О. В. Особенности творческой деятельности журналиста в условиях медиаконвергенции : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Копылов Олег Владимирович. – Екатеринбург, 2013. – 19 с.

115. Корконосенко, С. Г. Журналистика / С. Г. Корконосенко // Медиалингвистика в терминах и понятиях : словарь-справочник / под ред. Л. Р. Дускаевой. – М. : Флинта, 2018. – С. 192–195.

116. Корконосенко, С. Г. Нормативные теории журналистики в России: ретроспективный взгляд / С. Г. Корконосенко // Вопросы теории и практики журналистики. – 2014. – № 5. – С. 12–25.

117. Корконосенко, С. Г. Российская гуманитарная наука в мировом пространстве (на примере теории журналистики) / С. Г. Корконосенко // Клио. – 2014. – № 4 (88). – С. 120–124.
118. Корконосенко, С. Г. Субстанциональный подход к пониманию современной журналистики / С. Г. Корконосенко // Современный дискурс-анализ. – 2018. – № 3–1 (20). – С. 9–15.
119. Корконосенко, С. Г. Теория журналистики в России: научные школы / С. Г. Корконосенко // Век информации. – 2016. – № 1. – С. 48–58.
120. Корконосенко, С. Г. Теория журналистики. Моделирование и применение : учеб. пособие / С. Г. Корконосенко. – М. : Логос, 2015. – 248 с.
121. Корнев, М. С. «Новые медиа» и «гуманитарное»: пересечение терминов и понятий [Электронный ресурс] / М. С. Корнев // Новые медиа в гуманитарном образовании : электронный сборник статей к научно-практической конференции / под ред. М. С. Корнева. – М., 2013. – С. 4–6. – Режим доступа: <https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/folder/0vajv3skvw/direct/118076276.pdf> (дата обращения: 11.11.2020).
122. Костиков, В. Правда должна быть с зубами. Как «Аргументы и факты» дожили до 40 лет [Электронный ресурс] / В. Костиков // AIF.ru. – 2018. – № 17. – Режим доступа: https://aif.ru/society/opinion/pravda_dolzha_byt_s_zubami_kak_argumenty_i_fakty_dozhili_do_40 лет (дата обращения: 10.06.2019).
123. Крышталева, М. К. Визуальный опыт человека в современной культуре / М. К. Крышталева // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). – 2014. – № 2 (31). – С. 165–168.
124. Кубрякова, Е. С. Краткий словарь когнитивных терминов / Е. С. Кубрякова ; под ред. В. З. Демьянкова. – М. : Филологический факультет МГУ им. М. В. Ломоносова, 1997. – 245 с.

125. Кузнецова, Е. Ю. Геоинфографика как средство обучения географии / Е. Ю. Кузнецова // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2017. – № 1 (23). – С. 93–97.
126. Кунаева, Л. И. Новые медиа как реализация информационно-коммуникационных технологий в сети Интернет / Л. И. Кунаева, А. М. Кузовлев, Р. Ю. Чигирев, А. В. Волков // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2013. – № 3. – С. 177–180.
127. Куртов, М. Генезис графического пользовательского интерфейса: к теологии кода / М. Куртов. – М. : Translit, 2014. – 88 с.
128. Лайкова, Я. В. Инфографика в российских СМИ: периодизация и тренды развития [Электронный ресурс] / Я. В. Лайкова // Медиаскоп. – 2015. – Вып. 2. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/1712> (дата обращения: 12.12.2020).
129. Лайкова, Я. В. Медиаинфографика как формат медиатекста в российских онлайн-СМИ : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Лайкова Яна Владимировна. – М., 2016. – 211 с.
130. Лаптев, В. В. Изобразительная статистика: введение в инфографику / В. В. Лаптев. – СПб. : Эйдос, 2012. – 180 с.
131. Лаптев, В. В. Инфографика: основные понятия и определения / В. В. Лаптев // Общество. Коммуникация. Образование. – 2013. – № 184. – С. 180–187.
132. Лаптев, В. В. Проектно-художественная эволюция русской инфографики (XIX–XX вв.): зарождение, становление, развитие : дис. ... д-ра искусствоведения : 17.00.06 / Лаптев Владимир Владимирович. – СПб., 2018. – 369 с.
133. Латур, Б. Пересборка социального: введение в акторно-сетевую теорию / Б. Латур ; пер. с англ. И. Полонской; под ред. С. Гавриленко; Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». – М. : Издательский дом Высшей школы экономики, 2014. – 384 с.

134. Лозовский, Б. Н. Манипулятивные технологии влияния на средства массовой информации : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.01.10 / Лозовский Борис Николаевич. – Екатеринбург, 2011. – 44 с.
135. Лозовский, Б. Н. Профессиональная культура журналиста: в поисках места этике / Б. Н. Лозовский // Известия Уральского федерального университета. Серия «Проблемы образования, науки и культуры». – 2015. – № 2. – С. 7–13.
136. Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история / Ю. М. Лотман. – М. : Языки русской культуры, 1996. – 464 с.
137. Лотман, Ю. М. Альтернативный вариант: бесписьменная культура или культура до культуры? / Ю. М. Лотман // Семиосфера. – СПб. : Искусство-СПб., 2000. – С. 363–371.
138. Лотман, Ю. М. Избранные статьи в трех томах : Том 1. Статьи по семиотике и топологии культуры / Ю. М. Лотман. – Таллин : Александра, 1992. – 489 с.
139. Лотман, Ю. М. Культура и взрыв / Ю. М. Лотман. – М. : Гнозис ; Издательская группа «Прогресс», 1992. – 272 с.
140. Лотман, Ю. М. О семиосфере / Ю. М. Лотман // Избранные статьи в трех томах : Том 1. Статьи по семиотике и топологии культуры. – Таллин : Александра, 1992. – С. 11–24.
141. Луговая, Ю. А. Семиотика медийного текста в культурфилософском измерении : дис. ... канд. философ. наук : 09.00.13 / Луговая Юлия Александровна. – М., 2013 – 148 с.
142. Маклюэн, Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Г. М. Маклюэн ; пер. с англ. В. Николаева; закл. ст. М. Вавилова. – М. ; Жуковский : КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2003. – 464 с.
143. Маклюэн, М. Галактика Гутенберга : Сотворение человека печатной культуры / М. Маклюэн. – Киев : Ника-Центр ; Эльга ; Издательский дом Дмитрия Бураго, 2004. – 432 с.

144. Малиновский, Б. Научная теория культуры / Б. Малиновский. – М. : ОГИ, 2005. – 184 с.
145. Малиновский, Б. Проблема значения в примитивных языках / Б. Малиновский ; пер. с англ. В. Н. Поруса // Эпистемология и философия науки. – 2005. – Т. 5. – № 3. – С. 199–233.
146. Манович, Л. Язык новых медиа / Л. Манович. – М. : Ад Маргинем Пресс, 2018. – 400 с.
147. Мансурова, В. Д. «Личностное знание» журналиста в проекции рациональной субъективности / В. Д. Мансурова // Вестник Томского государственного университета. Серия «Филология». – 2014. – № 5. – С. 153–161.
148. Мансурова, В. Д. Журналистская картина мира как фактор социальной детерминации : монография / В. Д. Мансурова. – Барнаул : Издательство Алтайского государственного университета, 2002. – 237 с.
149. Маркова, О. А. Выставка «Инфографика в России. От житийных икон до эпохи постмодерна». История инфографики в России / О. А. Маркова // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА. – № 3. – 2016. – С. 375–382.
150. Махлина, С. Семиотика культуры и искусства : словарь-справочник в двух книгах / С. Махлина. – СПб. : Композитор, 2003. – 338 с.
151. Медведева, А. Р. Машины интерфейса объяснительной журналистики (на примере сайтов интернет-изданий «Медуза» и «Vox») / А. Р. Медведева // Вопросы журналистики. – 2020. – № 8. – С. 71–86.
152. Медиасистема России : учебник для студентов вузов / Е. Л. Вартанова, А. В. Вырковский, Т. Э. Гринберг [и др.] ; ред. Вартанова Е. Л. – М. : Аспект Пресс, 2021. – 424 с.
153. Мелетинский, Е. М. Культурный герой / Е. М. Мелетинский // Мифы народов мира: в 2 т. – Т. 2. – М. : Советская Энциклопедия, 1982. – С. 25–28.
154. Мечковская, Н. Б. Семиотика. Язык, природа, культура / Н. Б. Мечковская. – 2-е изд., испр. – М. : Академия, 2007. – 432 с.

155. Мультимедийная журналистика: учебник для вузов / А. Г. Качкаева, С. А. Шомова, А. А. Мирошниченко [и др.] ; под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой. – М. : Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. – 413 с.
156. Мурунова, Е. В. Теоретико-методологические подходы к изучению визуального в социологии / Е. В. Мурунова // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2014. – № 5 (133). – С. 20–24
157. Невская, П. В. Портрет в пространстве семиотики : вербальное и невербальное : дис. ... д-ра искусствоведения : 17.00.09 / Невская Полина Вячеславовна. – Саратов, 2013. – 430 с.
158. Некляев, С. Э. Инфографика: принципы визуальной журналистики / С. Э. Некляев // Вестник Московского университета. Сер. 10. «Журналистика». – 2010. – № 4. – С. 53–66.
159. Нестеров, А. Ю. Онтологические границы семиозиса в процедурах коммуникации, познания и понимания : дис. ... д-ра филос. наук : 09.00.01 / Нестеров Александр Юрьевич. – Самара, 2010. – 284 с.
160. Нефедьева, К. В. Инфографика – визуализация данных в аналитической деятельности / К. В. Нефедьева // Труды СПб.ского государственного университета культуры и искусств. – 2013. – Т. 197. – С. 89–93.
161. Никонова, С. Б. Эстетизация как парадигма современности : философско-эстетический анализ трансформационных процессов в современной культуре : дис. ... д-ра филос. наук : 09.00.04 / Никонова Светлана Борисовна. – СПб., 2013. – 417 с.
162. Никулова, Г. А. Средства визуальной коммуникации – инфографика и метадилайн / Г. А. Никулова, А. В. Подобных // Образовательные технологии и общество. – 2010. – Т. 13. – № 2. – С. 369–387.
163. Новые медиа в гуманитарном образовании : электронный сборник статей к научно-практической конференции / под ред. М. С. Корнева [Электронный ресурс]. – М., 2013. – 223 с. – Режим доступа:

https://www.academia.edu/34754466/Сборник_статей_НОВЫЕ_МЕДИА_В_ГУМАНИТАРНОМ_ОБРАЗОВАНИИ (дата обращения: 18.10.2020).

164. Носовец, С. Г. Новые медиа: к определению понятия / С. Г. Носовец // Коммуникативные исследования. – 2016. – № 4 (10). – С. 39–47.
165. Олешко, В. Ф. Особенности профессиональной культуры журналиста цифровой эпохи / В. Ф. Олешко, Е. В. Олешко // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2019. – № 2 (32). – С. 134–141.
166. Олешко, В. Ф. Психология журналистики: учебник и практикум / В. Ф. Олешко. – М. : Юрайт, 2017. – 351 с.
167. Олешко, В. Ф. Социальная журналистика: какой она должна быть в информационную эпоху? / В. Ф. Олешко // Вестник Челябинского государственного университета. – 2012. – № 5. – С. 113–117.
168. Олизько, Н. С. Семиотико-синергетическая интерпретация особенностей реализации категорий интертекстуальности и интердискурсивности в постмодернистском художественном дискурсе : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 / Олизько Наталья Сергеевна. – Челябинск, 2009. – 343 с.
169. Остриков, С. В. Проектно-художественное моделирование инфографики : теоретические основы и принципы : дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.06 / Остриков Сергей Викторович. – М., 2014. – 227 с.
170. Остриков, С. В. Теоретические основы и принципы инфографического дизайна : монография / С. В. Остриков ; Министерство образования и науки Российской Федерации. – М. : Московская государственная художественно-промышленная академия им. С. Г. Строганова, 2014. – 205 с.
171. От теории журналистики к теории медиа. Динамика медиаисследований в современной России : колл. моногр. / под ред. Е. Л. Вартановой. – М. : Издательский Дом МГУ ; Факультет журналистики МГУ, 2019. – 208 с.
172. Отечественная теория медиа: основные понятия : словарь / под ред. Е. Л. Вартановой. – М. : Факультет журналистики МГУ ; Издательство Московского университета, 2019. – 246 с.

173. Панов, С. В. Письмо, семиозис и дискурс / С. В. Панов. – М. : Издательство Спутник+, 2010. – 106 с.
174. Пастухов, А. Г. О границах медиа: новые медиа и новая медийная культура / А. Г. Пастухов // Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. – 2015. – № 1. – С. 182–188.
175. Первый номер газеты «Аргументы и факты» вышел ровно 40 лет назад [Электронный ресурс] // AIF.ru. – 2018. – Режим доступа: http://www.aif.ru/society/media/pervyy_nomer_gazety_argumenty_i_fakty_vyshel_rovno_40_let_nazad#id=13426716 (дата обращения: 10.06.2019).
176. Пирс, Ч. С. Избранные философские произведения / Ч. С. Пирс ; пер. с англ. К. Голубович, К. Чухрукидзе, Т. Дмитриева. – М. : Логос, 2000. – 448 с.
177. Поселягин, Н. В. Формирование российского структурализма (1956–1964) и рецепция идей тартуско-московской семиотической школы в 1990–2000-е годы : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.01 ; 10.01.08 / Поселягин Николай Владимирович. – М., 2010. – 24 с.
178. Пронина, Е. Е. Профессиональная идентичность журналиста в условиях трансформации СМИ / Е. Е. Пронина // Вестник Московского университета. Серия «Журналистика». – 2016. – № 1. – С. 46–74.
179. Проект дизайн-центра МИА «Россия сегодня» взял «золото» в Нью-Йорке [Электронный ресурс] // РИА Новости. – 2018. – Режим доступа: <https://ria.ru/20181206/1547547135.html> (дата обращения: 15.05.2020).
180. Прохоров, Е. П. Введение в теорию журналистики : учебник / Е. П. Прохоров. – 8-е изд., испр. – М. : Аспект Пресс, 2011. – 351 с.
181. Прохоров, Е. П. Журналистика и демократия : учеб. пособие / Е. П. Прохоров. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 352 с.
182. Прохоров, Е. П. Идеи синергетики и методология журналистики / Е. П. Прохоров // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. – 2009. – № 2. – С. 13–30.

183. Распопова, С. С. Журналист в условиях современной общественной практики: выбор профессионально-этических ориентиров / С. С. Распопова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2015. – № 5. – С. 394–400.
184. Рогалева, О. С. Новые медиа: эволюция понятия (аналитический обзор) / О. С. Рогалева, Т. В. Шкайдерова // Вестник Омского университета. – 2015. – № 1 (75). – С. 222–225.
185. Розенфельд, Ю. Вс. «Молчаливый» обитатель правой части мозга: Особенности правополушарной специализации психических функций / Ю. Вс. Розенфельд // Текст и культура. Труды по знаковым системам. – Тарту, 1983. – С. 99–105.
186. Ромашина, Е. Ю. Клиповое мышление: интеллектуальная катастрофа, механизм адаптации или новые возможности? / Е. Ю. Ромашина // Известия Российской академии образования. – 2014. – № 1. – С. 110–119.
187. Руднев, В. Энциклопедический словарь культуры XX века. Ключевые понятия и тексты / В. Руднев. – 3-е изд., доп. и испр. – М. : Аграф, 2009. – 543 с.
188. Рябинина, В. Е. Интерактивная инфографика, как способ социокультурной коммуникации в современном обществе / В. Е. Рябинина // В мире научных открытий. – 2013. – № 11.6 (47). – С. 288–294.
189. Савчук, В. В. Медиафилософия. Приступ реальности / В. В. Савчук. – СПб. : Издательство РХГА, 2012. – 350 с.
190. Савчук, В. В. Что такое повороты в философии? [Электронный ресурс] / В. В. Савчук // «РУССКАЯ МЫСЛЬ»: Историко-методологический семинар в РХГА. – СПб., 2012. – Режим доступа: <https://rhga.ru/science/conferences/rusm/stenogramms/savchuk.php> (дата обращения: 16.02.2021).
191. Сальный, Р. В. Методы преодоления «клипового мышления» школьников / Р. В. Сальный // Школьные технологии. – 2015. – № 2. – С. 94–100.

192. Санников, С. В. Семиозис власти в семантическом типе культуры: мифы, чудовища (интер)тексты : монография / С. В. Санников. – М. : Буки Веди, 2016. – 220 с.
193. Свитич, Л. Г. Авторская деятельность журналистов в контексте реализации миссии журналистики / Л. Г. Свитич, О. В. Смирнова, М. В. Шкондин // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. – 2019. – Т. 2. – № 2. – С. 198–207.
194. Свитич, Л. Г. Журнализм в системе глобальных информационно-креативных процессов : дис. ... д-ра филол. наук / Свитич Луиза Григорьевна. – М., 2002. – 84 с.
195. Свитич, Л. Г. Журналистика в контексте современных научных парадигм : учеб. пособие / Л. Г. Свитич. – М. : Факультет журналистики МГУ, 2012. – 230 с.
196. Свитич, Л. Г. Изменение журналистской профессии в процессах медиаконвергенции / Л. Г. Свитич // Вестник Челябинского государственного университета. – 2015. – № 5 (360). – Филология. Искусствоведение. – Вып. 94. – С. 406–414.
197. Свитич, Л. Г. Изучение журналистики в контексте общенаучных парадигм / Л. Г. Свитич // Вопросы теории и практики журналистики. – 2016. – № 5 (4). – С. 546–561.
198. Свитич, Л. Г. Синергетика и журналистика / Л. Г. Свитич. – Текст : непосредственный // Журналистика в 1998 году. – М. : Факультет журналистики МГУ, 1999. – Ч. IV. – С. 3–4.
199. Свитич, Л. Г. Смена научной парадигмы и журнализм / Л. Г. Свитич // Средства массовой информации в современном мире : материалы Международной научно-практической конференции. – СПб. : Издательство Санкт-Петербургского университета, 1998. – С. 10–17.
200. Свитич, Л. Г. Феномен журнализма / Л. Г. Свитич. – М. : Икар, 2000. – 252 с.

201. Семеновских, Т. В. Феномен «клипового мышления» в образовательной вузовской среде [Электронный ресурс] / Т. В. Семеновских // Интернет-журнал «Наукоеведение». – 2014. – № 5 (24). – Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/105PVN514.pdf> (дата обращения: 15.08.2020).
202. Семиозис и культура: интеллектуальные практики : монография / науч. ред. И. Е. Фадеева, В. А. Сулимов. – Сыктывкар : Коми педагогический институт, 2013. – 393 с.
203. Сиберт, Ф. Четыре теории прессы / Ф. Сиберт, У. Шрамм, Т. Питерсон. – М. : Вагриус, 1998. – 224 с.
204. Сидоров, В. А. Аксиология журналистики / В. А. Сидоров. – СПб. : Петрополис, 2016. – 204 с.
205. Сидоров, В. А. Детерминанты институализации журналистики в пространстве культуры медиа в современном мире / В. А. Сидоров // 59-е Петербургские чтения : сборник материалов международного научного форума. Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета. – СПб. : Издательство Санкт-Петербургского государственного университета, 2020. – С. 86–87.
206. Сидоров, В. А. Ценностная поляризация медиасферы России: тенденции и признаки / В. А. Сидоров, К. Р. Нигматуллина // Zeitschrift fur Slavische Philologie. – 2016. – Т. 72. – № 2. – С. 413–447.
207. Симакова, С. И. Визуальный поворот в массовых коммуникациях : коллективная монография / С. И. Симакова, С. С. Распопова, Е. В. Выровцева ; под ред. С. И. Симаковой. – Челябинск : Издательство Челябинского государственного университета, 2017. – 112 с.
208. Симакова, С. И. Инфографика как особый тип визуального медиаконтента // Судьба печатной прессы в эпоху Интернета : коллектив. моногр. / под ред. М. В. Загидуллиной, С. И. Симаковой. – Челябинск : Издательство Челябинского государственного университета, 2018. – С. 84–87.
209. Симакова, С. И. Инфографика как средство визуализации экономической информации в СМИ / С. И. Симакова // Вестник Челябинского

- государственного университета. Филология. Искусствоведение. – Вып. 92. – 2014. – № 23 (352). – С. 77–82.
210. Симакова, С. И. Семиотический подход к визуальным коммуникациям / С. И. Симакова // Известия Уральского федерального университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры. – Екатеринбург, 2020. – № 3 (199). – Том 26. – С. 96–104. – DOI: 10.15826/izv1.2020.26.3.052.
211. Сироткин, Н. С. Поэзия русского и немецкого авангарда с точки зрения семиотики Ч. С. Пирса : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Сироткин Никита Сергеевич. – Екатеринбург, 2003. – 19 с.
212. Смикиклас, М. Инфографика: коммуникация и влияние при помощи изображений / М. Смикиклас ; пер. с англ. А. Литвинова – СПб. : Питер, 2014. – 152 с.
213. Смирнова, Е. А. Инфографика в системе журналистских жанров / Е. А. Смирнова // Вестник ВГУ. – Сер. 8: Литературоведение. Журналистика. – 2012. – Вып. 11. – С. 92–95.
214. Соссюр, Ф. де. Курс общей лингвистики / Ф. де Соссюр ; редакция Ш. Балли и А. Сеше ; пер. с франц. А. Сухотина ; под общ. ред. М. Э. Рут. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 1999. – 432 с.
215. Спецпроект «России сегодня» отмечен дипломом The Native Advertising Awards [Электронный ресурс] // РИА Новости. – 2018. – Режим доступа: <https://ria.ru/20181108/1532342904.html> (дата обращения: 10.05.2020).
216. Степанова, Н. И. Коды культуры: семиотический и культурологический аспекты / Н. И. Степанова // Идеи и идеалы. – 2012. – № 1 (11). – Т. 2. – С. 130–136.
217. Стинс, О. Новые медиа / О. Стинс, Д. Ван Фухт // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 8: Литературоведение. Журналистика. – 2008. – № 7. – С. 98–106.
218. Судьба печатной прессы в эпоху Интернета : коллектив. моногр. / М. В. Загидуллина, С. И. Симакова, Л. Г. Александров [и др.] / под ред.

- М. В. Загидуллиной, С. И. Симаковой. – Челябинск : Издательство Челябинского государственного университета, 2018. – 181 с.
219. Теории журналистики в России: зарождение и развитие / под ред. С. Г. Корконосенко. – СПб. : Санкт-Петербургский государственный университет, 2014. – 272 с.
220. Теория журналистики в России : коллективная монография / под ред. С. Г. Корконосенко. – СПб. : Алетейя, 2018. – 254 с.
221. Топчий, И. В. Медийный SMM: соединение визуального и эмоционального / И. В. Топчий // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2018. – № 3 (29). – С. 145–153.
222. Тулупов, В. В. Творческие процессы в журналистике и новые медиа / В. В. Тулупов // Век информации. – 2018. – Т. 2. – № 2. – С. 247–248.
223. Тулупов, В. В. Дизайн и реклама в системе маркетинга российской газеты / В. В. Тулупов. – Воронеж, 2000. – 336 с.
224. Упоров, Г. А. Эргономика и полиморфизм географических моделей / Г. А. Упоров // География и природные ресурсы. – 2006. – № 3. – С. 25–29.
225. Успенский, Б. А. К проблеме генезиса тартуско-московской семиотической школы / Б. А. Успенский // Ю. М. Лотман и тартуско-московская семиотическая школа. – М. : Гнозис, 1994. – С. 265–278.
226. Учёнова, В. В. Три грани теории журналистики. Гносеологические проблемы публицистики. Публицистика и политика. У истоков публицистики / В. В. Учёнова. – М. : Аспект Пресс, 2009. – 561 с.
227. Фадеева, И. Е. Семиозис : субъективная антропология символической реальности : монография / И. Е. Фадеева, В. А. Сулимов. – СПб. : Астерион, 2013. – 251 с.
228. Фадеева, И. Е. Эстетический код культуры: к постановке проблемы / И. Е. Фадеева // Человек. Культура. Образование. – 2017. – № 1 (23). – С. 138–150.

229. Фатеева, И. А. О типологических доминантах средств массовой информации и об опыте создания их нелинейной типологии / И. А. Фатеева // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2010. – № 2 (6). – С. 91–95.
230. Федоров, А. В. Умберто Эко и семиотическая теория медиаобразования / А. В. Федоров // Инновации в образовании. – 2010. – № 5. – С. 56–61.
231. Федорова, Е. И. Инфографика как метод визуализации данных / Е. И. Федорова // Организационная коммуникация: материалы международной научно-практической конференции, 23–24 апр. 2014 г., Минск / отв. ред. О. В. Терещенко [и др.]. – Минск : Издательский центр БГУ, 2014. – С. 145–149.
232. Федорова, С. В. Визуализация как ведущая тенденция развития СМИ / С. В. Федорова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2014. – № 7–2 (37). – С. 189–191.
233. Хайдеггер, М. Время картины мира / М. Хайдеггер // Хайдеггер М. Время и бытие: статьи и выступления (пер. с нем.; комм. В. В. Биbihина; серия «Мыслители XX в.»). – М. : Республика, 1993. – С. 41–63.
234. Халина, Н. В. Терминологическое сопровождение «визуального поворота» в современной культуре познания / Н. В. Халина, Л. М. Комиссарова, Т. Н. Внучкова // Филология и человек. – 2018. – № 3. – С. 185–196.
235. Хестанов, Р. Креативные индустрии – модели развития / Р. Хестанов // Социологическое обозрение. – 2018. – Т. 17. – № 3. – С. 173–196.
236. Чевозерова, Г. В. Основы теории журналистики : учеб. пособие / Г. В. Чевозерова. – Тольятти : Издательство Тольяттинского государственного университета, 2011. – Ч. 1 : Метажурналистика. – 141 с.
237. Черняк, Л. Инфографика: от истоков к современности / Л. Черняк // Открытые системы. СУБД. – 2013. – № 5. – С. 52–55.
238. Шакиров, А. И. Трансформация журналистики в условиях «визуального поворота» / А. И. Шакиров, Г. Р. Сафиуллина // Вестник Челябинского государственного университета. – 2015. – № 5 (360). – С. 425–431.

239. Швед, О. В. Инфографика как средство визуальной коммуникации / О. В. Швед // *Science and Education a New Dimension: Philology*. – 2013. – № I (3). – Issue 13. – P. 189–194.
240. Шевченко, В. Э. Визуальные коммуникации: тенденции форм и технологий передачи информации / В. Э. Шевченко // *Вестник Челябинского государственного университета*. – 2015. – № 5 (360). – С. 189–195.
241. Шевченко, В. Э. Визуальный контент как тенденция современной журналистики [Электронный ресурс] // *Медиаскоп*. – 2014. – № 4. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/1654> (дата обращения: 12.04.2021).
242. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01 / Шейгал Елена Иосифовна ; Волгоградский государственный университет. – Волгоград, 2000. – 431 с.
243. Шкондин, М. В. Журналистика как интеллектуальная система: аспекты целостности / М. В. Шкондин // *Известия Иркутской государственной экономической академии*. – 2016. – Т. 26. – № 2. – С. 175–182.
244. Шкондин, М. В. Миссия журналистики: системные аспекты / М. В. Шкондин // *Вопросы теории и практики журналистики*. – 2013. – № 1. – С. 37–48.
245. Шумакова, Е. А. Эстетика визуального контента сообщества «Лентач» / Е. А. Шумакова // *Медиасреда*. – 2018. – № 2. – С. 153–159.
246. Эко, У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У. Эко ; пер. с итал. В. Г. Резник, А. Г. Погоняйло. – СПб. : Симпозиум, 2006. – 544 с.
247. Эстетика журналистики / А. И. Беленький, М. А. Бережная, Е. А. Каверина [и др.] ; под общей ред. М. А. Бережной. – СПб. : Алетейя, 2018. – 252 с.
248. Юферева, А. С. Специфические особенности использования визуальных компонентов в PR-тексте / А. С. Юферева, Д. И. Баклагина // *Знак: проблемное поле медиаобразования*. – 2018. – № 3 (29). – С. 233–238.

249. Якобсон, Р. О. В поисках сущности языка / Р. О. Якобсон ; пер. с англ. В. А. Виноградова, А. Н. Жиринского // Семиотика. – М. : Радуга, 1983. – С. 102–117.
250. Якобсон, Р. О. Избранные работы / Р. О. Якобсон. – М. : Прогресс, 1985. – 460 с.
251. Якобсон, Р. О. О лингвистических аспектах перевода / Р. О. Якобсон // Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике. – М., 1978. – С. 16–24.
252. Якобсон, Р. О. Язык в отношении к другим системам коммуникации / Р. О. Якобсон // Избранные работы. – М., 1985. – С. 319–330.
253. Acland, C. R. Harold Innis in the new century: Reflections and refractions / C. R. Acland, W. J. Buxton. – Kingstone ; Montreal : McGill-Queen's Press-MQUP, 1999. – 456 p.
254. Adobe Illustrator [Электронный ресурс] // Adobe. – Режим доступа: <https://www.adobe.com/ru/products/illustrator/infographic-design.html> (дата обращения: 10.01.2021).
255. Albers, M. J. Infographics and communicating complex information / M. J. Albers // Design, User Experience, and Usability: Users and Interactions. – Vol. 9187. – 2015. – P. 267–276. – DOI: 10.1007/978-3-319-20898-5_26.
256. Albers, M. J. Infographics: Horrid chartjunk or Quality communication / M. J. Albers // 2014 IEEE International Conference on Professional Communication (IPCC). Pittsburg, PA, 13-15 October 2014. – P. 1–4. – DOI: 10.1109/IPCC.2014.7020344.
257. Alcívar, M. Information visualisation as a resource for popularising the technical- biomedical aspects of the last Ebola virus epidemic: The case of the Spanish reference press / M. Alcívar // Public Understanding of Science. – 2018. – V. 27. – № 3. – P. 365–381. – DOI: 10.1177/096366251770204.
258. Alrwele, N. S. Effects of Infographics on Student Achievement and Students' Perceptions of the Impacts of Infographics / N. S. Alrwele // Journal of Education and Human Development. – 2017. – V. 6. – № 3. – P. 104–117. – DOI: 10.15640/jehd.v6n3a12.

259. Alsina, M. R. Socio-Semiotics as a journalism research method / M. R. Alsina // Brazilian Journalism Research. – 2008. – Volume 4. – № 1. – Semester 1. – P. 28–43.
260. Amit-Danhi, E. R. Digital political infographics: A rhetorical palette of an emergent genre / E. R. Amit-Danhi, L. Shifman // New Media & Society. – 2018 – № 20 (10). – P. 3540–3559. – DOI: 10.1177/1461444817750565.
261. Arnkil, H. Colours in the visual world / H. Arnkil. – Helsinki : Aalto, 2013. – 294 p.
262. Artacho-Ramirez, M. A. Influence of the mode of graphical representation on the perception of product aesthetic and emotional features: An exploratory study / M. A. Artacho-Ramirez, J. A. Diego-Mas, J. Alcaide-Marzal // International Journal of Industrial Ergonomics. – 2008. – № 38 (11–12). – P. 942–952. – DOI: 10.1016/j.ergon.2008.02.020.
263. Assmann, J. Collective Memory and Cultural Identity / J. Assmann, J. Czaplicka // New German Critique. – № 65, Cultural History/Cultural Studies (Spring-Summer, 1995). – P. 125–133 (transl. John Czaplicka). – DOI: 10.2307/488538.
264. Balch, T. A. Infographics for Everyone [Электронный ресурс] / T. A. Balch // Presentation at the West Virginia Library Association Annual Spring Fling. – Flatwoods, WV, April 9, 2015. – Режим доступа: https://mds.marshall.edu/lib_faculty/43/ (дата обращения: 21.11.2020).
265. Bauer, M. Diagrammatik. Einführung in ein kultur – und medienwissenschaftliches Forschungsfeld / M. Bauer, C. Ernst. — Bielefeld : Transcript, 2010. – 372 p. – DOI: 10.14361/9783839412978.
266. Beegel, J. Infographics for Dummies / J. Beegel. – Wiley, Hoboken NJ, 2014. – 320 p.
267. Boczkowski, P. J. Digitizing the News. Innovation in Online Newspapers / P. J. Boczkowski. – Cambridge, MA : MIT Press, 2004. – 360 p.
268. Boehm, G. Was ist ein Bild? / G. Boehm. – 4th ed. – München, Germany : Fink, 1994. – 459 p.

269. Böhme, G. Ästhetischer Kapitalismus / G. Böhme. – Berlin : Suhrkamp Verlag, 2016. – 160 p.
270. Böhme, G. Atmosphere as the fundamental concept of a new aesthetics / G. Böhme // Thesis Eleven. – 1993. – № 36 (1). – P. 113–126.
271. Bolter, J. D. Remediation. Understanding New Media / J. D. Bolter, R. Grusin. – Cambridge, MA : The MIT Press, 1999. – 312 p.
272. Bredekamp, H. Das technische Bild. Kompendium zu einer Stilgeschichte wissenschaftlicher Bilder / H. Bredekamp, B. Schneider, V. Dünkel (hg.). – Berlin : Akademie Verlag, 2008. – 232 p. – DOI: 10.1524/9783050062198.
273. Brooks, K. More “Seriously Visible” Reading: McCloud, McLuhan, and the Visual Language of e-Medium Is the Massage / K. Brooks // College Composition and Communication. – 2009. – № 61 (1). – P. 180.
274. Bucher, J. From the Visual Turn to Turned Up Visuality: Modes of Interaction in the Digitalized Era and Ways to Utilize Them / J. Bucher, A. Weller // Imagination, Creativity, and Responsible Management in the Fourth Industrial Revolution. – Berlin, 2019. – P. 80–100. – DOI: 10.4018/978-1-5225-9188-7.ch003.
275. Cairo, A. El arte funcional. Infografia y visualización de información / A. Cairo. – Madrid : Alamut, 2011. – 256 p.
276. Cairo, A. Infografia 2.0: Visualización interactiva de información en prensa / A. Cairo. – Madrid : Alamut, 2008. – 128 p.
277. Cairo, A. Nerd journalism: How data and digital technology transformed news graphic : thesis doctoral [Электронный ресурс] / A. Cairo. – Barcelona : Universitat Oberta de Catalunya, 2017. – 272 p. – Режим доступа: <http://hdl.handle.net/10609/66768> (дата обращения: 13.01.2020).
278. Cairo, A. The Functional Art: an introduction to information graphics and visualization / A. Cairo. – Berkeley : New Riders, 2013. – 319 p.
279. Castells, M. The Rise of the Network Society / M. Castells. – Cambridge, MA ; Oxford, UK : Blackwell, 1996. – 656 p.
280. Chun, W. H. K. New media, old media: A history and theory reader / W. H. K. Chun, T. Keenan (eds). – 2nd ed. – New York : Routledge, 2015. – 432 p.

281. Cobley, P. The Routledge Companion to Semiotics and Linguistics / P. Cobley. – London and New York : Routledge, 2001. – 352 p.
282. Costera, M. I. The Public Quality of Popular Journalism: Developing a Normative Framework' / M. I. Costera // Journalism Studies. – 2001. – № 2 (2). – P. 189–205.
283. Couldry, N. Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling / N. Couldry // New media & society. – 2008. – № 10 (3). – P. 373–391.
284. Couldry, N. The Mediated Construction of Reality / N. Couldry, A. Hepp. – Cambridge, Malden : Polity Press, 2017. – 256 p.
285. Crane, B. E. Infographics: A practical guide for librarians / B. E. Crane. – Rowman & Littlefield, 2015. – Т. 20. – 206 p.
286. Critical terms for media studies / W. J. T. Mitchell, M. B. N. Hansen (eds). – Chicago : Chicago University Press, 2010. – 376 p.
287. Damyanov, I. The Role of Infographics for the Development of Skills for Cognitive Modeling in Education [Электронный ресурс] / I. Damyanov, N. Tsankov // International Journal of Emerging Technologies in Learning. – V. 13. – № 1. – P. 82–92. – Режим доступа: <http://online-journals.org/index.php/i-jet/article/view/7541> (дата обращения: 13.01.2020).
288. Deacon, D. Mediatization: Key concept or conceptual bandwagon? / D. Deacon, J. Stanyer // Media, Culture and Society. – 2014. – № 36 (7). – P. 1032–1044. – DOI: 10.1177/0163443714542218.
289. Deuze, M. Beyond Journalism / M. Deuze, T. Witschge. – Cambridge : Polity, 2020. – 160 p.
290. Deuze, M. Beyond Journalism: Theorizing the Transformation of Journalism / M. Deuze, T. Witschge // Journalism. – 2018. – № 19 (2). – P. 165–181.
291. Deuze, M. What is journalism? : Professional identity and ideology of journalists reconsidered / M. Deuze // Journalism. – 2005. – № 6 (4). – P. 442–464. – DOI: 10.1177/1464884905056815.

292. Deuze, M. What is multimedia journalism? / M. Deuze // *Journalism Studies*. – 2004. – № 5 (2). – P. 139–152.
293. Dorai, C. Computational Media Aesthetics / C. Dorai // Liu L., Özsu M. T. (eds). *Encyclopedia of Database Systems*. – Boston, MA : Springer, 2009. – 160 p. – DOI: 10.1007/978-0-387-39940-9.
294. Dorai, C. Computational media aesthetics: finding meaning beautiful / C. Dorai, S. Venkatesh // *IEEE Multimed.* – 2001. – № 8 (4). – P. 10–12.
295. Dur, B. İ. U. Analysis of data visualizations in daily newspapers in terms of graphic design / B. İ. U. Dur // *Procedia. Social and Behavioral Sciences*. – 2012. – Vol. 51. – P. 278–283.
296. Eco, U. *Semiotic Approaches* / U. Eco, S. Nergaard // *Routledge Encyclopedia of Translation Studies*, ed. Mona Baker. – London and New York : Routledge, 2001. – P. 218–222.
297. Erdal, I. J. Coming to Terms with Convergence Journalism: Cross-Media as a Theoretical and Analytical Concept / I. J. Erdal // *Convergence*. – 2011. – № 17 (2). – P. 213–223. – DOI: 10.1177/1354856510397109.
298. Erdal, I. J. *Cross-Media News Journalism : Phd thesis* / I. J. Erdal. – Oslo : University of Oslo, 2008. – 210 p.
299. Fabbri, P. Le comunicazioni di massa in Italia: sguardo semiotico e malocchio della sociologia / P. Fabbri // *Versus*. – 1973. – V. – P. 57–112.
300. Fabbri, P. *Le tournant sémiotique* / P. Fabbri. – Paris : Lavoisier, 2008. – 164 p.
301. Fellmann, F. *Symbolischer Pragmatismus. Hermeneutik nach Dilthey* / F. Fellmann. – Hamburg, Germany: Rowohlt, 1991. – 223 p.
302. Fiore, Q. The message is the massage / Q. Fiore, M. McLuhan. – New York : Random House, 1967. – 160 p.
303. Francesco, V. Visual Turn / V. Francesco // *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (Second Edition)*, James D. Wright (ed.). – New York : Elsevier, 2015. – P. 207–213. – DOI: 10.1016/B978-0-08-097086-8.62152-9.

304. Friendly, M. A Brief History of Data Visualization / M. Friendly, C. Chunhouh, H. Wolfgang, U. Antony // Handbook of Data Visualization. – Berlin ; Heidelberg : Springer-Verlag, 2008. – P. 15–56. – DOI: 10.1007/978-3-540-33037-0_2.
305. Friendly, M. Milestones in the History of Thematic Cartography, Statistical Graphics, and Data Visualization [Электронный ресурс] / M. Friendly, D. Denis. – 2001. – Режим доступа: <http://datavis.ca/milestones/index.php?page=introduction> (дата обращения: 20.02.2020).
306. Funkhouser, H. G. Historical Development of the Graphical Representation of Statistical Data / H. G. Funkhouser // Osiris. – 1937. – № 3. – P. 269–404. – DOI: 10.1086/368480.
307. Gage, J. Colour and Meaning: Art, Science and Symbolism / J. Gage. – London : Thames and Hudson, 1999. – 320 p.
308. Galloway, A. Protocol, Control, and Networks / A. Galloway, E. Thacker // Grey Room, Inc. and Massachusetts Institute of Technology. – 2004. – № 17. – P. 6–29.
309. Galloway, S. A Critique of Definitions of the Cultural and Creative Industries in Public Policy / S. Galloway, S. Dunlop // International Journal of Cultural Policy. – 2007. – Vol. 13. – № 1. – P. 17–31.
310. Girenok, F. On Culture's Turn to Nonconceptual Thinking / F. Girenok // Russian Philosophy in the Twenty-First Century. – Leiden, The Netherlands : Brill ; Rodopi, 2020. – P. 126–134. – DOI: 10.1163/9789004432543_013.
311. Graphical abstracts [Электронный ресурс] // Elseiver. – Режим доступа: <https://www.elsevier.com/authors/tools-and-resources/graphical-abstract> (дата обращения: 20.02.2020).
312. Grau, O. MediaArtHistories / O. Grau. – Cambridge, MA : MIT, 2010. – 488 p.

313. Griffin, J. L. The effectiveness of “how graphics” and text in presenting the news / J. L. Griffin, R. L. Stevenson // *Visual Communication Quarterly*. – 1994. – Т. 1. – № 2. – P. 10–16.
314. Gronbeck, B. E. *Media, Consciousness, and Culture: Explorations of Walter Ong’s thought (Communication and Human Values)* / B. E. Gronbeck, T. J. Farrell, P. A. Soukup. – London : Sage Publications, 1991. – 296 p.
315. Guattari, F. *Chaosmosis: An Ethico-Aesthetic Paradigm* ; trans. P. Bains and J. Pefanis / F. Guattari. – Sydney : Power Publications, 1995. – 144 p.
316. Guerri, C. El nonágono semiótico: un ícono diagramático y tres niveles de iconicidad / C. Guerri // *deSignis*. – 2003. – № 4. – P. 157–174.
317. Guerri, C. F. Philosophy and symmetry in the semiotic nonagon [Электронный ресурс] / C. F. Guerri // *Symmetry: Art and Science. Special issues of the journal for the congress and exhibition*. – 2004. – № 1-4. – Режим доступа: <http://www.mi.sanu.ac.rs/vismath/visbook/guerri/index.html> (дата обращения: 20.02.2020).
318. Gunaratne, S. A. *The Dao of the Press: A Humanocentric Theory* / S. A. Gunaratne. – Cresskill, NJ : Hampton Press, 2005. – 194 p.
319. Haan, Y. de When Does an Infographic Say More Than a Thousand Words? / Y. de Haan, S. Kruikemeier, S. Lecheler [and etc.] // *Journalism Studies*. – 2018. – № 19 (9). – P. 1293–1312.
320. Hallin, D. C. *Comparing media systems: Three models of media and politics* [Электронный ресурс] / D. C. Hallin, P. Mancini. – Cambridge: Cambridge University Press, 2004. – DOI: 10.1017/CBO9780511790867.
321. Hallin, D. *Comparing media-systems beyond the Western world* / D. Halin, P. Mancini. – New York, Cambridge : Cambridge University Press, 2012. – 356 p.
322. Hanitzsch T. *Worlds of Journalism: Journalistic Cultures Around the Globe* / T. Hanitzsch, F. Hanusch, J. Ramaprasad, A. S. de Beer (eds.). – New York : Columbia University Press, 2019. – 448 p.
323. Hansen, M. B. N. *New philosophy for new media* / M. B. N. Hansen. – Cambridge, MA : MIT, 2006. – 372 p.

324. Hansen, M. B. N. Symbolizing Time: Kittler and Twenty First Century Media / M. B. N. Hansen // Kittler now: Current perspectives in Kittler studies. – Hoboken : John Wiley & Sons, 2015. – P. 210–238.
325. Harrison, L. Infographic Aesthetics: Designing for the First Impression [Электронный ресурс] / L. Harrison, K. Reinecke, R. Chang // Proceeding CHI '15. Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems, Seoul, Republic of Korea. – April 18-23, 2015. – P. 1187–1190. – Режим доступа: <http://hdl.handle.net/10427/014028> (дата обращения: 13.09.2020). – DOI: 10.1145/2702123.2702545.
326. Hausken, L. (ed.). Thinking media aesthetics: Media studies, film studies and the arts / L. Hausken. – Frankfurt : Peter Lang, 2013. – 265 p.
327. Havelock, E. The Muse Learns to Write: Reflections on Orality and Literacy from Antiquity to the Present / E. Havelock. – New Haven : Yale University Press, 1986. – 1605 p.
328. Hepp, A. Mediatization: Theorizing the interplay between media, culture and society / A. Hepp, S. Hjarvard, K. Lundby // Media, Culture and Society. – 2015. – № 37 (2). – P. 314–324. – DOI: 10.1177/0163443715573835.
329. Hepp, A. The communicative figurations of mediatized worlds: Mediatization research in times of the ‘mediation of everything’ / A. Hepp // European Journal of Communication. – 2013. – № 28 (6). – P. 615–629. – DOI: 10.1177/0267323113501148.
330. Heßler, M. Logik des Bildlichen. Zur Kritik der ikonischen Vernunft / M. Heßler, D. Mersch. – Bielefeld : Transcript, 2009. – 280 p.
331. Hjarvard, S. From mediation to mediatization: The institutionalization of new media / S. Hjarvard // Mediatized Worlds. – London : Palgrave Macmillan, 2014. – P. 123–139
332. Hodge, R. Social Semiotics / R. Hodge, G. Kress. – New York : Polity Press, 1988. – 280 p.
333. Holdcro, D. Saussure: signs, system and arbitrariness / D. Holdcro. – Cambridge : Cambridge University Press, 1991. – 196 p.

334. Hörl, E. Medienästhetik / E. Hörl, M. B. N. Hansen // Zeitschrift für Medienwissenschaft. – 2013. – № 8. – P. 10–17.
335. Innis, H. Empire and Communications / H. Innis. – Oxford : University of Oxford Press, 1950. – 109 p.
336. Innis, H. The Bias of Communication / H. Innis. – Toronto : University of Toronto Press, 1951. – 226 p.
337. Ito, M. Hanging Out, Messing Around, and Geeking Out : Kids Living and Learning with New Media / M. Ito, S. Baumer, M. Bittanti [and etc.]. – Cambridge, Massachusetts : The MIT Press, 2010. – 440 p.
338. Jaffe, A. Sociolinguistic diversity in mainstream media: Authenticity, authority and processes of mediation and mediatization / A. Jaffe // Journal of Language and Politics. – 2011. – № 10 (4). – P. 562–586.
339. Jay, M. Adorno / M. Jay. – Cambridge, MA : Harvard University Press, 1984. – 199 p.
340. Jay, M. Downcast Eyes: The Denigration of Vision in Twentieth-Century French Thought / M. Jay. – Berkeley : University of California Press, 1994. – 648 p.
341. Jay, M. Force Fields / M. Jay. – London : Routledge, 1993. – 246 p.
342. Jay, M. Marxism and Totality: The Adventures of a Concept from Lukács to Habermas / M. Jay. – Berkeley : University of California Press, 1986. – 576 p.
343. Jay, M. That visual turn: The advent of visual culture / M. Jay // Journal of visual culture. – 2002. – Vol. 1 (1). – P. 87–92.
344. Jay, M. The Dialectical Imagination: A History of the Frankfurt School and the Institute of Social Research, 1923–1950 / M. Jay. – Berkeley : University of California Press, 1996. – 382 p.
345. Jay, M. Vision in Context: Historical and Contemporary Perspectives on Sight / M. Jay. – London : Routledge, 1996. – 245 p.
346. Junior, L. Multimedia infographics as journalistic narratives and the possibilities of HTML5 / L. Junior, W. Teixeira, U. Barboza, E. Fernando // Brazilian journalism research. – 2015. – № 11 (2). – P. 222–243

347. Kittler, F. A. Gramophone, film, typewriter / F. A. Kittler. – Stanford : Stanford University Press, 1999. – 360 p.
348. Klinkenberg, J. M. Précis de sémiotique générale / J. M. Klinkenberg. – Bruxelles : De Boeck, 2000. – 512 p.
349. Koerner, E. F. K. Ferdinand de Saussure: origin and development of his linguistic thought in Western studies of language / E. F. K. Koerner. – Vol. 7. – Berlin : Springer-Verlag, 2013. – 468 p.
350. Kolodzy, J. Convergence Journalism: Writing and Reporting Across the News Media / J. Kolodzy. – Lanham, MD : Rowman & Littlefield Publishers, 2006. – 288 p.
351. Korkonosenko, S. G. Journalism in Russia as a national cultural value / S. G. Korkonosenko // Russian Journal of Communication. – 2011. – № 3/4. – P. 159–176.
352. Kourdis, E. The Notion of Code in Semiotics and Semiotically Informed Translation Studies : A Preliminary Study / E. Kourdis // Readings in Numanities, Numanities – Arts and Humanities ; editor(s): Oana Andreica ; Alin Olteanu [Springer Cham]. – 2018. – Vol. 3. – P. 311–325.
353. Krampen, M. Semiosis of the mass media: Modelling a complex process / M. Krampen // Semiotics of the media: state of the art, projects and perspectives ; Ed. Winfred Nöth. – Berlin ; New York : Mouton de Gruyter, 1997. – P. 87–98.
354. Krauss, R. E. The Optical Unconscious / R. E. Krauss. – London: An October Books, The MIT University Press, 1993. – 366 p.
355. Kress, G. Colour as a semiotic mode: notes for a grammar of colour / G. Kress, T. van Leeuwen // Visual Communication. – 2002. – V. 1. – № 3. – P. 343–368. – DOI: 10.1177/147035720200100306.
356. Krotz, F. Mediatization as a mover in modernity: social and cultural change in the context of media change / F. Krotz // Mediatization of Communication, edited by Knut Lundby, Berlin, Boston : De Gruyter Mouton, 2014. – P. 131–162. – DOI: 10.1515/9783110272215.131.

357. Krotz, F. The meta-process of 'mediatization' as a conceptual frame / F. Krotz // *Global Media and Communication*. – 2007. – № 3 (3). – P. 256–260. – DOI: 10.1177/17427665070030030103.
358. Krum, R. *Cool Infographics: Effective Communication with Data Visualization and Design* / R. Krum. – Wiley, Indianapolis IN, 2014. – 368 p.
359. Leeb, S. *Materialität der Diagramme. Kunst und Theorie* / S. Leeb. – Berlin : b_books, 2012. – 272 p.
360. Leeuwen, T. van. *Introducing Social Semiotics* / T. van. Leeuwen. – New York : Routledge, 2005. – 320 p.
361. Lewi, P. J. *Speaking of Graphics: An Essay on Graphicacy in Science, Technology and Business* [Электронный ресурс] / P. J. Lewi. – 2005. – Режим доступа: <http://www.datascope.be/sog.htm> (дата обращения: 27.03.2021).
362. Lievrouw, L. A. *Introduction: new media* [Электронный ресурс] / L. A. Lievrouw, S. Livingstone // *New media. Sage benchmarks in communication*. – SAGE, London, UK, 2009. – xxi-xl. – Режим доступа: <http://eprints.lse.ac.uk/id/eprint/27104> (дата обращения: 15.03.2021).
363. Lim, J. Representation of data journalism practices in the South Korean and US television news / J. Lim // *International Communication Gazette*. – 2019. – № 81 (1). – P. 89–113
364. Lister, M. *New media: A critical introduction* / M. Lister, J. Dovey, S. Giddings [and etc.]. – London ; New York : Routledge, 2009. – 464 p.
365. Livingstone, S. M. On the mediation of everything: ICA presidential address 2008 / S. M. Livingstone // *Journal of Communication*. – 2009. – № 59 (1). – P. 1–18. – DOI: 10.1111/j.1460-2466.2008.01401.x.
366. Livingstone, S. *Mediatization: an emerging paradigm for media and communication studies* / S. Livingstone, P. Lunt // *Mediatization of Communication: Handbooks of Communication Science* (21) ; Lundby K., ed. – Berlin: De Gruyter Mouton, 2014. – P. 703–724.

367. Lombardinilo, A. The meta-language of an absent world. Baudrillard, McLuhan and the media consumption / A. Lombardinilo // *Mediascapes journal*. – 2017. – № 9. – P. 43–55.
368. Lucius, C. R. Coloring your information: How designers use Theory of Color in creative ways to present infographic [Электронный ресурс] / C. R. Lucius, A. Fuad // 10th International Seminar on Industrial Engineering and Management (ISIEM) – Sustainable Development in Industry and Management. – Esa Unggul Univ, Tanjung Pandan, 2017. – № 277. – № 012044. – Режим доступа: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1757-899X/277/1/012044/pdf> (дата обращения: 18.11.2020). – DOI: 10.1088/1757-899X/277/1/012044.
369. Lundby, K. Introduction: 'Mediatization' as key / K. Lundby // *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*. – New York : Peter Lang, 2009. – P. 12–15.
370. Manovich, L. Database as a Symbolic Form / L. Manovich // *Convergence*. – 1999. – № 5 (2). – P. 80–99. – DOI: 10.1177/135485659900500206.
371. Manovich, L. Post-media aesthetics [Электронный ресурс] / L. Manovich. – 2001. – Режим доступа: <http://manovich.net/index.php/projects/post-media-aesthetics> (дата обращения: 19.09.2020).
372. Manovich, L. Software takes command / L. Manovich. – New York : Bloomsbury Academic, 2013. – 376 p.
373. Manovich, L. The Language of New Media / L. Manovich. – The MIT Press, 2001. – 400 p.
374. Marin, O. The post-conflict Colombian treatment through infographics and data visualizations / O. Marin, E. Beatriz // *Revista Latina de Comunicacion Social*. – 2018. – № 73 (6). – P. 700–717.
375. Masud, L. From data to knowledge-visualizations as transformation processes within the data-information- knowledge continuum / L. Masud, F. Valsecchi, P. Ciuccarelli [and etc.] // *Information Visualisation (IV) 2010 14th International Conference, IEEE*. – 2010. – P. 445–449.
376. Mateo, S. Clip culture: A start-up shows big media and mighty Google how to do web video [Электронный ресурс] / S. Mateo // *The Economist*. – 2006, 27 of

April. – Режим доступа: <http://www.economist.com/node/6863616> (дата обращения: 19.09.2020).

377. Matrix, S. Teaching with Infographics: Practicing New Digital Competencies and Visual Literacies / S. Matrix, J. Hodson // *Journal of Pedagogic Development*. – 2014. – V. 4. – № 2. – P. 17–27.

378. McLuhan, M. The Effects of the Improvement of Communication Media / M. McLuhan // *Journal of Economic History*. – 1960. – № 20 (4). – P. 566–575.

379. McLuhan, M. The Later Innis / M. McLuhan // *Queen's Quarterly*. – 1953. – № 60 (3). – P. 385–394.

380. McLuhan, M. The mechanical bride: Folklore of industrial man / M. McLuhan. – New York : Vanguard Press, 1951. – 157 p.

381. Meyrowitz, J. No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior / J. Meyrowitz. – Oxford : Oxford University Press, 1985. – 432 p.

382. Mirzoeff, N. Introduction to Visual Culture / N. Mirzoeff. – Routledge, London and New York, 1999. – 292 p.

383. Mirzoeff, N. The Visual Culture Reader. – second and third ed. – Routledge, London and New York, 2003. – 736 p.

384. Mirzoeff, N. What is visual culture? / N. Mirzoeff // *Visual Culture Reader*. – London: Routledge, 1999. – P. 3–13.

385. Mitchell, W. J. T. Foreword Media Aesthetics / W. J. T. Mitchell // Hausken L. (ed.). *Thinking media aesthetics: Media studies, film studies and the arts*. – Berlin : Peter Lang, 2013. – P. 15–27.

386. Mitchell, W. J. T. Iconology: Image, Text, Ideology / W. J. T. Mitchell. – The University of Chicago Press, Chicago and London, 1986. – 236 p.

387. Mitchell, W. J. T. Image Science: Iconology, Visual Culture, and Media Aesthetics / W. J. T. Mitchell. – University of Chicago Press, 2015. – 264 p.

388. Mitchell, W. J. T. Orientalism and the exhibitionary order / W. J. T. Mitchell // *Colonialism and Culture* ; Dirks, N. (Ed.). – University of Michigan Press, Ann Arbor, 1992. – P. 289–318.

389. Mitchell, W. J. T. Picture Theory: Essays on Verbal and Visual Representation / W. J. T. Mitchell. – Chicago : Chicago University Press, 1994. – 462 p.
390. Mitchell, W. J. T. Showing seeing: a critique of visual culture / W. J. T. Mitchell // Journal of Visual Culture. – 2002. – № 1. – P. 167–181.
391. Mitchell, W. J. T. The Pictorial Turn / W. J. T. Mitchell. – Hamburg, Germany : Rowohlt, 1992. – 256 p.
392. Navarro, M. G. Cognitive Abduction and the Study of Visual Culture / M. G. Navarro, N. de Haro García // Philosophy and Cognitive Science. Studies in Applied Philosophy, Epistemology and Rational Ethics ; Magnani, L., Li, P. (eds). – 2012. – Vol. 2. Springer, Berlin, Heidelberg. – P. 205–220. – DOI: 10.1007/978-3-642-29928-5_11.
393. Neurath, O. International Picture Language: The First Rules of Isotype / O. Neurath // Psyche miniatures: General series (№ 83). – London : K. Paul, Trench, Trubner & Company, Limited, 1936. – 117 p.
394. Nöth, W. Handbook of Semiotics / W. Nöth. – Bloomington and Indianapolis : Indiana University Press, 1995. – 576 p.
395. Ong, W. Orality and literacy: the technologizing of the word / W. Ong. – London ; New York : Methuen, 1982. – 201 p.
396. Otten, J. J. Infographics and public policy: using data visualization to convey complex information / J. J. Otten, K. Cheng, A. Drewnowski // Health Affairs. – 2015. – T. 34. – №. 11. – P. 1901–1907.
397. Pablos, J. M. de. Infoperiodismo: el periodista como creador de infografía / J. M. de Pablos. – Madrid : Editorial Síntesis, 1999. – 238 p.
398. Panova, E. Y. Specifics of multimedia texts in the context of social networks media aesthetics / E. Y. Panova, V. V. Fedorov // Proceedings TEEM'18: Sixth International Conference on Technological Ecosystems for Enhancing Multiculturality. – Salamanca : Research Institute for Educational Sciences (IUCE), 2018. – P. 955–962.

399. Pasternack, S. Reader use & understanding of newspaper infographics / S. Pasternack, S. H. Utt // *Newspaper Research Journal*. – 1990. – Т. 11. – № 2. – P. 28–41.
400. Peters, B. And lead us not into thinking the new is new: a bibliographic case for new media history / B. Peters // *New Media & Society*. – 2009. – № 11 (1-2). – P. 13–30. – DOI: 10.1177/1461444808099572.
401. Petrou, L. McLuhan and concrete poetry: Sound, language and retribalization / L. Petrou // *Canadian journal of Media Studies*. – 2006. – № 1 (1). – P. 1–25.
402. Pferschy-Wenzig E.-M. Does a graphical abstract bring more visibility to your paper? [Электронный ресурс] / E.-M. Pferschy-Wenzig, U. Pferschy, D. Wang [and etc.] // *Molecules*. – 2016. – № 21. – Режим доступа: <https://www.mdpi.com/1420-3049/21/9/1247> (дата обращения: 20.01.2021). – DOI: 10.3390/molecules21091247.
403. Ponzio, A. Signs, Dialogue, and Ideology / A. Ponzio. – Amsterdam, Philadelphia : John Benjamins, 1993. – 203 p.
404. Redies, C. Combining universal beauty and cultural context in a unifying model of visual aesthetic experience [Электронный ресурс] / C. Redies // *Frontiers in Human Neuroscience. Hypothesis and Theory*. – 2015. – Volume 9. – Article 218. – Режим доступа: <https://doi.org/10.3389/fnhum.2015.00218> (дата обращения: 20.01.2021).
405. Rorty, R. (ed.). The Linguistic Turn: Recent Essays in Philosophical Method / R. Rorty. – Chicago ; London : The University of Chicago Press, 1967. – 416 p.
406. Sachs-Hombach, K. Das Bild als kommunikatives Medium. Elemente einer allgemeinen Bildwissenschaft / K. Sachs-Hombach. – Köln, Germany : Herbert von Halem, 1993. – 365 p.
407. Sale, S. Kittler now: Current perspectives in Kittler studies : collective monograph / S. Sale, L. Salisbury. – Hoboken : John Wiley & Sons, 2015. – 232 p.
408. Sancho, J. L. V. La infografía en la prensa diaria española Criterios para una definición y evaluación : Tesis Doctoral / J. L. V. Sancho. – Barcelona : Universidad Autónoma de Barcelona, 1999. – 628 p.

409. Saussure, F. de. *Course in General Linguistics* / F. de Saussure; ed. Perry Meisel and Haun Saussy (trans: Wade, Baskin). – New York : Columbia University Press, 2011. – 336 p.
410. Schmidt-Burkhardt, A. *Die Kunst der Diagrammatik. Perspektiven eines bildwissenschaftlichen Paradigmas* / A. Schmidt-Burkhardt. – Bielefeld : Transcript, 2012. – 234 p.
411. Sebeok, T. A. *Encyclopedic Dictionary of Semiotics* / T. A. Sebeok, M. Danesi. – Berlin : Mouton De Gruyter, 2010. – 1662 p.
412. Sebeok, T. A. *Studies in Semiotics* / T. A. Sebeok. – Bloomington, Ind. : Indiana University Press, 1976.
413. Servaes, J. *Beyond the four theories of the press* / J. Servaes // *Communicatio Socialis Yearbook*. – 1989. – № 8. – P. 107–119.
414. Servaes, J. *Guanxi in intercultural communication and public relations* / J. Servaes // *Public Relations Review*. – 2014. – Volume 42. – Issue 3. – P. 459–464. – DOI: 10.1016/j.pubrev.2014.10.001.
415. Servaes, J. *Questioning the Western bias in International Communication: Beyond Modernization and the Four Theories of the Press* / J. Servaes // *Internationalizing “International Communication”* / C. C. Lee (ed.). – Lansing, MI : University of Michigan Press, 2011. – P. 1–24.
416. Siebert, F. *Four theories of the press* / F. Siebert, T. Peterson, W. Schramm. – Urbana : University of Illinois Press, 1956. – 153 p.
417. Simondon, G. *Du mode d’existence des objets techniques* / G. Simondon. – Paris : Aubier, 1958. – 368 p.
418. Siricharoen, W. V. *Infographics: the new communication tools in digital age* / W. V. Siricharoen // *The international conference on e-technologies and business on the web (ebw2013)*. – 2013. – P. 169–174.
419. Smiciklas, M. *The Power of Infographics. Using pictures to communicate and connect with your audience* / M. Smiciklas. – Indiana : Que, 2012. – 199 p.

420. Sonesson, G. Translation and other acts of meaning: in between cognitive semiotics and semiotics of culture / G. Sonesson // *Cognitive Semiotics*. – 2014. – № 7 (2). – P. 249–280.
421. Stam, R. *New Vocabularies in Film Semiotics. Structuralism, post-structuralism and beyond* / R. Stam, R. Burgoyne, S. Flitterman-Lewis. – London and New York : Routledge, 2002. – 256 p.
422. Stevenson, N. *Understanding Media Cultures: Social Theory and Mass Communication* / N. Stevenson. – London : Sage, 1995. – 256 p.
423. Stiegler, B. *Technics and time. Part 1. The Fault of Epimetheus* / B. Stiegler. – Stanford, CT : Stanford University Press, 1998. – 316 p.
424. Stiegler, B. *Technics and time. Part 2. Disorientation* / B. Stiegler. – Stanford, CT : Stanford University Press, 2009. – 288 p.
425. Stiegler, B. Temps et individuations technique, psychique et collective dans l'œuvre de Simondon / B. Stiegler // *Intellectica*. – 1998. – № 26 (27). – P. 241–256.
426. Stiegler, B. The carnival of the new screen: From hegemony to isonomy / B. Stiegler // *The YouTube reader ; Pelle Snickars, & Patrick Vonderau (Eds.)*. – Stockholm, Sweden : National Library of Sweden, 2010. – P. 40–59.
427. Stjernfelt, F. *Diagrammatology. An Investigation on the Borderlines of Phenomenology, Ontology and Semiotics [Электронный ресурс]* / F. Stjernfelt. – Berlin : Springer, 2007. – 508 p. – Режим доступа: <https://www.springer.com/gp/book/9781402056512> (дата обращения: 29.11.2020). – DOI: 10.1007/978-1-4020-5652-9.
428. Strömbäck, J. Four phases of mediatization: an analysis of the mediatization of politics / J. Strömbäck // *The International Journal of Press/Politics*. – 2008. – № 13 (1). – P. 228–246. – DOI: 10.1177/1940161208319097.
429. *The collected papers of Charles S. Peirce. 8 vols.* – Cambridge : Harvard University Press, 1980. – 3746 p.
430. Thompson, C. M. Creating "Visual Legacies": Infographics as a Means of Interpreting and Sharing Research / C. M. Thompson // *Communication Teacher*. – 2015. – № 29 (2). – P. 91–101.

431. Tibault, P. J. Re-reading Saussure: The dynamics of signs in social life / P. J. Tibault. – London; New York : Routledge, 2013. – 384 p.
432. Tillman, R. Estimating emotions through language statistics and embodied cognition / R. Tillman, M. Louwerse // Journal of Psycholinguistic Research. – 2018. – № 47 (1). – P. 159–167.
433. Tinnell, J. Grammatization: Bernard Stiegler's Theory of Writing and Technology / J. Tinnell // Computers and Composition. – 2015. – № 37. – P. 132–146.
434. Tunez, L. M. Infographics as a Mnemonic structure: Analysis of the informative and identity components of infographic online compositions in Iberic newspapers / L. M. Tunez, G. A. Nogueira // Communication & Society-Spain. – 2017. – № 30 (1). – P. 147–164.
435. Ulmer, G. L. Applied grammatology: Post(e)-pedagogy from Jacques Derrida to Joseph Beuys / G. L. Ulmer. – Baltimore, MD : Johns Hopkins University Press, 1985. – 354 p.
436. Ulmer, G. L. Internet Invention: From Literacy to Electracy / G. L. Ulmer. – New York : Longman, 2003.
437. Utt, S. H. Infographics today: Using qualitative devices to display quantitative information / S. H. Utt, S. Pasternack // Newspaper Research Journal. – 1993. – T. 14. – № 3-4. – P. 146–157.
438. Van Ginneken, J. Understanding Global News: A Critical Introduction / J. Van Ginneken. – London : Sage, 1997. – 256 p.
439. Van Leeuwen, T. The language of colour: an introduction / T. van Leeuwen. – London : Routledge, 2011. – 136 p.
440. Van Leeuwen, T. Typographic meaning / T. van Leeuwen // Visual Communication. – 2005. – V. 4. – № 2. – P. 137–143.
441. Ventrella, F. Visual Turn [Электронный ресурс] / F. Ventrella. // International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (Second Edition), editor: James D. Wright. – New-York : Elsevier, 2015. – P. 207–213. – Режим

доступа: <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.62152-9> (дата обращения: 17.07.2019).

442. Vines, E. A. "Is this journalism?: a study of whether the snapshots on the front page of USA Today adhere to journalistic standards" [Электронный ресурс] / E. A. Vines // LSU Master's Theses. – 2002. – 1244. – Режим доступа: https://digitalcommons.lsu.edu/gradschool_theses/1244 (дата обращения: 13.08.2020).

443. Visual conf II Конференция по инфографике и визуализации данных [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://visual-conf.ru> (дата обращения: 10.05.2020).

444. Wang, G. (ed.). De-Westernizing communication research: Changing questions and altering frameworks / G. Wang. – New York : Routledge, 2011. – 304 p.

445. Wang, G. Culture, paradigm, and communication theory: A matter of boundary or commensurability? / G. Wang // Communication Theory. – 2014. – № 24 (4). – P. 373–393.

446. Wentz, D. Anschauen und Denken: Neue Perspektiven auf Materialität und Virtualität der Diagramme / D. Wentz // Zeitschrift für Medienwissenschaft 8 Medienästhetik-8. – 2013. – № 1. – P. 202–206. – DOI: 10.4472/9783037342404.0018.

447. Wevers, M. The visual digital turn: Using neural networks to study historical images // M. Wevers, T. Smits // Digital Scholarship in the Humanities. – Vol. 35. – Issue 1. – P. 194–207. – DOI: 10.1093/llc/fqy085.

448. Willems, G. Cinema, the Government, and the Popular: Popular and Commercial Aspects of Cultural Film Support in Flanders (Belgium) / G. Willems // Journal of Popular Film and Television. – 2016. – Vol. 44. – № 4. – P. 227–235.

449. Willems, G. From film policy to creative screen policies : media convergence and film policy trends in Flanders / G. Willems, D. Biltereyst, P. Meers, R. Vande Winkel // Reconceptualising film policies ; N. Mingant, C. Tirtaine, ed. – New York ; London : Routledge, 2018. – P. 241–246.

450. Winthrop-Young, G. *Kittler and the Media* / G. Winthrop-Young. – Cambridge : Polity, 2011. – 200 p.
451. Yu, X. A Comparative Research on Cognitive Effect of Infographic and Animation Presentation in News. / X. Yu, L. Shi // International Joint Conference on Information, Media and Engineering (ICIME). – Osaka Univ, Int Joint Lab Knowledge & Media Dynam Educ Fields, Osaka, 2018. – P. 73–76.
452. Zagidullina, M. Creating an atmosphere: media aesthetic analysis of journalistic prospects / M. Zagidullina // Creativity Studies. – 2020. – № 13 (1). – P. 152–163.
453. Zagidullina, M. V. Universality or commensurability: Can the latter bridge the culture gap? / M. V. Zagidullina // International Communication Gazette. – 2015. – № 8. – P. 487–499.
454. Zdebik, J. *Deleuze and the diagram: Aesthetic threads in visual organization* / J. Zdebik. – Bloomsbury Publishing, 2012. – 256 p.
455. Zelizer, B. *Taking journalism seriously: News and the academy* [Электронный ресурс] / B. Zelizer. – London : Sage Publications, 2004. – Режим доступа: <https://www.doi.org/10.4135/9781452204499> (дата обращения: 18.08.2020).
456. Zettl, H. Contextual Media Aesthetics as the Basis for Media Literacy / H. Zettl // Journal of Communication. – 1998. – № 1. – P. 81–95.
457. Zettl, H. *Sight-sound-motion: Applied media aesthetics* (2nd ed.) / H. Zettl. – Belmont, CA : Wadsworth, 1990.

ПРИЛОЖЕНИЕ I

Инфографика РИА
НОВОСТИ

Ежедневная

Сайт <https://ria.ru>

№	Дата выхода	Кол-во просмотров на июль 2020	Название статьи	ссылка	Тип	шкалирование
1	9 января	2760	Ревизия жилья: как правильно принять свою квартиру в новостройке	https://realty.ria.ru/20180109/405141770.html	инструкция / портретная	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
2	11 января	6793	Уборка снега	https://ria.ru/20180111/1511740916.html	таймлиния / последовательность	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
3	11 января	756	Противогололедные материалы	https://ria.ru/20180111/1511745862.html	буквографика / информационная	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
4	15 января	8144	Учиться, чтобы учить: как готовят педагогов нового поколения	https://sn.ria.ru/20180115/1512594679.html	портретная / диаграммы / статистика / инф-я / карта / таблица	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
5	17 января	1527	Места крещенских купаний в Москве	https://ria.ru/20180117/1512723069.html	карта / инструкция	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
6	19 января	5141	Меры безопасности в школах России	https://ria.ru/20180119/1512974367.html	инструкция / тегированная картинка	статичная / полихромная /

						изобразительная / схематизация
7	22 января	7537	Всемирный экономический форум	https://ria.ru/20180122/1512975750.html	таймлайн / график / карта / рейтинг / исследование	статичная / полихромная / гибридная / схематизация
8	22 января	2573	Материнский капитал: ежемесячная выплата семьям с низким доходом	https://ria.ru/20180122/1512885648.html	инструкция / справ. Инф. / карта	гибридная / полихромная / изобразительная / схематизация
9	22 января	76730	Турецкая военная операция в Сирии	https://ria.ru/20180122/1513091429.html	карта	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
10	22 января	5006	Сквозь Москву без пробок: как будет работать новое наземное метро	https://realty.ria.ru/20180122/1513058117.html	карта / таймлайн / инф-я	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
11	26 января	275152	Общественное мнение: кто самый популярный кандидат в президенты России	https://ria.ru/20180126/1513387378.html	рейтинг / портретная	интерактивная / полихромная / изобразительная / схематизация
12	30 января	2456	Снегославные пункты	https://ria.ru/20180130/1513378876.html	схема	интерактивная / полихромная / изобразительная / схематизация
13	1 февраля	30022	Как голосовать на выборах президента	https://ria.ru/20180201/1513611011.html	инструкция	гибридная / монохромная / изобразительная / схематизация
14	6 февраля	168669	Рейтинг стран Европы по ценам на бензин – 2018	https://ria.ru/20180206/1513526789.html	рейтинг / карта	интерактивная / монохромная / схема / схематизация
15	7 февраля	1721	Как выбирают глав президентских республик	https://ria.ru/20180207/1514093240.html	справочная инф-я	гибридная / монохромная / схема / схематизация

16	11 февраля	420507	Минские соглашения	https://ria.ru/20180211/1514337901.html	карта / буквографика / таймлайн	статичная / полихромная / гибридная / схематизация
17	11 февраля	200645	Крушение самолета в Подмоскowie	https://ria.ru/20180211/1514413438.html	маршрут / инф-я / таймлайн	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
18	12 февраля	4369	Как проголосовать за рубежом	https://ria.ru/20180212/1514337131.html	инструкция	гибридная / монохромная / изобразительная / схематизация
19	14 февраля	79268	Рейтинг российских регионов по качеству жизни - 2017	https://ria.ru/20180214/1514552265.html	карта / рейтинг / полотно	статичная / полихромная / схема / схематизация
20	15 февраля	3376	Мюнхенская конференция по безопасности	https://ria.ru/20180215/1514615069.html	таймлайн / карта / инф-я / портретная	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
21	15 февраля	5266	Метеоры и метеориты	https://ria.ru/20180215/1514664445.html	инф-я	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
22	16 февраля	2071	Зимняя Москва	https://ria.ru/20180216/1514774636.html	инф-я / статистика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
23	18 февраля	6218	Крушение самолета в Иране	https://ria.ru/20180218/1514866535.html	маршрут	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
24	26 февраля	2036	Благоустройство Москвы	https://ria.ru/20180226/1515301997.html	статистика	гибридная / полихромная / изобразительная / схематизация
25	27 февраля	3008	Рейтинг субъектов России по уровню долговой нагрузки - итоги 2017 года	https://ria.ru/20180227/1515316309.html	карта / рейтинг / полотно	статичная / полихромная / схема / схематизация

26	27 февраля	3290	Наблюдатели на выборах президента России 2018	https://ria.ru/20180227/1515151018.html	информационная	гибридная / монохромная / изобразительная / схематизация
27	28 февраля	7020	Российские вузы в рейтинге QS по направлениям подготовки – 2018	https://sn.ria.ru/20180228/1515427856.html	рейтинг / полотно	статичная / монохромная / гибридная / схематизация
28	28 февраля	2853	Как Москва справляется со снегопадами	https://ria.ru/20180228/1515462817.html	информационная	гибридная / монохромная / изобразительная / схематизация
29	1 марта	1758	О людях, экономике и новом оружии: Путин обратился к Федеральному Собранию	https://ria.ru/20180301/1515551395.html	диаграммы	статичная / монохромная / схема / схематизация
30	1 марта	584638	Российские Вооруженные силы сегодня и завтра	https://ria.ru/20180301/1515575619.html	информация / дигаммы / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
31	6 марта	27643	Крушение самолёта в Сирии	https://ria.ru/20180306/1515878524.html	муршрут / информационная	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
32	7 марта	2002	Как делить имущество в браке и при разводе	https://realty.ria.ru/20180307/1515923626.html	информационная / буквографика	гибридная / полихромная / изобразительная / схематизация
33	12 марта	1786	Работа участковой избирательной комиссии	https://ria.ru/20180312/1516143447.html	информационная	гибридная / монохромная / изобразительная / схематизация
34	13 марта	643725	Самые страшные отравляющие вещества	https://ria.ru/20180313/1516287751.html	информационная	гибридная / монохромная / изобразительная / схематизация
35	15 марта	1402	Итоги и задачи в социальной сфере	https://ria.ru/20180315/1516453427.html	итоги	гибридная / монохромная / изобразительная / схематизация

36	20 марта	3742	Можно и нельзя: как сделать перепланировку в квартире без нарушений?	https://realty.ria.ru/20180320/1516818435.html	схема / инструкция / буквографика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
37	20 марта	14085	Где учатся победители олимпиад	https://sn.ria.ru/20180320/1516811171.html	рейтинг	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
38	21 марта	1691	Итоги и задачи в сфере экологии	https://ria.ru/20180321/1516939353.html	итоги / задачи	гибридная / монохромная / изобразительная / схематизация
39	23 марта	2432	Итоги и задачи в сфере демографии и медицины	https://ria.ru/20180323/1516958072.html	итоги / задачи	гибридная / монохромная / изобразительная / схематизация
40	26 марта	185411	Пожар в торговом центре в Кемерово	https://ria.ru/20180326/1517258743.html	статистика / предмет в разрезе	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
41	27 марта	234168	Высылка российских дипломатов и ответные шаги	https://ria.ru/20180327/1517404942.html	карта / статистика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
42	29 марта	6972	Ракетный комплекс "Искандер"	https://ria.ru/20180329/1517562149.html	таймлайн / инф-я / тегированная картинка / карта	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
43	30 марта	21949	Пожарная безопасность в общественных местах	https://ria.ru/20180330/1517552612.html	схема / инструкция	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
44	30 марта	251	Дизайн-центр "Россия сегодня" получил приз за Шерлока Холмса	https://ria.ru/20180330/1517592711.html	принтскрин	статичная / монохромная / схема / схематизация
45	1 апреля	67817	Кто имеет право на отсрочку от армии	https://ria.ru/20180401/1517615924.html	буквографика / информационная	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация

46	2 апреля	1354	Уборка улиц Москвы	https://ria.ru/20180402/1517743647.html	информационная	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
47	3 апреля	435	Инфографика о донорстве и компонентах крови опубликована в открытом доступе	https://sn.ria.ru/20180403/1517815698.html	инструкция / справ. Инф. / карта / статистика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
48	13 апреля	76	Серия видеоинструкций о донорстве появилась в открытом доступе	https://sn.ria.ru/20180413/1518546323.html		
49	7 апреля	12144	Наезд грузовика на людей в Мюнстере	https://ria.ru/20180407/1518143983.html	карта	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
50	9 апреля	4186	Российские вузы в мировом рейтинге RUR - 2018	https://sn.ria.ru/20180409/1518194426.html	рейтинг / таблица / буквографика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
51	14 апреля	234683	Ракетные удары по Сирии	https://ria.ru/20180414/1518649516.html	карта	статичная / полихромная / схема / схематизация
52	18 апреля	18965	Ученик попал в тупик: типичные ошибки в началке	https://sn.ria.ru/20180418/1518836175.html	статистика / карта / полотно	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
53	19 апреля	106226	Газопровод "Турецкий поток"	https://ria.ru/20180419/1518925973.html	информационная	гибридная / монохромная / изобразительная / схематизация
54	20 апреля	1227	Кто может стать донором?	https://ria.ru/20180420/1518992860.html	информационная	гибридная / полихромная / изобразительная / схематизация
55	24 апреля	6012	Места распространения георгиевских ленточек за рубежом	https://ria.ru/20180424/1519206384.html	карта / буквографика / инф-я	статичная / монохромная / схема / схематизация

56	24 апреля	1346	Места распространения георгиевских ленточек в России	https://ria.ru/20180424/1519228764.html	интерактивная карта	интерактивная / монохромная / гибридная / схематизация
57	26 апреля	486	Ограничение движения транспорта в Москве	https://ria.ru/20180426/1519444691.html	информационная / карта	гибридная / монохромная / схема / схематизация
58	26 апреля	40454	Зависимость стран Европы от российского газа	https://ria.ru/20180426/1519454083.html	карта / сравнение	статичная / монохромная / схема / схематизация
59	29 апреля	1506	Чемпионат мира по футболу FIFA 2018 в России	https://ria.ru/20180429/1519578059.html	графики	гибридная / монохромная / изобразительная / схематизация
60	4 мая	467	Итоги и задачи в сфере культуры	https://ria.ru/20180504/1519815339.html	итоги / задачи / буквографика	гибридная / монохромная / изобразительная / схематизация
61	5 мая	11455	На сайте Минобороны появился раздел с инфографикой парада Победы	https://ria.ru/20180505/1519944552.html	схема	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
62	7 мая	4663	Целевое обучение: самые популярные вузы и направления подготовки	https://na.ria.ru/20180507/1519889842.html	рейтинг / полотно / инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
63	8 мая	1483	Салют 9 мая в Москве	https://ria.ru/20180508/1520158542.html	карта / информационная	гибридная / полихромная / изобразительная / схематизация
64	8 мая	45715	История России на «Евровидении»	https://ria.ru/20180508/1520178200.html	информационная / таймлайн / статистика	интерактивная / полихромная / изобразительная / схематизация
65	11 мая	4950	Ремонт: запреты, ошибки, лайфхаки	https://realty.ria.ru/20180511/1520397977.html	информационная / инструкция	гибридная / монохромная / изобразительная / схематизация

66	13 мая	22841	Черноморский флот России	https://ria.ru/20180513/1520307271.html	статистика / инф-я / карта	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
67	15 мая	6927	Стратегический бомбардировщик Ту-95	https://ria.ru/20180515/1520583430.html	таймлиния / инф-я	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
68	16 мая	717	Где учатся студенты-целевики в Москве	https://na.ria.ru/20180516/1520346051.html	рейтинг / карта	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
69	18 мая	5161	Ночь в музее в Москве	https://ria.ru/20180518/1520830555.html	карта/информационная	гибридная / полихромная / изобразительная / схематизация
70	18 мая	6692	Крушение самолёта на Кубе	https://ria.ru/20180518/1520897425.html	маршрут	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
71	22 мая	724650	Самые мощные армии в мире	https://ria.ru/20180522/1521062271.html	информационная / рейтинг	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
72	23 мая	4132	Рейтинг социально-экономического положения субъектов РФ по итогам 2017 года	https://ria.ru/20180523/1520511999.html	рейтинг / карта	интерактивная / монохромная / схема / схематизация
73	24 мая	7233	Петербургский международный экономический форум (ПМЭФ)	https://ria.ru/20180524/1521165599.html	диаграммы	статичная / монохромная / схема / схематизация
74	24 мая	881	Ремонт дорог в Москве	https://ria.ru/20180524/1521246239.html	карта / информационная	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
75	29 мая	1319	Летняя смена-2018: как будет отдыхать ваш ребенок?	https://sn.ria.ru/20180529/1521339335.html	круговая диаграмма	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация

76	1 июня	1100	Правила поведения в аэропорту и на борту самолёта	https://ria.ru/20180601/1521806039.html	информационная	гибридная / полихромная / изобразительная / схематизация
77	5 июня	12665	Трасса "Таврида": как будет выглядеть главная дорога Крыма	https://ria.ru/20180605/1522101185.html	карта / статистика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
78	6 июня	21574	Российские вузы в мировом рейтинге QS - 2018	https://sn.ria.ru/20180606/1522092729.html	рейтинг / таблица / полотно	статичная / полихромная / схема / схематизация
79	7 июня	8037	"Прямая линия" с Владимиром Путиным	https://ria.ru/20180607/1522183196.html	статистика / таймлайн	гибридная / полихромная / изобразительная / схематизация
80	8 июня	22432	"Группа семи"	https://ria.ru/20180608/1521585856.html	статистика / таймлайн	гибридная / монохромная / изобразительная / схематизация
81	9 июня	2855	Шанхайская организация сотрудничества	https://ria.ru/20180609/1521882202.html	информационная	гибридная / полихромная / изобразительная / схематизация
82	9 июня	1431	Как устроены городские фонтаны	https://realty.ria.ru/20180609/1522412639.html	схема / инструкция / предмет в разрезе	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
83	13 июня	1172	Первый в истории саммит КНДР – США	https://ria.ru/20180613/1522631268.html	карта / информационная	статичная / монохромная / схема / схематизация
84	14 июня	29166	Сколько стоит обучение в лучших технических вузах	https://na.ria.ru/20180614/1522430338.html	рейтинг / таблица / полотно	статичная / полихромная / схема / схематизация
85	15 июня	494162	Возраст выхода на пенсию в разных странах	https://ria.ru/20180615/1522749337.html	карта/статистика	гибридная / полихромная / схема / схематизация
86	19 июня	1871	Образование на протяжении жизни: ваша траектория в опорном вузе	https://na.ria.ru/20180619/1522931443.html	информационная / таймлайн	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация

87	19 июня	18363	Рейтинг стран Европы по доступности природного газа для населения	https://ria.ru/20180619/1522687069.html	карта / рейтинг / таблица / полотно	статичная / полихромная / схема / схематизация
88	21 июня	5570	Нейроинтерфейс: как законnectиться с искусственным интеллектом	https://na.ria.ru/20180621/1523071962.html	информационная / алгоритм	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
89	22 июня	1631	Диагноз "капремонт"	https://realty.ria.ru/20180622/1523135264.html	информационная/статистика	гибридная / монохромная / изобразительная / схематизация
90	23 июня	18800	Платные дороги России	https://ria.ru/20180623/1523253137.html	карта / статистика	гибридная / монохромная / схема / схематизация
91	3 июля	3751	Рейтинг регионов по доступности приобретения жилья	https://ria.ru/20180703/1523502724.html	карта / рейтинг / таблица / полотно	статичная / полихромная / схема / схематизация
92	6 июля	1741	Топ-15 стран с самыми большими военными расходами	https://ria.ru/20180706/1524110727.html	рейтинг / статистика	статичная / монохромная / схема / схематизация
93	9 июля	36278	НАТО: история расширения	https://ria.ru/20180709/1524075547.html	карта / таймлайн / буквографика	статичная / полихромная / схема / схематизация
94	9 июля	494	Куда звонить москвичам при бытовых авариях	https://realty.ria.ru/20180709/1524079236.html	инструкция	гибридная / полихромная / изобразительная / схематизация
95	17 июля	1387	Исторический обзор эволюции массового жилья в России от компании ДОМ.РФ	https://realty.ria.ru/20180717/1524794083.html	таймлайн	гибридная / монохромная / изобразительная / схематизация
96	24 июля	272156	Календарь праздничных дней в 2019 году	https://ria.ru/20180724/1525169368.html	календарь	статичная / монохромная / схема / схематизация
97	24 июля	1257	Импортозамещение в химической промышленности России	https://ria.ru/20180724/1525205702.html	карта / статистика	статичная / монохромная / схема / схематизация

98	1 августа	1302	Мотивация добровольца: нематериальное поощрение волонтеров	https://sn.ria.ru/20180801/1525715748.html	диаграммы / пузырьковая диаграмма	статичная / полихромная / схема / схематизация
99	1 августа	506	Благоустройство территорий, прилегающих к станциям московского метро	https://ria.ru/20180801/1525653125.html	итоги	гибридная / полихромная / изобразительная / схематизация
100	1 августа	59438	Расклад сил на мировом рынке нефти	https://ria.ru/20180801/1525757393.html	карта / рейтинг / график	гибридная / полихромная / схема / схематизация
101	4 августа	3003	Крушение вертолета в Красноярском крае	https://ria.ru/20180804/1525938999.html	карта	статичная / полихромная / схема / схематизация
102	8 августа	619	Благоустройство территорий, прилегающих к станциям МЦК	https://ria.ru/20180808/1526111599.html	итоги	гибридная / полихромная / изобразительная / схематизация
103	9 августа	23606	Рейтинг регионов по доступности бензина для населения	https://ria.ru/20180809/1526007510.html	карта / рейтинг / таблица / полотно	статичная / полихромная / схема / схематизация
104	9 августа	585	Структура, показатели и направления развития химпрома России	https://ria.ru/20180809/1526223559.html	статистика	статичная / монохромная / схема / схематизация
105	9 августа	27253	Торговые войны США	https://ria.ru/20180809/1526252370.html	информационная / статистика	гибридная / монохромная / схема / схематизация
106	9 августа	9756	Санкции США против Ирана	https://ria.ru/20180809/1526259675.html	информационная / портретная / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
107	10 августа	706	Комплекс "Готов к труду и обороне"	https://ria.ru/20180810/1525883142.html	информационная/справ очная	гибридная / монохромная / изобразительная / схематизация

108	12 августа	17966	Каспийское море	https://ria.ru/20180812/1526404325.html	карта / статистика / информационная / круговая диаграмма / буквографика	статичная / полихромная / схема / схематизация
109	14 августа	62763	Обрушение моста в Генуе	https://ria.ru/20180814/1526527339.html	карта	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
110	15 августа	96751	"Спасская башня" 2018	https://ria.ru/20180815/1526339398.html	программа / информация / карта	гибридная / полихромная / изобразительная / схематизация
111	16 августа	1361	Единый день голосования в России	https://ria.ru/20180816/1526646299.html	инф-я / карта / инструкция / таймлайн	гибридная / полихромная / схема / схематизация
112	17 августа	5667	Кабинные экипажи "Аэрофлота": цифры и факты	https://ria.ru/20180817/1526694550.html	статистика / инф-я	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
113	20 августа	3278	Места празднования Курбан- байрама в Москве и Подмосковье	https://ria.ru/20180820/1526761549.html	карта / программа / инф-я / буквографика	статичная / полихромная / схема / схематизация
114	29 августа	12433	График и места пребывания мощей Спиридона Тримифунтского в России	https://ria.ru/20180829/1527394324.html	карта / программа / таблица / полотно	статичная / монохромная / схема / схематизация
115	29 августа	21492	Предложения Владимира Путина по изменению пенсионного законодательства	https://ria.ru/20180829/1527443564.html	информационная / буквографика	статичная / монохромная / схема / схематизация
116	31 августа	536	Гран-при России "Формулы-1" 2018	https://ria.ru/20180831/1527630210.html	инф-я / карта / таймлайн / портретная	гибридная / монохромная / изобразительная / схематизация
117	3 сентября	2880	Полная версия рейтинга регионов России по доступности электроэнергии	https://ria.ru/20180903/1527596016.html	карта / рейтинг	гибридная / монохромная / схема / схематизация

118	3 сентября	1320	Лидеры и аутсайдеры рейтинга регионов России по доступности электроэнергии	https://ria.ru/20180903/1527442948.html	карта / рейтинг	гибридная / монохромная / схема / схематизация
119	3 сентября	41896	Что будут сдавать школьники в новом учебном году	https://sn.ria.ru/20180903/1527617798.html	информационная / буквографика / полотно	статичная / монохромная / схема / схематизация
120	4 сентября	1358	Целлюлозно-бумажная промышленность в России	https://ria.ru/20180904/1527783755.html	карта / статистика / информационная	статичная / монохромная / схема / схематизация
121	6 сентября	905	Перекрытия и ограничения движения транспорта в День города в Москве	https://ria.ru/20180906/1527986754.html	карта / программа	статичная / монохромная / схема / схематизация
122	10 сентября	1392	Лидеры и аутсайдеры индекса рынка труда в регионах России – 2018	https://ria.ru/20180910/1527978606.html	карта/рейтинг	гибридная / полихромная / схема / схематизация
123	10 сентября	6338	Полная версия индекса рынка труда в регионах России – 2018	https://ria.ru/20180910/1527970074.html	карта/рейтинг	гибридная / полихромная / схема / схематизация
124	10 сентября	4858	IV Восточный экономический форум	https://ria.ru/20180910/1528075789.html	информационная	гибридная / монохромная / изобразительная / схематизация
125	11 сентября	432	Работа московских пожарных и спасателей	https://ria.ru/20180911/1527358575.html	инф-я / статистика	гибридная / полихромная / гибридная / схематизация
126	13 сентября	18872	Эволюция iPhone	https://ria.ru/20180913/1528462126.html	информационная / таблица / полотно	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
127	14 сентября	1379	Дорожная разметка: «вафельница» и другие новшества	https://ria.ru/20180914/1528511857.html	информационная	гибридная / полихромная / изобразительная / схематизация
128	17 сентября	6345	Полная версия рейтинга регионов по доле расходов населения на ЖКУ	https://ria.ru/20180917/1528552905.html	карта / рейтинг	гибридная / полихромная / схема / схематизация

129	17 сентября	442	Лидеры и аутсайдеры рейтинга регионов по доле расходов населения на ЖКУ	https://ria.ru/20180917/1528549908.html	карта / рейтинг	гибридная / полихромная / схема / схематизация
130	17 сентября	1565	Московский международный фестиваль "Круг света"	https://ria.ru/20180917/1528680603.html	программа / информация	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
131	17 сентября	21558	100 баллов по ЕГЭ: куда поступают самые сильные школьники	https://sn.ria.ru/20180917/1528605887.html	рейтинг/статистика	статичная / монохромная / схема / схематизация
132	18 сентября	170134	Крушение самолета Ил-20 ВКС России в Сирии	https://ria.ru/20180918/1528789903.html	маршрут	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
133	19 сентября	693	Перекрытия и ограничения движения транспорта в Москве	https://ria.ru/20180919/1528901191.html	карта / программа	статичная / полихромная / схема / схематизация
134	24 сентября	2319	Полная версия рейтинга регионов России по динамике заработной платы	https://ria.ru/20180924/1528988011.html	карта / рейтинг	гибридная / монохромная / схема / схематизация
135	24 сентября	1004	Лидеры и аутсайдеры рейтинга регионов России по динамике заработной платы	https://ria.ru/20180924/1528989959.html	карта / рейтинг	гибридная / монохромная / схема / схематизация
136	25 сентября	617	Пеллеты - новый мировой тренд	https://ria.ru/20180925/1529274826.html	информационная	статичная / монохромная / схема / схематизация
137	26 сентября	886	Самолетный парк Аэрофлота	https://ria.ru/20180926/1529297216.html	информационная	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
138	27 сентября	6135	Дело двух Македоний: зачем нужен референдум	https://ria.ru/20180927/1529494921.html	информационная	гибридная / полихромная / схема / схематизация
139	1 октября	1427	Лидеры и аутсайдеры рейтинга регионов по приверженности населения ЗОЖ	https://ria.ru/20181001/1529574130.html	карта / рейтинг	гибридная / монохромная / схема / схематизация
140	1 октября	1836	Полная версия рейтинга регионов по приверженности населения ЗОЖ	https://ria.ru/20181001/1529571547.html	карта / рейтинг	гибридная / монохромная / схема / схематизация

141	1 октября	4755	Нобелевская премия	https://ria.ru/20181001/1529632999.html	рейтинг	гибридная / монохромная / гибридная / схематизация
142	8 октября	18701	Лидеры и аутсайдеры рейтинга российских городов по уровню зарплат — 2018	https://ria.ru/20181008/1529995040.html	карта/рейтинг	гибридная / монохромная / схема / схематизация
143	8 октября	123956	Полная версия рейтинга российских городов по уровню зарплат в 2018 году	https://ria.ru/20181008/1529989784.html	карта/рейтинг	гибридная / монохромная / схема / схематизация
144	11 октября	2210	Как поступить в российский вуз: инструкция для иностранцев	https://na.ria.ru/20181011/1530373389.html	инструкция / алгоритм / буквографика	статичная / полихромная / схема / схематизация
145	15 октября	2130	Лидеры и аутсайдеры рейтинга регионов России по вводу жилья	https://ria.ru/20181015/1530538753.html	карта / рейтинг	гибридная / монохромная / схема / схематизация
146	15 октября	6649	Полная версия рейтинга регионов России по вводу жилья	https://ria.ru/20181015/1530542003.html	карта / рейтинг	гибридная / монохромная / схема / схематизация
147	16 октября	30173	Истребитель Су-27	https://ria.ru/20181016/1530811314.html	информационная / справочная	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
148	16 октября	4705	Лучшие российские вузы в рейтинге QS БРИКС - 2018	https://sn.ria.ru/20181016/1530784139.html	рейтинг / таблица / полотно	статичная / монохромная / схема / схематизация
149	17 октября	3816	Цены на квартиры в Москве по месяцам	https://realty.ria.ru/20181017/407543915.html	карта/информационная	интерактивная / монохромная / схема / схематизация
150	17 октября	613	Форум "Азия-Европа"	https://ria.ru/20181017/1530849050.html	карта / статистика / таймлиния	статичная / полихромная / схема / схематизация
151	17 октября	334656	Взрыв и стрельба в Керчи	https://ria.ru/20181017/1530860734.html	карта	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
152	22 октября	1114	Лидеры и аутсайдеры рейтинга регионов России по доступности газа	https://ria.ru/20181022/1531049736.html	карта / рейтинг	гибридная / монохромная / схема / схематизация

153	22 октября	1640	Полная версия рейтинга регионов России по доступности газа	https://ria.ru/20181022/1531051658.html	карта / рейтинг	гибридная / монохромная / схема / схематизация
154	22 октября	43610	Школьник может! Что нужно знать о своих правах на ЕГЭ и как действовать	https://na.ria.ru/20181022/1531069799.html	информационная / справочная / буквографика / полотно	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
155	23 октября	655	Откуда берется тепло и ток в квартире	https://realty.ria.ru/20181023/1531262451.html	схема / справка / полотно	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
156	26 октября	6555	Жизненный путь Николая Караченцова	https://ria.ru/20181026/1531557144.html	таймлиния	гибридная / монохромная / гибридная / схематизация
157	29 октября	216	Лидеры и аутсайдеры рейтинга регионов России по уровню безработицы	https://ria.ru/20181029/1531497309.html	карта / рейтинг	гибридная / монохромная / схема / схематизация
158	29 октября	3438	Полная версия рейтинга регионов России по уровню безработицы	https://ria.ru/20181029/1531497215.html	карта / рейтинг	гибридная / монохромная / схема / схематизация
159	29 октября	370	Москва беспроводная: как город борется за чистое небо	https://realty.ria.ru/20181029/1531577415.html	информационная	гибридная / полихромная / изобразительная / схематизация
160	29 октября	98579	Крушение самолета в Индонезии	https://ria.ru/20181029/1531666359.html	карта / информационная	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
161	30 октября	94657	Раскол в православном мире: быть или не быть	https://ria.ru/20181030/1531802877.html	рейтинг / таблица	статичная / монохромная / схема / схематизация
162	6 ноября	3064	Полная версия рейтинга регионов России по доступности ДТ	https://ria.ru/20181106/1532033717.html	карта / рейтинг	гибридная / монохромная / схема / схематизация
163	6 ноября	147	Лидеры и аутсайдеры рейтинга регионов России по доступности ДТ	https://ria.ru/20181106/1532031051.html	карта / рейтинг	гибридная / монохромная / схема / схематизация

164	7 ноября	4327	Демократы против республиканцев	https://ria.ru/20181107/1532279764.html	рейтинг	статичная / полихромная / схема / схематизация
165	9 ноября	1599	Ассоциация государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН)	https://ria.ru/20181109/1532468359.html	рейтинг	гибридная / монохромная / гибридная / схематизация
166	9 ноября	834	Итоги промежуточных выборов в США	https://ria.ru/20181109/1532490221.html	итоги / рейтинг	гибридная / полихромная / гибридная / схематизация
167	11 ноября	22534	Итоги Первой мировой войны	https://ria.ru/20181111/1532055704.html	итоги / инф-я	гибридная / полихромная / изобразительная / схематизация
168	12 ноября	1623	Полная версия рейтинга российских регионов по доступности аренды жилья	https://ria.ru/20181112/1532476923.html	карта / рейтинг	гибридная / монохромная / схема / схематизация
169	12 ноября	185	Лидеры и аутсайдеры рейтинга регионов России по доступности аренды жилья	https://ria.ru/20181112/1532477228.html	карта / рейтинг	гибридная / монохромная / схема / схематизация
170	12 ноября	320	Переработка макулатуры в России	https://ria.ru/20181112/1532876906.html	инф-я / статистика	статичная / монохромная / схема / схематизация
171	15 ноября	2485	Бросить курить, а зачем?	https://ria.ru/20181115/1532697283.html	информационная / справочная	гибридная / полихромная / изобразительная / схематизация
172	15 ноября	284	Экспорт продукции лесопромышленного комплекса	https://ria.ru/20181115/1532875572.html	инф-я / статистика	статичная / монохромная / гибридная / схематизация
173	19 ноября	147	Лидеры и аутсайдеры рейтинга регионов по привлекательности рынка труда	https://ria.ru/20181119/1532948145.html	карта / рейтинг	гибридная / монохромная / схема / схематизация
174	19 ноября	1869	Полная версия рейтинга регионов по привлекательности рынка труда	https://ria.ru/20181119/1532949824.html	карта / рейтинг	гибридная / монохромная / схема / схематизация

175	19 ноября	5711	Лучшие регионы России по организации детского отдыха 2018	https://sn.ria.ru/20181119/1532291766.html	рейтинг	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
176	20 ноября	75765	Экономический эффект Крымского моста	https://ria.ru/20181120/1533163049.html	статистика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
177	21 ноября	18972	ЕГЭ изнутри: от разработки заданий до получения результатов	https://na.ria.ru/20181121/1533188192.html	схема	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
178	21 ноября	1744	Планы по открытию станций метро в Москве	https://realty.ria.ru/20181121/1533212382.html	инф-я / схема	статичная / полихромная / схема / схематизация
179	23 ноября	499	Как получить материнский капитал	https://ria.ru/20181123/1533400496.html	инф-я / инструкция / статистика	гибридная / монохромная / гибридная / схематизация
180	26 ноября	140	Лидеры и аутсайдеры рейтинга регионов России по динамике промпроизводства	https://ria.ru/20181126/1533309365.html	карта / рейтинг	гибридная / монохромная / схема / схематизация
181	26 ноября	495	Полная версия рейтинга регионов России по динамике промпроизводства	https://ria.ru/20181126/1533319528.html	карта / рейтинг	гибридная / монохромная / схема / схематизация
182	26 ноября	1641	Говорит и показывает: как и откуда мы получаем информацию сегодня	https://sn.ria.ru/20181126/1533354878.html	статистика/рейтинг	статичная / полихромная / гибридная / схематизация
183	26 ноября	649	Химическая промышленность России	https://ria.ru/20181126/1533530740.html	статистика	статичная / полихромная / схема / схематизация
184	27 ноября	269	Новая стратегия развития "Аэрофлота"	https://ria.ru/20181127/1533542537.html	информационная	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
185	27 ноября	22991	Военное положение на Украине	https://ria.ru/20181127/1533617381.html	карта / буквографика	статичная / полихромная / схема / схематизация

186	28 ноября	15535	"Большая двадцатка" в цифрах	https://ria.ru/20181128/1533677419.html	рейтинг	интерактивная / полихромная / схема / схематизация
187	29 ноября	596	Календарь олимпиад. Декабрь 2018	https://na.ria.ru/20181129/1533711149.html	календарь / буквографика / полотно	статичная / монохромная / схема / схематизация
188	29 ноября	212	Экспорт химической продукции	https://ria.ru/20181129/1533789575.html	инф-я/статистика	статичная / полихромная / гибридная / схематизация
189	30 ноября	598	Как очищают Москву от снега	https://realty.ria.ru/20181130/1534628841.html	таймлайн / последовательность	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
190	3 декабря	29208	Полная версия рейтинга регионов России по зарплатам	https://ria.ru/20181203/1534736498.html	карта / рейтинг	гибридная / монохромная / схема / схематизация
191	3 декабря	14665	Лидеры и аутсайдеры рейтинга регионов России по зарплатам	https://ria.ru/20181203/1534780504.html	карта / рейтинг	гибридная / монохромная / схема / схематизация
192	4 декабря	15025	Будущее мобильной фотографии	https://ria.ru/20181204/1533386178.html	информационная/реклама	интерактивная / полихромная / изобразительная / натурализация
193	10 декабря	5913	Рейтинг российских регионов по отсутствию вредных привычек	https://ria.ru/20181210/1547616943.html	карта / рейтинг / таблица	интерактивная / монохромная / схема / схематизация
194	12 декабря	13200	Конституции России 25 лет	https://ria.ru/20181212/1547796880.html	информационная	гибридная / полихромная / изобразительная / натурализация
195	13 декабря	7248	Высылка российских дипломатов и ответные шаги	https://ria.ru/20181213/1547942128.html	карта / статистика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
196	17 декабря	14042	Рейтинг стран Европы по доле расходов семей на продукты питания	https://ria.ru/20181217/1547989821.html	карта / рейтинг	статичная / монохромная / схема / схематизация

197	17 декабря	9793	Новогодний пазл	https://ria.ru/20181217/1547762856.html	развлекательная / игра	интерактивная / полихромная / изобразительная / натурализация
198	17 декабря	427	Компании "Мосинжпроект" - 60 лет: основные направления работы и мегапроекты	https://realty.ria.ru/20181217/1548093154.html	таймлайн / полотно	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
199	21 декабря	3107	Итоги 2018 года	https://ria.ru/20181221/1548014931.html	итоги	гибридная / полихромная / изобразительная / схематизация
200	24 декабря	7237	Рейтинг российских регионов по уровню закредитованности населения	https://ria.ru/20181224/1548332883.html	карта / рейтинг / таблица	интерактивная / монохромная / схема / схематизация
201	24 декабря	15576	Кто ваш новогодний талисман	https://ria.ru/20181224/1548213323.html	развлекательная / тест	интерактивная / полихромная / изобразительная / натурализация
202	25 декабря	52196	Что изменилось в России с 1 января 2019 года	https://ria.ru/20181225/1548317507.html	итоги / инф-я	гибридная / полихромная / изобразительная / схематизация
203	25 декабря	19736	Раскол в православном мире: кто на чьей стороне	https://ria.ru/20181225/1548689623.html	информационная	гибридная / монохромная / схема / схематизация
204	26 декабря	2314	Искусство погружения: чем удивит современный театр?	https://ria.ru/dc/kay-n/2018/df-cards-1/	информационная	гибридная / полихромная / изобразительная / схематизация
205	26 декабря	6680	Оливье на скорость	https://ria.ru/20181226/1548001199.html	развлекательная / игра	интерактивная / полихромная / изобразительная / натурализация
206	27 декабря	5466	Основные военные объекты стран НАТО в Европе	https://ria.ru/20181227/1548804611.html	карта / информационная	интерактивная / полихромная / схема / схематизация
207	28 декабря	1304	Цифровые, полезные, удобные	https://ria.ru/20181228/1548859669.html	информационная	статичная / полихромная /

						изобразительная / схематизация

Спецпроекты

№	Дата выхода	Кол-во просмот ров	Название	спецпроекты	Тип	Шкалирование
1	18 января	31383	Многообещающий президент США	https://ria.ru/20180118/1512512006.html	интерактивная картинка	интерактивная / монохромная / гибридная / схематизация
2	5 февраля	5903	Кто и как финансирует выборы	https://ria.ru/20180205/1513885290.html	статистика	интерактивная / полихромная / изобразительная / схематизация
3	12 февраля	20147	Кого же выбрать 18 марта?	https://ria.ru/20180212/1514450018.html	интерактивная картинка / портретная / сравнение	интерактивная / полихромная / изобразительная / схематизация
4	13 февраля	6745	ПАО «Газпром» – российская транснациональная энергетическая корпорация	https://ria.ru/20180213/1514451928.html	информационная	гибридная / полихромная / схема / схематизация
5	15 февраля	9086	Как в России выбирали президентов	https://ria.ru/20180215/1514678907.html	таймлиния / портретная	интерактивная / полихромная / изобразительная / схематизация
6	21 февраля	6307	Как автоматика делает выборы быстрыми и прозрачными	https://ria.ru/20180221/1514773317.html	алгоритм / карта	интерактивная / монохромная / изобразительная / схематизация
7	23 февраля	8841	Тысяча Героев Отечества	https://ria.ru/20180223/1515070499.html	карта / статистика / инф-я	интерактивная / полихромная / изобразительная / натурализация
8	1 марта	7739	За что вручают "Оскар"	https://ria.ru/20180301/1515477333.html	облако слов / таймлиния	интерактивная / полихромная / изобразительная / схематизация

9	5 марта	21366	Блокчейн и биткоин	https://ria.ru/20180305/1515750295.html	тест / информационная	интерактивная / полихромная / изобразительная / схематизация
10	8 марта	6194	17 женских подвигов	https://ria.ru/20180308/1515949713.html	портретная / инф-я / карта	интерактивная / полихромная / изобразительная / схематизация
11	16 марта	361679	Выборы президента 2018	https://ria.ru/20180316/1516332260.html	портретная/карта/рейтинг	гибридная / полихромная / схема / схематизация
12	17 апреля	678155	Россия против НАТО: чье оружие сильнее	https://ria.ru/20180417/1518815913.html	сравнение / рейтинг	гибридная / полихромная / изобразительная / схематизация
13	28 апреля	21355	Угадайте любимый фильм	https://ria.ru/20180428/1519492646.html	игра / тест	интерактивная / полихромная / изобразительная / схематизация
14	8 мая	33332	"Терминатор", "Корсар" и другая техника парада Победы	https://ria.ru/20180508/1520047524.html	таймлиния	интерактивная / полихромная / изобразительная / схематизация
15	18 мая	16778	Новый кабинет в Доме правительства	https://ria.ru/20180518/1520827828.html	портретная / инф-я	интерактивная / полихромная / изобразительная / схематизация
16	24 мая	15975	Все стадионы ЧМ-2018	https://ria.ru/20180524/1521291816.html	информационная / панорама / карта	гибридная / полихромная / изобразительная / схематизация
17	5 июня	3087	От посикунчика до выдерги	https://ria.ru/20180605/1521802456.html	тест / карта	интерактивная / полихромная / изобразительная / схематизация
18	9 июня	12895	Болельщики мундиаля	https://ria.ru/20180609/1522305615.html	информационная / статистика / таймлиния	гибридная / полихромная / изобразительная / схематизация

19	14 июня	2004	Жизненный путь Станислава Говорухина	https://ria.ru/20180614/1522724868.html	таймлиния	гибридная / монохромная / гибридная / схематизация
20	15 июня	6289	Мусорная угроза	https://ria.ru/20180615/1522803745.html	информационная / линия / буквографика	гибридная / полихромная / изобразительная / схематизация
21	16 июля	60014	Новый лимузин президента	https://ria.ru/20180716/1524666652.html	информационная / линия / буквографика / видеоинфографика	интерактивная / монохромная / изобразительная / схематизация
22	8 августа	7468	08.08.08. Хроники войны	https://ria.ru/20180808/1526173977.html	таймлиния / карта / маршрут /	интерактивная / полихромная / гибридная / схематизация
23	16 августа	107589	Честный разговор про ВИЧ	https://ria.ru/20180816/1526662119.html	информационная / статистика / карта	гибридная / монохромная / схема / схематизация
24	29 августа	99838	Благоустройство городской среды	https://ria.ru/20180829/1527377392.html	линия / итоги / диаграммы / таймлиния /	интерактивная / полихромная / изобразительная / схематизация
25	31 августа	102622	Дом, в котором я живу	https://ria.ru/20180831/1526931992.html	информационная / статистика / карта	гибридная / монохромная / гибридная / схематизация
26	7 сентября	3955	Энергия большого города	https://ria.ru/20180907/1528025379.html	информационная / статистика	гибридная / полихромная / гибридная / схематизация
27	9 сентября	223841	Выборы глав регионов России	https://ria.ru/20180909/1527960341.html	карта / рейтинг	гибридная / монохромная / схема / схематизация
28	25 сентября	3729	Железный доктор	https://ria.ru/20180925/1529322692.html	графики / схема	интерактивная / монохромная /

						гибридная / схематизация
29	1 октября	31263	В Крым за 15 минут	https://ria.ru/20181001/1529599418.html#top	инф-я / линия / статистика	интерактивная / полихромная / изобразительная / схематизация
30	12 октября	40713	Витаминный голод	https://ria.ru/20181012/1530457634.html	карта / статистика / инф-я	интерактивная / полихромная / схема / схематизация
31	2 ноября	4443	Цветы нации: какие народы живут в России	https://ria.ru/20181102/1532000644.html#igx-nations-start	диаграммы	интерактивная / полихромная / изобразительная / схематизация
32	7 декабря	2591	МИА «Россия сегодня» 5 лет	https://ria.ru/20181207/1547492365.html	информационная/статистика/итоги	интерактивная / монохромная / изобразительная / схематизация
33	20 декабря	7929	Москва в снегу	https://ria.ru/20181220/1548263486.html	информационная / карта / график / статистика	интерактивная / полихромная / изобразительная / схематизация

№	Дата выхода		Название статьи	ссылка	Тип	Шкалирование
1	01.01.2018	Федеральный	Какие блюда русской кухни помогут от похмелья? Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/kakie_blyuda_russkoy_kuhn_i_pomogut_ot_pohmelya	тегированная картинка	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
2	04.01.2018	Оренбург	Модно и тепло. Как одеть себя и ребенка на зимнюю прогулку?	#comment list	инструкция / информационная	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
3	04.01.2018	Федеральный	Самые знаменитые археологические находки в России. Инфографика	http://www.aif.ru/society/history/samye_znamenitye_arheologicheskie_nahodki_v_rossii_infografika	карта / исторические факты / интерактивная картинка	интерактивная / полихромная / изобразительная / натурализация
4	06.01.2018	Федеральный	ЗОЖ для хипстеров. Что такое биохакинг и почему он популярен среди богачей?	http://www.aif.ru/health/life/zozh_dlya_hipsterov_что_такое_biohacking_i_pochemu_on_populyaren_sredi_bogachey	информационная / буквографика	статичная / монохромная / гибридная / схематизация
5	07.01.2018	Федеральный	Искусственные спутники Земли. Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/iskusstvennye_sputniki_zemli_infografika	информационная / статистика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
6	08.01.2018	Федеральный	Сорта и категории популярных продуктов. Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/sorta_i_kategorii_populyarnyh_produktov_infografika	информационная	статичная / полихромная / схема / схематизация
7	09.01.2018	Федеральный	Секретные коды безопасности. Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/sekretnye_kody_bezopasnosti_infografika	информационная / облако слов	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация

8	10.01.2018	Федеральный	Квартирный бум. Жильё в Москве становится доступнее	http://www.aif.ru/realty/price/kvartirnyy_bum_zhilyo_v_moskve_stanovitsya_dostupnee	информационная / статистика / карта	статичная / полихромная / гибридная / схематизация
9	10.01.2018	Федеральный	Болезнь на букву «А». Как распознать ангину и избежать осложнений	http://www.aif.ru/health/children/bolezni_na_bukvu_a_kak_raspoznat_anginu_i_izbezhat_oslozhneniy	инструкция / буквографика	статичная / монохромная / гибридная / схематизация
10	12.01.2018	Федеральный	Современные монархии мира. Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/sovremennye_monarhii_mira_infografika	информационная / портретная / карта	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
11	12.01.2018	Федеральный	Самые популярные коты и собаки в России. Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/samye_populyarnye_koty_i_sobaki_v_rossii_infografika	рейтинг / портретная	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
12	15.01.2018	Федеральный	Игра на нервах. Почему работодатели издеваются, а работники терпят?	http://www.aif.ru/money/business/igra_na_nervah_pochemu_rabotodateli_izdevayutsya_a_rabotniki_terpyat	информационная	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
13	18.01.2018	Федеральный	Столица новой мобильности. Как в Москве решают проблему трафика	http://www.aif.ru/auto/roads/stolica_novoy_mobilnosti_kak_v_moskve_reshayut_problemu_trafika	информационная / карта	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
14	18.01.2018	Федеральный	Блокада Ленинграда в цифрах и фактах. Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/blokada_leningrada_v_cifrah_i_faktah_infografika	рейтинг / статистика / диаграммы	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
15	19.01.2018	Федеральный	Где в мире самая высокая смертность на дорогах? Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/gde_v_mire_samaya_vysokaya_smertnost_na_dorogah_infografika	статистика / рейтинг / карта / графики / диаграммы	статичная / полихромная / схема / схематизация
16	20.01.2018	Федеральный	В каких санаториях смогут поехать москвичи в 2018 г.? Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/v_kakih_sanatoriyaх_smogut_poechitsya_moskvichi_v_2018_g_infografika	информационная / карта	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
17	21.01.2018	Федеральный	Температура зимой в многоквартирных домах разных стран. Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/temperatura_zimoy_v_mnogokvartirnykh_domakh_raznykh_stran_infografika	карта	статичная / полихромная /

				okvartirnyh_domah_v_raznyh_stranah_infografika		схема / схематизация
18	22.01.2018	Федеральный	Добавят мясо и рыбу. Что войдет в потребительскую корзину?	http://www.aif.ru/money/mymoney/dobavyat_myaso_i_rybu_chno_vhodit_v_potrebitelskuyu_korzinu	информационная	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
19	24.01.2018	Федеральный	Какие автомобили наиболее популярны в регионах России? Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/kakie_avtomobili_naibolee_populyarny_v_regionah_rossii_infografika	карта / рейтинг	статичная / монохромная / гибридная / схематизация
20	25.01.2018	Федеральный	Быстрее, чаще, теплее. Чем порадуют пассажиров электричек в ближайшее время	http://www.aif.ru/society/transport/bystree_chashche_teplee_chem_poradyut_passazhirov_elektrichesk_v_blizhayshee_vremya	карта / маршрут	статичная / полихромная / схема / схематизация
21	25.01.2018	Федеральный	А вы какого мнения? Как в столице голосуют по спорным вопросам	http://www.aif.ru/realty/city/a_vy_kakogo_mneniya_kak_v_stolice_golosuyut_po_spornym_voprosam	информационная / статистика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
22	25.01.2018	Федеральный	Средняя цена легкового автомобиля в разных странах. Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/srednyaya_cena_legkovogo_avtomobilya_v_raznyh_stranah_infografika	рейтинг	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
23	26.01.2018	Федеральный	Военное присутствие США в странах мира. Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/voennoe_prisutstvie_ssha_v_stranah_mira_infografika	карта / рейтинг / круговые диаграммы	статичная / монохромная / гибридная / схематизация
24	27.01.2018	Федеральный	Спорт вреден? Кому и почему противопоказаны физические нагрузки	http://www.aif.ru/health/life/sport/vreden_komu_i_pochemu_protivopokazany_fizicheskie_nagruzki	информационная	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
25	28.01.2018	Федеральный	Кукуруза цвета радуги. Чем опасны овощи и фрукты несвойственных им оттенков	http://www.aif.ru/food/products/ku_kuruza_cveta_radugi_chem_opasny_ovoshchi_i_frukty_nesvoystvennyh_im_ottenkov	информационная	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
26	30.01.2018	Федеральный	Как в России изменятся тарифы ЖКХ? Инфографика	http://www.aif.ru/money/mymoney/kak_v_rossii_izmenyatsya_tarify_na_zhkh_infografika	карта / рейтинг	статичная / полихромная / схема / схематизация

27	31.01.2018	Федеральный	Подарочный набор для новорождённого в Москве. Инфографика	http://www.aif.ru/society/people/podarochnyy_nabor_dlya_novorozhdyonnogo_v_moskve_infografika	информационная / буквографика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
28	31.01.2018	Федеральный	Как выглядит автомат АК-12 и чем он хорош? Инфографика	http://www.aif.ru/society/army/kak_vyglyadit_avtomat_ak-12_i_chem_on_horosh_infografika	информационная	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
29	01.02.2018	Федеральный	Ликбез для пенсионера. Что делать, чтобы не провести остаток жизни в нищете	http://www.aif.ru/money/mymoney/likbez_dlya_pensionera_chno_delat_chtoby_ne_provesti_ostatok_zhizni_v_nishchete	статистика / информационная / таблица	статичная / монохромная / гибридная / схематизация
30	01.02.2018	Федеральный	Последний пират отступает. Куда исчезли сомалийские морские разбойники?	http://www.aif.ru/politics/world/posledniy_pirat_otstupaet_kuda_ischezli_somaliyskie_morskie_razboyniki	информационная / карта / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
31	01.02.2018	Федеральный	Какие законы вступают в силу в феврале 2018 года? Инфографика	http://www.aif.ru/society/law/kakie_zakony_vstupayut_v_silu_v_fevrale_2018_goda_infografika	информационная / буквографика	статичная / монохромная / гибридная / схематизация
32	05.02.2018	Федеральный	Самые распространенные преступления в России. Инфографика	http://www.aif.ru/society/safety/samy_e_rasprostranennye_prestupleniya_v_rossii_infografika	статистика / карта / диаграммы	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
33	07.02.2018	Федеральный	Календарь питания для Великого поста 2018 года	http://www.aif.ru/food/diet/kalendar_pitaniya_dlya_velikogo_posta_2018_goda	календарь	статичная / монохромная / схема / схематизация
34	09.02.2018	Федеральный	Соцслужбы для незащищенных: кому положены и как получить?	http://www.aif.ru/money/mymoney/socslugi_dlya_bezzashchitnyh_komu_polozheny_i_kak_poluchit	информационная	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
35	09.02.2018	Федеральный	Расписание хоккейных матчей на Олимпийских играх-2018. Инфографика	http://www.aif.ru/olymp2018/dontknows/raspisanie_hokkeynyh_matchey_na_olimpiyskih_igrah-2018_infografika	прогрмма / календарь / рейтинг	статичная / полихромная / схема / схематизация
36	09.02.2018	Федеральный	Как выбирать ювелирные изделия? Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/kak_vybirat_yuvelirnye_izdeliya_infografika	инструкция	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация

37	10.02.2018	Федеральный	Врачевание тел и душ. Как живёт центральная православная больница?	http://www.aif.ru/society/healthcare/vrachevanie_tel_i_dush_kak_zhivy_ot_centralnaya_pравoslavnaya_bolnica	информационная / история / портретная	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
38	11.02.2018	Федеральный	Крушение пассажирского самолёта Ан-148 в Подмосковье. Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/krushenie_passazhirskogo_samolota_an-148_v_podmoskove_infografika	карта / справочная инф-я	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
39	15.02.2018	Федеральный	Можно ли научить чиновника улыбаться? Как Москва стала удобной для горожан	http://www.aif.ru/realty/city/mozhno_li_nauchit_chinovnika_ulybatsya_kak_moskva_stala_udobnoy_dlya_gorozhan	информационная / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
40	15.02.2018	Федеральный	С каких улиц Москвы чаще всего эвакуируют автомобили? Инфографика	http://www.aif.ru/auto/roads/s_kakih_ulic_moskvy_chashche_vsego_evakuiruyut_avtomobili_infografika	карта / информационная	статичная / монохромная / схема / схематизация
41	15.02.2018	Ростов-на-Дону	Казачьи блины на пшённой каше. Инфографика	http://www.rostov.aif.ru/infographyc/kazachi_bliny_na_pshyonnoy_kashe_infografika	инструкция	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
42	17.02.2018	Федеральный	Диагноз - онкология. Шесть наиболее частых вопросов о раке	http://www.aif.ru/health/life/diagnoz_onkologiya_shest_naibolee_chastyh_voprosov_o_rake	статистика / инф-я / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
43	17.02.2018	Самара	Волжские блины со щукой. Рецепт в инфографике	http://www.samara.aif.ru/infographyc/volzhskie_bliny_so_shchukoy_recept_v_infografike	инструкция	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
44	18.02.2018	Федеральный	«Вскрытие» мозга. Допинги для интеллекта разделят людей на богов и глупцов?	http://www.aif.ru/health/life/vskrytie_mozga_dopingi_dlya_intellekta_razdeleyat_lyudey_na_bogov_i_glupcov	информационная / буквографика	статичная / полихромная / гибридная / схематизация
45	19.02.2018	Федеральный	Самые длинные кинофраншизы. Инфографика	http://www.aif.ru/culture/movie/samye_dlinnye_kinofranshizy_infografika	рейтинг / портретная	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
46	20.02.2018	Федеральный	Конец «дачной амнистии». Как было до и как будет после?	http://www.aif.ru/dacha/help/konec_dachnoy_amnistii_kak_bylo_do_i_kak_budet_posle	информационная / до-после / инструкция	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация

47	20.02.2018	Федеральный	Сколько стоит жилье в регионах России? Инфографика	http://www.aif.ru/realty/price/skolko_stoit_zhile_v_regionah_rossii_infografika	карта / рейтинг	статичная / полихромная / схема / схематизация
48	21.02.2018	Федеральный	Доплаты за стаж и детей. Какие пенсионные сенсации оказались неправдой?	http://www.aif.ru/money/mymoney/kak_pensionerov_utkami_kormyat_pensionnye_sensacii_okazavshiesya_nepravdoy	информационная	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
49	21.02.2018	Федеральный	Прописка не помеха. На выборах можно проголосовать в упрощённом порядке	http://www.aif.ru/politics/russia/proписка_ne_pomeha_na_vyborah_mozhno_progolosovat_v_uproshtchyonnom_poryadke	инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
50	22.02.2018	Федеральный	Самые популярные и необычные детские имена. Инфографика	http://www.aif.ru/society/people/samye_populyarnye_i_neobychnye_detskie_imena_infografika	рейтинг / развлекательная / таймлия	статичная / полихромная / схема / схематизация
51	22.02.2018	Федеральный	Как улучшить память? Простые способы в инфографике	http://www.aif.ru/health/life/kak_uluchshit_pamyat_prostye_sposoby_v_infografike	информационная / инструкция / буквографика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
52	22.02.2018	Федеральный	Сколько отдыхают в разных странах мира? Инфографика	http://www.aif.ru/society/people/skolko_otdyhayut_v_raznyh_stranah_mira_infografika	статистика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
53	23.02.2018	Федеральный	100 лет несокрушимости. Как встречают вековой юбилей Вооружённые силы РФ?	http://www.aif.ru/society/army/100_let_nesokrushimosti_kak_vstrechayut_vekovoy_yubiley_vooruzhyonnyye_sily_rf	карта / информационная / статистика / буквографика	статичная / полихромная / схема / схематизация
54	23.02.2018	Федеральный	Лунный календарь дачника — 2018. Инфографика	http://www.aif.ru/dacha/calendar/lunnyy_kalendar_dachnika_2018_infografika	календарь	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
55	25.02.2018	Федеральный	Условия для выращивания рассады однолетних цветов. Инфографика	http://www.aif.ru/dacha/flowers/usloviya_dlya_vyrashchivaniya_rassady_odnoletnih_cvetov_infografika	инструкция / справочная информация / таблица	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
56	26.02.2018	Федеральный	Как Россия выступала на зимних Олимпиадах. Инфографика	http://www.aif.ru/olymp2018/dontknows/kak_rossiya_vystupala_na_zimnih_olimpiadah_infografika	таймлия	статичная / полихромная /

						схема / схематизация
57	27.02.2018	Федеральный	За цветами по сугробам. Стоит ли торопиться с покупкой многолетников?	http://www.aif.ru/dacha/flowers/zacvetami_po_sugrobam_stoit_li_toropitsya_s_pokupkoy_mnogoletnikov	инф-я	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
58	27.02.2018	Тула	Постные скороспелые блины по рецепту жены Льва Толстого. Инфографика	http://www.tula.aif.ru/infographic/recipes/postnye_skorospelye_bliny_po_receptu_zheny_lva_tolstogo_infografika	инструкция	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
59	28.02.2018	Федеральный	Деньги просто так. Могут ли у нас появиться безусловные выплаты гражданам?	http://www.aif.ru/money/economy/dengi_prosto_tak_mogut_li_u_nas_poyavitsya_bezuslovnye_vyplaty_grazhdanam	информационная	статичная / монохромная / гибридная / схематизация
60	28.02.2018	Федеральный	Что собой представляет армия Украины. Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/cto_iz_sebya_predstavlyayet_armiya_ukrainy_infografika	информационная / статистика	статичная / полихромная / гибридная / схематизация
61	01.03.2018	Федеральный	Тихая культурная революция. Что нового в столичных библиотеках и музеях?	http://www.aif.ru/culture/freeway/tihaya_kulturnaya_revolyuciya_cto_novogo_v_stolichnyh_bibliotekah_i_muzeyah	информационная / буквографика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
62	01.03.2018	Федеральный	Что вступает в силу в марте 2018 года? Инфографика	http://www.aif.ru/society/law/cto_vstupayet_v_silu_v_marte_2018_goda_infografika	информационная / буквографика	статичная / монохромная / гибридная / схематизация
63	02.03.2018	Федеральный	Международный аэропорт Жуковский. Как выглядит и как добраться	http://www.aif.ru/society/transport/mezhdunarodnyy_aeroport_zhukovskiy_kak_vyglyadit_i_kak_dobratsya	информационная / карта / схема	статичная / полихромная / схема / схематизация
64	03.03.2018	Федеральный	Сердечные недруги. Что делать, чтобы защитить себя от инфаркта?	http://www.aif.ru/health/life/serdecnye_nedruqi_cto_delat_chtoby_zashchitit_sebya_ot_infarkta	информационная	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
65	05.03.2018	Федеральный	Сколько страны проживут на деньги своих самых богатых граждан? Инфографика	http://www.aif.ru/politics/world/skolko_strany_prozhivut_na_dengi_svoih_samyh_bogatyh_grazhdan_infografika	портретная / статистика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация

66	06.03.2018	Федеральный	Критерии звездности гостиниц в России. Инфографика	http://www.aif.ru/travel/kriterii_zvezdnosti_gostinic_v_rossii_infografi_ka	информационная / рейтинг	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
67	07.03.2018	Федеральный	Онлайн в законе. Проводить общие собрания жильцов теперь можно в Интернете	http://www.aif.ru/realty/city/onlayn_v_zakone_provodit_obshchie_sobraniya_zhilcov_teper_mozhno_v_internete	информационная / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
68	09.03.2018	Федеральный	Страны, гражданство которых можно купить. Инфографика	http://www.aif.ru/society/people/strany_v_kotoryh_mozhno_kupit_grazhdanstvo_infografika	информационная / карта / статистика	статичная / полихромная / схема / схематизация
69	10.03.2018	Федеральный	Сроки оказания медпомощи по полису ОМС. Инфографика	http://www.aif.ru/society/healthcare/sroki_okazaniya_medpomoshchi_po_polisu_oms_infografika	информационная / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
70	10.03.2018	Федеральный	Минимальные зарплаты в Европе. Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/minimalnye_zarplaty_v_evrope_infografika	карта / рейтинг	статичная / полихромная / схема / схематизация
71	11.03.2018	Федеральный	Без шансов на повтор. Как предотвратить инфаркт и инсульт	http://www.aif.ru/health/life/bez_shansov_na_povtor_kak_predotvratit_infarkt_i_insult	информационная / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
72	14.03.2018	Федеральный	Кандидаты в президенты России. Инфографика	http://www.aif.ru/politics/russia/kandidaty_v_prezidenty_rossii_infografika	портретная / информационная / таблица / буквографика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
73	15.03.2018	Федеральный	Как работает эскалатор в метро. Инфографика	http://www.aif.ru/society/transport/kak_rabotaet_eskalator_v_metro_infografika	информационная / схема / тегированная картинка	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
74	15.03.2018	Федеральный	Не городить барьеры. Какие возможности предоставляет столица инвалидам?	http://www.aif.ru/realty/city/ne_gorodit_barery_kakie_vozmozhnosti_predostavlyaet_stolica_invalidam	статистика / информационная	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация

75	15.03.2018	Федеральный	12 советов для выращивания рассады паслёновых. Инфографика	http://www.aif.ru/dacha/ogorod/12_sovetov_dlya_vyrashchivaniya_rassady_paslyonovyh_infografika	информационная / инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
76	16.03.2018	Федеральный	Большая кольцевая линия московского метро. Инфографика	http://www.aif.ru/society/transport/bolshaya_kolcevaya liniya moskovskogo metro_infografika	карта / маршрут / схема	статичная / монохромная / схема / схематизация
77	17.03.2018	Федеральный	Из чего построить дачный дом? Выбираем оптимальные варианты	http://www.aif.ru/dacha/construction/iz_chego_postroit_dachnyy_dom_vybiraem_optimalnye_varianty	статистика / информационная / таблица / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
78	19.03.2018	Федеральный	Результаты президентских выборов в России. Инфографика	http://www.aif.ru/politics/russia/rezultaty_prezidentskih_vyborov_v_rossii_infografika	рейтинг / портретная / статистика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
79	20.03.2018	Федеральный	Ракетный комплекс «Сармат». Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/raketnyy_kompleks_sarmat_infografika	информационная / таймлайн	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
80	21.03.2018	Федеральный	Что будет с зубами, если их не чистить? Инфографика	http://www.aif.ru/health/life/chto_budet_s_zubami_esli_ih_ne_chistit_infografika	информационная / тегированная картинка	статичная / монохромная / изобразительная / натурализация
81	21.03.2018	Федеральный	«Прописка» на даче. Кто и как может её получить?	http://www.aif.ru/dacha/help/propiska_na_dache_kto_i_kak_mozhet_eyo_poluchit	информационная / буквографика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
82	22.03.2018	Федеральный	Комфортная среда. Как децентрализация города улучшает условия жизни людей	http://www.aif.ru/realty/city/komfortnaya_sreda_kak_decentralizaciya_goroda_uluchshaet_usloviya_zhizni_lyudey	информационная / статистика / карта	статичная / монохромная / схема / схематизация
83	23.03.2018	Федеральный	Пулемет Максима. Инфографика	http://www.aif.ru/society/army/pulemet_maksima_infografika	информационная / тегированная картинка / таймлайн	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация

84	25.03.2018	Федеральный	Когда кашель берёт за горло. Почему разрекламированные препараты — фикция?	http://www.aif.ru/health/life/kogda_kashel_beryot_zh_gorlo_pochemu_razreklamirovannyye_preparaty_fiksiya	инструкция / сравнение	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
85	26.03.2018	Барнаул	Прогноз неблагоприятный. Как Алтайский край переживает сильнейший паводок	http://www.altai.aif.ru/incidents/prognoz_neblagopriyatnyy_kak_altayskiy_kray_perezhiivaet_silneyshiy_pavodok	инструкция / тегированная картинка / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
86	28.03.2018	Федеральный	Схема сгоревшего ТЦ в Кемерове. Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/shema_sgorevshego_tc_v_kemerove_infografika	схема	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
87	29.03.2018	Федеральный	Кому добавки? Чьи пенсии вырастут с 1 апреля	http://www.aif.ru/money/mymoney/komu_dobavki_chi_pensii_vyrastut_s_1_aprelya	информационная / график / буквографика	статичная / полихромная / гибридная / схематизация
88	29.03.2018	Федеральный	Срок или штраф? Товары, которые лучше не покупать и не продавать в Сети	http://www.aif.ru/money/market/srok_ili_shtraf_tovary_kotorye_luchshe_ne_pokupat_i_ne_prodavat_v_seti	информационная	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
89	29.03.2018	Федеральный	На грани возможного. Масштабная дорожная стройка в Москве продолжается	http://www.aif.ru/auto/roads/na_grani_vozmozhnogo_masshtabnaya_dorozhnaya_stroyka_v_moskve_prodolzhaetsya	карта	статичная / монохромная / схема / схематизация
90	29.03.2018	Федеральный	Жизнь под прицелом. Зачем в Москве столько камер?	http://www.aif.ru/society/safety/zhizn_pod_pricelom_zachem_v_moskve_stolko_kamer	информационная	статичная / монохромная / изобразительная / натурализация
91	29.03.2018	Федеральный	Как менялся уровень курения в России? Инфографика	http://www.aif.ru/health/life/kurenie_v_rossii_infografika	таймлайн / диаграмма	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
92	03.04.2018	Тула	Пасха Яснополянская по рецепту жены Льва Толстого. Инфографика	http://www.tula.aif.ru/infographic/recipes/pasha_yasnopolyanskaya_po_receptu_zheny_lva_tolstogo_infografika	инструкция	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
93	04.04.2018	Федеральный	Оздоровительная обрезка. Почему не стоит пренебрегать уходом за деревьями	http://www.aif.ru/dacha/garden/ozdorovitel'naya_obrezka	инструкция / тегированная картинка	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация

103	16.04.2018	Федеральный	Тарифы - к стене! Что теперь изменится в работе управляющих компаний?	http://www.aif.ru/realty/utilities/tarify_-_k_stene_chno_teper_izmenitsya_v_rabote_upravlyayushchih_kompaniy	информационная / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
104	16.04.2018	Федеральный	Весне навстречу! Обновляемся вместе с природой	http://www.aif.ru/health/secrets/vesne_navstrechu_obnovlyaemsya_vместе_s_prirodoy	схема	статичная / монохромная / изобразительная / натурализация
105	18.04.2018	Федеральный	Стадионы чемпионата мира по футболу в России. Инфографика	http://www.aif.ru/sport/structure/stadiony_chempionata_mira_po_futbolu_v_rossii_infografika	карта	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
106	19.04.2018	Федеральный	«Оцифрованная» столица. Будущее за умными городскими электронными сервисами	http://www.aif.ru/society/web/ocifrovanaya_stolica_budushchee_zh_umnymi_gorodskimi_elektronnyimi_servisami	информационная / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
107	19.04.2018	Федеральный	Мы поедem, мы помчимся. Где в Москве отремонтируют и построят дороги	http://www.aif.ru/auto/roads/my_poedem_my_pomchimsya_gde_v_moskve_otremontiruyut_i_postroyat_novy_e_dorogi	карта / маршрут	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
108	20.04.2018	Федеральный	Ограничения на дорогах Москвы до и во время парада Победы	http://www.aif.ru/auto/roads/ogranicheniya_na_dorogah_moskvy_do_i_vo_vremya_parada_pobedy	карта / маршрут / интерактивная картинка	интерактивная / монохромная / схема / схематизация
109	22.04.2018	Федеральный	Планируем огород. Какие культуры совместимы, а какие лучше рядом не сажать?	http://www.aif.ru/dacha/ogorod/planiруем_ogorod	инструкция / таблица / буквографика	статичная / монохромная / гибридная / схематизация
110	23.04.2018	Федеральный	Где в мире воевали и воюют войска США. Инфографика	http://www.aif.ru/society/army/gde_v_mire_voevali_i_voyuyut_voyska_ssha_infografika	карта / исторические факты / интерактивная картинка	интерактивная / полихромная / схема / схематизация
111	25.04.2018	Федеральный	Активная позиция. Почему растёт число доноров и где ждут добровольцев?	http://www.aif.ru/health/life/pochemu_vsyo_bolshe_donorov_problem_s_krovyyu_segodnya_v_moskve_n_eto	информационная	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация

112	26.04.2018	Федеральный	Международное признание. Зачем Москве столько наград?	http://www.aif.ru/realty/city/mezhdunarodnoe_priznanie_zachem_moskve_stolko_nagrad	итоги / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
113	26.04.2018	Федеральный	Где в Москве смотреть салют 9 мая? Инфографика	http://www.aif.ru/realty/city/gde_v_moskve_smotret_salyut_9_maya_in_infografika	карта	интерактивная / монохромная / схема / схематизация
114	26.04.2018	Федеральный	Почему сигареты и пиво для России делают иностранцы?	http://www.aif.ru/money/company/pochemu_sigarety_i_pivo_dlya_rossii_delayut_inostrancy	рейтинг / статистика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
115	28.04.2018	Федеральный	Велодорожки Москвы. Инфографика	http://www.aif.ru/sport/sportin/velodorozhki_moskvy_infografika	карта / маршрут / интерактивная картинка	интерактивная / монохромная / схема / схематизация
116	29.04.2018	Федеральный	Реформы и проблемы. Почему Александр II не хотел быть царём?	http://www.aif.ru/society/history/reformy_i_problemy_pochemu_aleksandra_ii_ne_hotel_byt_caryom	таймлайн / итоги / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
117	29.04.2018	Федеральный	Что интересного будет в столице на майские праздники?	http://www.aif.ru/culture/freeway/что_интересного_будет_в_столице_на_майские_праздники	информационная	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
118	30.04.2018	Федеральный	Рейтинг разных аллергий — от распространенных до редких. Инфографика	http://www.aif.ru/health/life/rejting_raznyh_allergiy_ot_rasprostranennykh_do_redkikh_infografika	рейтинг	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
119	30.04.2018	Федеральный	Самые популярные СМИ на Украине. Инфографика	http://www.aif.ru/society/media/samye_populyarnye_smi_na_ukraine_infografika	рейтинг / статистика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
120	01.05.2018	Федеральный	Что вступает в силу в мае 2018 года? Инфографика	http://www.aif.ru/society/law/что_вступает_в_силу_в_мае_2018_года_infografika	информационная / буквографика	статичная / монохромная / гибридная / схематизация
121	01.05.2018	Федеральный	Кем в детстве мечтали стать сегодняшние политики?	http://www.aif.ru/politics/world/kem_v_detstve_mechtali_stat_segodnyashnie_politiki	портретная / развлекательная	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация

122	02.05.2018	Федеральный	Сколько стоит литр бензина в разных странах? Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/skolko_stoit_litr_benzina_v_raznyh_stranah_infografika	рейтинг / статистика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
123	03.05.2018	Федеральный	Поехали на танки смотреть! Что интересного будет в столице в День Победы?	http://www.aif.ru/culture/freeway/poechali_na_tanki_smotret_chno_interesnogo_budet_v_stolice_na_den_pobedy	карта / маршрут	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
124	04.05.2018	Федеральный	А ввоз и ныне там. Удалось ли России стать менее зависимой от импорта?	http://www.aif.ru/money/economy/a_vvoz_i_nyne_tam_udalos_li_rossii_stat_menee_zavisimoy_ot_importa	информационная / диаграмма	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
125	06.05.2018	Федеральный	9 дачных растений двойного назначения. Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/9_dachnyh_rasteniy_dvoynogo_naznacheniya_infografika	информационная	статичная / монохромная / изобразительная / натурализация
126	07.05.2018	Федеральный	Все президенты, министры и главы правительства России. Инфографика	http://www.aif.ru/politics/russia/vse_prezidenty_ministry_i_glavy_pravitelstva_rossii_infografika	таймлайн / история / информационная	статичная / полихромная / схема / схематизация
127	09.05.2018	Федеральный	Танк ИС-3. Инфографика	http://www.aif.ru/society/history/tank_is-3_infografika	таймлайн / история / информационная	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
128	10.05.2018	Федеральный	«Умер, не дождавшись новоселья». Почему ветеранам не дают жить достойно?	http://www.aif.ru/society/people/umer_ne_dozhdavshis_novoselya_pochemu_veteranam_ne_dayut_zhit_dostoyno	информационная / буквографика / график	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
129	10.05.2018	Федеральный	«Зажигательная» торговля. Как ТЦ Москвы тестируют на пожарную безопасность	http://www.aif.ru/society/safety/zazhigatel'naya_torgovlya_kak_tc_moskvy_testiruyut_na_pozharnuyu_bezopasnost	информационная	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
130	11.05.2018	Федеральный	Квартирный вопрос. Как адресное распределение решает проблему с жильём?	http://www.aif.ru/realty/city/kvartirnyy_vopros_kak_adresnoe_raspredelenie_reshaet_problemu_s_zhilyom	информационная / инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация

131	11.05.2018	Федеральный	От каких напитков самое сильное похмелье? Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/ot_kakih_napitkov_samoe_silnoe_pohmele_infografika	рейтинг / круговая диаграмма	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
132	11.05.2018	Федеральный	Сыграем в ящик? Как смотреть телевизор без вреда для здоровья	http://www.aif.ru/health/life/sygrаем_v_yashchik_kak_smotret_televizor_bez_vreda_dlya_zdorovya	информационная / статистика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
133	12.05.2018	Федеральный	Сколько длятся летние каникулы у школьников в разных странах? Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/skolko_dlyatsya летние_kanikuly_u_shkolnikov_v_raznyh_stranah_infografika	информационная / карта	статичная / полихромная / схема / схематизация
134	13.05.2018	Федеральный	В плену рекламы. Какие препараты помогают пищеварению, а какие вредят	http://www.aif.ru/health/life/v_pлену_reklamy_kakie_preparaty_pomogayut_pishchevareniyu_a_kakie_vredyayut	информационная / статистика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
135	13.05.2018	Федеральный	Револьвер системы Нагана. Инфографика	http://www.aif.ru/society/history/revolver_sistemy_nagana_infografika	схема / тегированная картинка / предмет в разрезе	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
136	14.05.2018	Федеральный	Льготы не доходят! Ученые о том, почему нужно изменить систему соцпомощи	http://www.aif.ru/money/economy/ustranit_lisheniya_pochemu_uchenyie_predlagayut_izmenit_sistemu_socpomoshchi	информационная / буквографика	статичная / монохромная / схема / схематизация
137	14.05.2018	Федеральный	Кто быстрее найдёт работу — человек с дипломом или без?	http://www.aif.ru/society/education/kto_bystree_naydyot_rabotu_chelovek_s_diplomom_ili_bez	диаграмма	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
138	15.05.2018	Федеральный	Где в мире наиболее велик риск землетрясений. Инфографика	http://www.aif.ru/society/nature/gde_v_mire_naibolee_velik_risk_zemletryaseniya_infografika	карта / диаграмма	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
139	15.05.2018	Федеральный	Кто с кем воюет в Сирии? Стороны конфликта — в инфографике	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/kto_s_kem_voyuet_v_sirii_s_torony_konflikta_v_infografike	информационная / карта	статичная / монохромная / схема / схематизация

140	16.05.2018	Федеральный	Догнать Британию. Как правительству выполнять задачи президента?	http://www.aif.ru/money/economy/dognat_britaniyu_kak_pravitelstvu_vypolnyat_zadachi_prezidenta	информационная / буквографика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
141	16.05.2018	Федеральный	Кадры новые и «старые». Каким будет новое правительство?	http://www.aif.ru/politics/russia/kadry_novye_i_starые_kakim_budet_novoe_pravительство	портретная / информационная / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
142	17.05.2018	Федеральный	Где туристу вареньем намазано. Почему событийный туризм так привлекателен?	http://www.aif.ru/culture/freeway/gde_turistu_varenem_namazano_poc_hemu_sobytiynny_turizm_tak_privlekaten	программа / календарь	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
143	17.05.2018	Федеральный	«Елена» из подземелья. Как создаются тоннели московской подземки?	http://www.aif.ru/society/ptransport/elena_iz_podzemelya_kak_sozdayutsya_tonneli_moskovskoy_podzemki	информационная / тегированная картинка / предмет в разрезе	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
144	17.05.2018	Федеральный	Правда ли, что первая группа крови самая плохая?	http://www.aif.ru/health/life/pravda_li_что_pervaya_gruppa_krovi_samaya_plohaya	информационная / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
145	17.05.2018	Федеральный	Кто из иностранцев чаще всего получает гражданство РФ?	http://www.aif.ru/society/law/kto_iz_inostrancev_chashche_vsego_poluchaet_grazhdanstvo_rf_infografika	рейтинг	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
146	18.05.2018	Федеральный	Схема движения автомобилей на подъезде к Крымскому мосту. Инфографика	http://www.aif.ru/auto/roads/shema_dvizheniya_avtomobiley_na_podezde_k_krymskomu_mostu_infografika	карта / маршрут	статичная / монохромная / схема / схематизация
147	18.05.2018	Федеральный	Состав правительства РФ. Инфографика	http://www.aif.ru/politics/russia/sostav_pravительства_rf_infografika	портретная	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
148	19.05.2018	Федеральный	Устройство русской печи. Инфографика	http://www.aif.ru/realty/house/ustroystvo_russkoy_pechi_infografika	информационная / предмет в разрезе / тегированная картинка	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация

149	19.05.2018	Федеральный	Отводками, черенками или делением? Размножаем любимые растения	http://www.aif.ru/dacha/garden/kak_razmnozhit_lyubimye_rasteniya	инструкция / тегированная картинка	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
150	19.05.2018	Федеральный	Пассажирский самолет Sukhoi SuperJet-100 в цифрах и фактах. Инфографика	http://www.aif.ru/society/ptransport/passazhirskiy_samolet_sukhoi_superjet-100_v_cifrah_i_faktah_infografika	таймлайн / история / информационная	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
151	20.05.2018	Федеральный	Как выглядит школьный дневник в разных странах? Инфографика	http://www.aif.ru/society/education/kak_vyglyadit_shkolnyy_dnevnik_v_raznyh_stranah_infografika	информационная / сравнение	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
152	22.05.2018	Федеральный	Какие страны мира признают российские дипломы? Инфографика	http://www.aif.ru/society/education/kakie_strany_mira_priznayut_rossiyskie_diplomy_infografika	карта / интерактивная картинка	интерактивная / полихромная / схема / схематизация
153	22.05.2018	Федеральный	Пенсионный возраст в разных странах мира. Инфографика	http://www.aif.ru/money/mymoney/pensionnyy_vozrast_v_raznyh_stranah_mira_infografika	информационная / карта / статистика	статичная / полихромная / схема / схематизация
154	23.05.2018	Ростов-на-Дону	«Мне очень страшно». Как живут сейчас пострадавшие от пожара в Ростове	http://www.rostov.aif.ru/society/details/ogni_bolshogo_goroda_kak_zhivut_postradavshie_ot_pozhara_v_rostove-na-donu	таймлайн	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
155	24.05.2018	Федеральный	Тарифы на ремонт и содержание жилья в регионах России. Инфографика	http://www.aif.ru/realty/utilities/tarify_na_remont_i_soderzhanie_zhilya_v_regionah_rossii_infografika	карта / рейтинг / статистика	статичная / полихромная / схема / схематизация
156	24.05.2018	Федеральный	Что означают значки на приборной панели автомобиля? Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/cto_oznachayut_znachki_na_pribornoj_paneli_avtomobilya_infografika	инструкция / интерактивная картинка	интерактивная / полихромная / изобразительная / натурализация
157	24.05.2018	Федеральный	Столичный беби-бум. Как в Москве справились с демографической проблемой?	http://www.aif.ru/money/mymoney/stolichnyy_bebi-bum_kak_v_moskve_spravilis_s_demograficheskoy_probleмой	информационная / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
158	24.05.2018	Федеральный	Кого заменят роботы? Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/kogo_zamenyat_roboty_infografika	информационная / статистика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация

159	24.05.2018	Югра	В гости к косолапому. Чем опасны бурые медведи в период поздней весны	http://www.ugra.aif.ru/society/v_gosti_k_kosolapomu_chem_opasny_burye_medvedi_v_period_pozdney-vesny	инструкция / художественная	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
160	26.05.2018	Федеральный	Где в России самые дорогие дачи? Инфографика	http://www.aif.ru/dacha/construction/gde_v_rossii_samye_dorogie_dachi_infografika	карта / рейтинг	статичная / полихромная / схема / схематизация
161	26.05.2018	Федеральный	Как израсходовать лишние калории. Инфографика	http://www.aif.ru/health/secrets/kak_izrashodovat_lishnie_kalorii_infografika	развлекательная / статистика / инструкция	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
162	28.05.2018	Федеральный	Самолет С-22 «Илья Муромец». Инфографика	http://www.aif.ru/society/army/samolet_s-22_ilya_muromec_infografika	таймлайн / история / информационная	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
163	29.05.2018	Федеральный	Насколько Европа зависит от российского топлива? Инфографика	http://www.aif.ru/money/market/naskolko_evropa_zavisit_ot_rossiyskogo_topliva_infografika	статистика / диаграмма	статичная / полихромная / изобразительная / натурализация
164	31.05.2018	Федеральный	Шлагбаум от понаехавших. Закрыть двор от «чужаков» станет проще	http://www.aif.ru/auto/roads/shlagbaum_ot_ponaehavshih_zakryt_dvor_ot_chuzhakov_stanet_proshche	инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
165	31.05.2018	Федеральный	Что вступает в силу в июне 2018 года? Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/cto_vstupayet_v_silu_v_iyunе_2018_goda_infografika	информационная / буквографика	статичная / монохромная / гибридная / схематизация
166	31.05.2018	Федеральный	Бонусы от города. Как в Москве помогают малому бизнесу?	http://www.aif.ru/money/economy/bonusy_ot_goroda_kak_v_moskve_pomogayut_malomu_biznesu	информационная / буквографика	статичная / монохромная / гибридная / схематизация
167	31.05.2018	Федеральный	Как растут цены на нефть и на бензин. Инфографика	http://www.aif.ru/money/market/kak_rastut_ceny_na_neft_i_na_benzin_infografika	графики	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
168	31.05.2018	Федеральный	Где и как разводятся в России? Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/gde_i_kak_razvodyatsya_v_rossii_infografika	информационная / статистика / карта	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация

169	02.06.2018	Федеральный	Сколько сахара в колбасе? Инфографика	http://www.aif.ru/food/products/skolko_sahara_v_kolbase_infografika	информационная / рейтинг / буквографика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
170	03.06.2018	Федеральный	Вызывайте Дуремара. Правда ли, что пиявки лечат лучше, чем лекарства?	http://www.aif.ru/health/life/vyzyvayte_duremara_prawda_li_chno_piyavki_lechat_luchshe_chem_lekarstva	инструкция / справочная инф-я	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
171	03.06.2018	Федеральный	Не мыть посуду, спать в холоде. Сколько стоит «коммуналка» в РФ и на Западе	http://www.aif.ru/realty/utilities/ne_myt_posudu_spat_v_holode_skolko_stoit_kommunalka_v_rf_i_na_zapade	информационная / статистика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
172	04.06.2018	Федеральный	Сколько леса в разных странах мира? Инфографика	http://www.aif.ru/society/ecology/skolko_lesa_v_raznyh_stranah_mira_infografika	рейтинг / статистика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
173	04.06.2018	Федеральный	Как изменится платежка ЖКХ? Инфографика	http://www.aif.ru/realty/utilities/kak_izmenitsya_platezhka_zhkh_infografika	информационная / до после	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
174	05.06.2018	Федеральный	Куда везли рабов из Африки? Инфографика	http://www.aif.ru/society/history/kuda_vezli_rabov_iz_afriki_infografika	карта / маршрут / таймлайн	статичная / полихромная / схема / схематизация
175	06.06.2018	Федеральный	У кого какие шансы на Чемпионате мира-2018? Инфографика	http://www.aif.ru/football2018/resulits_u_kogo_kakie_shansy_na_chempionate_mira-2018_infografika	информационная / портретная / буквографика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
176	06.06.2018	Федеральный	4 года президентства Петра Порошенко. Итоги в инфографике	http://www.aif.ru/politics/world/4_goda_prezidentstva_petra_poroshenko_itogi_v_infografike	рейтинг / статистика / диаграмма / таймлайн / портретная	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
177	06.06.2018	Федеральный	Карта с радиометкой. Каких успехов добились в московских поликлиниках?	http://www.aif.ru/society/healthcare/karta_s_radiometkoy_kakih_uspehov_ov_dobilis_v_moskovskih_poliklinikah	информационная / статистика / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
178	08.06.2018	Федеральный	Памятка для болельщиков, приезжающих в Москву на ЧМ. Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/pamyatka_dlya_bolelshchikov	информационная	статичная / монохромная /

				ov_priezzhayushchih_v_moskvu_n a_chm_infografika		изобразительная / схематизация
179	09.06.2018	Федеральный	Зарплата за многодетность. Как столица помогает семьям с детьми?	http://www.aif.ru/money/mymoney/ zarplata_zh_mnogodetnost_kak_sto lica_pomogaet_semyam_s_detmi	информационная	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
180	09.06.2018	Федеральный	Главное - правильный отдых. Сколько нужно спать, чтобы похудеть?	http://www.aif.ru/health/life/glavno e_- _pravilnyy_otdyh_skolko_nuzhno_ spat_chtoby_pohudet	информационная / справочная инф-я	статичная / монохромная / схема / схематизация
181	09.06.2018	Федеральный	Фестиваль «День России. Московское время». Инфографика	http://www.aif.ru/culture/freeway/f estival_den_rossii_moskovskoe_vre mya_infografika	карта / интерактивная картинка	интерактивная / монохромная / схема / схематизация
182	10.06.2018	Федеральный	Сколько стоит аренда дачи на лето? Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infogr aphics/skolko_stoit_arenda_dachi_ na_leto_infografika	информационная / рейтинг	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
183	11.06.2018	Федеральный	Энциклопедия чемпионатов мира по футболу. Инфографика	http://www.aif.ru/football2018/not understand/enciklopediya_chempio natov_mira_po_futbolu_infografika	таймлиния / диаграмма	статичная / полихромная / схема / схематизация
184	12.06.2018	Федеральный	Что никогда не будет есть Елизавета II? Инфографика	http://www.aif.ru/society/people/cht o_nikogda_ne_budet_est_elizaveta _ii_infografika	информационная / развлекательная / портретная	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
185	13.06.2018	Федеральный	Дороги «выходного дня». Власти обещают решить проблемы 4 млн. дачников	http://www.aif.ru/auto/roads/dorogi _vyhodnogo_dnya	статистика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
186	14.06.2018	Федеральный	Волонтеры и контролеры. Как поучаствовать в развитии Москвы?	http://www.aif.ru/realty/city/volont yory_i_kontrolyory_kak_pouchastv ovat_v_razvitii_moskvy	информационная / статистика / портретная / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
187	14.06.2018	Федеральный	Шоферы с железными мозгами. Чем удобно транспортное «приложение будущего»?	http://www.aif.ru/society/ptransport /shofyory_s_zheleznymi_mozgami	информационная / буквографика	статичная / монохромная /

				_chem_udobno_transportnoe_prilozhenie_budushchego		изобразительная / схематизация
188	14.06.2018	Федеральный	Как выбирать клубнику? Инфографика	http://www.aif.ru/food/products/kak_vybirat_klubniku_infografika	инструкция	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
189	15.06.2018	Федеральный	Свои ботинки ближе к телу. Зачем вводят маркировку обуви?	http://www.aif.ru/money/market/svoi_botinki_blizhe_k_telu_zachem_vvodyat_markirovku_obuvi	диаграмма / статистика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
190	16.06.2018	Федеральный	Клубы с наибольшим числом игроков на чемпионате мира. Инфографика	http://www.aif.ru/football2018/not_understand/kluby_s_naibolshim_chislom_igrokov_na_chempionate_mira_infografika	рейтинг	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
191	16.06.2018	Федеральный	Сколько стоит мобильный интернет в мире? Инфографика	http://www.aif.ru/techno/web/skolko_stoit_mobilnyy_internet_v_mire_infografika	карта / рейтинг	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
192	19.06.2018	Федеральный	Что означает цвет номера машины? Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/chto_oznachaet_cvet_nomera_mashiny_infografika	информационная	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
193	19.06.2018	Федеральный	Когда в Европе был исполнен последний смертный приговор? Инфографика	http://www.aif.ru/society/history/kogda_v_evrope_byl_ispolnen_posledniy_smertnyy_prigovor_infografika	карта / история	статичная / полихромная / схема / схематизация
194	20.06.2018	Федеральный	Футболисты Чемпионата мира в годах, килограммах и миллионах. Инфографика	http://www.aif.ru/football2018/aroun/futbolisty_chempionata_v_godah_kilogrammakh_i_millionah_infografika	информационная / статистика / портретная / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
195	20.06.2018	Федеральный	Самые крупные животные в истории. Инфографика	http://www.aif.ru/society/nature/samye_krupnye_zhivotnye_v_istorii_infografika	рейтинг / сравнение	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
196	21.06.2018	Федеральный	Ещё поработаем?! Какая польза может быть от повышения пенсионного возраста	http://www.aif.ru/money/mymoney/eshchyo_porabotaem_vyhoda_net	информационная / статистика	статичная / монохромная /

						схема / схематизация
197	21.06.2018	Федеральный	Зенитный ракетный комплекс С-500 «Прометей». Инфографика	http://www.aif.ru/society/army/zenitnyy_raketnyy_kompleks_s-500_prometey_infografika	информационная / справочная инф-я	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
198	21.06.2018	Федеральный	Что хорошего появилось в Москве за последние годы. Инфографика	http://www.aif.ru/realty/city/chto_horoshego_poyavilos_v_moskve_za_poslednie_gody_infografika	информационная / итоги / статистика / буквографика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
199	21.06.2018	Федеральный	В очередь за грантами. Как в Москве НКО могут получить поддержку от города?	http://www.aif.ru/money/business/v_ochered_zh_grantami_kak_v_moskve_nko_mogut_poluchit_podderzhku_ot_goroda	информационная / буквографика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
200	22.06.2018	Федеральный	Дизайн-завод «Флакон». Инфографика	http://www.aif.ru/culture/freeway/dizayn-zavod_flakon_infografika	информационная / программа / схема / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
201	24.06.2018	Федеральный	Где в Москве выгоднее покупать продукты? Инфографика	http://www.aif.ru/money/market/gde_v_moskve_vygodnee_pokupat_produkty_infografika	информационная / статистика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
202	24.06.2018	Федеральный	Сколько безработных в разных странах мира. Инфографика	http://www.aif.ru/money/business/skolko_bezrabotnykh_v_raznykh_stranakh_mira_infografika	статистика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
203	25.06.2018	Федеральный	От пеньки до лазера. Чем ещё, кроме нефти и газа, торгует Россия?	http://www.aif.ru/money/economy/ot_penki_do_lazera_chem_eshche_krome_nefti_i_gaza_torguet_rossiya	информационная / статистика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
204	25.06.2018	Федеральный	Отличия между старообрядчеством и православием (РПЦ). Инфографика	http://www.aif.ru/society/religion/ot_lichiya_mezhdu_staroobryadchestvom_i_oficialnym_pravoslaviem_infografika	информационная / сравнение	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
205	25.06.2018	Федеральный	Плюс миллиард. Когда столичная подземка станет лидером по пассажиропотоку	http://www.aif.ru/society/ptransport/plyus_milliard_kogda_stolichnaya	информационная / статистика	статичная / монохромная /

				_podzemka_stanet_liderom_po_pas sazhiropotoku		изобразительная / схематизация
206	26.06.2018	Федеральный	10 овощей, которые сеют летом. Инфографика	http://www.aif.ru/dacha/ogorod/10_ovoshchey_kotorye_seyut_letom_in_fografika	информационная	статичная / монохромная / изобразительная / натурализация
207	26.06.2018	Федеральный	Кому, когда и как можно пройти диспансеризацию. Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/komu_kogda_i_kak_mozhno_proyti_dispanserizaciyu_infografi_ka	информационная / инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
208	26.06.2018	Федеральный	На какие товары из США страны мира ввели пошлины? Инфографика	http://www.aif.ru/money/economy/na_kakie_tovary_iz_ssha_strany_mira_vveli_poshliny_infografika	информационная / карта	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
209	26.06.2018	Федеральный	В каких странах больше всего любят кошек? Инфографика	http://www.aif.ru/society/nature/v_kakih_stranah_bolshe_vsego_lyubyat_koshek_infografika	информационная / рейтинг	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
210	27.06.2018	Федеральный	Студенты 60+. Серебряный университет выпустил 3020 москвичей	http://www.aif.ru/society/education/studenty_60_serebryanyy_universitet_vypustil_3020_moskvichey	информационная / инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
211	29.06.2018	Федеральный	Сколько лететь от Земли до других планет Солнечной системы? Инфографика	http://www.aif.ru/society/science/skolko_letet_ot_zemli_do_drukih_planet_solnechnoy_sistemy_infografika	информационная / сравнение	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
212	29.06.2018	Федеральный	Как порадовать картошку. 5 мифов, вера в которые портит ваш урожай	http://www.aif.ru/dacha/ogorod/kak_poradovat_kartoshku_5_mifov_vera_v_kotorye_portit_vash_urozhay	инструкция	статичная / монохромная / изобразительная / натурализация
213	30.06.2018	Федеральный	9 мест, которыми удивит Москва. Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/9_mest_kotorymi_udivit_moskva_infografika	информационная / карта	статичная / монохромная / изобразительная / натурализация

214	01.07.2018	Федеральный	Продуктовая рулетка. Покупка еды для аллергика похожа на опасную лотерею	http://www.aif.ru/health/food/produkto_vaya_ruletka_pokupka_edy_dlya_allergika_pohozha_na_opasnuyu_lotereyu	информационная / справочная инф-я	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
215	01.07.2018	Федеральный	Неизвестные праздники в июле. Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/neizvestnye_prazdniki_infografika	информационная / календарь / развлекательная	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
216	05.07.2018	Федеральный	Территория мечты. Как изменилась жизнь в округах, присоединённых к Москве	http://www.aif.ru/realty/city/territoriya_mechty_kak_izmenilas_zhizn_v_okrugah_prisoedinyonnyh_k_moskve	информационная / статистика / карта	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
217	06.07.2018	Федеральный	Огородный фитнес. Инфографика	http://www.aif.ru/health/life/ogorodnyy_fitnes_infografika	информационная / инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
218	07.07.2018	Федеральный	10 друзей и 5 врагов мозга. От каких болезней помогает модная диета MIND?	http://www.aif.ru/health/food/10_druzey_i_5_vragov_mozga_ot_kakih_bolezney_pomogaet_modnaya_dieta_mind	информационная	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
219	07.07.2018	Федеральный	За что сидят в России. Инфографика	http://www.aif.ru/society/law/za_chto_sidyat_v_rossii_infografika	информационная / статистика / рейтинг	статичная / полихромная / гибридная / схематизация
220	07.07.2018	Федеральный	Как действовать после контакта с борщевиком. Инфографика	http://www.aif.ru/health/life/kak_deystvovat_poslekontakta_s_borshchevikom_infografika	инструкция	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
221	08.07.2018	Федеральный	Медвежья болезнь. Какие заболевания могут скрываться за обычной диареей?	http://www.aif.ru/health/life/medvezhya_bolezn_kakie_zabolevaniya_mogut_skryvatsya_za_obychnoy_diareey	информационная / справочная инф-я	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
222	08.07.2018	Федеральный	8 растений, которые очистят организм от микробов. Инфографика	http://www.aif.ru/health/food/ubey_parazita_8_rasteniy_kotorye_ochistyat_organizm_ot_mikrobov	информационная / инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация

223	09.07.2018	Федеральный	Где женщины меняют мужчин как перчатки. Инфографика	http://www.aif.ru/society/people/gde_zhenshchiny_menyayut_muzhchiny_kak_perchatki_infografika	карта / статистика	статичная / полихромная / схема / схематизация
224	09.07.2018	Федеральный	Кем бы россияне хотели видеть своих детей? Инфографика	http://www.aif.ru/money/business/kem_by_rossiyane_hoteli_videt_svoih_detey_infografika	информационная / статистика / сравнение	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
225	10.07.2018	Федеральный	Чем отличаются умные колонки друг от друга? Инфографика	http://www.aif.ru/techno/gadgets/chem_otlichayutsya_umnye_kolonki_drug_ot_druga_infografika	информационная / сравнение	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
226	11.07.2018	Федеральный	Выступление сборной России на ЧМ. В цифрах и фактах	http://www.aif.ru/football2018/not_understand/vystuplenie_sbornoy_rossii_na_chm_v_cifrah_i_faktah	информационная / статистика / портретная	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
227	12.07.2018	Федеральный	«Справки о справках» в прошлом. Как в Москве изменилась система госуслуг?	http://www.aif.ru/society/law/cpravki_o_spravkakh_v_proshlom_kak_v_moskve_izmenilas_sistema_gosuslug	информационная / статистика / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
228	13.07.2018	Федеральный	Что кладем в компост? Инфографика	http://www.aif.ru/dacha/ogorod/cht_o_kladem_v_kompost	инструкция	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
229	13.07.2018	Федеральный	Россия приблизилась к топ-10 стран по объему ВВП	http://www.aif.ru/money/economy/rossiya_priblizilas_k_top-10_stran_po_obemu_vvp	информационная / статистика / рейтинг	статичная / монохромная / схема / схематизация
230	14.07.2018	Федеральный	Самые дорогие сборные чемпионата мира. Инфографика	http://www.aif.ru/football2018/not_understand/samye_dorogie_sbornye_championata_mira_infografika	информационная / статистика / рейтинг	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
231	14.07.2018	Федеральный	Велосипед или самокат: на чём проехать летом по Москве? Инфографика	http://www.aif.ru/realty/city/velosiped_ili_samokat_na_chyom_proehat_letom_po_moskve_infografika	информационная / сравнение / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
232	15.07.2018	Федеральный	Где выгоднее заправлять машину? Инфографика	http://www.aif.ru/auto/support/gde_vygodnee_zapravlyat_mashinu_infografika	информационная / статистика / сравнение	статичная / монохромная / схема / схематизация

233	16.07.2018	Федеральный	Сколько стоит вода в разных странах мира. Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/skolko_stoit_voda_v_raznyh_stranah_mira_infografika	карта / статистика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
234	17.07.2018	Федеральный	Как вести себя в грозу. Инфографика	http://www.aif.ru/society/safety/kak_vesti_sebya_v_grozu_infografika	инструкция	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
235	18.07.2018	Федеральный	6 вопросов о пенсиях. Почему успешные люди хотят работать как можно дольше?	http://www.aif.ru/money/mymoney/6_voprosov_o_pensiyah_pochemu_ushpeshnye_lyudi_hotyat_rabotat_kak_mozhno_dolshe	портретная	статичная / монохромная / изобразительная / натурализация
236	18.07.2018	Федеральный	Как сильно «подорожали» игроки сборной России после ЧМ? Инфографика	http://www.aif.ru/football2018/not_understand/kak_silno_podorozhali_igroki_sbornoy_rossii_posle_chm_infografika	портретная / статистика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
237	19.07.2018	Федеральный	Работаем много. А зарабатываем? Почему в России не растут зарплаты	http://www.aif.ru/money/business/rabotaem_mnogo_a_zarabatyvaem_pochemu_v_rossii_ne_rastut_zarplaty	информационная / статистика / рейтинг	статичная / полихромная / схема / схематизация
238	20.07.2018	Федеральный	Блинная карта Европы. Инфографика	http://www.aif.ru/food/products/blinnaya_karta_evropy_infografika	развлекательная / карта / информационная	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
239	22.07.2018	Федеральный	«Сигнал опасности номер один». Как не заболеть столбняком?	http://www.aif.ru/health/life/signal_opasnosti_nomer_odin_kak_ne_zabolet_stolbnyakom	таймлайн / статистика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
240	23.07.2018	Федеральный	Сколько будет стоить рейс «Кометы» из Ялты в Севастополь?	http://www.aif.ru/society/transport/skolko_budet_stoit_reys_komety_iz_yalty_v_sevastopol	карта / маршрут / информационная / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
241	24.07.2018	Федеральный	Где отбывают наказание самые известные заключённые России? Инфографика	http://www.aif.ru/society/law/gde_otbyvayut_nakazanie_samye_izvestnye_zaklyuchyonnye_rossii_infografika	портретная / карта / интерактивная картинка / портретная	интерактивная / полихромная / гибридная / схематизация

242	24.07.2018	Тюмень	«Страшно сказать о смерти вслух». Онкопсихолог - о борьбе с болезнью	http://www.tmn.aif.ru/health/med/st_rashno_skazat_o_smerti_vsluh_onkopsiholog_-_o_borbe_s_boleznyu	рейтинг / статистика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
243	24.07.2018	Федеральный	Сколько стоят одни и те же продукты в разных регионах России. Инфографика	http://www.aif.ru/money/economy/skolko_stoyat_odni_i_te_zhe_produkty_raznyh_regionah_rossii_infografika	карта / рейтинг / статистика	статичная / полихромная / схема / схематизация
244	25.07.2018	Федеральный	Сколько лет нужно столице, чтобы обойти Лондон и Нью-Йорк?	http://www.aif.ru/dontknows/eternal/skolko_let_nuzhno_stolice_chtoby_oboyti_london_i_nyu-york	информационная / таймлиния	статичная / монохромная / гибридная / схематизация
245	25.07.2018	Федеральный	Ах, какой мужчина! Что поможет сохранить уровень тестостерона	http://www.aif.ru/health/mens_health/ah_kakoy_muzhchina_chto_pomozhet_sohranit_uroven_testosterona	информационная / инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
246	26.07.2018	Федеральный	Стимулятор настроения. 10 причин отправиться на утреннюю пробежку	http://www.aif.ru/health/life/stimulyator_nastroeniya_10_prichin_otpravitsya_na_utrennyuyu_probezhku	информационная / статистика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
247	26.07.2018	Федеральный	Самые высокие, низкие, полные и стройные нации. Инфографика	http://www.aif.ru/health/life/samye_vysokie_nizkie_polnye_i_stroynye_nacii_infografika	информационная / рейтинг / сравнение	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
248	27.07.2018	Федеральный	Как защититься от теплового удара. Инфографика	http://www.aif.ru/health/life/kak_zashchititsya_ot_teplovogo_udara_infografika	инструкция / буквографика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
249	28.07.2018	Федеральный	Нам нитрат как брат. Нитратофобия опаснее, чем арбузы с этими «химикатами»	http://www.aif.ru/food/products/nam_nitrat_kak_brat_nitratofobiya_o_pasnee_chem_arbuzy_s_etimi_himikatami	информационная / справочная инф-я / тегированная картинка	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
250	29.07.2018	Федеральный	Пассажирский самолёт Ту-134. Инфографика	http://www.aif.ru/society/ptransport/passazhirskiy_samolyot_tu-134_infografika	таймлиния / информационная	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация

251	30.07.2018	Федеральный	Откуда в РФ приехало больше всего людей? Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/otkuda_v_rf_priehalo_bolsh_e_vsego_lyudey_infografika	информационная / рейтинг	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
252	31.07.2018	Федеральный	Смешные, но всё равно праздники. Инфографика	http://www.aif.ru/society/history/smeshnye_no_vsyo_ravno_prazdniki_infografika	развлекательная / календарь	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
253	01.08.2018	Федеральный	Мавзолей Ленина. Инфографика	http://www.aif.ru/society/history/mauzoley_lenina_infografika	таймлайн / предмет в разрезе / тегированная картинка	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
254	01.08.2018	Федеральный	Что делать, если границы участка не регистрируют? Инфографика	http://www.aif.ru/dacha/help/graniy_uchastka_ne_registriruyut_chno_delat	инструкция / алгоритм / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
255	03.08.2018	Федеральный	За что положен налоговый вычет? Инфографика	http://www.aif.ru/money/mymoney/za_chno_polozhen_nalogovyy_vychet_infografika	информационная	статичная / монохромная / схема / схематизация
256	03.08.2018	Федеральный	В каких странах самый дешёвый и самый дорогой бензин? Инфографика	http://www.aif.ru/infographic/v_kakih_stranah_samyy_deshyovym_i_samyy_dorogoy_benzin_infografika	рейтинг / статистика / сравнение	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
257	03.08.2018	Самара	Какие ядовитые травы растут в российских городах. Инфографика	http://www.samara.aif.ru/infographic/kakie_yadovitye_travy_rastut_v_rossiyskih_gorodah_infografika	информационная	статичная / монохромная / изобразительная / натурализация
258	05.08.2018	Федеральный	В домах жителей каких стран больше всего телевизоров? Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/v_domah_zhiteley_kakih_stran_bolshe_vsego_televizorov_infografika	рейтинг	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
259	07.08.2018	Федеральный	Собор Василия Блаженного. Инфографика	http://www.aif.ru/society/history/sobor_vasilija_blazhennogo_infografika	информационная / интерактивная картинка	интерактивная / монохромная / изобразительная / натурализация
260	07.08.2018	Федеральный	Сколько людей на планете знают тот или иной язык. Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/skolko_lyudey_na_planete_znayu_tot_ili_inyj_yazyk_infografika	статистика	статичная / полихромная /

				nayut_tot_ili_inoy_yazyk_infografi ka		изобразительная / схематизация
261	08.08.2018	Федеральный	Маршрут построен. Какие изменения ждут транспортную систему столицы?	http://www.aif.ru/society/pttransport/marshrut_postroen_kakie_izmeneniya_zhdut_transportnuyu_sistemu_stolicy	карта / маршрут / портретная / буквографика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
262	08.08.2018	Федеральный	Вооруженный конфликт в Южной Осетии в 2008 году. Инфографика	http://www.aif.ru/infographic/vooru_zhenny_konflikt_v_yuzhnoy_oseti_i_v_2008_godu_infografika	таймлайн на timeline JS	интерактивная / монохромная / изобразительная / схематизация
263	08.08.2018	Федеральный	Светофор для главврача. Какие новшества появились в столичных поликлиниках?	http://www.aif.ru/society/healthcare/svetofofor_dlya_glavvracha	статистика / круговая диаграмма	статичная / полихромная / схема / схематизация
264	11.08.2018	Федеральный	Дачные овощи: секреты хранения. Инфографика	http://www.aif.ru/dacha/ogorod/dachnye_ovoshchi_sekrety_hraneniya	информационная / инструкция / линия / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
265	13.08.2018	Федеральный	Как не попасть в руки мошенников? Инфографика	http://www.aif.ru/society/safety/kak_ne_popast_v_ruki_moshennikov_infografika	информационная / инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
266	14.08.2018	Федеральный	Как выбирать яблоки? Инфографика	http://www.aif.ru/food/products/kak_vybirat_yabloki_infografika	инструкция	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
267	17.08.2018	Федеральный	Ставки на урожай. Как скажется непогода на цене хлеба, картошки и яблок?	http://www.aif.ru/money/market/stavki_na_urozhay_kak_skazhetsya_nepogoda_na_cene_hleba_kartoshki_i_yablok	информационная / статистика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
268	17.08.2018	Федеральный	В каких частях мира меньше всего дорог? Инфографика	http://www.aif.ru/auto/roads/v_kakih_chastyah_mira_menshe_vsego_dorog_infografika	карта	статичная / полихромная / схема / схематизация
269	18.08.2018	Федеральный	Сгорает или плавится? Куда уходит жир при похудении	http://www.aif.ru/health/life/sgoraet_ili_plavitsya_vo_chno_prevrashchayutsya_10_kg_zhira_pri_pohudenii	информационная	статичная / полихромная /

						изобразительная / схематизация
270	18.08.2018	Федеральный	Как выбрать хороший арбуз? Инфографика	http://www.aif.ru/food/products/kak_vybrat_horoshiy_arbuz_infografika	инструкция / буквографика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
271	20.08.2018	Федеральный	Мягко стелет. С каким матрасом можно выспаться	http://www.aif.ru/health/life/myagko_stelit_s_kakim_matrasom_mozhno_vyspatsya	инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
272	21.08.2018	Федеральный	Где акулы чаще всего нападают на туристов. Инфографика	http://www.aif.ru/society/safety/gde_akuly_chashche_vsego_napadayut_na_turistov_infografika	карта / рейтинг / статистика	интерактивная / полихромная / гибридная / схематизация
273	22.08.2018	Федеральный	Чем отличаются московские сервисы каршеринга? Инфографика	http://www.aif.ru/society/ptransport/chem_otlichayutsya_moskovskie_servisy_karsheringa_infografika	информационная / реклама / сравнение / таблица	статичная / монохромная / схема / схематизация
274	22.08.2018	Федеральный	Как дешевле доехать на Чёрное море? Инфографика	http://www.aif.ru/travel/kak_deshevle_doehat_na_chernoe_more	информационная / таблица / сравнение	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
275	23.08.2018	Федеральный	Самые привлекательные национальности, по версии русских. Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/samye_privlekatelnye_natsionalnosti_po_versii_russkih_infografika	рейтинг	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
276	23.08.2018	Федеральный	5 лучших летних сидератов. Инфографика	http://www.aif.ru/dacha/ogorod/5_luchshih летних sideratov_infografika	информационная / рейтинг	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
277	25.08.2018	Федеральный	Щадящие и без наркоза. Какие методы лечения геморроя используют сегодня?	http://www.aif.ru/health/life/shchadyashchie_i_bez_narkoza_kakie_povyavilis_novye_metody_lecheniya_gemorroya	информационная	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
278	26.08.2018	Федеральный	Самые дешёвые квартиры в городах- миллионниках РФ. Инфографика	http://www.aif.ru/realty/price/samye_deshyovye_kvartiry_v_gorodah-millionnikah_rf_infografika	карта / рейтинг / статистика	статичная / полихромная / схема / схематизация

279	27.08.2018	Федеральный	Как сберечь спину школьнику. Инфографика	http://www.aif.ru/health/children/kak_sberech_spinu_shkolniku_infografika	информационная / инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
280	28.08.2018	Федеральный	Упражнения для глаз. Инфографика	http://www.aif.ru/health/children/uprazhneniya_dlya_glaz_infografika	информационная / инструкция	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
281	28.08.2018	Федеральный	10 полезных продуктов для глаз. Инфографика	http://www.aif.ru/health/children/10_poleznyh_produktoy_dlya_glaz_infografika	информационная / буквографика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
282	29.08.2018	Федеральный	Дивиденды от благоустройства. Эксперт о развитии комфортной среды в Москве	http://www.aif.ru/realty/city/dividendy_ot_blagoustroystva_ekspert_o_razvitiy_komfortnoy_sredy_v_moskve	рейтинг / итоги	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
283	31.08.2018	Югра	Детская чума. Почему прививка от кори так необходима ребенку	http://www.ugra.aif.ru/health/detskaya_chuma_pochemu_privivka_ot_kori_tak_neobhodima_rebenku	информационная / статистика / таймлия	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
284	31.08.2018	Казань	Виды татарской выпечки. Инфографика	http://www.kazan.aif.ru/infographic/vidy_tatarskoy_vypechki_infografika	информационная	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
285	31.08.2018	Федеральный	Как изменятся пенсии россиян? Инфографика	http://www.aif.ru/money/mymoney/kak_izmenyatsya_pensii_rossiyan_infografika	информационная	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
286	01.09.2018	Федеральный	Человек, похожий на Рошала. Как известных медиков используют в рекламе	http://www.aif.ru/health/life/chelovek_pohozhiy_na_roshala_kak_izvestnyh_medikov_ispolzuyut_v_reklame	инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
287	01.09.2018	Федеральный	Кто сдал на «отлично». Рейтинг лучших школы Москвы	http://www.aif.ru/society/education/kto_sdal_na_otlichno_reyting_luchshih_shkol_moskvy	рейтинг / таблица / буквографика	статичная / монохромная / схема / схематизация
288	03.09.2018	Ставрополь	Теракты на Северном Кавказе. Инфографика	http://www.stav.aif.ru/infographic/terakty_na_severnom_kavkaze_infografika	таймлия / статистика	статичная / монохромная /

						схема / схематизация
289	03.09.2018	Федеральный	Сколько стоит пачка сигарет в разных странах мира? Инфографика	http://www.aif.ru/money/market/skolko_stoit_pachka_sigaret_v_raznyh_stranah_mira_infografika	рейтинг / сравнение	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
290	04.09.2018	Федеральный	Сколько можно пить, чтобы не умереть раньше времени? Инфографика	http://www.aif.ru/health/food/skolko_mozhno_pit_chtoby_ne_umeret_ranshe_vremeni_infografika	информационная / статистика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
291	05.09.2018	Федеральный	Google в цифрах и фактах. Инфографика	http://www.aif.ru/techno/industry/google_v_cifrah_i_faktah_infografika	таймлайн / информационная / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
292	05.09.2018	Федеральный	Охотники за вашими деньгами. Как уберечься от финансовых мошенников?	http://www.aif.ru/money/mymoney/ohotniki_za_vashimi_dengami_kak_uberechysya_ot_finansovyh_moshe nnikov	инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
293	05.09.2018	Федеральный	10 поправок президента. Как смягчат пенсионный законопроект?	http://www.aif.ru/money/economy/10_popravok_prezidenta_kak_putin_predlagaet_smyagchit_pensionnuyu_reformu	статистика / диаграмма	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
294	08.09.2018	Федеральный	Календарь необычных праздников сентября. Инфографика	http://www.aif.ru/infographic/kalendar_neobychnyh_prazdnikov_sentyabrya_infografika	развлекательная / календарь	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
295	10.09.2018	Федеральный	Склад кормов вместо станков. Что мешает заводам выпускать оборудование?	http://www.aif.ru/money/economy/sklad_kormov_vmesto_stankov_chto_meshaet_zavodam_vypuskat_oborudovanie	информационная / статистика / рейтинг	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
296	10.09.2018	Федеральный	Во сколько нужно ложиться спать? Инфографика	http://www.aif.ru/health/life/vo_skolko_nuzhno_lozhitsya_spat_infografika	информационная	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
297	10.09.2018	Федеральный	Самый эффективный способ устроить личную жизнь. Инфографика	http://www.aif.ru/health/psychology/samyy_effektivnyy_sposob_ustroit_lichnuyu_zhizn_infografika	статистика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация

298	10.09.2018	Федеральный	Выборы мэра Москвы в цифрах и фактах. Инфографика	http://www.aif.ru/politics/russia/vybory_mera_moskvy_v_cifrah_i_fakтах_infografika	портретная / статистика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
299	11.09.2018	Федеральный	Календарь концов света. Инфографика	http://www.aif.ru/society/history/kalendar_koncov_sveta_infografika	развлекательная / календарь / портретная	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
300	12.09.2018	Федеральный	Сжигать или не сжигать?	http://www.aif.ru/realty/utilities/szhigat_il_ne_szhigat	статистика / диаграмма	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
301	13.09.2018	Федеральный	Трамвай, который не тонет. Каким будет речной общественный транспорт?	http://www.aif.ru/society/transport/tramvay_kotoryy_ne_tonet_kakim_budet_rechnoy_obshchestvennyy_transport_ve	карта / маршрут / информационная	статичная / монохромная / схема / схематизация
302	13.09.2018	Федеральный	Какая средняя зарплата в разных регионах России? Инфографика	http://www.aif.ru/money/mymoney/kakaya_srednyaya_zarplata_v_raznyh_regionah_rossii_infografika	карта / статистика	статичная / полихромная / схема / схематизация
303	14.09.2018	Федеральный	Пятна от каких продуктов нельзя отстирать? Инфографика	http://www.aif.ru/health/secrets/kak_ie_produkty_nelzya_otstirat	информационная	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
304	15.09.2018	Федеральный	С каким агрегатором такси дешевле? Инфографика	http://www.aif.ru/money/mymoney/s_kakim_agregatorom_taksi_deshevle_infografika	информационная / рейтинг / сравнение / таблица	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
305	15.09.2018	Федеральный	Сколько стоят бананы в разных странах. Инфографика	http://www.aif.ru/food/products/skolko_stoyat_banany_v_raznyh_stranah_infografika	информационная / рейтинг / сравнение	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
306	18.09.2018	Федеральный	Крушение российского Ил-20 у берегов Сирии. Инфографика	http://www.aif.ru/incidents/krushenie_rossiyskogo_il-20_u_beregov_sirii_infografika	карта / маршрут	статичная / монохромная / схема / схематизация
307	19.09.2018	Федеральный	По частям или сразу? Как будут выплачивать накопительную пенсию	http://www.aif.ru/money/mymoney/po_chastyam_ili_srazu_kak_budut_vyplachivat_nakopitelnuyu_pensiyu	информационная / буквографика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация

308	20.09.2018	Федеральный	Ваша квартира совсем не ваша. Как мошенники отбирают жильё у пенсионеров?	http://www.aif.ru/society/law/vasha_kvartira_sovsem_ne_vasha_kak_moshenniki_otbirayut_zhilyo_u_pensionerov	информационная / инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
309	20.09.2018	Федеральный	Жизнь без доллара. Выгодно ли России отказываться от американской валюты?	http://www.aif.ru/money/economy/zhizn_bez_dollara_vygodno_li_rossii_otkazivatsya_ot_amerikanskoy_valyuty	статистика / диаграмма	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
310	20.09.2018	Федеральный	Что делает россиян счастливыми? Инфографика	http://www.aif.ru/health/psychology/c/hto_delaet_rossiyan_schastlivymi_infografika	статистика / диаграмма	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
311	21.09.2018	Федеральный	Как растёт население в разных странах? Инфографика	http://www.aif.ru/society/healthcare/kak_rastyot_naselenie_v_raznyh_stranah_infografika	статистика / диаграмма	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
312	22.09.2018	Федеральный	В каких странах не хватает женщин? Инфографика	http://www.aif.ru/society/people/v_kakih_stranah_ne_hvataet_zhenshin_infografika	рейтинг	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
313	22.09.2018	Федеральный	На грани развода. Как спасти брак?	http://www.aif.ru/health/psychology/c/na_grani_razvoda_kak_spasti_brak	информационная / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
314	22.09.2018	Федеральный	Вирус вездесущий. Герпес — причина болезни Альцгеймера, инфаркта и инсульта	http://www.aif.ru/health/life/virus_vездесущий_gerpes_prichina_bolezni_alcgeymera_infarkta_i_insulta	информационная / справочная инф-я / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
315	23.09.2018	Федеральный	10 необычных автоматов Москвы. Инфографика	http://www.aif.ru/realty/city/10_neobychnyh_avtomatov_moskvy_infografika	информационная / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
316	24.09.2018	Федеральный	Самые богатые люди в истории. Инфографика	http://www.aif.ru/society/history/samye_bogatye_lyudi_v_istorii_infografika	портретная / история	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация

317	27.09.2018	Федеральный	Диспансеризация-2018: что в неё входит. Инфографика	http://www.aif.ru/society/healthcare/dispanserizaciya-2018_chto_v_neyo_vhodit_infografika	информационная / буквографика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
318	28.09.2018	Федеральный	Билет в хороший климат. Почему в столице делают ставку на электротранспорт	http://www.aif.ru/society/ecology/bilet_v_horoshiy_klimat_pochemu_v_stolice_delayut_stavku_na_elektrotransport	информационная / статистика / карта	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
319	03.10.2018	Федеральный	Переходный период. Всё, что нужно знать о новом пенсионном законе	http://www.aif.ru/money/mymoney/perehodnyy_period_vsyo_chto_nuzhno_znat_o_novom_pensionnom_zakone	информационная / статистика	статичная / монохромная / схема / схематизация
320	03.10.2018	Федеральный	Меры от мэра. Принят законопроект о дополнительной поддержке москвичей 50+	http://www.aif.ru/money/mymoney/mery_ot_mera_prinyat_zakonoproekt_o_dopolnitelnoy_podderzhke_moskvichey_50	информационная / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
321	04.10.2018	Федеральный	Новоселье в своём районе. Что ждёт участников программы реновации?	http://www.aif.ru/realty/city/novoselye_v_svoym_rayone_chto_zhdyot_uchastnikov_programmy_renovatsii	информационная / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
322	04.10.2018	Федеральный	Сыновний долг. Кого заставят платить алименты родителям?	http://www.aif.ru/money/mymoney/synovniy_dolg_kogo_zastavyat_platit_alimenty_roditelyam	информационная / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
323	05.10.2018	Федеральный	Демография в России: пошли на убыль. Почему падает численность населения?	http://www.aif.ru/society/people/demografiya_v_rossii_poshli_na_ubyl	карта / рейтинг / статистика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
324	12.10.2018	Федеральный	Топ-20 стран по количеству действующих военных. Инфографика	http://www.aif.ru/society/army/top-20_stran_po_kolichestvu_deystvuyushchih_voennyh_infografika	карта / рейтинг / статистика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
325	14.10.2018	Федеральный	Пойдём искать картошку! Как выбрать клубни, которые вас ничем не заразят	http://www.aif.ru/food/products/poydomy_iskat_kartoshku_kak_vybrat_klubni_kotorye_vas_nichem_ne_zarazyat	информационная / инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация

326	23.10.2018	Федеральный	Собянин рассказал об итогах 8 лет работы на посту мэра Москвы	http://www.aif.ru/auto/about/kakie_modeli_avtomobiley_zhivut_dolshe_vseh_infografika	рейтинг / статистика / круговая диаграмма	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
327	23.10.2018	Федеральный	Самый длинный морской мост в мире. Инфографика	http://www.aif.ru/auto/roads/samyy_dlinnyy_morskoy_most_v_mire_infografika	информационная / карта	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
328	24.10.2018	Федеральный	Всё сразу или частями? Какую пенсию дадут в 55 и 60 лет	http://www.aif.ru/money/mymoney/vsyo_srazu_ili_chastyami_kakuyu_pensiyu_dadut_v_55_i_60 лет	информационная	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
329	24.10.2018	Федеральный	Аргументы и факты Сергея Собянина. Как за 8 лет изменилась жизнь москвичей?	http://www.aif.ru/realty/city/argumenty_i_fakty_sergeya_sobyanina_kak_za_8 лет_izmenilas_zhizn_moskvichey	информационная / итоги / статистика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
330	25.10.2018	Волгоград	Часовые пояса в России. Инфографика	http://www.vlg.aif.ru/infographic/chasovye_poyasa_v_rossii_infografika	информационная / карта / буквографика	статичная / полихромная / схема / схематизация
331	29.10.2018	Федеральный	Количество книжных магазинов в городах мира. Инфографика	http://www.aif.ru/society/education/kolichestvo_kniznyh_magazinov_v_gorodah_mira_infografika	статистика / круговая диаграмма	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
332	31.10.2018	Федеральный	Льготы после 55 лет. Где предпенсионеры получают много, а где – ничего?	http://www.aif.ru/money/mymoney/lgoty_posle_55 лет_gde_predpensio_nery_poluchat_mnogo_a_gde_nich_ego	информационная / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
333	31.10.2018	Федеральный	Что представляет собой советский тяжелый танк ИС-2? Инфографика	http://www.aif.ru/society/history/chto_predstavlyaet_soboy_sovetskiy_tyazhelyy_tank_is-2_infografika	информационная / схема / тегированная картинка	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
334	01.11.2018	Федеральный	Где пройдет международный транспортный коридор «Север-Юг». Инфографика	http://www.aif.ru/politics/world/gde_proydet_mezhdunarodnyy_transportnyy_koridor_sever-yug_infografika	карта / маршрут / информационная	статичная / монохромная / схема / схематизация
335	02.11.2018	Федеральный	Аномальные температуры в истории Москвы. Инфографика	http://www.aif.ru/society/nature/anomalnye_temperatury_v_istorii_moskvy_infografika	статистика / диаграмма	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация

336	02.11.2018	Федеральный	Надо ли убирать опавшую листву?	http://www.aif.ru/realty/city/nado_1_i_ubirat_listvu	информационная / тегированная картинка	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
337	04.11.2018	Федеральный	Главные торговые партнеры России. Инфографика	http://www.aif.ru/politics/world/glavnye_torgovye_partnery_rossii_infografika	информационная / рейтинг	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
338	06.11.2018	Федеральный	«Идите в суд!». Что нужно знать, чтобы подать исковое заявление	http://www.aif.ru/society/law/idite_v_sud_chno_nuzhno_znat_chtoby_podat_iskovoe_zayavlenie	информационная / инструкция / алгоритм / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
339	08.11.2018	Федеральный	Концы в воду. Жертвами банды чёрных риелторов стали девять человек	http://www.aif.ru/society/law/koncy_v_vodu_zhertvami_bandy_chyornyh_rieltorov_stali_devyat_chelovek	информационная	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
340	09.11.2018	Федеральный	Планы на год. 7 шагов к урожайным грядкам	http://www.aif.ru/dacha/ogorod/plany_na_god_7_shagov_k_urozhaynym_gryadkam	информационная / инструкция	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
341	09.11.2018	Черноземье	Какой должна быть тургеневская девушка? Инфографика	http://www.chr.aif.ru/infographic/kakoy_dolzha_byt_turgenevskaya_devushka_infografika	информационная / инструкция / художественная	статичная / монохромная / изобразительная / натурализация
342	09.11.2018	Федеральный	Самые высокие статуи в мире. Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/samye_vysokie_statui_v_mire_infografika	информационная / рейтинг / сравнение	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
343	10.11.2018	Федеральный	Как правильно парить ноги. Инфографика	http://www.aif.ru/health/life/kak_pравильно_parit_nogi_infografika	информационная / инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
344	11.11.2018	Федеральный	Круговорот пластика в природе. Откуда полимерные частицы в нашем организме?	http://www.aif.ru/health/life/krugovorot_plastika_v_prirode_otkuda_polymernye_chasticy_v_nashem_organizme	информационная / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация

345	11.11.2018	Федеральный	Что мешает крепко спать? Инфографика	http://www.aif.ru/health/life/chto_meshaet_krepko_spat_infografika	информационная / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
346	13.11.2018	Федеральный	Карта внутрироссийской миграции. Инфографика	http://www.aif.ru/politics/russia/karta_vnutrirossiyskoy_migracii_infografika	карта / маршрут / статистика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
347	14.11.2018	Федеральный	Требуются добровольцы. Как жители следят за безопасностью районов	http://www.aif.ru/society/safety/trebuyutsya_dobrovolcy_kak_zhiteli_sledyat_za_bezopasnostyu_rayonov	информационная / статистика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
348	17.11.2018	Федеральный	Молчаливый убийца. Половина больных диабетом не подозревает о своём недуге	http://www.aif.ru/health/life/molchalivyy_ubiyca_pоловина_bolnyh_diabetom_ne_podozrevaet_o_svoym_neduge	информационная / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
349	17.11.2018	Федеральный	Семь принципов питания долгожителя с точки зрения науки. Инфографика	http://www.aif.ru/health/food/sem_principov_pitaniya_dolgozhatelya_s_tochki_zreniya_nauki_infografika	информационная / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
350	17.11.2018	Федеральный	Сколько нужно лет, чтобы накопить на квартиру? Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/skolko_nuzhno_let_chtoby_nakopit_na_kvartiru_infografika	рейтинг / статистика	статичная / монохромная / схема / схематизация
351	18.11.2018	Федеральный	Что нужно сделать с телевизором, чтобы он принимал «цифру». Инфографика	http://www.aif.ru/techno/technology/chto_nuzhno_sdelat_s_televizorom_chtoby_on_prinimal_cifru_infografika	информационная / инструкция / буквографика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
352	19.11.2018	Федеральный	В деньгах ли счастье? Почему люди в России счастливее, чем думают социологи	http://www.aif.ru/politics/russia/v_dengah_li_schaste_pochemu_lyudi_v_rossii_schastlivee_chem_dumayut_sociologi	информационная / рейтинг	статичная / полихромная / схема / схематизация
353	19.11.2018	Федеральный	Самые посещаемые художественные музеи мира. Инфографика	http://www.aif.ru/culture/art/samye_poseshchaemye_hudozhestvennyye_muzei_mira_infografika	рейтинг	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
354	20.11.2018	Федеральный	Какой транспорт самый безопасный. Инфографика	http://www.aif.ru/society/ptransport/kakoy_transport_samyu_bezopasnuy_infografika	рейтинг / статистика	статичная / монохромная /

						изобразительная / схематизация
355	21.11.2018	Федеральный	В каких театрах Москвы можно попасть за кулисы?	http://www.aif.ru/culture/theater/v_kakih_teatrah_mozhno_popast_za_kulisy	информационная	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
356	24.11.2018	Федеральный	Кто отвечает при ДТП с автомобилем без водителя?	http://www.aif.ru/auto/about/kto_ot_vechaet_pri_dtp_s_avtomobilem_bez_voditelya	информационная / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
357	25.11.2018	Федеральный	Главные туристические маршруты России. Инфографика	http://www.aif.ru/travel/glavnye_turisticheskie_marshruty_rossii_infografika	карта / маршрут / информационная / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
358	25.11.2018	Федеральный	Из-за чего у нас чаще всего происходят ДТП? Инфографика	http://www.aif.ru/auto/gibdd/iz-za_chego_u_nas_chashche_vsego_proishodyat_dtp_infografika	статистика	статичная / монохромная / схема / схематизация
359	26.11.2018	Федеральный	Как избавиться от крота?	http://www.aif.ru/dacha/ogorod/kak_izbavitsya_ot_krota	информационная	статичная / монохромная / изобразительная / натурализация
360	26.11.2018	Федеральный	Каков средний размер взятки в РФ? Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/kakov_sredniy_razmer_vzyatki_v_rf_infografika	статистика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
361	27.11.2018	Федеральный	Семь невероятных фактов, о которых вы не знали. Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/sem_neveroyatnyh_faktov_o_kotoryh_vy_ne_znali_infografika	информационная	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
362	28.11.2018	Федеральный	За квартиру, дом, машину. Кто должен и кто не должен платить налоги?	http://www.aif.ru/money/mymoney/za_kvartiru_dom_mashinu_kto_dolzhen_i_kto_ne_dolzhen_platit_nalogi	информационная / инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация

363	28.11.2018	Федеральный	Кашлять за рулём нельзя! Какие лекарства не надо принимать водителям	http://www.aif.ru/health/life/kashlyat_zarulyom_nelzya_kakielekarstva_nedonadopriminatvoditelyam	информационная / инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
364	28.11.2018	Федеральный	В Новый год с ложкой масла. Как питаться во время Рождественского поста	http://www.aif.ru/food/diet/v_novyygod_s_lozhkoy_masla_kakpitatsya_vovremya_rozhdestvenskogoпоста	информационная / календарь / развлекательная	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
365	29.11.2018	Федеральный	Была шрамом, станет магнитом. Как изменятся берега Москвы-реки?	http://www.aif.ru/realty/city/byla_s_hramom_stanet_magnitom_kak_izmenyatsya_berega_moskvy-reki	информационная / карта / маршрут	статичная / монохромная / изобразительная / натурализация
366	29.11.2018	Нижний Новгород	Светофор против пробок. Как студенты придумали умную систему для дорог	http://www.nn.aif.ru/society/persona/sветофор_protiv_probok_kak_studentsy_pridumali_umnyuyu_sistemu_dlya_dorog	информационная	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
367	02.12.2018	Федеральный	Встал и пошёл. Отсутствие нагрузок — причина болезней сердца и суставов	http://www.aif.ru/health/life/vstal_i_poshyol_otсутствие_nagruzok_prichina_bolezney_serdca_i_sustavov	информационная / инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
368	04.12.2018	Федеральный	Как распознать инсульт? Инфографика	http://www.aif.ru/health/life/kak_raspoznat_insult_infografika_04_12_18	информационная / инструкция / буквографика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
369	05.12.2018	Федеральный	В режиме нон-стоп. Что нового ждет пассажиров московского метро?	http://www.aif.ru/society/ptransport/v_rezhime_non-stop_что_нового_zhdet_passazhir_ovo_moskovskogo_metro	информационная / маршрут / тегированная картинка	статичная / полихромная / схема / схематизация
370	05.12.2018	Федеральный	«Путешествие в Рождество». Каким будет ежегодный фестиваль?	http://www.aif.ru/culture/freeway/puteshestvie_v_rozhdestvo_kakimbudet_ezhegodnyy_festival	информационная / программа / маршрут / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация

371	07.12.2018	Федеральный	Как попасть на другой берег? В столице появятся тринадцать новых мостов	http://www.aif.ru/realty/city/kak_po_past_na_drugoy_bereg_v_stolice_poyavyatsya_trinadcat_novyh_mostov	карта / маршрут / информационная	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
372	07.12.2018	Федеральный	Где в России зарабатывать хорошо? Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/gde_v_rossii_zarabatyvat_horosho_infografika	рейтинг	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
373	10.12.2018	Федеральный	«Стройки века» в России. Инфографика	http://www.aif.ru/money/economy/stroyki_veka_v_rossii_infografika	карта / история / интерактивная картинка	интерактивная / полихромная / схема / схематизация
374	11.12.2018	Федеральный	Женские типы в мировой литературе. Инфографика	http://www.aif.ru/culture/book/zhenskie_tipazhi_v_mirovoy_literature_infografika	таймлайн на timeline JS / портретная	интерактивная / полихромная / изобразительная / натурализация
375	12.12.2018	Федеральный	Купить пенсию жене. Сколько будут стоить пенсионные баллы и стаж?	http://www.aif.ru/money/mymoney/kupit_pensiyu_zhene_skolko_budut_stoit_pensionnye_bally_i_stazh	информационная / статистика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
376	12.12.2018	Федеральный	Первые пять минут — бесплатно. Как изменятся тарифы для платной парковки	http://www.aif.ru/auto/roads/pervye_pyat_minut_besplatno_kak_izmenyatsya_tarify_dlya_platnoy_parkovki	информационная / карта	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
377	13.12.2018	Федеральный	Как за 5 лет изменились цены на продукты на Украине? Инфографика	http://www.aif.ru/money/economy/kak_za_5_let_izmenilis_ceny_na_produkty_na_ukraine_infografika	рейтинг / статистика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
378	13.12.2018	Федеральный	Made in Moscow. Как город поддерживает предпринимателей-экспортёров?	http://www.aif.ru/money/business/made_in_moscow_kak_gorod_podderzhivaet_predprinimateley-eksportyrov	информационная / статистика / карта	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
379	14.12.2018	Федеральный	Главные новогодние площадки Москвы. Инфографика	http://www.aif.ru/culture/freeway/glavnye_novogodnie_ploshchadki_moskvy_infografika	информационная / карта / интерактивная картинка	интерактивная / монохромная / гибридная / схематизация
380	15.12.2018	Федеральный	Топ-20 стран по количеству аэропортов. Инфографика	http://www.aif.ru/society/transport/top-20_stran_po_kolichestvu_aeroportov_infografika	рейтинг / статистика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация

381	18.12.2018	Федеральный	Как правильно ругаться? Инфографика	http://www.aif.ru/health/psychologiac/kak_pravilno_rugatsya_infografika	инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
382	19.12.2018	Федеральный	«Путешествие в Рождество» началось! Где в Москве можно развлечься бесплатно	http://www.aif.ru/culture/freeway/puteshestvie_v_rozhdestvo_nachalos_besplatnye_razvlecheniya_v_moskve	информационная / программа / карта	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
383	19.12.2018	Федеральный	Как оценить масштаб торговой сети? Инфографика	http://www.aif.ru/money/company/kak_ocenit_masshtab_torgovoy_seti_infografika	информационная / инструкция / реклама	статичная / монохромная / схема / схематизация
384	20.12.2018	Федеральный	Взрывать и не взрываться. Как использовать пиротехнику безопасно?	http://www.aif.ru/society/safety/vzryvat_i_ne_vzryvatsya_kak_ispolzovat_pirotehniku_bezопасно	информационная / инструкция	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
385	20.12.2018	Федеральный	Как выбрать сладости в подарок ребенку? Инфографика	http://www.aif.ru/health/children/kak_vybrat_sladosti_v_podarok_rebenku_infografika	информационная / инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
386	20.12.2018	Федеральный	О чём сказал Путин на пресс-конференции — в одной картинке	http://www.aif.ru/politics/russia/ochom_skazal_putin_na_press-konferencii_v_odnoy_kartinke	информационная / буквографика	статичная / монохромная / схема / схематизация
387	24.12.2018	Федеральный	Как звучит слово «кот» на разных языках Европы. Инфографика	http://www.aif.ru/society/education/kak_zvuchit_slovo_kot_na_raznyh_yazykah_evropy_infografika	карта / развлекательная / облако слов	статичная / монохромная / схема / схематизация
388	26.12.2018	Федеральный	Белое море дошло до столицы. Где в метро Москвы можно увидеть Валаам?	http://www.aif.ru/society/transport/beloe_more_doshlo_do_stolicy_gde_v_metro_moskvy_mozhno_uvidet_valaam	карта / маршрут / информационная	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
389	26.12.2018	Федеральный	Праздник с нами. Где больше всего площадок «Путешествия в Рождество»?	http://www.aif.ru/culture/freeway/prazdnik_s_nami_gde_bolshe_vsego_ploshchadok_puteshestviya_v_rozhdestvo	информационная / программа / карта	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация

390	26.12.2018	Федеральный	В чем успели обвинить Россию в 2018 году? Инфографика	http://www.aif.ru/politics/world/v_c_hem_ustepeli_obvinit_rossiyu_v_2018_godu_infografika	таймлайн / календарь / итоги / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
391	26.12.2018	Федеральный	«Правдой» долю не испортишь. Пятый канал подсчитал свои успехи за год	http://www.aif.ru/culture/showbiz/pravdoy_dolyu_ne_isportish_pyatyy_kanal_podschital_svoi_uspehi_za_god	статистика	статичная / монохромная / схема / схематизация
392	30.12.2018	Федеральный	Страны с самым большим количеством нерабочих праздничных дней. Инфографика	http://www.aif.ru/dontknows/infographics/strany_s_samym_bolshim_kolichestvom_nerabochih_prazdnichnyh_dney_infografika	рейтинг / статистика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация

Аргументы и Факты. Спецпроекты

Спецпроекты				Тип	Шкалирование
1	2017	Письма на фронт	http://warletters.aif.ru/index.php	интерактивная картинка / информационная	интерактивная / монохромная / изобразительная / натурализация
2	2018	Югра удивляет	http://yugra-udivlyaet.aif.ru	статистика / информационная	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
3	2018	ГОМЕОПАТИЯ – что все в ней нашли?	http://gomeopatiya.aif.ru	таймлиния / информационная / статистика	статичная / полихромная / схема / схематизация
4	2018	Чтобы мышцы не стали жиром	http://herbalife.aif.ru	информационная	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
5	2018	Жизнь Исаака Левитана в картинах	http://levitan.aif.ru	художественная / информационная / таймлиния / интерактивная картинка	интерактивная / полихромная / изобразительная / натурализация
6	2018	Как читать Пикассо	http://picasso.aif.ru	художественная / информационная / таймлиния / интерактивная картинка / портретная	интерактивная / монохромная / изобразительная / натурализация
7	2018	100 фактов о Казахстане	http://100kz.aif.ru	интерактивная картинка / информационная	интерактивная / полихромная / изобразительная / схематизация

Инфографика ТАСС

Сайт <https://tass.ru>

Ежедневная

№	Дата выхода	Название статьи	ссылка	Тип	Шкалирование
1	05.апр	Как Россия ответила на высылку дипломатов из-за дела Скрипаля	https://tass.ru/infographics/8414	карта / статистика	статичная / полихромная / схема / схематизация
2	06.апр	Что делать, если туроператор заявил о прекращении деятельности	https://tass.ru/infographics/8415	информационная / инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
3	06.апр	Что происходит с Telegram в России	https://tass.ru/infographics/8416	таймлия / буквографика	статичная / монохромная / схема / схематизация
4	06.апр	Кто может пройти диспансеризацию в 2018 году	https://tass.ru/foms/5103105	информационная	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
5	09.апр	Динамика курсов евро и доллара США к российскому рублю	https://tass.ru/infographics/8417	график	статичная / монохромная / схема / схематизация
6	12.апр	Что делать, если твой рейс задерживают	https://tass.ru/infographics/8420	информационная / инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
7	13.апр	Как вести себя пешеходу и водителю автомобиля, чтобы избежать ДТП с мотоциклистами	https://tass.ru/infographics/8421	информационная / инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация

8	17.апр	Как выбрать настоящий сыр	https://tass.ru/infographics/8424	информационная / инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
9	24.апр	Динамика цены на нефть	https://tass.ru/infographics/8434	график	статичная / монохромная / схема / схематизация
10	25.апр	Мобильное приложение "Бизнес-навигатор МСП"	https://tass.ru/msp-infografika/5157560	информационная / инструкция / статистика / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
11	25.апр	Как правильно выбрать хлеб	https://tass.ru/infographics/8435	информационная / инструкция	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
12	27.апр	Новые правила проезда перекрестков	https://tass.ru/infographics/8439	информационная / схема	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
13	28.апр	Как разгоняют облака для хорошей погоды перед праздниками в Москве	https://tass.ru/infographics/8441	информационная / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
14	28.апр	Сезон велопроката в Москве	https://tass.ru/infographics/8442	информационная / карта	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
15	04.май	Что нужно знать о медобслуживании во время беременности	https://tass.ru/infographics/8446	информационная / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
16	08.май	Где ограничат движение пешеходов и водителей 9 мая в Москве	https://tass.ru/infographics/8448	информационная / карта / схема	статичная / монохромная / схема / схематизация
17	14.май	Как вести себя пешеходу и водителю автомобиля, чтобы избежать ДТП с велосипедистами	https://tass.ru/infographics/8449	информационная / инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация

18	14.май	Курортный сбор в России: где, как и сколько	https://tass.ru/infographics/8450	информационная / карта / буквографика	статичная / монохромная / гибридная / схематизация
19	16.май	10 советов тем, кто поедет в Крым по мосту	https://tass.ru/infographics/8453	информационная / инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
20	18.май	Новый состав правительства РФ	https://tass.ru/infographics/8456	информационная	статичная / монохромная / схема / схематизация
21	21.май	Хан Соло. Интересные детали из жизни контрабандиста и его окружения	https://tass.ru/infographics/8457	информационная / инструкция / развлекательная / портретная	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
22	22.май	Как вернуть туристическую путевку	https://tass.ru/infographics/8459	информационная / инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
23	23.май	Как родители должны подготовиться к поездке на отдых с ребенком за границу	https://tass.ru/infographics/8460	информационная / инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
24	30.май	Как найти и вернуть багаж или получить за него компенсацию	https://tass.ru/infographics/8462	информационная / инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
25	31.май	О курении в России — в фактах и цифрах	https://tass.ru/infographics/8464	рейтинг / статистика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация

26	31.май	Как упростить процедуру оформления мелких ДТП	https://tass.ru/infographics/8378	информационная / инструкция / тегированная картинка	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
27	07.июнь	"Прямые линии" с Владимиром Путиным в цифрах	https://tass.ru/infographics/8468	статистика	статичная / монохромная / схема / схематизация
28	07.июнь	Динамика цен на бензин в России	https://tass.ru/infographics/8471	график	статичная / монохромная / схема / схематизация
29	13.июнь	Как изменится жизнь россиян во время ЧМ-2018 по футболу	https://tass.ru/infographics/8477	информационная / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
30	14.июнь	Дружелюбный ЧМ-2018	https://tass.ru/infographics/8480	информационная / инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
31	15.июнь	Пенсионный возраст в России и других странах мира	https://tass.ru/infographics/8482	информационная / статистика / график / таймлиния	статичная / монохромная / схема / схематизация
32	22.июнь	Как выбрать креветки	https://tass.ru/infographics/8490	информационная / инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
33	25.июнь	Что делать, если погода влияет на ваше самочувствие	https://tass.ru/infographics/8491	информационная / инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
34	05.июль	Расширение Европейского союза	https://tass.ru/infographics/8500	информационная / карта / таймлиния	статичная / монохромная / схема / схематизация

35	06.июль	Кто кому кем приходится в семье после свадьбы	https://tass.ru/infographics/8502	информационная	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
36	16.июль	Как отправить питомца в поездку на поезде	https://tass.ru/infographics/8506	информационная / инструкция	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
37	23.июль	С чего начать бизнес и как его развивать	https://tass.ru/msp-infografika/5395679	информационная / алгоритм / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
38	02.авг	Учения по устранению массовых нарушений на электросетевых объектах в Дагестане	https://tass.ru/infographics/8514	информационная / статистика	статичная / монохромная / схема / схематизация
39	03.авг	Как не заразиться энтеровирусами	https://tass.ru/infographics/8517	информационная / инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
40	03.авг	Как не заразиться норовирусом	https://tass.ru/infographics/8518	информационная / инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
41	09.авг	Динамика курсов валют	https://tass.ru/infographics/8522	график	статичная / монохромная / схема / схематизация
42	10.авг	Как устроено Солнце	https://tass.ru/infographics/8526	информационная / предмет в разрезе	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация

43	16.авг	Как выбрать школьную форму	https://tass.ru/infographics/8530	информационная / инструкция	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
44	16.авг	Как распознать недобросовестный интернет-магазин	https://tass.ru/infographics/8531	информационная / инструкция	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
45	20.авг	Как выбрать школьный рюкзак	https://tass.ru/infographics/8537	информационная / инструкция	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
46	23.авг	Как защитить себя и близких от мошенников	https://tass.ru/infographics/8543	информационная / инструкция	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
47	29.авг	Что такое предпенсионный возраст	https://tass.ru/infographics/8546	информационная	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
48	30.авг	Как убедиться в том, что лифт в вашем доме исправен	https://tass.ru/infographics/8547	информационная / инструкция	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
49	31.авг	Сравниваем флагманские смартфоны Samsung	https://tass.ru/infographics/8523	информационная / реклама / сравнение	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
50	31.авг	Сколько обнаружили фальшивых денежных знаков	https://tass.ru/infographics/8549	информационная / статистика / график	статичная / полихромная / схема / схематизация

51	07.сент	Динамика курсов валют	https://tass.ru/infographics/8544	график	статичная / монохромная / схема / схематизация
52	11.сент	Особенности национальной трезвости	https://tass.ru/infographics/8554	карта / рейтинг / статистика	статичная / монохромная / схема / схематизация
53	13.сент	Куда идти и что смотреть на фестивале "Круг света"	https://tass.ru/infographics/8556	карта / программа	статичная / полихромная / схема / схематизация
54	19.сент	Фестиваль "Круг Света" в цифрах	https://tass.ru/infographics/8557	информационная / статистика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
55	21.сент	Мощи Спиридона Тримифунтского в Москве	https://tass.ru/infographics/8558	информационная / карта / программа / календарь	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
56	25.сент	Динамика цены на нефть	https://tass.ru/infographics/8560	график	статичная / монохромная / схема / схематизация
57	27.сент	Пенсионный возраст в России и других странах мира	https://tass.ru/infographics/8561	информационная / статистика / таймлайн	статичная / монохромная / схема / схематизация
58	01.окт	Что нужно знать при выборе изделий из меха	https://tass.ru/infographics/8562	информационная / инструкция	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
59	02.окт	Внутренний туризм	https://tass.ru/infographics/8564	информационная / статистика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
60	11.окт	Оплачиваемые отгулы на диспансеризацию	https://tass.ru/infographics/8566	информационная / инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
61	23.окт	Как выбрать детское питание	https://tass.ru/infographics/8570	информационная / инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
62	30.нояб	Страны присоединяются к шопингу: как прошла ежегодная распродажа AliExpress 11 ноября	https://tass.ru/infographics/8589	информационная / статистика / реклама	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация

63	17.дек	Как правильно выбрать красную икру	https://tass.ru/infographics/8596	информационная / инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
64	20.дек	Как правильно выбрать елку	https://tass.ru/infographics/8599	информационная / инструкция	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
65	20.дек	Как запускать фейерверки	https://tass.ru/infographics/8600	информационная / инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
66	20.дек	Как выбрать фейерверк	https://tass.ru/infographics/8601	информационная / инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
67	28.дек	Раздельный сбор мусора: что и куда	https://tass.ru/infographics/8605	информационная / инструкция	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
68	29.дек	Что делать, если вы решили взять домой животное с улицы?	https://tass.ru/infographics/8606	информационная / инструкция / буквографика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация

Спецпроекты

№	Дата выхода	Описание	Название	спецпроекты	Тип	Шкалирование
1	13.март	https://tass.ru/obschestvo/5025642	Оторвут с руками	https://profil.tass.ru	информационная / статистика	статичная / монохромная / схема / схематизация
2	15.май	https://tass.ru/obschestvo/5201837	Крымский мост	https://most.tass.ru	информационная / статистика / схема / 360 градусов / видеоинфографика	гибридная / монохромная / гибридная / гибридная
3	25.май	https://tass.ru/nauka/5234431	"Италия". История одного падения	https://italia.tass.ru	карта / интерактивная картинка / предмет в разрезе / портретная / 3д / история / художественная	интерактивная / монохромная / изобразительная / гибридная
4	07.сент	https://tass.ru/armiya-i-opk/5532940	Превосходство "Арматы". Т-14.	https://armata-tank.tass.ru	информационная / таймлайн / 3д / интерактивная картинка	интерактивная / монохромная / изобразительная / схематизация
5	08.нояб	https://tass.ru/obschestvo/5768496	Великие имена России	https://velikie-imena.tass.ru	карта / интерактивная картинка / портретная / статистика	гибридная / полихромная / изобразительная / схематизация

6	15.нояб	https://tass.ru/obschestvo/5795047	Буран: разбор полета	https://buran.tass.ru	информационная / предмет в разрезе / интерактивная картинка / 3д / схема	интерактивная / монохромная / изобразительная / схематизация
7	20.нояб	https://tass.ru/kosmos/5812300	К 20-летию МКС спецпроект ТАСС реконструирует процесс строительства станции	https://mks.tass.ru	таймлиния / сравнение / интерактивная картинка / схема /	интерактивная / монохромная / изобразительная / схематизация
8	2018		Игра День мэра	https://den-mera.tass.ru	игра / развлекательная	интерактивная / полихромная / изобразительная / схематизация
9	2018		Ил-276. Перспективный военный транспортник	https://il276.tass.ru/?	информационная / таймлиния / 3д	гибридная / монохромная / изобразительная / гибридная
10	2018 (скорее всего 17 июля)		Романовы. Конец света	https://romanov.y.tass.ru	портретная / семейное древо / карта / таймлиния	интерактивная / монохромная / изобразительная / схематизация
11	2018 (скорее всего 30 июня)		Тунгусский метеорит. Что упало, то пропало	https://tunguska.tass.ru/	карта / 3д / история / интерактивная картинка / схема	интерактивная / монохромная / изобразительная / схематизация
12	2018		71-й Каннский кинофестиваль	https://cannes2018.tass.ru/	рейтинг / таблица / информационная / интерактивный текст	интерактивная / монохромная / схема / схематизация

13	2018		Шаг в сторону. 11 способов по-новому пройти московские маршруты	https://moscowroutes.tass.ru	карта / слайдер до-после / история / интерактивная картинка	интерактивная / монохромная / изобразительная / схематизация
14	2018		Русский "терминатор"	http://terminator.tass.ru	информационная / статистика / 3д	интерактивная / монохромная / изобразительная / схематизация
15	2018		Выживут только шиповники	http://seedvault.tass.ru	информационная / карта / рейтинг / интерактивная картинка / предмет в разрезе	гибридная / полихромная / изобразительная / схематизация
16	2018–2019		Красная. Советская. Наша	http://redarmy.tass.ru	таймлиния / интерактивная картинка / схема	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
17	2018		Время приключений	https://verne.tass.ru/	облако слов / интерактивная картинка / развлекательная / таймлиния / игра	интерактивная / полихромная / изобразительная / схематизация
18	2018		Истребитель Миг-35. Высший пилотаж снова в моде	http://mig35.tass.ru/	карта / интерактивная картинка / информационная / 360 градусов / таймлиния / схема	гибридная / монохромная / изобразительная / схематизация

Награды ТАСС

8 ноября 2018	Спецпроект "России сегодня" отмечен дипломом The Native Advertising Awards	https://ria.ru/20181108/1532342904.html	https://ria.ru/20171117/1509037342.html
6 декабря 2018	Проект дизайн-центра МИА "Россия сегодня" взял "золото" в Нью-Йорке	https://ria.ru/20181206/1547547135.html	https://ria.ru/20171004/1506094925.html?in=t
30 марта 2018	Дизайн-центр "Россия сегодня" получил приз за Шерлока Холмса	https://ria.ru/20180330/1517592711.html	https://ria.ru/20170101/1484875127.html
проект 2018 года	Проекты ТАСС стали призерами международного конкурса Red Dot Design Award	https://tass.ru/novosti-agentstva/6707304	https://italia.tass.ru
проект 2018 года	Проекты ТАСС стали призерами международного конкурса Red Dot Design Award	https://tass.ru/novosti-agentstva/6707305	https://romanovy.tass.ru/#
проект 2018 года	Проекты ТАСС стали призерами международного конкурса Red Dot Design Award	https://tass.ru/novosti-agentstva/6707306	https://buran.tass.ru
проект 2018 года	ТАСС завоевал бронзу конкурса European Design Awards	https://tass.ru/novosti-agentstva/6533411	https://tunguska.tass.ru/
проекты 17-го года	Инфографика ТАСС в числе лучших работ мира	https://tass.ru/novosti-agentstva/4953987	
проект 17-го года	ТАСС получил "Гран-При" и четыре премии Digital Communications AWARDS	https://tass.ru/novosti-agentstva/4977319	http://zenit-arena.tass.ru/za/
проект 17-го года	ТАСС вошел в тройку финалистов конкурса European Digital Media Awards 2018	https://tass.ru/novosti-agentstva/5032748	https://1812.tass.ru
проект 17-го года	Проект ТАСС стал призером международного конкурса в области инфографики Malofiej	https://tass.ru/novosti-agentstva/5038759	https://spacemen.tass.ru

2018	26	Print	Printed	BEST OF SHOW AWARD S	Berliner Morgenpost	Germany	It wasn't always the East - where Germany votes for the far-right	https://www.informationisbeautifulawards.com/showcase/2073-it-wasn-t-always-the-east-where-germany-votes-for-the-far-right	карта / таймлиния / график	статичная / полихромная / схема / схематизация
2018	26	Digital	Online	BEST OF SHOW AWARD S	National Geographic Magazine	USA	The Science of Hummingbirds	https://www.nationalgeographic.com/magazine/graphics/the-science-of-hummingbirds	информационная	интерактивная / полихромная / изобразительная / натурализация
2018	26		Gold	Features						
2018	26	Print	Printed	Miguel Urabayan Award to Best Map	The New York Times	USA	A Shifting World of Ice and Rock	https://static01.nyt.com/images/2017/06/08/insider/08insider-antarctica-2/08insider-antarctica-2-superJumbo.jpg?quality=90&auto=webp	карта	статичная / полихромная / схема / схематизация
2018	26		Gold	Features						
2018	26	Digital	Online	Miguel Urabayan Award to Best Map	The New York Times	USA	Tracking Harvey's Destructive Path Through Texas and Louisiana	https://www.nytimes.com/interactive/2017/08/24/us/hurricane-harvey-texas.html	карта / интерактивная карта	гибридная / полихромная / схема / схематизация
2018	26		Gold	Breaking News						
2018	26	Print	Printed	Climate Change and Environmental Commitment Best Graphic	Ellery Studio	Germany	The Infographic Energy Transition Coloring Book	https://myenergytransition.com/product/ietcb/	статистика / карта	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация

			Gold	Criteria						
2018	26	Digital	Online	Climate Change and Environmental Commitment Best Graphic	The New York Times	USA	Antarctic Dispatches	https://www.nytimes.com/interactive/2017/05/18/climate/antarctica-ice-melt-climate-change.html	карта с потоками	гибридная / монохромная / гибридная / схематизация
2018	26	Print	Printed	Human Rights Best Graphic Awards	Nature	UK	Refugees in focus	https://www.behance.net/gallery/52419023/Refugees-in-focus	диграммы / карта	статичная / полихромная / схема / схематизация
2018	26	Digital	Online	Human Rights Best Graphic Awards	Reuters	USA	Life in the camps	http://fingfx.thomsonreuters.com/gfx/rngs/MYANMAR-ROHINGYA/010051VB46G/index.html	карта	гибридная / полихромная / схема / схематизация
			Gold	Features						
2018	26	Print	Printed	Equality and Women's Promotion Best Graphic Awards	Infographics Magazine	Germany	Sex@Work	https://twitter.com/malofiej/status/974691078195511301/photo/1	статистика / исследование	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
			Gold	Features						
2018	26	Digital	Online	Equality and Women's Promotion Best Graphic Awards	The Washington Post	USA	Can we talk about the gender pay?	https://www.washingtonpost.com/graphics/2017/business/women-pay-gap/	графики / интерактивные графики	гибридная / монохромная / гибридная / схематизация
			Silver	Features						

2018	26	Print	Silver	Breaking News	The Guardian	UK	Elections	https://twitter.com/fcage/status/873442550346067968/photo/1	карта / диаграммы	статичная / полихромная / гибридная / схематизация
2018	26	Print	Silver	Breaking News	The New York Times	USA	A Trail of Mayhem Across Westminster Bridge	https://www.nytimes.com/interactive/2017/03/22/world/europe/westminster-bridge-london-attack-map.html	картинка с тегами	статичная / полихромная / изобразительная / натурализация
2018	26	Print	Bronze	Breaking News	The Sunday Times	UK	The new political map of the UK	https://www.thetimes.co.uk/article/general-election-2017-the-new-political-map-of-the-uk-z9zg5d7nx	карта / статистика	статичная / полихромная / схема / схематизация
2018	26	Print	Silver	Breaking News	La Vanguardia	Spain	Atentado en Barcelona	https://www.facebook.com/149158168453940/photos/a.447888371914250/1466314026738341/	карта / статистика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Print	Silver	Breaking News	The New York Times	USA	How the Manchester Arena Attack Unfolded	https://www.nytimes.com/interactive/2017/05/23/world/europe/what-happened-at-the-manchester-arena-explosion.html	схема / предмет в разрезе	статичная / полихромная / гибридная / схематизация
2018	26	Print	Bronze	Breaking News	Diario Clarín	Argentina	Submarino ARA San Juan	https://www.clarin.com/sociedad/submarino-ara-san-juan-buscando-ahora_0_SkzeeiYez.html	https://www.clarin.com/sociedad/submarino-ara-san-juan-paises-participan-busqueda_0_H	нешкалируемый контент

									1Cg0tZgz.html	
2018	26	Print	Silver	Features	Berliner Morgenpost	Germany	Renting in Germany: The Big City Comparison	https://twitter.com/geplapper/status/1111341012344061953/photo/4	схемы	статичная / монохромная / схема / схематизация
2018	26	Print	Bronze	Features	South China Morning Post	Hong Kong	What's in a face	https://twitter.com/TmarcoH/status/975161766081474561/photo/2	предмет в разрезе /	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Print	Silver	Features	The New York Times	USA	Did the Turkish President's Security Detail...	https://www.nytimes.com/interactive/2017/05/26/us/turkey-protesters-attack-video-analysis.html	портретная /	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
		Digital	Gold				Did the Turkish President's Security Detail Attack Protesters in Washington?			
2018	26	Print	Silver	Features	The New York Times	USA	Soon, very soon, eventually: a detailed list...	https://www.nytimes.com/interactive/2017/09/27/upshot/trump-statements-soon.html	слова	интерактивная / монохромная / схема / схематизация
2018	26	Print	Bronze	Features	La Nación	Argentina	Análisis del discurso de Macri	https://www.lanacion.com.ar/politica/discursos-asuncion-comparativo-alberto-fernandez-mauricio-macri-nid2314143/	слова / анализ	статичная / полихромная / гибридная / схематизация

2018	26	Print	Silver	Features	National Geographic Magazine	USA	Sustaining our Cities	https://www.nationalgeographic.com/magazine/graphics/see-sustainable-future-city-designed-for-people-and-nature	предмет в разрезе /	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Print	Bronze	Features	Reuters New Graphics Service	USA	A new dawn: South Korea seeks new talks with Pyongyang	http://fingfx.thomsonreuters.com/gfx/rngs/NORTHKOREA-MISSILES/010060790GB/index.html	таймлиния / график	гибридная / полихромная / схема / схематизация
2018	26	Print	Silver	Features	El Financiero	Mexico	Canales y lagos de Xochimilico, en riesgo de desaparecer	https://twitter.com/JCarlosjRami rez/status/976298113336885250/photo/2	карты / предмет в разрезе	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Print	Silver	Features	El Financiero	Mexico	Tres décadas de celebrar la cultura y la tradición en Xochimilico	https://twitter.com/JCarlosjRami rez/status/976298113336885250/photo/1	карта / предмет в разрезе / тегированная картинка	статичная / полихромная / гибридная / схематизация
2018	26	Print	Bronze	Features	Berliner Morgenpost	Germany	How Berlin is ticking along its public transport lines	https://twitter.com/geplapper/status/1111341012344061953/photo/2	графики	статичная / полихромная / схема / схематизация
2018	26	Print	Bronze	Features	BZ	Germany	Ein Blick in Berlin prodstvollsten Klangkörper	https://twitter.com/jimlaydick/status/974742178265264129/photo/1	предмет в разрезе /	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация

2018	26	Print	Silver	Features	El Mercurio	Chile	Candidatos presidenciales en Chile 1989-2017	http://infografias.elmercurio.com/20171217-CPD-candidatospresidenciales/infografia/modulo_info/infografia_pagina.jpg	таймлиния / диаграммы / портретная	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Print	Bronze	Features	La Vanguardia	Spain	La vida en la cárcel	https://3.bp.blogspot.com/-TWJlPWpoCg/WZvxNJYLInI/AAAAAAAAmB8/moQYbgVKQD8frq6fZdLXbUFLQto30wIfQCLcBGAs/s1600/atentado33.jpg	таймлиния / портретная /	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Print	Silver	Features	South China Morning Post	Hong Kong	What happens in the cage, stays in the cage	https://multimedia.scmp.com/culture/article/SCMP-printed-memory/lonelyGraphics/201711A149.html	схема	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Print	Bronze	Features	South China Morning Post	Hong Kong	How they score	https://twitter.com/TmarcoH/status/975161766081474561/photo/3	графики	статичная / полихромная / схема / схематизация
2018	26	Print	Silver	Features	South China Morning Post	Hong Kong	They are very close...	https://twitter.com/adolfux/status/974948816410439680/photo/1	таймлиния / информационная	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Print	Gold	Features	National Geographic Magazine	USA	Giants of the Skies	https://twitter.com/mesabree/status/974732385400082432/photo/1	сравнение	статичная / полихромная / изобразительная /

										натурализация
2018	26	Print	Silver	Features	National Geographic Magazine	USA	A Fearsome Fleet	http://www.athcreative.com/new-blog/2017/3/24/a-fearsome-fleet-vikings-in-the-march-issue-of-national-geographic-magazine	предмет в разрезе /	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Print	Silver	Features	National Geographic Magazine	USA	Was this the tomb of Jesus	https://www.nationalgeographic.com/magazine/graphics/was-this-jesus-tomb	предмет в разрезе /	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Print	Bronze	Features	Science	USA	The Vaccines War	https://twitter.com/ScienceVisuals/status/976172689839788033/photo/1	таймлиния / точечная диаграмма	статичная / монохромная / схема / схематизация
2018	26	Print	Bronze	Features	Science	USA	A Spinner's Secret	https://www.sciencemag.org/news/2017/10/graphic-spinner-secrets	предмет в разрезе /	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Print	Bronze	Features	National Geographic Magazine	USA	Christianity's Holiest Site	https://www.nationalgeographic.com/magazines/pdf/121617_int/index-row.html?utm_source=NatGeocom&utm_medium=Email&utm_content=ngmintlcirc_20171216&utm_campaign=Magazines-NGM&utm_rd=17849985	карта / схема	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация

2018	26	Print	Bronze	Features	National Geographic Magazine	USA	Far-Flung Realm	http://www.athcreative.com/new-blog/2017/3/24/a-fearsome-fleet-vikings-in-the-march-issue-of-national-geographic-magazine	карта	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Print	Bronze	Features	National Geographic Magazine	USA	Keeping Jaguars Connected	https://www.nationalgeographic.com/animals/article/protecting-jaguars-wildlife-corridor-belize	карта	статичная / полихромная / схема / схематизация
2018	26	Print	Bronze	Features	National Geographic Magazine	USA	The Gorillas of Karisoke	https://gorillafund.org/national-geographic-helps-celebrate-dian-fosseys-50th-anniversary/	статистика	статичная / полихромная / гибридная / схематизация
2018	26	Print	Bronze	Features	National Geographic Magazine	USA	Privatizing the Race	https://twitter.com/canalesgraphics/status/887311213385875458	схема / графики	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Print	Bronze	Features	National Geographic Magazine	USA	Superpower Rivalry	https://www.behance.net/gallery/55328101/Space-Race-National-Geographic-illustration	не могу найти	статичная / полихромная / изобразительная / натурализация
2018	26	Print	Bronze	Features	National Geographic Magazine	USA	The Melting of Antarctica	https://swtyson.com/antarctica-melt	карта / предмет в разрезе	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация

2018	26	Print	Bronze	Features	Público	Portugal	165 anos de ciclones tropicais	https://www.publico.pt/2017/10/07/infografia/165-anos-de-ciclones-tropicais-236	графики	статичная / полихромная / гибридная / схематизация
2018	26	Print	Bronze	Features	South China Morning Post	Hong Kong	Divine Creations	https://twitter.com/TmarcoH/status/975161766081474561/photo/4	сравнение	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Print	Bronze	Features	Corriere della Sera	Italy	20 capitali, 242 viaggi	https://twitter.com/marcyvalo1/status/974724087166664706/photo/1	круговые диаграммы	статичная / полихромная / схема / схематизация
2018	26	Print	Bronze	Front Page Graphics	The New York Times	USA	Alaska's Thawing Tundra	https://www.nytimes.com/interactive/2017/08/23/climate/alaska-permafrost-thawing.html	карта	статичная / полихромная / схема / схематизация
2018	26	Print	Bronze	Criteria	El Mundo	Spain	Bionic Eyes Against Blindness	https://www.elmundo.es/salud/2017/03/05/58b99997e2704eea7c8b45e3.html	схема / предмет в разрезе	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Print	Bronze	Specials	Folha de S.Paulo	Brazil	Very Popular Brazilian Music	https://arte.folha.uol.com.br/ilustrada/2017/musica-muito-popular-brasileira/introducao/	статистика / исследование	статичная / полихромная / схема / схематизация
2018	26	Print	Bronze	Specials	203 X Infographics Lab	Republic of Korea	Packing For Oversea Travel	https://www.behance.net/gallery/63478977/203X-won-Malofiej-26-Award	схема	статичная / полихромная / изобразительная

										бная / схематизац ия
2018	26	Digital	Gold	Breaking News	The New York Times	USA	Thousands Cried for Help as Houston Flooded	https://www.nytimes.com/inter active/2017/08/30/us/houston- flood-rescue-cries-for-help.html	карта в виде таймлапса	гибридная / полихромна я / схема / схематизац ия
			Silver	Portfolios						
2018	26	Digital	Gold	Breaking News	The New York Times	USA	Nine Rounds a Second: How the Las Vegas Gunman Outfitted a Rifle...	https://www.nytimes.com/intera ctive/2017/10/02/us/vegas- guns.html	видеоинфогра фика	интерактив ная / монохромна я / изобразител ьная / схематизац ия
2018	26	Digital	Silver	Breaking News	Quartz	USA	Emmanuel Macron's official portrait is a symbolic celebration of centrism	https://qz.com/1018296/emmanu el-macrons-official-portrait-is-a- symbolic-celebration-of- centrism/	портретная /	статичная / полихромна я / изобразител ьная / натурализац ия
2018	26	Digital	Silver	Breaking News	FiveThirtyEig ht	USA	What Lies In Irma's Path	https://fivethirtyeight.com/featur es/what-lies-in-irmas-path/	точечная диаграмма / карта / схема	статичная / полихромна я / схема / схематизац ия
2018	26	Digital	Bronze	Breaking News	The Washington Post	USA	How the Las Vegas shooting unfoided	https://www.washingtonpost.co m/graphics/2017/national/las- vegas-shooting/	снимок с гугл-карт / текстовая таймлиния / предмет в разрезе /	статичная / полихромна я / изобразител ьная / схематизац ия
2018	26	Digital	Bronze	Breaking News	The Washington Post	USA	How Northam gained in a more polarized Virginia	https://www.washingtonpost.co m/graphics/2017/politics/va- gov-election-results-precincts/	графики	интерактив ная / полихромна я / схема /

										схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Breaking News	The Washington Post	USA	How cable networks reacted to Comey's hearing	https://www.washingtonpost.com/graphics/2017/politics/comey-hearing-chyrons/	таймлиния	статичная / монохромная / схема / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Breaking News	The New York Times	USA	Inside the Las Vegas Gunman's Mandalay Bay Hotel Suite	https://www.nytimes.com/interactive/2017/10/04/us/vegas-shooting-hotel-room.html	тегированная картинка / предмет в разрезе	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Breaking News	The New York Times	USA	Mexico City Was Built on an Ancient Lake Bed. That Makes Earthquakes...	https://www.nytimes.com/interactive/2017/09/22/world/americas/mexico-city-earthquake-lake-bed-geology.html	карта	гибридная / монохромная / схема / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Features	Financial Times	UK	North Korea: A rising threat	https://ig.ft.com/north-korea-missiles/	таймлиния / сравнение	гибридная / монохромная / гибридная / схематизация
2018	26	Digital	Silver	Features	Reuters	USA	Mass Exodus	http://fingfx.thomsonreuters.com/gfx/rngs/MYANMAR-ROHINGYA/010050XD232/index.html	статистика / исследование	интерактивная / полихромная / гибридная / схематизация
			Bronze	Portfolios						
2018	26	Digital	Silver	Features	Reuters	USA	A deadly crossing	http://fingfx.thomsonreuters.com/gfx/rngs/MYANMAR-ROHINGYA/010051JR3GY/index.html	статистика / карта / портретная	статичная / монохромная / гибридная / схематизация

2018	26	Digital	Silver	Features	The Guardian	UK	Bussed out - How America moves its homeless	https://www.theguardian.com/us-news/ng-interactive/2017/dec/20/bussed-out-america-moves-homeless-people-country-study	карты / маршруты / необычные круговые диаграммы	гибридная / полихромная / схема / схематизация
2018	26	Digital	Silver	Features	The Guardian	UK	Want to fix gun violence in America? Go local.	https://www.theguardian.com/us-news/ng-interactive/2017/jan/09/special-report-fixing-gun-violence-in-america	карты	гибридная / полихромная / схема / схематизация
2018	26	Digital	Silver	Features	The Washington Post	USA	How key senators changed their positions to bring down Obamacare repeat	https://www.washingtonpost.com/graphics/2017/politics/health-care-swing-votes/	рейтинг / портретная	гибридная / полихромная / гибридная / схематизация
2018	26	Digital	Silver	Features	The New York Times	USA	10 Minutes. 12 Gunfire Bursts. 30 Videos. Mapping the Las Vegas Massacre.	https://www.nytimes.com/video/us/100000005473328/las-vegas-shooting-timeline-12-bursts.html	видеоинфографика / реконструкция событий	интерактивная / полихромная / изобразительная / натурализация
2018	26	Digital	Silver	Features	The New York Times	USA	How California's Most Destructive Wildfire Spread, Hour by Hour	https://www.nytimes.com/interactive/2017/10/21/us/california-fire-damage-map.html	карта / таймлиния	статичная / монохромная / схема / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Features	TASS News Agency	Russia	Astronauts	https://spacemen.tass.ru/en	статистика / исследование	интерактивная / полихромная / изобразительная / схематизация

2018	26	Digital	Bronze	Features	The Guardian	UK	How death has changed over 100 years in Britain	https://www.theguardian.com/lifeandstyle/ng-interactive/2017/sep/18/how-death-has-changed-over-100-years-in-britain	графики	гибридная / полихромная / схема / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Features	The Washington Post	USA	Incarceration by Executive Order	https://www.washingtonpost.com/graphics/national/incarceration-executive-order/	предмет в разрезе / графики / карта	гибридная / монохромная / гибридная / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Features	The Washington Post	USA	What is North Korea trying to hit?	https://www.washingtonpost.com/graphics/world/north-korea-targets/	карта	гибридная / полихромная / гибридная / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Features	The Washington Post	USA	After Hurricane Maria, Puerto Rico is still in the dark	https://www.washingtonpost.com/graphics/2017/national/puerto-rico-hurricane-recovery/	графики / таймлайн	гибридная / полихромная / схема / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Features	The New York Times	USA	Trump's Nuclear Arsenal	https://www.nytimes.com/interactive/2017/10/26/opinion/trump-nuclear-arsenal.html?_r=1	сравнение	статичная / полихромная / гибридная / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Features	Bloomberg	USA	Outdated and Unreliable: FEMA's Faulty Flood Maps Put Homeowners at Risk	https://www.bloomberg.com/graphics/2017-fema-faulty-flood-maps/	карты	статичная / полихромная / схема / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Features	ZEIT Online	Germany	Diving into Urban-Rural Prejudice	https://www.zeit.de/feature/germany-urban-rural-population-division-prejudice?utm_referrer=https%3A%2F%2Ft.co%2F	игра / диаграммы /	гибридная / полихромная / изобразительная /

										схематизация
2018	26	Digital	Silver	Features	Berliner Morgenpost	Germany	That's how Berlin is ticking along your line	https://interaktiv.morgenpost.de/berlin-an-deiner-linie/	интерактивные графики	интерактивная / полихромная / схема / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Features	Tampa Bay Times	USA	If you're black	https://projects.tampabay.com/projects/2017/investigations/florida-police-shootings/if-youre-black/	статистика / таймлайн / портретная / карта	интерактивная / монохромная / гибридная / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Features	The New York Times	USA	Our Broken Economy, in One Simple Chart	https://www.nytimes.com/interactive/2017/08/07/opinion/leonhardt-income-inequality.html	статистика	статичная / монохромная / схема / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Features	The New York Times	USA	110 N.F.L. Brains	https://www.nytimes.com/interactive/2017/07/25/sports/football/nfl-cte.html	портретная / статистика	гибридная / полихромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Features	The Washington Post	USA	11CB	https://www.washingtonpost.com/graphics/national/manufacturing-in-america/	карта	статичная / монохромная / схема / схематизация
2018	26	Digital	Silver	Features	Science	USA	Cracking the mystery of egg shape	https://vis.sciencemag.org/eggs/		гибридная / полихромная / гибридная / схематизация

			Silver	Features			Cassini's Grand Tour			интерактив ная / монохромна я / изобразител ьная / схематизац ия
2018	26	Digital	Silver	Criteria	National Geographic Magazine	USA		https://www.nationalgeographic.com/science/graphics/cassini-saturn-nasa-3d-grand-tour	схема / маршрут / таймлиния	
2018	26	Digital	Bronze	Features	National Geographic Magazine	USA	Resurrecting a Dragon	https://www.nationalgeographic.com/magazine/graphics/nodosaur-3d-interactive-dinosaur-fossil	3д / реконструкци я	интерактив ная / полихромна я / изобразител ьная / натурализац ия
2018	26	Digital	Bronze	Features	National Geographic Magazine	USA	What Makes Mako Sharks the Fastest Sharks in the Ocean?	https://www.youtube.com/watch?v=v5fo19s4aAc	видеоинфогра фика / сравнение	интерактив ная / полихромна я / изобразител ьная / схематизац ия
2018	26	Digital	Silver	Features	The Washington Post	USA	Here's every total solar eclipse happening in your lifetime.	https://www.washingtonpost.com/graphics/national/eclipse/	карты	гибридная / полихромна я / схема / схематизац ия
2018	26	Digital	Bronze	Features	Univision Noticias	USA	Escribe tu 'zip code' y descubre cómo se verá el eclipse solar en tu ciudad	https://www.univision.com/noticias/eclipse-solar/escrbe-tu-zip-code-y-descubre-como-se-vera-el-eclipse-solar-en-tu-ciudad	калькулятор / таймлиния	гибридная / полихромна я / изобразител ьная / схематизац ия
2018	26	Digital	Bronze	Features	Financial Times	UK	The panda diaspora: where	https://www.ft.com/content/eef55968-bebb-11e7-b8a3-38a6e068f464	таймлиния / график	статичная / полихромна я /

							China shares its bears			изобразительная / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Features	South China Morning Post	Hong Kong	The tallest statues in the world	https://multimedia.scmp.com/culture/article/statues/	сравнение	интерактивная / монохромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Features	The Guardian	UK	The three-degree world: the cities that will be drowned by global warming	https://www.theguardian.com/cities/ng-interactive/2017/nov/03/three-degree-world-cities-drowned-global-warming	графики / карты	гибридная / монохромная / гибридная / схематизация
2018	26	Digital	Gold	Features	The New York Times	USA	How Ed Sheeran Made 'Shape of You,' the Year's Biggest Track	https://www.nytimes.com/interactive/2017/12/20/arts/music/ed-sheeran-shape-of-you.html	видеоинфографика	интерактивная / полихромная / изобразительная / натурализация
2018	26	Digital	Silver	Features	The Washington Post	USA	Which tech world did you grow up in?	https://www.washingtonpost.com/graphics/2017/entertainment/tech-generations/?tid=a_inl_manual	таймлайн / график	интерактивная / монохромная / схема / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Features	Los Angeles Times	USA	Don't waste your time at Disneyland. Here's how to avoid the lines	https://www.latimes.com/projects/la-fi-disneyland-ride-wait-time/	графики / карта /	гибридная / полихромная / схема / схематизация

2018	26	Digital	Bronze	Features	Quartz	USA	How do you draw a circle? We analyzed 100,000 drawings to show...	https://qz.com/994486/the-way-you-draw-circles-says-a-lot-about-you/	игра	гибридная / монохромная / схема / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Features	Google News Lab	USA	The Year In Language	https://googletrends.github.io/year-in-language/	слова / графики / карты / анализ	интерактивная / полихромная / схема / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Features	Google News Lab	USA	How to Fix a Toilet And Other Things We Couldn't Do Without Search	http://how-to-fix-a-toilet.com	что-то необычное / слова	интерактивная / полихромная / гибридная / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Features	FiveThirtyEight	USA	How To Spot A Front-Runner On The 'Bachelor' Or 'Bachelorette'	https://fivethirtyeight.com/features/the-bachelorette/	графики / точечные диаграммы / портретная	статичная / монохромная / гибридная / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Criteria	Bloomberg	USA	Robots Are Coming for These Wall Street Jobs	https://www.bloomberg.com/graphics/2017-wall-street-robots/	интерактивные картинки	интерактивная / полихромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Criteria	Reuters	USA	Wonsan: Where tourism meets tanks	http://fingfx.thomsonreuters.com/gfx/rngs/NORTHKOREA-TOURISM/0100516J2NK/index.html	карта	гибридная / полихромная / гибридная / схематизация

2018	26	Digital	Bronze	Criteria	Google News Lab	USA	Beautiful In English	http://www.beautifulinenglish.com	линия / облако слов / информационная	интерактивная / монохромная / схема / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Criteria	Financial Times	UK	The Uber game	https://ig.ft.com/uber-game/	игра	интерактивная / полихромная / изобразительная / натурализация
2018	26	Digital	Bronze	Social Media Graphics	The Washington Post	USA	Watch five hurricanes churn through the Atlantic in one month	https://www.facebook.com/watch/?v=1650926424939539	видеоинфографика движения воздушных масс	интерактивная / монохромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Print	Silver	Breaking News	The New York Times	USA	Hurricane Michael: One Mile of Devastation in Florida	https://www.nytimes.com/interactive/2018/10/12/us/mexico-beach-fl-damage-map.html?mtrref=www.google.com&gwh=CAB7AD262C8EDD6ACA1C89D05E679D6C&gwt=pay	таймлиния / карта	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
		Digital	Silver							интерактивная / полихромная / гибридная / схематизация
2018	26	Print	Bronze	Breaking News	Corriere della Sera	Italy	La ricostruzione	https://twitter.com/marcyvalo1/status/974724087166664706/photo/2	карта / таймлиния	статичная / полихромная /

										гибридная / схематизация
2018	26	Print	Bronze	Features	El Telégrafo	Ecuador	Dos jóvenes mueren al caer del tren de aterrizaje de un avión en el despegue	https://www.eltelegrafo.com.ec/images/Fotos_ElTelegrafo/EdicionImpresa/2018/Agosto/30-08-18/INFOGRANDER.jpg	предмет в разрезе /	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Print	Bronze	Features	La Vanguardia	Spain	Digitalizando la Sagrada Familia	https://pressreader.com/article/282527249793309 сохранила отдельным файлом	3д / тегированная картинка / комплексная инф-я	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Print	Bronze	Features	Kompas	Indonesia	Seri Infografik Paragames	https://www.kompas.id/baca/kompas_multimedia/boling-10-pin	информационная	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Print	Silver	Features	La Nación	Argentina	Los cuadernos de las coimas	https://www.elmostrador.cl/noticias/mundo/2018/08/02/los-populares-cuadernos-gloria-que-destaparon-una-red-de-corrupcion-en-la-era-de-los-kirchner-en-argentina/	блокноты	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Print	Bronze	Features	South China Morning Post	China	Safe skies	https://multimedia.scmp.com/culture/article/SCMP-printed-graphics-memory/lonelyGraphics/201801A169.html	статистика	статичная / монохромная / схема / схематизация

2018	26	Print	Silver	Features	The New York Times	USA	A Blue Wave, Led by the Suburbs	возможно эта, но на самом ньюйоркере не нашла https://fivethirtyeight.com/features/yes-it-was-a-blue-wave/	график / статистика	статичная / монохромная / схема / схематизация
2018	26	Print	Bronze	Features	The New York Times	USA	Democrats Need to Win 28 Seats to Control the Senate. Republicans Need Only 8.	https://twitter.com/nytgraphics/status/979022709068914688/photo/1	точечная диаграмма / портретная	статичная / полихромная / схема / схематизация
2018	26	Print	Bronze	Features	The New York Times	USA	More Women than Men: State Legislatures Could Shift for the First Time	https://www.nytimes.com/interactive/2018/06/30/us/politics/women-state-legislators.html	графики	статичная / монохромная / схема / схематизация
2018	26	Print	Silver	Features	The New York Times	USA	What ISIS Controlled in Iraq and Syria and Where it's Still Holding On	ВОЗМОЖНО https://www.nytimes.com/interactive/2015/12/18/world/middleeast/Where-ISIS-Gained-and-Lost-Territory-Islamic-State.html	карты	статичная / монохромная / схема / схематизация
2018	26	Print	Silver	Features	The New York Times	USA	Every Building in America	https://arquitecturaviva.com/articles/a-map-of-every-building-in-america	карта	статичная / монохромная / схема / схематизация
2018	26	Print	Bronze	Features	South China Morning Post	China	Winter thaws	https://multimedia.scmp.com/culture/article/SCMP-printed-graphics-memory/LonelyGraphics/201802A164.html	диаграмма / таймлайн / сравнение / портретная	статичная / полихромная / гибридная / схематизация
2018	26	Print	Silver	Features	South China Morning Post	China	The China ship	https://multimedia.scmp.com/culture/article/SCMP-printed-graphics-memory/LonelyGraphics/201802A168.html	тегированная картинка / таймлайн	статичная / полихромная / изобразительная /

										натурализация
2018	26	Print	Bronze	Features	South China Morning Post	China	The cricket cage	https://multimedia.scmp.com/culture/article/SCMP-printed-graphics-memory/lonelyGraphics/201809A178.html	тегированная картинка / предмет в разрезе	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Print	Bronze	Features	Berliner Morgenpost	Germany	Inventory of animals	https://trello-attachments.s3.amazonaws.com/5b0fcab94af5d16c8fb30257/600x813/fe94502ddd1bdfee4e68a7449e574df6/Inventur-im-Zoo.png	схема / карта	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Print	Gold	Features	National Geographic	USA	Frames of Mind	http://www.malofiejgraphics.com/wp-content/uploads/2019/04/malofiej272.png	художественная	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Print	Bronze	Features	203 X Infographics Lab	South Korea	Self-publishing. How to Make My Own Book	https://www.behance.net/gallery/68303149/1807-Self-Publishing-Infographic-Poster	пошаговая инструкция	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Print	Bronze	Features	Berliner Morgenpost	Germany	A city with energy	https://trello-attachments.s3.amazonaws.com/5b254130cdad48f123435413/600x805/e5266bc470bfba03aca700d43ee31406/BMBE17G_EnergieBerlin_END_csba_2.png	схема	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация

2018	26	Print	Silver	Features	National Geographic	USA	Raising a Hornbill	https://www.nationalgeographic.org/media/raising-hornbill/	схема	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
			Gold	Features	National Geographic	USA	When Children Lack Nutrition	https://www.nationalgeographic.com/pdf/childhood-malnutrition.pdf	портретная / статистика / таймлиния / инструкция	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
				BEST OF SHOW AWARDS	National Geographic magazine			http://www.malofiejgraphics.com/wp-content/uploads/2019/04/malofiejawards.gif		
				Human Rights Best Graphic Awards						
				Human Rights Best Graphic Awards						
2018	26	Print	Printed							
2018	26	Print	Bronze	Features	Suomen Kuvalehti	Finland	Why Do Men Go Bald?	https://suomenkuvalehti.fi/jutut/tiede/nain-mies-kaljuuntuu-kundht-mieshormoni-surkastuttaa-hiustupet/	линия / таймлиния / схема	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Print	Bronze	Features	National Geographic	USA	A Monumental Challenge	https://www.nationalgeographic.org/media/monumental-challenge/	карта	статичная / полихромная / схема / схематизация
2018	26	Print	Silver	Features	National Geographic	USA	Boneless Beauties	https://www.nationalgeographic.com/pages/article/most-	предмет в разрезе	статичная / полихромная /

								memorable-maps-and-graphics-of-2018		изобразительная / схематизация
2018	26	Print	Bronze	Features	National Geographic	USA	One Strange Rock	https://medium.com/johnsnowknewthings/one-strange-rock-даппена-аранофски-как-они-это-сделали-d0196faa79a5	исследование / сравнение	статичная / полихромная / изобразительная / натурализация
2018	26	Print	Bronze	Features	National Geographic	USA	Oldest Testaments	https://www.nationalgeographic.com/pages/article/most-memorable-maps-and-graphics-of-2018	исследование	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Print	Silver	Features	National Geographic	USA	Building Katie's New Face	https://www.nationalgeographic.com/pages/article/most-memorable-maps-and-graphics-of-2018	последовательность / реконструкция	статичная / полихромная / изобразительная / натурализация
2018	26	Print	Silver	Features	National Geographic	USA	On the hunt with the Basque Whalers	https://www.nationalgeographic.com/pages/article/most-memorable-maps-and-graphics-of-2018	реконструкция	статичная / полихромная / изобразительная / натурализация
2018	26	Print	Bronze	Features	Suomen Kuvalehti	Finland	One of them			
2018	26	Print	Gold	Features	National Geographic	USA	How Birds Migrate	http://www.malofiejgraphics.com/wp-content/uploads/2019/04/malofiej274.png	карта / схема / маршрут	статичная / полихромная / изобразительная /

										схематизация
2018	26	Print	Bronze	Planned Coverage	El Correo	Spain	Historia de los mundiales	https://www.elcorreo.com/deportes/futbol/mundial/brasil-magica-20180617192047-inrc.html	таймлинии / портретная / статистика	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Print	Bronze	Planned Coverage	ABZ Forum	Switzerland	ABZ Forum	https://hahn-zimmermann.ch/projekte/abz-in-zahlen	графики	статичная / полихромная / схема / схематизация
2018	26	Print	Gold	Regular Appearance Sections	Folha de S.Paulo	Brazil	Electoral GPS	http://www.malofiejgraphics.com/wp-content/uploads/2019/04/malofiej275.png	портретная / рейтинг /	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Print	Bronze	Portfolios	El Mercurio	Chile	Análisis: "Trasnochadores", "La noche estrellada", "La primavera"	https://www.flickr.com/photos/juanpablobravo/46295295155/ https://www.flickr.com/photos/juanpablobravo/43474968671/ https://www.flickr.com/photos/juanpablobravo/45572746742/	таймлиния / информационная / карта / статистика	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Print	Bronze	Portfolios	El Mundo	Spain	Individual Portfolio. Pedro Jiménez	http://visualoop.com/blog/87262/portfolio-of-the-week-pedro-jimenez	разные	статичная / полихромная / изобразительная

										бная / схематизац ия
2018	26	Print	Bronze	Portfolios	La Nación Revista	Argentina	Datos y verdades. Jaime Serra	https://twitter.com/ja_serra/status/1018793533954777088/photo/1	разное	статичная / полихромна я / изобразител ьная / схематизац ия
2018	26	Print	Bronze	Portfolios	National Geographic	USA	Individual Portfolio. Manuel Canales	https://twitter.com/canalesgraphics	реалистичные	статичная / полихромна я / изобразител ьная / схематизац ия
2018	26	Print	Bronze	Portfolios	National Geographic	USA	Individual Portfolio. Matthew W. Chwastyk	https://twitter.com/mapchwastyk	реалистичные	статичная / полихромна я / изобразител ьная / схематизац ия
2018	26	Print	Silver	Portfolios	National Geographic	USA	Individual Portfolio. Fernando G. Baptista	https://twitter.com/fg_baptista/status/1201898810391367686	реалистичные	статичная / полихромна я / изобразител ьная / схематизац ия
2018	26	Print	Bronze	Promotio nals	Ellery Studio & IKEM	Germany	Women making waves: A history of female empowerment	https://myenergytransition.com/product/women-making-waves-a-history-of-female-empowerment-poster/	таймлиния / статистика / облако слов / художествен ная	статичная / полихромна я / изобразител ьная / схематизац ия
	26	Print	Printed	Equality and Women's Promotio n Best						

				Graphic Awards						
2018	26	Digital	Silver	Breaking News	Reuters	Singapore	Indonesia plane crash	https://graphics.reuters.com/INDONESIA-CRASH/0100810F1X2/	карта / схема / статистика / маршрут	статичная / монохромная / гибридная / схематизация
2018	26	Digital	Silver	Breaking News	The New York Times	USA	What Happened in the Parkland School Shooting	https://www.nytimes.com/interactive/2018/02/15/us/florida-school-shooting-map.html	карта / план здания / предмет в разрезе	статичная / полихромная / гибридная / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Breaking News	South China Morning Post	China	How the Thai cave rescue mission unfolded	https://multimedia.scmp.com/news/world/article/2154457/thai-cave-rescue/	карта / таймлиния / схема / маршрут / схема спасения / история спасения	гибридная / полихромная / гибридная / схематизация
2018	26	Digital	Silver	Breaking News	Reuters	Singapore	Destruction in Palu	https://fingfx.thomsonreuters.com/gfx/rngs/INDONESIA-QUAKE/010080MZ19R/index.html	карта / схема / спутник / до-после	гибридная / полихромная / гибридная / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Breaking News	Reuters	Singapore	Typhoon Mangkhut's destructive path	https://fingfx.thomsonreuters.com/gfx/rngs/ASIA-STORM/010080CV0R2/index.html	карта / маршрут / график / последствия разрушений	гибридная / полихромная / схема / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Breaking News	The New York Times	USA	Indonesia Earthquake and Tsunami: Before-and-After Photos of the Destruction	https://www.nytimes.com/interactive/2018/10/01/world/asia/map-tsunami-indonesia.html	карта / до-после	гибридная / полихромная / гибридная / схематизация

2018	26	Digital	Bronze	Breaking News	The New York Times	USA	See Inside Typhoon Mangkhut in 3-D	https://www.nytimes.com/interactive/2018/09/15/world/asia/super-typhoon-mangkhut-ompong-storm.html		интерактивная / полихромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Breaking News	VG	Norway	The warship that crashed and sunk	https://www.vg.no/spesial/2018/helge-ingstad-ulykken/	видеоинфографика / карта / слайдер до-после / сравнение	гибридная / полихромная / гибридная / натурализация
2018	26	Digital	Gold	Features	The New York Times	USA	How 2 M.T.A. Decisions Pushed the Subway Into Crisis	https://www.nytimes.com/interactive/2018/05/09/nyregion/subway-crisis-mta-decisions-signals-rules.html	визуализированная временная диаграмма	гибридная / монохромная / гибридная / схематизация
2018	26	Digital	Silver	Features	Bloomberg News	USA	Cancer-linked Chemicals Manufactured by 3M Are Turning Up in Drinking Water	https://www.bloomberg.com/graphics/2018-3M-groundwater-pollution-problem/	карта / схема распространения / таймлайн / диаграмма	интерактивная / полихромная / гибридная / схематизация
2018	26	Digital	Silver	Features	ProPublica	USA	Powerless	https://projects.propublica.org/graphics/wva	карта / схема / таймлайн / таймлапс	гибридная / полихромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Digital	Silver	Features	The Washington Post	USA	1968: The four days that reshaped DC	https://www.washingtonpost.com/graphics/2018/local/dc-riots-1968/?utm_term=.d2b4d0b6add9	карта / таймлапс / маршрут	интерактивная / монохромная / схема /

										схематизация
2018	26	Digital	Silver	Features	The Washington Post	USA	Murder with impunity: Homicide database	https://www.washingtonpost.com/graphics/2018/investigations/unsolved-homicide-database/?utm_term=.23857a2ad4ed	карта / статистика / визуализованная диаграмма / интерактивная карта	интерактивная / монохромная / схема / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Features	Funke Interaktiv for Berliner Morgenpost	Germany	Old or new? How Berlin lives	https://interaktiv.morgenpost.de/so-alt-wohnt-berlin/	таймлиния / карта/	интерактивная / полихромная / гибридная / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Features	Helsingin Sanomat	Finland	Helsinki grows towards the sky	https://dynamic.hs.fi/2018/pasila/index.html	карта / реконструкция зданий / сравнение	интерактивная / полихромная / изобразительная / натурализация
2018	26	Digital	Bronze	Features	ProPublica	USA	One Night on a Private Garbage Truck in New York City	https://projects.propublica.org/graphics/nyc-garbage	карта / визуализованный маршрут/	интерактивная / монохромная / схема / схематизация
2018	26	Digital	Gold	Features	Reuters	Singapore	Tracking China's Muslim Gulag	https://www.reuters.com/investigation/special-report/muslims-camps-china/	карта / история / таймлиния в формате таймлапс / портретная	гибридная / полихромная / гибридная / натурализация

2018	26	Digital	Gold	Features	The New York Times	USA	Extensive Data Shows Punishing Reach of Racism for Black Boys	https://www.nytimes.com/interactive/2018/03/19/upshot/race-class-white-and-black-men.html	визуализированная диаграмма	гибридная / полихромная / схема / схематизация
2018	26	Digital	Silver	Features	Reuters	Singapore	How the monsoon could devastate Rohingya camps	http://fingfx.thomsonreuters.com/gfx/rngs/MYANMAR-ROHINGYA/010062VK4VN/index.html	карта / спутник / интерактивная карта / статистика	гибридная / полихромная / схема / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Criteria						
2018	26	Digital	Silver	Features	The New York Times	USA	Genoa Bridge Collapse: The Road to Tragedy	https://www.nytimes.com/interactive/2018/09/06/world/europe/genoa-italy-bridge.html	реконструкция	гибридная / монохромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Digital	Silver	Features	The New York Times	USA	One Building, One Bomb: How Assad Gassed His Own People	https://www.nytimes.com/interactive/2018/06/25/world/middleeast/syria-chemical-attack-douma.html	видеоинфографика / реконструкция	интерактивная / полихромная / гибридная / схематизация
		Print	Bronze						предмет в разрезе	статичная / монохромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Digital	Silver	Features	The New York Times	USA	What's Next After the Camp Fire Destroyed Paradise	https://www.nytimes.com/interactive/2018/12/26/us/paradise-california-camp-fire.html	карта	интерактивная / полихромная / схема / схематизация

2018	26	Digital	Silver	Features	The Washington Post	USA	America is more diverse than ever, but still segregated	https://www.washingtonpost.com/national/analysis--america-is-more-diverse-than-ever--but-still-segregated/2018/05/02/571d34ae-4e3e-11e8-af46-b1d6dc0d9bfe_graphic.html	карта	интерактивная / полихромная / схема / схематизация
2018	26	Digital	Silver	Features	The Washington Post	USA	Borderline	https://www.washingtonpost.com/graphics/2018/national/us-mexico-border-flyover/?utm_term=.9829b70df481	карта	интерактивная / полихромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Digital	Gold	Criteria						
2018	26	Digital	Bronze	Features	Reuters	Singapore	10 years on: Notes from the financial crisis	https://graphics.reuters.com/FINANCIAL-CRISIS2008/0100805F0BK/index.html	статистика / портретная / графики	интерактивная / монохромная / гибридная / схематизация
2018	26	Digital	Silver	Criteria						
2018	26	Digital	Bronze	Features	Reuters	Singapore	A remote home for the Rohingya	http://fingfx.thomsonreuters.com/gfx/rngs/MYANMAR-ROHINGYA/010060Z21XP/index.html	карта / схема дома / таймлиния / таймлиния изменения береговой линии	гибридная / монохромная / гибридная / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Features	Reuters	Singapore	How Kerala's dams failed to prevent catastrophe	https://graphics.reuters.com/INDIA-FLOOD/010080MF18N/index.html	карта / графики / интерактивная визуализация (таймлиния)	гибридная / монохромная / схема / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Criteria						
2018	26	Digital	Bronze	Features	Reuters	Singapore	How the Sanchi's oil could spread	http://fingfx.thomsonreuters.com/gfx/rngs/CHINA-SHIPPING-SPILL/010060NC166/index.html	карта / интерактивная карта/	интерактивная / монохромная / схема /
2018	26	Digital	Silver	Criteria						

										схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Features	Reuters	Singapore	One year past no end in sight	https://fingfx.thomsonreuters.com/gfx/rngs/MYANMAR-ROHINGYA/010072393P3/index.html	карта / временная шкала / график / маршрут	статичная / полихромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Features	Reuters	Singapore	Tragedy on Lake Toba	http://fingfx.thomsonreuters.com/gfx/rngs/INDONESIA-FERRY/010070ZL20Y/index.html	статистика / карта / диаграмма/	гибридная / монохромная / гибридная / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Features	South China Morning Post	China	Why the world's flight paths are such a mess	https://multimedia.scmp.com/news/world/article/2165980/flight-paths/index.html	карта / история / таймлайн	статичная / монохромная / гибридная / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Features	TASS News Agency	Russia	Italia. The Airship Crash Chronicle	https://italia.tass.ru	предмет в разрезе / интерактивная картинка / портретная / карта	интерактивная / полихромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Features	The Guardian	UK	Gender pay gap	https://www.theguardian.com/society/ng-interactive/2018/mar/28/gender-pay-gap-what-we-learned-in-week-five	графики	статичная / монохромная / схема / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Criteria						
2018	26	Digital	Bronze	Features	The New York Times	USA	The Faces of Change in the Midterm Elections	https://www.nytimes.com/interactive/2018/10/31/us/politics/midterm-election-candidates-diversity.html	портретная / статистика	гибридная / полихромная / изобразительная /

										схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Features	The New York Times	USA	How Trump's Trade War Went From 18 Products to 10,000	https://www.nytimes.com/interactive/2018/07/11/business/trade-war.html	таймлиния / пузырьковая диаграмма	интерактивная / полихромная / схема / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Features	The New York Times	USA	In 12 Minutes, Everything Went Wrong	https://www.nytimes.com/interactive/2018/12/26/world/asia/lion-air-crash-12-minutes.html	таймлиния / видеоинфографика	интерактивная / полихромная / изобразительная / натурализация
2018	26	Digital	Bronze	Features	The New York Times	USA	On Hurricane Maria Anniversary, Puerto Rico Is Still in Ruins	https://www.nytimes.com/interactive/2018/09/20/us/puerto-rico-hurricane-maria-housing.html	график	статичная / монохромная / схема / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Features	The Washington Post	USA	School shootings database	https://www.washingtonpost.com/graphics/2018/local/school-shootings-database/?utm_term=.69a8b6b4b63c	таймлиния	гибридная / монохромная / схема / схематизация
2018	26	Digital	Silver	Features	The New York Times	USA	The Quad Jump Is Changing Figure Skating. Nathan Chen Is Leading the Way.	https://www.nytimes.com/interactive/2018/02/08/sports/olympics/nathan-chen-figure-skating.html	видеоинфографика / реконструкция / объяснение	интерактивная / полихромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Features	Globoesporte.com	Brazil	The tones of football narrators	http://interativos.globoesporte.globo.com/futebol/copa-do-mundo/especial/o-tom-da-copa	портретная / звуковая / видео	интерактивная / монохромная /
2018	26	Digital	Bronze	Criteria						

										изобразительная / натурализация
2018	26	Digital	Bronze	Features	Schweizer Radio und Fernsehen (SRF)	Switzerland	20 Years, 20 Titles Roger Federer	https://interactive.swissinfo.ch/2018_01_28_federer20/en.html#/en	биографическая / портретная / таймлайн / звуковая / статистика / видео / сравнительный рейтинг	гибридная / полихромная / гибридная / схематизация
2018	26	Digital	Silver	Features	The New York Times	USA	Why Songs of the Summer Sound the Same	https://www.nytimes.com/interactive/2018/08/09/opinion/dosongs-of-the-summer-sound-the-same.html	рейтинг	интерактивная / полихромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Features	The Washington Post	USA	The view from inside a food truck	https://www.washingtonpost.com/graphics/2018/food/food-trucks/?utm_term=.2b21641ab8a1	предмет в разрезе	гибридная / полихромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Digital	Silver	Features	The New York Times	USA	One Test Could Exonerate Him. Why Won't California Do It?	https://www.nytimes.com/interactive/2018/05/17/opinion/sunday/kevin-cooper-california-death-row.html	реконструкция / карта	гибридная / полихромная / гибридная / схематизация
2018	26	Digital	Silver	Features	The New York Times	USA	The Follower Factory	https://www.nytimes.com/interactive/2018/01/27/technology/social-media-bots.html	таймлайн / портретная	интерактивная / полихромная / гибридная /

										схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Features	Bloomberg News	USA	How Apple Overcame Fits and Flops to Grow Into a Trillion-Dollar Company	https://www.bloomberg.com/graphics/2018-apple-at-one-trillion-market-cap/	тайминия	интерактивная / полихромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Features	National Geographic	USA	Billions of Bird Migrate. Where Do They Go?	https://www.nationalgeographic.com/magazine/2018/03/bird-migration-interactive-maps/	карта / таймлапс / маршрут	интерактивная / монохромная / гибридная / натурализация
2018	26	Digital	Bronze	Features	Rossiia Segodnya	Russia	The Iron Doctor	https://ria.ru/20180925/1529322692.html	графики	интерактивная / монохромная / гибридная / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Features	South China Morning Post	China	The stones in the road for China's 2025 plan on electric vehicles	http://multimedia.scmp.com/news/china/article/2169344/china-2025-electric-vehicles/index.html	карта / статистика / диаграммы / схема	гибридная / полихромная / гибридная / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Features	The New York Times	USA	How Much Hotter Is Your Hometown Than When You Were Born?	https://www.nytimes.com/interactive/2018/08/30/climate/how-much-hotter-is-your-hometown.html	таймлиния / карта	интерактивная / монохромная / гибридная / схематизация

2018	26	Digital	Bronze	Features	The New York Times	USA	Your Children's Yellowstone Will Be Radically Different	https://www.nytimes.com/interactive/2018/11/15/climate/yellowstone-global-warming.html	карта	интерактивная / полихромная / схема / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Features	The Washington Post	USA	2017 was California's largest and most destructive fire season in a decade	https://www.washingtonpost.com/graphics/2017/national/california-wildfires-comparison/	карты	гибридная / монохромная / схема / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Features	The Washington Post	USA	Gridlock in the sky	https://www.washingtonpost.com/graphics/2018/business/space-x-falcon-heavy-launch-faa-air-traffic/?utm_term=.593eb40a1df6	карта / графики	гибридная / монохромная / гибридная / схематизация
2018	26	Digital	Gold	Planned Coverage	The New York Times	USA	2018 Winter Olympics	https://www.nytimes.com/2018/02/14/sports/olympics/mikaela-shiffrin-giant-slalom.html	визуализация гонки	гибридная / полихромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Planned Coverage	Financial Times	UK	Gender pay gap: how women are short-changed in the UK	https://ig.ft.com/gender-pay-gap-UK/	диаграммы / графики / рейтинг	гибридная / монохромная / гибридная / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Planned Coverage	Nexo Jornal	Brazil	2018 Elections Coverage - Nexo Jornal	https://www.nexojornal.com.br/especial/2018/12/18/Como-foi-2018-em-gráficos	политика / выборы / портретная / итоги / карта / рейтинг	
2018	26	Digital	Bronze	Planned Coverage	The New York Times	USA	2018 U.S. Midterm Elections	https://www.nytimes.com/interactive/2018/us/elections/house-race-ratings.html	карта	интерактивная / полихромная

										я / схема / схематизац ия
2018	26	Digital	Bronze	Planned Coverage	The Wall Street Journal	USA	The Art of the Millisecond	https://www.wsj.com/graphics/2018-winter-olympics-art-of-the-millisecond/	таймлиния / статистика	гибридная / полихромна я / гибридная / схематизац ия
2018	26	Digital	Bronze	Features	ProPublica	USA	Portfolio: Al Shaw	https://www.propublica.org/people/al-shaw	подборка работ одного автора. Несколько посмотрела - в основном карты	гибридная / полихромна я / схема / схематизац ия
2018	26	Digital	Gold	Criteria	Reuters	Singapore	A window into Delhi's deadly pollution	https://graphics.reuters.com/INDIA-POLLUTION/01008173281/index.html	таймлиния / таймлапс	гибридная / полихромна я / гибридная / натурализац ия
			Online	BEST OF SHOW AWARD S						
				Climate Change and Envirome ntal Commitm ent Best Graphic						
2018	26	Digital	Silver	Criteria	ProPublica	USA	To See How Levees Increase Flooding, We Built Our Own	https://projects.propublica.org/graphics/levees	карта	гибридная / полихромна я / гибридная / схематизац ия
2018	26	Digital	Bronze	Criteria						
2018	26	Digital	Bronze	Criteria	Data Sketches	The Netherland s	Figures in the Sky	http://www.datasketch.es/may/code/nadieh/	карта неба / иллюстрация созвездий /	интерактив ная / полихромна я / схема /

									интерактивная картинка	схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Criteria	Reuters	Singapore	Palette of pollution	https://graphics.reuters.com/INDIA-POLLUTION/010081VR3BW/index.html	статистика/диаграмма комплексная	гибридная / полихромная / схема / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Criteria	The New York Times	USA	Apple's Value Hit \$1 Trillion. Add Disney to Bank of America and ... You're Halfway There	https://www.nytimes.com/interactive/2018/08/02/technology/apple-trillion-market-cap.html	диаграммы	интерактивная / полихромная / схема / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Criteria	The Washington Post	USA	America is more diverse than ever, but still segregated	https://www.washingtonpost.com/graphics/2018/national/segregation-us-cities/	карты	интерактивная / полихромная / схема / схематизация
2018	26	Digital	Silver	Criteria	BBC News	UK	El Helicoide: From shopping mall to torture prison	https://el-helicoide.pilots.bbcconnectedstudio.co.uk/ru/index.html	рисованная / видеоинфографика / 360 градусов	интерактивная / монохромная / изобразительная / натурализация
	26	Digital	Online	Human Rights Best Graphic Awards						
2018	26	Digital	Bronze	Criteria	BBC News	UK	Explore the IS Tunnels	https://www.bbc.co.uk/news/resources/5c6bc253-d161-41f4-8501-4e7cacf047d5	3д / предмет в разрезе / 360	интерактивная / полихромная / изобразительная / натурализация

2018	26	Digital	Bronze	Criteria	ProPublica	USA	The Waiting Game	https://projects.propublica.org/assembly/	игра	интерактивная / монохромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Criteria	Funke Interaktiv	Germany	When was the last time you had a white Christmas?	https://interaktiv.morgenpost.de/schnee-an-weihnachten/	статистика по годам / городам	интерактивная / монохромная / изобразительная / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Criteria	The Economist	UK	US identity politics	https://www.economist.com/graphic-detail/2018/11/03/how-to-forecast-an-americans-vote	облака слов / рейтинг /	гибридная / монохромная / схема / схематизация
		Print	Bronze	Features						статичная / монохромная / схема / схематизация
2018	26	Digital	Bronze	Formats	National Geographic magazine	USA	History of the Bible, Animated	https://www.nationalgeographic.com/magazine/2018/12/history-of-the-bible-animated/	видео / таймлайн	интерактивная / монохромная / изобразительная / натурализация
2018	26	Digital	Bronze	Formats	The Straits Times	Singapore	Singapore 2100: Climate changed (Google Daydream edition)	https://play.google.com/store/apps/details?id=com.SPH.sgUnderwater&hl=uz	приложение	интерактивная / полихромная / изобразительная

										бная / натурализац ия
2018	26	Print	Gold	Features	The New York Times	USA	Hell On Earth: The first 12 hours of California's Deadliest Wildfire	http://www.malofiejgraphics.com/wp-content/uploads/2019/04/malofiej27.png	карта / схема	статичная / монохромна я / схема / схематизац ия
2018	26	Print	Printed	Miguel Urabayan Award to Best Map						
2018	26	Digital	Online	Miguel Urabayan Award to Best Map						
2018	26	Digital	Gold	Breaking News						
2018	26	Print		Climate Change and Envirome ntal Commitm ent Best Graphic	National Geographic magazine	USA	Ebbing Wastelands	https://i.natgeofe.com/n/056fb574-11db-4fc0-a598-f8330fa600fa/6_-everglades-1.jpg?w=636&h=453	карта / схема	статичная / полихромна я / схема / схематизац ия
			Printed		National Geographic					
			Silver	Features						
2018	26	Digital	Online	Equality and Women's Promotio n Best Graphic Awards	Bloomberg News	USA	What Life Would Look Like Without the 'Tampon Tax'	https://www.bloomberg.com/graphics/2018-tampon-cost/	график / статистика	гибридная / монохромна я / гибридная / схематизац ия