Свитич Анастасия Леонидовна, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры фотожурналистики и технологий СМИ факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, e-mail: svitich-a@mail.ru

ОБЪЕКТНО-ТЕМАТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ГРАФИЧЕСКИХ ИЛЛЮСТРАЦИЙ КАЧЕСТВЕННЫХ ИЗДАНИЙ

В данной статье рассматриваются некоторые аспекты графического иллюстрирования качественных изданий. Основной акцент сделан на изучении объектно-тематических характеристик графических иллюстраций. Для исследования их особенностей были выделены политическая, экономическая, производственно-промышленная, социальная, научно-технологическая, досуговая и др. тематические группы иллюстраций. Анализ показал влияние общественно-политических и экономических факторов на тематику, проблематику и объект графического иллюстрирования качественных изданий.

Ключевые слова: *графическая иллюстрация, визуализация, тематика иллюстраций, качественные издания.*

Anastasia L. Svitich, Senior Lecturer at the Chair of Photojournalism and Media Technologies, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University; e-mail: svitich-a@mail.ru

OBJECT AND THEMATIC FEATURES OF GRAPHIC ILLUSTRATIONS IN QUALITY PERIODICALS

This article discusses some aspects of the graphic illustrations in quality periodicals. The relevance of the study is stipulated by the fast development of visual media language which has become a full-fledged component of the media text. The study has examined the thematic palette and specific objects of graphic illustrations in quality periodicals. Stable trends have been identified in the graphic illustration subjects in media. The main emphasis has been placed on the content analysis of the object and thematic characteristics of graphic illustrations. In order to study these characteristics the political, economic, industrial, commercial, social, science and technology, leisure groups of illustrations have been established. The thematic palette of graphic illustrations in quality periodicals fits the bias of articles and periodicals, therefore it is closely linked to its concept, priority areas and methods of presentation. Graphic illustrations of news and business periodicals visualize politics, economics and business themes in many cases. Daily sociopolitical press is paying attention to illustrating a wide range of subjects. The analysis has revealed the influence of sociopolitical and economic factors on the subject, problematic and object of graphic illustrations in quality periodicals.

Key words: *graphic illustration, visualization, subject of illustrations, quality periodicals.*

Введение

Развитие журналистики XXI в. очевидно связано с трендом визуализации СМИ. Сегодня понятие «визуализация» подразумевает использование различных изображений на страницах периодических изданий. Наибольший интерес для исследования представляет графическая иллюстрация в прессе, так как именно этот тип визуализации информации в максимальной степени отражает процессы, происходящие в современной медиасфере: медиасинтезность, конвергентность, смену культурных парадигм.

В научной сфере довольно широко представлены работы по визуальной коммуникации, но ощущается недостаток исследований, связанных именно с графическим иллюстрированием СМИ. Имеющиеся работы рассматривают графическую иллюстрацию либо в рамках дизайна периодических изданий (Волкова, 2013; Ворон, 2004; Рожнова, 2009; Тулупов, 2006, 2012; Фрост, 2008), либо с точки зрения техники и технологии СМИ (Артамонова, Кислая, 2007; Галкин, 2005; Ситников, 2011), но ни одна из существующих работ не затрагивает объектно-тематические характеристики графической иллюстрации в прессе.

Представленная работа продолжает масштабное исследование графической иллюстрации в качественных изданиях, результаты которого были опубликованы автором в 2014-2015 гг.[1]

Основной акцент в данном исследовании сделан на изучении влияния общественно-политических факторов на тематику и проблематику графического иллюстрирования качественных изданий.

Объектом данного исследования является графическое иллюстрирование печатных изданий. Предметом – объектно-тематические характеристики графической иллюстрации в качественных российских изданиях.

Основные задачи:

– исследовать специфику объектов графического иллюстрирования в качественных СМИ;

– определить тематическую палитру графических иллюстраций в качественных изданиях;

– проанализировать особенности объектно-тематических характеристик графических иллюстраций в разных видах (газетных и журнальных) изданий;

– выявить устойчивые тенденции в тематике графического иллюстрирования СМИ.

В качестве основного метода использован контент-анализ, результаты которого помогли выявить общие тенденции графического иллюстрирования журнальных и газетных изданий.

Для исследования были выбраны качественные издания, которые уделяют внимание широкому кругу тем, но акцентируют его на политических, экономических и социальных вопросах. Эмпирическая база контент-аналитического исследования включала пять журнальных изданий: еженедельные журналы «Эксперт» (Э), «Компания» (К), «Власть» (В), «Деньги» (Д), ежемесячный журнал «Секрет фирмы» (СФ) и три газеты: «Коммерсантъ» (Ъ), «Новые Известия» (НИ), «Новая газета» (НГ). Период исследования – 2010–2014 гг. – как наиболее насыщенный значимыми политическими и экономическими событиями.

В еженедельных изданиях в выборку контент-анализа был включен каждый пятый выпуск, в ежемесячном – все выпуски за пять лет, в газетах – все выпуски второй недели второго месяца каждого квартала.

В общей сложности было изучено 535 выпусков перечисленных изданий (295 номеров журналов и 240 выпусков газет). Всего в исследуемых изданиях было проанализировано 2637 графических иллюстраций. Результаты контент-анализа отражают как соотношение показателей выделенных категорий (в % к числу графических иллюстраций), так и их динамику в течение пяти лет.

Тематика графических иллюстраций

Для анализа особенностей иллюстрирования качественных изданий были выделены следующие тематические группы графических иллюстраций:

– *политическая* (внутренняя и внешняя политика, политэкономические процессы);

– *экономическая* (бизнес, инвестиционная и банковская сферы);

– *производственно-промышленная* (производство, строительство, производственные отношения, профессиональная и карьерная темы);

– *социальная* (социальные проблемы, жилищно-коммунальная сфера);

– *научно-технологическая* (новые технологии, инновации, научные достижения);

– *досуговая* (отдых, путешествия, развлечения, хобби);

– *личная* (семья, любовь, личная жизнь) и др.

В ходе проведенного исследования существенной разницы в тематике графических иллюстраций между журнальными и газетными изданиями не выявлено.

Тематика графических иллюстраций разнообразна и непосредственно связана с жанрово-тематической структурой издания (см. табл. 1).

Таблица 1

Тематика графической иллюстрации в журналах
(в % к числу графических иллюстраций)

Тематика	СФ	Д	В	К	Э	Среднее
Экономика, бизнес, инвестиции	46,7	27,9	15,6	39,1	32,3	**32,3**
Политика	0,9	2,5	48,9	19,1	19,3	**18,1**
Инновации, техника, технология, IT	18,8	7,3	1,5	15,3	13,6	**11,3**
Сфера обслуживания, торговля	10,6	12,6	1,7	6,0	3,0	**6,8**
Социальная сфера	5,2	12,0	8,5	1,9	4,1	**6,3**
Наука, образование	3,8	8,9	2,4	0,6	7,3	**4,6**
Законодательство, криминал, суд, право, коррупция	5,5	2,5	5,1	4,5	4,1	**4,3**
Промышленность	1,9	5,0	3,6	2,6	6,5	**3,9**
Транспорт, связь	2,8	6,9	5,2	3,7	0,5	**3,8**
Культура, искусство	0,3	3,7	1,2	1,1	0,6	**1,4**
СМИ, новые медиа	0,9	0,8	1,7	1,1	0,5	**1,0**
Здравоохранение	0,5	–	–	0,5	3,5	**0,9**
Природа, экология	0,1	2,1	1,2	0,6	0,6	**0,9**
Семья, любовь, личная жизнь	0,2	1,3	–	0,8	1,6	**0,8**
Отдых, досуг, путешествия	0,6	0,4	0,9	1,9	–	**0,8**
Военные конфликты, армия	0,2	1,3	1,1	–	0,8	**0,7**
История/мифология	–	1,6	0,6	0,3	0,5	**0,6**
Сельское хозяйство	0,1	1,3	–	–	0,5	**0,4**
Религия, благотворительность	–	1,3	–	–	0,5	**0,4**
Спорт	0,1	0,8	–	0,2	–	**0,2**
Другое	0,7	–	0,6	0,8	0,3	**0,5**

Приоритетные темы журнальных иллюстраций – экономика (30%), политика (18%), отражают основную тематику качественных изданий. В меньшем количестве представлены другие характерные для этого типа изданий темы: торгово-промышленная сфера (11%), инновационные технологии (11%), социальные аспекты (6%), научные достижения (5%).

Тематика издания во многом предопределяет тематику графических иллюстраций. Аналитический еженедельник «Власть» больше, чем остальные журнальные издания, уделяет внимание иллюстрированию политических тем (49%), деловой журнал «Секрет фирмы» – экономических (47%), а «Эксперт» – научным открытиям и технологическим достижениям (21%). Это связано с контент-моделью данных журналов.

Наиболее показателен аналитический еженедельник «Власть». Приоритетная тема этого издания – политика. Каждую неделю его публикации раскрывают технологию и секреты власти в России и за рубежом, рассказывают о том, какова расстановка сил на политической арене. На страницах издания ведущие политики и экономисты оценивают события прошедшей недели и дают прогноз на будущее. Целевой аудиторией являются представители высших эшелонов власти, деловой и политической элиты, чиновники всех уровней и специалисты[2]. Узконаправленная специализация этого издания на оперативном анализе политико-экономических процессов отразилась на сдержанном характере графического иллюстрирования, которое близко такой аудитории. Сложившийся стиль и жанрово-тематическая палитра неизменны уже многие годы, что позволяет изданию иметь собственное «визуальное лицо». Внутренняя и внешняя политика, политэкономические процессы находят отражение в иллюстрациях к рубрикам «Главное» и «Вопрос недели».

Качественные журналы активно реагируют на изменение политического климата в стране, что нашло отражение в динамике показателей тем иллюстрирования за пять лет (см. табл. 2).

Таблица 2

Тематика графической иллюстрации в журналах. Динамика по годам
(в % к числу графических иллюстраций)

Тематика	2010	2011	2012	2013	2014	Среднее
Экономика, бизнес, инвестиции	30,6	33,7	29,4	32,3	35,6	**32,3**
Политика	17,9	19,7	21,7	16,4	15,1	**18,1**
Инновации, техника, технология, IT	12,0	10,0	11,3	10,7	12,4	**11,3**
Сфера обслуживания, торговля	5,3	6,0	10,4	7,0	5,4	**6,8**
Социальная сфера	7,7	6,9	4,2	7,5	5,4	**6,3**
Наука, образование	5,6	3,6	3,4	7,3	3,1	**4,6**
Законодательство, криминал, суд, право, коррупция	9,0	5,6	2,1	3,2	1,8	**4,3**
Промышленность	4,2	1,9	5,1	4,2	4,3	**3,9**
Транспорт, связь	2,5	4,1	5,5	3,0	4,1	**3,8**
Культура, искусство	0,4	2,4	0,1	0,1	3,8	**1,4**
СМИ, новые медиа	0,2	0,4	2,0	1,6	0,9	**1,0**
Здравоохранение	0,7	0,2	1,5	0,8	1,3	**0,9**
Природа, экология	1,9	–	0,1	1,8	0,8	**0,9**
Семья, любовь, личная жизнь	0,9	1,4	0,9	0,7	–	**0,8**
Отдых, досуг, путешествия	0,6	–	–	1,7	1,5	**0,8**
Военные конфликты, армия	0,2	1,5	1,1	–	0,5	**0,7**
История/мифология	–	0,2	–	0,9	1,9	**0,6**
Сельское хозяйство	–	1,5	0,3	–	–	**0,4**
Религия, благотворительность	–	1,3	0,5	–	–	**0,4**
Спорт	–	–	–	–	1,2	**0,2**
Другое	0,3	–	0,6	0,9	0,6	**0,5**

Данные показывают, что предвыборная кампания 2012 г. внесла свои изменения в тематику графических иллюстраций – количество политических публикаций увеличилось. После того, как обстановка стабилизировалась, произошло снижение числа иллюстраций политической тематики (-7%) в 2013–2014 гг. Острее всего на эту тенденцию отреагировал политический еженедельник

«Власть» (-14%). На этом фоне количество иллюстраций, затрагивающих экономические вопросы, в этот период выросло на равноценный показатель.

Тематика графических иллюстраций в газетах шире (см. табл. 3).

Таблица 3

Тематика графической иллюстрации в газетах
(в % к числу графических иллюстраций)

Тематика	Ъ	НГ	НИ	Среднее
Экономика, бизнес, инвестиции	42,3	9,3	39,3	**30,3**
Политика	7,2	37,4	9,4	**18,0**
Промышленность	19,0	1,5	9,2	**9,9**
Социальная сфера	3,7	7,0	13,6	**8,1**
Законодательство, криминал, суд, право, коррупция	4,0	12,7	5,6	**7,4**
Транспорт, связь	11,0	2,7	2,6	**5,4**
Культура, искусство	2,7	8,1	1,3	**4,0**
Военные конфликты, армия	–	1,2	8,2	**3,1**
Сфера обслуживания, торговля	3,4	2,2	2,8	**2,8**
Здравоохранение	–	2,8	2,5	**1,8**
Инновации, техника, технология, IT	3,8	1,5	–	**1,8**
СМИ, новые медиа	–	5,2	–	**1,7**
Наука, образование	0,9	2,3	1,4	**1,5**
Отдых, досуг, путешествия	0,8	0,4	2,6	**1,3**
Спорт	–	3,4	–	**1,1**
Религия, благотворительность	1,1	1,6	–	**0,9**
Сельское хозяйство	–	–	1,4	**0,5**
Семья, любовь, личная жизнь	–	0,4	–	**0,1**
Природа, экология	–	–	–	**–**
История/мифология	–	–	–	**–**
Другое	–	–	–	**–**

Приоритетные темы, как и в журналах, – экономика (30%) и политика (18%). Помимо этого на их страницах можно встретить графические иллюстрации к социально-бытовым сюжетам (8%) и к материалам криминальной тематики (7%), что отражает более

широкую тематическую и аудиторную направленность газетных изданий по сравнению с журнальными. Социальная проблематика, в частности: безработица, проблемы ЖКХ, наркомания, алкоголизм, рост преступности, нелегальной иммиграции волнует аудиторию общественно-политических газет в большей степени, чем читателей деловых и аналитических журналов.

В наименьшей степени в газетных графических иллюстрациях затронуты темы культуры и искусства (4%), здравоохранения (2%), религии (1%), досуга и путешествий (1%), спорта (1%). Это связано с тем, что для визуализации этих тем логичнее использовать фотографии либо в качестве документального свидетельства (здравоохранение, спорт), либо в качестве «визуального аргумента» (культура и искусство, досуг и путешествия).

В «Новой газете», в соответствии с особенностями издания, в круг иллюстрируемых тем попадают законодательство, право и случаи их нарушения, в частности: тема коррупции (13%). Графика «Новых Известий» поднимает социальные проблемы (14%). Деловое общенациональное издание «Коммерсантъ» уделяет больше внимания промышленной сфере (19%), развитию транспортной инфраструктуры и связи (11%).

В целом, динамика количественных показателей графических иллюстраций по темам в газетах меньше подвержена изменениям, чем в журналах (см. табл. 4).

Таблица 4

Тематика графической иллюстрации в газетах. Динамика по годам
(в % к числу графических иллюстраций)

Тематика	2010	2011	2012	2013	2014	Среднее
Экономика, бизнес, инвестиции	35,3	31,2	19,7	31,4	33,8	**30,3**
Политика	9,9	21,2	23,1	16,5	17,8	**18,0**
Промышленность	13,8	8,1	8,7	9,7	9,1	**9,9**
Социальная сфера	7,9	10,0	6,0	9,0	7,6	**8,1**
Законодательство, криминал, суд, право, коррупция	12,2	1,9	9,2	8,0	5,9	**7,4**
Транспорт, связь	2,4	10,2	8,7	2,0	3,7	**5,4**
Культура, искусство	3,1	4,2	6,0	4,2	2,8	**4,0**

Окончание таблицы 4

Военные конфликты, армия	–	2,0	9,5	3,5	0,7	**3,1**
Сфера обслуживания, торговля	4,8	–	1,4	6,3	1,5	**2,8**
Здравоохранение	0,6	3,2	–	2,9	2,1	**1,8**
Инновации, техника, технология, IT	3,7	1,6	1,4	1,4	0,7	**1,8**
СМИ, новые медиа	–	0,6	0,6	3,2	4,3	**1,7**
Наука, образование	–	2,6	1,3	–	3,9	**1,5**
Отдых, досуг, путешествия	2,4	2,0	–	1,4	0,7	**1,3**
Спорт	1,9	1,3	1,3	0,6	0,7	**1,1**
Религия, благотворительность	1,8	–	1,3	–	1,4	**0,9**
Сельское хозяйство	–	–	–	–	2,4	**0,5**
Семья, любовь, личная жизнь	–	–	–	–	0,7	**0,1**

Наиболее часто политические темы акцентировались с помощью графической иллюстрации в 2012 г., отражая наравне с журналами накал президентских выборов. Последующий период привел к падению этих показателей, хотя и меньшему, чем в журналах (-5%).

Таким образом, тематическая палитра графических иллюстраций отражает направленность материалов номера и издания в целом и тесно связана с его концепцией, приоритетными сферами и методами подачи материалов. Графические иллюстрации информационно-аналитических и деловых изданий чаще визуализируют темы политики, экономики и бизнеса. Ежедневные общественно-политические издания уделяют внимание иллюстрированию более широкого круга тем.

Объект изображения

Тематическая палитра графических иллюстраций тесно связана с объектом изображения, который является определяющим признаком для некоторых жанров (портрет, шарж) и тематики (денежные знаки и купюры) графической иллюстраций и нуждается в подробном анализе.

Для проведения исследования мы разбили возможные объекты изображения на следующие группы:

– *одушевленные* – человек, животное, фантастический персонаж;

– *неодушевленные* – природа, строения, механизмы, техника, транспорт, бытовые и потребительские товары;

– *знаковые* – символы валют и т.д.

Это позволило проанализировать преобладающие группы объектов изображения в качественных СМИ. Результаты анализа журнальных изданий представлены в табл. 5.

Таблица 5

Объект изображения в журналах
(в % к числу графических иллюстраций)

Объект	СФ	Д	В	К	Э	Среднее
Люди	54,3	56,2	81,4	63,5	41,6	**59,4**
Животные	4,5	6,0	8,7	6,1	5,5	**6,2**
Фантастические существа	5,9	3,4	6,4	4,6	6,0	**5,3**
Знаки, символы	6,2	3,1	–	–	11,8	**4,2**
Бытовые предметы	2,1	5,7	0,9	7,2	1,5	**3,5**
Механизмы, техника	3,7	4,2	–	2,6	5,6	**3,2**
Архитектура, строения	3,4	1,7	–	4,4	5,1	**2,9**
Автомобили, транспорт	2,7	2,6	–	1,6	2,1	**1,8**
Денежные знаки, купюры	0,3	–	–	1,5	3,0	**0,9**
Природа, растения	0,7	2,5	–	0,6	–	**0,8**
Продукты питания, напитки	0,8	2,0	–	0,5	0,5	**0,8**
Одежда, обувь, аксессуары	0,6	1,0	–	–	0,3	**0,4**
Абстрактные фигуры	1,0	0,4	–	0,1	0,7	**0,4**
Живопись, предметы искусства	0,1	–	–	–	1,0	**0,2**
Декоративные элементы	0,2	–	–	–	0,5	**0,2**
Несколько объектов разного типа	12,0	8,0	–	6,4	10,5	**7,4**
Другое	1,5	3,4	2,6	0,7	4,4	**2,5**

Преобладающей группой объектов являются *одушевленные*. Менее популярны *неодушевленные* и *знаковые*.

Контент-анализ показал, что в большинстве случаев объектом изображения в графической иллюстрации является *человек* (59%). Среди этой категории можно выделить профессиональную и социальную принадлежность персонажей (см. табл. 6).

Таблица 6

Человек–объект изображения в журналах
(в % к числу графических иллюстраций)

Объект	СФ	Д	В	К	Э	Среднее
Специалист/представитель профессии	33,5	35,3	16,6	13,2	18,3	**23,4**
Представитель бизнеса	40,2	9,7	3,9	23,5	9,6	**17,4**
Политический деятель	2,1	–	46,3	25,0	4,9	**15,7**
Обыватель	7,6	27,2	9,6	10,5	17,5	**14,5**
Автор материала, колонки, рубрики	–	15,7	–	–	25,9	**8,3**
Выдуманный персонаж	4,0	6,3	4,5	9,3	7,9	**6,4**
Представитель шоу-бизнеса	–	–	12,8	2,2	–	**3,0**
Общественный деятель	0,2	–	5,5	2,5	1,5	**1,9**
Исторический деятель	–	–	–	0,8	3,6	**0,9**
Разные герои	11,5	5,7	0,6	12,2	10,8	**8,2**
Другое	0,9	–	–	0,7	–	**0,3**

Наиболее часто среди персонажей журнальной графики использованы образы представителей различных специальностей (23%), бизнеса (17%), политики (16%). Изображения простых людей (15%), журналистов (8%) и других персонажей в графике журналов использованы реже.

Во многом выбор персонажа зависит от основной тематики издания. Политики (46%) регулярно предстают «героями» графических иллюстраций еженедельника «Власть», более чем другие издания ориентированного на политические темы. Образы бизнесменов (40%) чаще визуализированы на страницах делового журнала «Секрет фирмы». В журналах «Эксперт» и «Деньги», где особенно важно, от кого исходит данное (экспертное) мнение, визуализированы сами авторы: портреты журналистов, авторов руб-

рик и колумнистов составляют значительное количество («Эксперт» – 26%, «Деньги» – 16%) графических иллюстраций.

Персонаж-обыватель является объектом 15% журнальных иллюстраций. Активнее других изданий его образ использует журнал «Деньги», чья аудитория наиболее разнообразна по социальному составу[3].

Вторым по популярности объектом в журнальной графике можно назвать *животных* (6%) (см. табл. 6). Традиционно образы животных применялись в иносказаниях эзопова языка. Этот прием позволял иллюстратору использовать в сатирических и пародийных сюжетах образы животных вместо известных личностей, избегая таким образом сходства с конкретным персонажем. В современной графической иллюстрации этот прием наиболее часто эксплуатирует журнал «Власть» (9%). В иллюстрациях политической тематики животные зачастую предстают в качестве главных персонажей, позволяя передать основной замысел автора, не акцентируя внимание читателей на конкретной личности. В этом издании использованы как образы самих животных, которые наделены человеческими качествами, так и прием «оживотнивания» (дополнение человеческого облика чертами и внешними признаками животного). Так, в графических иллюстрациях, визуализирующих тематику выборов в России, использована устоявшаяся иконография противостояния кота и мыши (см. рис. 1).



Рис. 1. Образы животных в иллюстрации.
Источник: журнал «Власть» [сайт]. – URL:http://www.kommersant.ru/vlast

Применение образов *фантастических персонажей* также позволяет иллюстраторам передавать дополнительные смыслы визуальных сообщений. Наиболее креативно они использованы в журналах «Власть» (6%) и «Компания» (5%). Аналитический еженедельник «Власть» применяет образы сказочных персонажей для реализации метафорических замыслов. Так, например, часто используемое изо-

бражение сказочного персонажа Буратино представляет собирательный символический образ доверчивого, простодушного электората (см. рис. 2).

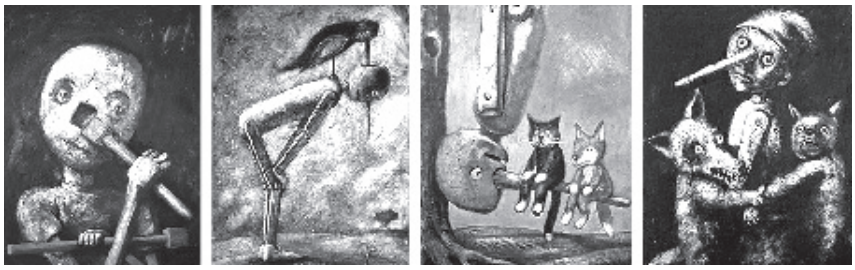


Рис. 2. Образ фантастического персонажа (Буратино) в иллюстрации. Источник: журнал «Власть» [сайт]. – URL: http://www.kommersant.ru/vlast

В журнале «Компания» Змей Горыныч, Царь-батюшка, Иван-царевич, Царевна-лягушка становятся героями комиксов политической направленности. Применение сказочных и былинных образов позволяет автору передать смысл сообщения, избежав прямой аналогии. Герои фантастических историй редко обретают конкретные черты, и лишь качества, присущие сказочному герою, позволяют читателю его идентифицировать. Так, иллюстрируя заявление М. Прохорова о намерении участвовать в президентской кампании (№ 47, 2011 г.), автор обыгрывает его с помощью образа Супермена, которому под силу заниматься несколькими делами одновременно.

Знаковая символика является центром композиции 4% графических иллюстраций в журналах. Хорошо узнаваемые, привычные визуальные символы (рубль, евро, доллар) – центральные смыслообразующие элементы иллюстраций в журналах «Эксперт» (12%) и «Секрет фирмы» (6%), графический стиль которых построен на ассоциативных связях с изображаемыми объектами.

В газетах представлены все указанные категории объектов изображения. Аналогично журнальным изданиям наибольшее внимание в графическом иллюстрировании газет уделяется людям (57%). Среди анализируемых «героев» иллюстраций на первом месте – выдуманный персонаж (37%) (см. табл. 7).

Таблица 7

Человек–объект изображения в газетах
(в % к числу графических иллюстраций)

Объект	Ъ	НГ	НИ	Среднее
Выдуманный персонаж	87,4	19,7	4,2	**37,1**
Специалист/представитель профессии	1,5	28,4	15,8	**15,2**
Обыватель	–	15,1	18,3	**11,1**
Политический деятель	9,5	8,0	9,7	**9,1**
Представитель бизнеса	1,5	2,2	10,2	**4,6**
Автор материала, колонки, рубрики	–	11,1	–	**3,7**
Общественный деятель	–	2,3	–	**0,8**
Представитель шоу-бизнеса	–	–	–	**–**
Исторический деятель	–	–	–	**–**
Разные герои	–	13,2	41,8	**18,3**
Другое	–	–	–	**–**

Выдуманный персонаж – собирательный образ, символизирующий определенный социальный тип. Такой персонаж позволяет газетным изданиям, имеющим широкую тематическую направленность, использовать универсальный типаж, придавая ему черты и качества представителей различных социальных групп или профессий. Так, компонентом фирменного стиля газеты «Коммерсантъ» стали персонажи сатирической графики В. Чумачева, чьи образы унифицированы, обобщены до знака и предоставляют возможность читателю дополнить видимый типаж самостоятельно в своем воображении (см. рис. 3).

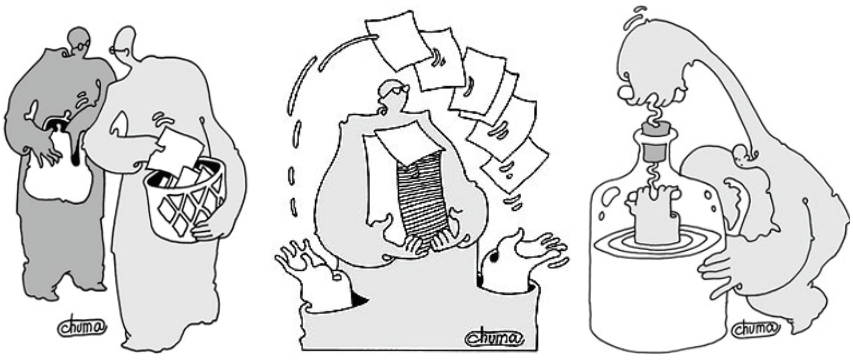


Рис. 3. Выдуманный персонаж.
Источник: газета «Коммерсантъ» [сайт]. – URL:http://www.kommersant.ru/daily

Выдуманный персонаж стал постоянным, устойчивым коммуникатором издания в его контактах с аудиторией**.** Основные черты его внешности и ключевые качества остались неизменными в течение продолжительного периода, чтобы обеспечить правильную идентификацию персонажа аудиторией.

Представители разных профессий (15%) и обыватели (11%) занимают существенную часть визуализируемых образов. Использование таких персонажей наиболее характерно для «Новой газеты» и «Новых Известий», чья тематика и состав аудитории более разнообразны, чем в «Коммерсанте».

Тематическая направленность материалов газетных изданий повлияла на более активное, чем в журналах, использование изображений механизмов и техники (6%), автомобилей и другого транспорта (6%), бытовых предметов (4%) (см. табл. 8).

Таблица 8

Объект изображения в газетах
(в % к числу графических иллюстраций)

Объект	Ъ	НГ	НИ	Среднее
Люди	44,1	58,8	67,7	**56,9**
Механизмы, техника	6,0	4,3	7,0	**5,8**
Автомобили, транспорт	8,4	1,9	6,6	**5,6**
Бытовые предметы	2,8	9,6	–	**4,1**
Денежные знаки, купюры	0,9	3,1	6,8	**3,6**
Фантастические существа	2,6	4,5	–	**2,4**
Знаки, символы	4,3	2,3	–	**2,2**
Животные	1,8	3,6	–	**1,8**
Архитектура, строения	0,8	1,6	1,2	**1,2**
Продукты питания, напитки	–	0,4	1,2	**0,5**
Живопись, предметы искусства	–	1,2	–	**0,4**
Декоративные элементы	1,1	–	–	**0,4**
Природа, растения	–	0,8	–	**0,3**
Одежда, обувь, аксессуары	–	–	–	**–**
Абстрактные фигуры	–	–	–	**–**
Несколько объектов разного типа	25,9	6,2	9,4	**13,8**
Другое	1,1	1,6	–	**0,9**

Знаковая символика в газетах менее метафорична, чем в журналах, и представлена в основном денежными знаками и купюрами (4%). Знаковая символика более глубокого плана представлена в газете «Коммерсантъ», в которой преобладают аналитические материалы и чья аудитория ближе по своему составу к деловым и аналитическим еженедельникам.

Динамика типов объектов по годам показывает, что все большее внимание в графических иллюстрациях качественных изданий уделяется человеку. В целом, ситуация достаточно константна, но в журналах заметна тенденция к «очеловечиванию» графического контента, а в газетах наоборот (см. табл. 9).

Таблица 9

Объект изображения в журналах и газетах. Динамика по годам (в % к числу графических иллюстраций)

Журналы	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**Среднее**
Люди	47,9	55,3	56,8	69,4	67,6	**59,4**
Несколько объектов разного типа	9,5	7,7	5,9	7,8	5,9	**7,4**
Животные	8,3	8,3	6,7	3,2	3,3	**6,2**
Фантастические существа	4,1	4,1	10,7	4,5	3,0	**5,3**
Знаки, символы	3,7	2,0	5,1	4,7	5,4	**4,2**
Бытовые предметы	6,7	4,0	2,3	2,1	2,2	**3,5**
Механизмы, техника	5,8	4,7	2,2	1,2	2,3	**3,2**
Архитектура, строения	4,5	3,6	3,4	1,2	2,0	**2,9**
Автомобили, транспорт	1,2	1,8	2,4	1,9	1,6	**1,8**
Денежные знаки, купюры	1,2	2,0	0,2	0,2	1,1	**0,9**
Природа, растения	1,4	2,0	–	0,1	0,4	**0,8**
Продукты питания, напитки	0,1	0,7	2,2	0,5	0,2	**0,8**
Одежда, обувь, аксессуары	0,3	0,3	1,1	–	0,2	**0,4**
Абстрактные фигуры	0,1	–	0,7	0,5	1,0	**0,4**
Живопись, предметы искусства	0,1	0,4	–	–	0,5	**0,2**
Декоративные элементы	0,1	–	–	1,2	0,5	**0,2**
Другое	5,1	3,1	0,2	1,6	2,6	**2,5**

Окончание таблицы 9

Газеты						
Люди	62,7	62,7	46,1	57,8	55,2	**56,9**
Механизмы, техника	3,0	0,6	11,0	7,7	3,9	**5,8**
Автомобили, транспорт	7,9	7,7	5,9	2,8	3,9	**5,6**
Бытовые предметы	1,9	1,7	5,7	5,1	5,2	**4,1**
Денежные знаки, купюры	2,4	2,0	6,3	3,5	3,8	**3,6**
Фантастические существа	3,1	1,9	4,2	1,3	1,5	**2,4**
Знаки, символы	1,8	2,2	1,4	4,8	0,7	**2,2**
Животные	0,6	1,3	2,1	0,6	4,3	**1,8**
Архитектура, строения	–	2,0	1,3	1,4	1,4	**1,2**
Продукты питания, напитки	–	2,0	–	–	0,7	**0,5**
Живопись, предметы искусства	0,6	0,6	–	–	0,7	**0,4**
Декоративные элементы	1,9	–	–	–	–	**0,4**
Природа, растения	–	0,6	–	0,6	–	**0,3**
Несколько объектов разного типа	12,2	13,5	16,0	13,1	14,4	**13,8**
Другое	1,1	–	–	1,3	1,4	**0,8**

В 2012 г. в два раза увеличилось количество фантастических персонажей как средства иносказательного в трактовке политических событий и характеристике претендентов на президентское кресло. Влияние политической ситуации сказалось в том году и на соотношении персонажей графики, особенно в газетах (см. табл. 10).

Таблица 10

Человек–объект изображения в газетах. Динамика по годам
(в % к числу графических иллюстраций)

Объект–человек	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**Среднее**
Выдуманный персонаж	37,0	30,4	35,4	42,7	40,0	**37,1**
Специалист/ представитель профессии	16,9	16,7	10,3	12,5	17,3	**15,2**
Обыватель	11,3	9,0	14,5	9,0	12,0	**11,1**
Политический деятель	4,6	2,6	24,5	11,4	4,5	**9,1**

Окончание таблицы 10

Представитель бизнеса	3,3	5,9	4,2	5,1	4,7	**4,6**
Автор материала, колонки, рубрики	3,7	3,8	3,7	4,6	2,7	**3,7**
Общественный деятель	–	–	2,5	–	1,3	**0,8**
Разные герои	23,1	19,1	15,0	18,5	16,0	**18,3**

Политический деятель в качестве героя газетной иллюстрации в 2012 г., когда проходили острые политические баталии по поводу президентских выборов, появлялся в 2–4 раза чаще, чем в остальные годы, и был визуализирован в каждой пятой графической иллюстрации. Эти данные контент-анализа с очевидностью доказывают, что политическая ситуация в стране наряду с другими факторами влияет на содержание графической иллюстрации.

В целом, объекты графических иллюстраций в качественных изданиях разнообразны, но доминирующим является изображение человека. Количественные показатели изображения представителей разных социальных и профессиональных групп соответствуют направленности анализируемых изданий, тесно связаны с их тематикой и концепцией.

Заключение

На страницах периодических изданий графическая иллюстрация прежде всего выполняет функцию визуального компонента контента, что определяет ее связь с типом и назначением издания. Даже внутри одной типологической группы можно проследить разные способы подачи и тематическую направленность материалов, которые влияют на использование графической иллюстрации.

Анализ объектно-тематических характеристик иллюстрирования качественных журнальных и газетных изданий показал, что тематическая палитра графических иллюстраций отражает направленность материалов номера и издания в целом и тесно связана с его концепцией, приоритетными сферами и методами подачи материалов.

Тем самым специфика издания сказывается на предпочтении тем и объектов для иллюстрирования. Динамика количественных показателей этих категорий чувствительна к влиянию политических и социально-экономических факторов.

Примечания

[1] Функции, жанры, форматы, способы создания, художественно-выразительные средства, характер иллюстрирования и авторская подача графической иллюстрации в качественных изданиях рассмотрены в следующих публикациях: *Свитич А. Л.* Графическое иллюстрирование как инструмент визуализации контента деловых журналов // Меди@льманах. 2015. № 2. С. 12–20; *Свитич А. Л.* Некоторые аспекты изучения графической иллюстрации как элемента медиатекста // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2014. № 4. С. 54–65; *Свитич А. Л.* Специфика графической иллюстрации как компонента контента качественных изданий // Медиаскоп. 2015. Вып. 3.

[2] Данные TNS-Media. NRS-Россия. Режим доступа: http://www.kommersant.ru/about/vlast (дата обращения 22.04.2016).

[3] Данные TNS-Media. NRS-Россия. Режим доступа: http://www.kommersant.ru/about/money (дата обращения 24.04.2016).

Библиография

Артамонова Д.О., Кислая Л.Н. Графический дизайн и верстка печатных СМИ: учеб. пособие. Новосибирск: Новосибирский гос. пед. ун-т, 2007.

Волкова В.В. Периодические издания как объект дизайна // Дизайн периодических изданий: учеб. пособие. М.: Ф-т журн. МГУ, 2013.

Ворон Н. И. Иллюстрация в газете и журнале // Дизайн периодических изданий. М.: Ф-т журн. МГУ, 2004.

Галкин С. И. Художественное конструирование газеты и журнала: учеб. пособие. М.: Аспект Пресс, 2005.

Рожнова О. И. История журнального дизайна. М.: Университетская книга, 2009.

Ситников В. П. Техника и технология СМИ. Печать. Радио. Телевидение. М.: АСТ, 2011.

Тулупов В. В. Изобразительная журналистика в газете. Воронеж: Кварта, 2012.

Тулупов В. В. Дизайн периодических изданий: учебник. СПб: Изд-во Михайлова, 2006.

Фрост К. Дизайн газет и журналов. М.: Университетская книга, 2008.

Notes

Svitich A. L. (2015) Graficheskoe illyustrirovanie kak instrument vizualizatsii kontenta delovykh zhurnalov [Graphic Illustration as a Tool for Content Visualization in Business Magazines]. *Medi@lmanah* 2: 12–20; Svitich A. L. (2014) Nekotorye aspekty izucheniya graficheskoy illyustratsii kak elementa mediateksta [Some Aspects of Studying of Graphic Illustration as an Element of Media Text]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Series 10. Journalism* 4: 54–65; Svitich A. L. (2015) Spetsifika graficheskoy illyustratsii kak komponenta kon-

tenta kachestvennykh izdaniy [Specifics of Graphic Illustrations as a Content Component of Quality Publications]. *Mediascope* 3.

TNS-Media. NRS-Rossiya. Available at: http://www.kommersant.ru/about/vlast (accessed: 22.04.2016).

TNS-Media. NRS-Rossiya. Available at: http://www.kommersant.ru/about/money (accessed: 24.04.2016).

References

Artamonova D. O., Kislaya L. N. (2007) *Graficheskiy dizayn i verstka pechatnykh SMI* [Graphic Design and Construction of Print Media]. Novosibirsk: Novosibirsk St. Ped. Univ. Publ.

Frost K. (2008) *Dizayn gazet i zhurnalov* [Newspapers and Magazines Design]. Moscow: Universitetskaya Kniga Publ.

Galkin S. I. (2005) *Khudozhestvennoe konstruirovanie gazety i zhurnala* [Design Construction of Newspaper and Magazine]. Moscow: Aspekt Press Publ.

Rozhnova O. I. (2009) *Istoriya zhurnal'nogo dizayna* [The History of Magazine Design]. Moscow: Universitetskaya Kniga Publ.

Sitnikov V. P. (2011) *Tekhnika i tekhnologiya SMI. Pechat'. Radio. Televidenie* [Techniques and Technology of Media. Print. Radio. TV]. Moscow: AST Publ.

Tulupov V. V. (2006) *Dizayn periodicheskikh izdaniy* [Design of Periodicals]. St.Petersburg: Mikhaylova Publ.

Tulupov V. V. (2012) *Izobrazitel'naya zhurnalistika v gazete* [Visual Journalism in Newspaper]. Voronezh: Kvarta Publ.

Volkova V. V. (2013) Periodicheskie izdaniya kak ob»ekt dizayna [Periodicals as Design Object]. In: *Dizayn periodicheskikh izdaniy* [Design of periodicals]. Moscow: Moscow St. Univ. Publ.

Voron N. I. (2004) Illyustratsiya v gazete i zhurnale [The Illustrations in Newspaper and Magazine]. In: *Dizayn periodicheskikh izdaniy* [Design of periodicals]. Moscow: Moscow St. Univ. Publ.

Поступила в редакцию
14.06.2016