

RU

Информация, иллюстрация и тактильность в структуре печатного журнала: семиотический подход

Власенко О. П.

Аннотация. Статья посвящена семиотическому анализу печатного иллюстрированного журнала как знакового ансамбля, интегрирующего три типа кодов: вербальный (текст), иконический (иллюстрация, фотография, карикатура) и тактильный (материальная форма издания – бумага, формат, качество печати). Цель статьи – на основе семиотического подхода Умберто Эко выявить механизмы взаимодействия вербального, иконического и тактильного кодов в структуре иллюстрированного журнала и показать, что материальность печатного издания является не физической характеристикой, а знаковым каналом, направляющим интерпретацию читателя. Новизна исследования заключается в экспликации тактильного канала как полноценного семиотического уровня наряду с вербальным и иконическим, а также в обосновании тезиса, что один и тот же номер журнала интерпретируется по-разному в зависимости от практики использования (массовый читатель, коллекционер, исследователь). Результаты статьи показывают: 1) информация в современном обществе требует визуального сопровождения, а иллюстрация выполняет не декоративную, а гносеологическую функцию, эксплицируя сущностное содержание текста; 2) печатный журнал является трёхмерным объектом, требующим «времени обхода» – тактильные приёмы (плотная бумага, чередование глянца и мата, крупный формат) сознательно увеличивают время физического контакта читателя с изданием; 3) материальность журнала (качество полиграфии, фактура бумаги) трактуется не как физическое свойство, а как знаковая подсказка, направляющая интерпретацию и формирующая у читателя чувство избранности и сопричастности.

EN

Information, illustration, and tactility in the structure of a printed magazine: a semiotic approach

O. P. Vlasenko

Abstract. The article is devoted to the semiotic analysis of a printed illustrated magazine as a sign ensemble integrating three types of codes: verbal (text), iconic (illustration, photography, cartoon), and tactile (the material form of the publication – paper, format, print quality). The aim of the article is, based on the semiotic approach of Umberto Eco, to identify the mechanisms of interaction between verbal, iconic, and tactile codes in the structure of an illustrated magazine and to show that the materiality of a printed publication is not a physical characteristic, but a sign channel guiding the reader's interpretation. The novelty of the study lies in the explication of the tactile channel as a full-fledged semiotic level alongside the verbal and iconic, as well as in the substantiation of the thesis that the same issue of the magazine is interpreted differently depending on the practice of use (general reader, collector, researcher). The article's results demonstrate that: 1) information in modern society requires visual accompaniment, and illustrations serve not a decorative but an epistemological function, explicating the essential content of the text; 2) a printed magazine is a three-dimensional object requiring "walk-time" – tactile techniques (thick paper, alternating glossy and matte finishes, large format) deliberately increase the reader's physical contact with the publication; 3) the materiality of the magazine (print quality, paper texture) is interpreted not as a physical property, but as a symbolic cue that guides interpretation and instills in the reader a sense of belonging and inclusion.

Введение

Современную социокультурную парадигму всё чаще определяют как информационную, в рамках которой информация и её ресурсы обретают статус центральной категории. В науке, философии и обыденной жизни

термину «информация» придаются различные значения: от функционального (как сигнал, управляющий материей и энергией) до атрибутивного (как изначальное свойство мира). Внедрение информационных технологий изменило жизнь людей до неузнаваемости, предъявив серьёзные требования к социализации в условиях нового информационного общества. Как указывает В. А. Буряковская (2014, с. 27), «стремление к биологическому доминированию в природном локусе прошло удивительный многотысячелетний спиралевидный путь, трансформировавшись из животного инстинкта сохранения жизни в гипертрофированную потребность повелевать информационной сетью Земли». Именно эта возрастающая власть информации в социуме обуславливает пристальное внимание исследователей к анализу коммуникационных процессов.

В условиях информационной перегрузки восприятие информации редко бывает адекватным: оно искажается индивидуальными особенностями анализаторов, средой воспитания, противоречивостью сообщений и заимствованными суждениями. Периодические издания, и особенно иллюстрированные журналы, учитывают эти особенности, используя визуальный ряд для ускорения и облегчения понимания текста. Однако теоретическое осмысление того, как именно в иллюстрированном журнале взаимодействуют вербальный, иконический и тактильный коды, представлено фрагментарно. В частности, за рамками исследований оказывается вопрос о том, каким образом материальность печатного издания – качество бумаги, формат, полиграфические приёмы – становится не физической характеристикой, а полноценным знаком, направляющим интерпретацию читателя.

Актуальность разработки темы. Иллюстрированный журнал на протяжении XX-XXI веков прошёл путь от элитарного издания для узкого круга ценителей до массового медиума, формирующего визуальную культуру и эстетические предпочтения широкой аудитории. В условиях цифровой трансформации медиасреды, когда печатная периодика вынуждена искать новые способы взаимодействия с читателем, особую значимость приобретает анализ визуальных стратегий журнала как самостоятельного художественного феномена. Современные русскоязычные иллюстрированные издания демонстрируют широкий спектр визуальных стратегий – от традиционного глянца до сознательной архаизации и тактильного *luxury*-потребления. Изучение этих стратегий позволяет выявить закономерности эволюции визуального языка периодики и его роль в формировании художественного опыта массовой аудитории. Парадоксальным образом именно в эпоху тотальной дигитализации печатные издания обретают новую ценность, превращаясь из расходного информационного продукта в артефакт, обладающий архивной и коллекционной ценностью.

Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи:

- 1) охарактеризовать особенности восприятия информации в современном обществе и определить роль иллюстрации в периодической печати;
- 2) эксплицировать семиотический подход У. Эко применительно к журналу как трёхмерному объекту, включая понятие интерпретации через практику использования;
- 3) показать, что тактильные свойства журнала (бумага, формат, качество печати) являются не физическими характеристиками, а знаковыми подсказками, направляющими интерпретацию читателя.

Методы исследования. В работе применяется комплекс междисциплинарных методов: семиотический анализ (для выявления знаковой природы вербальных, иконических и тактильных элементов журнала), метод герменевтической интерпретации текста (для анализа теоретических работ Дж. Бергера, Ю. В. Рождественского, У. Эко), а также метод концептуального анализа (для операционализации ключевых понятий: «интерпретация через практику», «время обхода», «нерепродуцируемость»). Кроме того, используется метод аналогии и моделирования при переносе понятия «времени обхода» с трёхмерных произведений искусства на печатный журнал.

Теоретическая база исследования. Работа опирается на четыре группы источников. Во-первых, это труды по семиотике и философии языка (Рождественский, 1996; Эко, 2020а, 2020б), в которых обосновывается возможность семиозиса за пределами вербальной сферы. Во-вторых, это работы по визуальной культуре (Бергер, 2012), раскрывающие влияние технической воспроизводимости на восприятие изображения. В-третьих, это исследования по теории информации и информационному обществу (Буряковская, 2014; Васильев, 2006; Лазаревич, 2015;). В-четвёртых, это искусствоведческие и медийные исследования, посвящённые истории и теории журнальной иллюстрации (Брылов, 1931; Васильева, 2017; Симакова, 2017).

Практическая значимость. Материалы и выводы статьи могут быть использованы в учебных курсах по теории и истории журналистики, визуальной коммуникации, семиотике искусства, а также в практической деятельности редакций иллюстрированных изданий при разработке визуальной концепции журнала и выборе полиграфических стратегий. Предложенная трёхуровневая модель анализа (вербальный, иконический и тактильный коды) может служить инструментом для сравнительного анализа различных изданий и их позиционирования на медиарынке.

Обсуждение и результаты

Информация в современном обществе: особенности восприятия и роль иллюстрации в периодической печати

Термин «информационное общество», введённый в Японии на рубеже 1960-1970-х годов, фиксирует фундаментальные изменения в структуре социальной коммуникации (Хабибуллина, 2019, с. 134). В современном обществе информация конституируется как стратегический ресурс, а запрос на знание неуклонно растёт.

Э. Тоффлер в своём труде «Третья волна» отмечает, что если в индустриальном обществе все СМИ были представлены как «огромный громкоговоритель», транслировавший нужные государствам смыслы, то в наше время характер массовой коммуникации радикально изменился. Вместо получения связанных друг с другом «полос» идей «нас всё больше пичкают короткими модульными вспышками информации – рекламой, командами, теориями, обрывками новостей, какими-то обрезанными, усечёнными кусочками, не укладывающимися в наши прежние ментальные ячейки» (Тоффлер, 2025, с. 232). Эта фрагментация восприятия, как показано в исследованиях С. И. Симаковой, напрямую коррелирует с возрастающей ролью визуального контента в современной журналистике (Симакова, 2016, с. 18–20).

В науке, философии и обыденной жизни термин «информация» наделяется различными значениями. Этимологически восходя к латинскому *in forma* («придавать вид», «давать понятие»), он в самом общем смысле обозначает сведения об объектах и явлениях окружающего мира, воспринимаемые информационными системами – от живых организмов до технических устройств. Важно, что одно и то же сообщение может содержать разное количество информации для разных людей в зависимости от их знаний, контекста и способности распознавать скрытые смыслы.

С. Л. Васильев (2006, с. 20) определяет современный мир как информационный: информации настолько много, что требуется не просто её контролировать, но и защищать. В связи с широким распространением телекоммуникаций и информационных технологий возникает понятие «информационной культуры», которое отражает неразрывную связь современной цивилизации и культуры личности. Информационная культура предполагает наличие информационной грамотности – умений и навыков работы с информацией, включая её сбор, обработку, хранение, поиск и использование, а также навыки планирования, проектирования, построения информационных моделей и коммуникации.

Особое значение для анализа периодической печати имеет вопрос об адекватности восприятия информации. Как показывает анализ, восприятие редко бывает полным и неискажённым по ряду причин. Во-первых, важную роль играют индивидуальные особенности анализаторов: человек воспринимает информацию через органы чувств, которые неизбежно её трансформируют. При личном контакте коммуникация облегчается за счёт жестов и эмоций, тогда как в письменной, обезличенной форме многие смысловые оттенки утрачиваются (Лазаревич, 2015, с. 94). Во-вторых, на восприятие влияют условия воспитания, среда, менталитет, семейная обстановка. В-третьих, человек ежедневно получает противоречивую информацию и вынужден выбирать ту точку зрения, которая соответствует его личным убеждениям, что требует развития критического мышления. В-четвёртых, человек заимствует представления у значимых для него людей и начинает считать их своими, воспринимая любую информацию через призму этих навязанных суждений.

Таким образом, современная информационная среда характеризуется фрагментарностью, избыточностью и противоречивостью сообщений, что требует от реципиента развитого критического мышления и одновременно стимулирует спрос на визуализированные и структурированные форматы подачи материала. Именно поэтому иллюстрированные издания сохраняют востребованность: они предлагают читателю не просто информацию, а уже обработанный, визуально организованный и эстетически оформленный опыт.

Вербальный и иконический коды журнала

Термин «иллюстрация» этимологически восходит к латинскому языку и в дословном переводе означает «освещение» или «объяснение» (Брылов, 1931, с. 7). В узком, профессиональном значении под иллюстрацией принято понимать графическое изображение, интегрированное в печатный текст. Как отмечает В. А. Верещагин (1898) в своей монографии, посвящённой описанию 1000 иллюстрированных изданий России, вышедших за 150 лет, визуальный ряд всегда играл существенную роль в отечественной книжной и журнальной культуре.

Вербальный язык обладает универсальной способностью к передаче абстрактных понятий, в то время как иллюстрация, апеллируя к наглядности, интенсифицирует процесс усвоения информации. Потребность периодических изданий в визуальном наполнении в современной медиапрактике рассматривается как базовая. При этом, как подчёркивает В. Е. Васильева (2017, с. 426), визуальные элементы выполняют не столько декоративную, сколько гносеологическую функцию: они призваны эксплицировать сущностное содержание текста, переводя его из области умозрительных представлений в сферу конкретного и ясного образа. Следовательно, журнал может рассматриваться как произведение, функционирующее на двух взаимодополняющих уровнях: вербальном (текстовом) и иконическом (графическом). Грамотное сочетание этих двух кодов обеспечивает максимальную экспрессивность и доступность изложения.

С. И. Симакова и её соавторы (2017, с. 58) отмечают, что данный тезис коррелирует с принципами наглядного обучения, принятыми в современной педагогической науке. Роль иллюстративного материала равно значима как в научных и учебных изданиях, так и в отраслевой, агитационной, художественной литературе.

Особую педагогическую и воспитательную ценность иллюстрация представляет для детской читательской аудитории, в частности младшего возраста. Визуальный образ способен фиксировать внимание ребёнка задолго до овладения им навыками самостоятельного чтения. Изображение расширяет эмпирический опыт ребёнка, способствует формированию его эмоциональной сферы. Закономерно, что отсутствие визуального ряда воспринимается детьми как фактор, снижающий привлекательность издания; изображение выступает для них в качестве более убедительного и интенсивного стимула, нежели печатное слово. Данные закономерности рецепции, как отмечает М. С. Щерова (2022, с. 100), распространяются и на периодические издания.

В профессиональной журналистской среде признано, что качественный визуальный материал нередко обладает большей информационной ёмкостью и силой воздействия, чем развёрнутое текстовое описание. Преимущество иконического сообщения заключается в высокой скорости его декодирования: в отличие от литературного образа, формирующегося в сознании пролонгированно, иллюстрация воспринимается сингулярно. При условии семантической насыщенности изображение становится универсальным кодом, доступным для понимания вне зависимости от уровня грамотности реципиента. Этим объясняется многовековая традиция использования иллюстраций в книгоиздании и прессе.

Иллюстрация на всех этапах исторического развития функционировала не только как эстетический, но и как острый инструмент идеологической борьбы. В контексте истории рабочего движения иллюстративный материал, особенно сатирическая графика, играл значительную мобилизующую и разоблачительную роль. Высокая политическая действенность изображения подтверждается историческими прецедентами, когда карикатура могла служить формальным поводом для дипломатических демаршей и использовалась в качестве обвинительного материала на международной арене. Визуальная риторика, таким образом, способна выступать мощным фактором формирования общественного мнения.

Показательный исторический прецедент – немецкий сатирический еженедельник «Simplicissimus» (Мюнхен, основан Альбертом Лангеном в 1896 году). Уже в 1898 году обложка, высмеивавшая паломничество кайзера Вильгельма II в Палестину, была конфискована, издатель Ланген приговорён к пяти годам изгнания из Германии (уехал в Швейцарию, чтобы избежать ареста) и штрафу в 30000 золотых марок, а художник Т. Т. Хайне получил полгода тюрьмы за оскорбление королевского величества (Abret, Keel, 1985).

Иллюстрация в периодическом издании выполняет двойственную функцию: с одной стороны, она служит инструментом привлечения внимания и сопровождения текста, с другой – выступает как самостоятельное визуальное высказывание, обладающее собственной эстетической и идеологической нагрузкой. Визуальный код журнала не просто иллюстрирует вербальное содержание, но активно участвует в конструировании смыслов, формировании ценностных установок и моделей идентичности. Этот вывод подводит к необходимости рассмотрения не только двух кодов (вербального и иконического), но и третьего, до сих пор остававшегося за рамками теоретического анализа, – тактильного.

Семиотический подход У. Эко: интерпретация через практику использования

Применение семиотического подхода к иллюстрированному журналу сталкивается с методологической проблемой, которую чётко сформулировал Умберто Эко. Критикуя редукцию всех знаковых систем к лингвистической модели, он настаивает: «При чтении любого семиотического текста надо понимать, что пишущий исходит из предпосылки, что семиозис происходит во многих сферах и далеко не ограничивается областью вербального языка» (Эко, 2020б, с. 140). Это означает, что журнальная иллюстрация, обложка, типографика, композиция разворота – всё это полноценные знаки, которые не обязаны подчиняться логике вербального языка с его двойным членением.

Эко (2020б, с. 140) предостерегает от ошибочного вывода, который делают некоторые критики: если «решение, предложенное Бартом, неудовлетворительно, это значит, что а) кулинария не является знаковой системой и б) мечта о едином подходе к разным семиотическим системам не имеет под собой оснований». Уточним позицию Эко: полемизируя с Бартом, он вовсе не отрицает знаковую природу кулинарии – напротив, он выбирает её как наглядный пример невербальной семиотики, чтобы подчеркнуть: если лингвистический аппарат здесь даёт сбой, это говорит лишь о недостаточности самого аппарата, а не о том, что еда «бесмысленна». Критика метода не отменяет семиозиса. Равно как и «мечта о едином подходе» – это не цель, а опасный редукционизм: сводить визуальное, музыкальное или кулинарное к структурам вербального языка – значит обеднять их природу. Вместо универсальной модели Эко предлагает гибкость: каждый тип знаков требует своего инструментария, но все они объединены общей верой в то, что означивание происходит. Аналогично, неудовлетворительность чисто лингвистического описания визуального языка журнала не отменяет факта, что в журнале происходит означивание. Напротив, исследователь, который «подозревает, надеется, верит, предполагает, что <...> происходит процесс означивания, не должен останавливаться на этом: он должен спросить себя, существуют ли другие категории, которые можно применить» (Эко, 2020б, с. 141). В настоящем исследовании в качестве такой категории предлагается тактильность, которая рассматривается как один из каналов знаковой передачи наряду с вербальным и иконическим.

Ключевым понятием семиотики, позволяющим связать материальность журнала с его знаковой функцией, является, по Эко, интерпретация через практику. Философ приводит показательный пример: один и тот же физический объект – бумажный стаканчик, тяжёлая хрустальная пепельница и молоток – может быть интерпретирован совершенно по-разному в зависимости от «практики, плана использования» (Эко, 2020б, с. 172). Если человеку нужен сосуд для жидкости, стаканчик и пепельница попадут в один класс, а молоток – в другой; если же человек ищет предмет, чтобы запустить в кого-то, молоток и пепельница окажутся вместе, а стаканчик – нет. Эко резюмирует: «Практика, план использования, интерпретирует объект, помещает его в определённую рамку предпонимания» (Эко, 2020б, с. 173).

Русская дореволюционная пресса даёт наглядную иллюстрацию этого тезиса. Иллюстрированный еженедельник «Нива» (1869-1918), издававшийся А. Ф. Марксом, выходил на плотной бумаге с репродукционными вкладками, стоил 25-30 копеек за номер и был рассчитан на многолетнее хранение в домашних библиотеках.

Дешёвая массовая газета «Копейка» (1908-1918), напротив, печаталась на серой рыхлой бумаге, стоила 1 копейку – её брали в трамвае, читали на ходу и выбрасывали (Феклистова, 2025). Один и тот же параметр – качество бумаги – диктовал принципиально разные практики обращения с изданием: «Ниву» коллекционировали и переплетали, «Копейку» потребляли и забывали.

Это рассуждение имеет прямое отношение к иллюстрированному журналу. Один и тот же физический объект – глянецовый номер – может быть интерпретирован по-разному в зависимости от практики его использования. Для массового читателя, пролистывающего журнал в транспорте, он – источник быстрого удовольствия и развлечения. Для коллекционера, помещающего номер в архивную папку, он – артефакт, обладающий культурной ценностью. Для исследователя-семиотика он – знаковая система, подлежащая декодированию. Именно эта множественность интерпретаций, как подчёркивает Эко, и составляет суть семиотического подхода, т. е. интерпретация – это семиотический феномен: любой знак, любой символический объект в широком смысле есть интерпретация (Эко, 2020б, с. 172). Тактильность журнала, качество его полиграфии, фактура бумаги – это не просто физические свойства, а подсказки для определённой интерпретации, приглашающие читателя занять ту или иную позицию по отношению к объекту.

Семиотический подход У. Эко позволяет преодолеть редукцию журнала к его вербальному или иконическому содержанию. Журнал предстаёт как знаковый ансамбль, где материальная форма не менее значима для порождения смысла, чем текст или иллюстрация. При этом интерпретация журнала не фиксирована – она зависит от практики использования, которая актуализирует одни свойства объекта и нейтрализует другие.

Тактильный код иллюстрированного журнала

Дополнительным инструментом для анализа тактильного канала становится понятие «времени обхода», введённое У. Эко применительно к трёхмерным произведениям искусства. Философ различает художественные формы, в которых произведение неподвижно, но «независимо от своего содержания, требует времени для обхода» (Эко, 2020а, с. 167). Это относится «обычно к трёхмерным произведениям, где, если мы не хотим получить лишь частичное впечатление (как на двумерной репродукции), требуется время на обход вокруг произведения. Это верно и для статуи, и для архитектурной конструкции» (Эко, 2020а, с. 167).

Печатный журнал, в отличие от его цифровой версии, является именно таким трёхмерным объектом. Его листание, рассматривание обложки, ощущение фактуры бумаги – всё это требует от читателя «минимального времени», которое, как подчёркивает Эко, «задают размеры произведения». Более того, «произведение, в зависимости от своей формы, может увеличивать или сокращать время обхода» (Эко, 2020а, с. 167). Премиальные издания сознательно увеличивают это время через тактильные приёмы: плотная бумага, сложная вёрстка, чередование гляцевых и матовых страниц, крупный формат. Всё это не декоративные излишества, а, пользуясь терминологией Эко, «эротические уловки, чтобы лучше и качественнее привлечь внимание зрителя к своим первичным конструкциям» (Эко, 2020а, с. 168). Цифровая репродукция, напротив, редуцирует журнал к двумерному изображению, лишая его этого фундаментального темпорального измерения – времени физического контакта.

Этот тезис получает дополнительное подтверждение в концепции Джона Бергера о разрушении уникальности изображения при техническом репродуцировании. Бергер (2012, с. 30) показывает: «Когда камера воспроизводит изображение, она разрушает его уникальность. В результате меняется его значение. Или, вернее, значение умножается и разбивается на много значений». В эпоху репродуцируемости образов «значение живописного произведения уже не закреплено за ним самим; его значение становится передаваемым: то есть оно становится своего рода информацией, и, как любая информация, оно либо используется, либо игнорируется» (Бергер, 2012, с. 26). Именно поэтому печатный журнал настаивает на своей материальной уникальности как последнем бастионе против девальвации визуального опыта. Тактильность возвращает изображению ту самую «ауру», которую, по мысли Бергера, техническая воспроизводимость у него отняла.

В русском авангарде тактильный код сознательно использовался как эстетическая программа. Журнал общества «Союз молодёжи» (Петербург, 1912-1913) – первое периодическое издание русского авангарда – вышел в трёх номерах, причём третий, мартовский выпуск 1913 года, форматом 24,5 × 24,5 см, был отпечатан на грубой бумаге с 11 оригинальными литографиями Ольги Розановой и И. Школьника прямо в тексте. Это был сознательный семиотический жест: грубая материальность и ручная печать противопоставлялись «упадочному» глянцу модерна. Прикосновение к шероховатой поверхности становилось прикосновением к подлинности – авангардному искусству здесь и сейчас.

Наконец, третий теоретический вектор задаёт положение Ю. В. Рождественского о невоспроизводимости массовой информации. Он пишет: «Получатель массовой информации не хранит её; она, подобно устной речи, действует только тогда, когда производится и воспринимается. Хранению (причём, обычно, архивному) подвергается не массовая информация как целое, а только её материалы (отдельные выпуски газет, фото-плёнки, фильмы и т. п.)» (Рождественский, 1996, с. 242). Парадоксальным образом именно эта «одноразовость» конституирует архивную ценность журнала. Каждый номер, будучи изначально расходным материалом, с течением времени обретает статус исторического артефакта и документа эпохи, что обеспечивает печатной периодике устойчивое место в культурной памяти.

Хрестоматийный пример сознательной работы с тактильностью – английский ежеквартальник «The Yellow Book» (1894-1897). Его главный художественный редактор Обри Бёрдслей выбрал для обложки и переплёта ярко-жёлтый льняной материал – вызывающий цвет, ассоциировавшийся с дешёвой бульварной литературой

во Франции, но здесь превращённый в знак эпатажа и элитарности. Журнал выходил в формате 21 × 17 см, его страницы печатались на плотной бумаге, а сам том при прикосновении ощущался не как расходное издание, а как «маленькая драгоценность» (илл. 1).

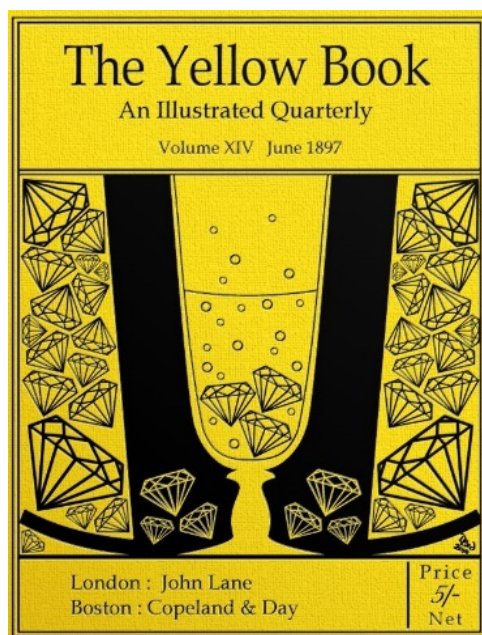


Иллюстрация 1. Обложка журнала «The Yellow Book» (Vol. 14, 1897)

Таким образом, понятие «времени обхода» в сочетании с концепциями Бергера и Рождественского позволяет рассматривать тактильность не как дополнительный, факультативный атрибут печатного журнала, а как фундаментальный канал смыслопорождения. Тактильные свойства – плотность бумаги, чередование фактур, формат издания – являются знаковыми подсказками, которые увеличивают время физического контакта, формируют у читателя чувство избранности и превращают процесс чтения из потребления информации в эстетическое переживание. Именно этот механизм позволяет объяснить, почему в условиях цифровой перегрузки печатные журналы не только не исчезают, но и занимают специализированную нишу тактильного «люкса». Как писал Ж. Бодрийяр (2007, с. 46), «предметы, которыми мы себя окружаем, в первую очередь составляют некий баланс, констатацию – по всей видимости, умиротворяющую – социальной судьбы».

Заключение

Проведённое исследование показало, что иллюстрированный журнал представляет собой не просто носитель информации, а сложный знаковый ансамбль, интегрирующий три типа кодов: вербальный (текст), иконический (иллюстрация) и тактильный (материальная форма издания). В условиях информационной перегрузки и фрагментации восприятия, характерных для современного общества, визуальное сопровождение становится не дополнительным, а необходимым условием эффективной коммуникации. Иллюстрация при этом выполняет не декоративную, а гносеологическую функцию, эксплицируя сущностное содержание текста и обеспечивая высокую скорость его декодирования.

Семиотический подход Умберто Эко позволяет преодолеть ограниченность лингвоцентричных моделей и рассматривать журнал как единство трёх равноправных знаковых систем. Ключевым для анализа становится понятие «интерпретации через практику использования»: один и тот же физический объект – номер журнала – получает принципиально разные значения в зависимости от того, как он используется. Массовый читатель в транспорте видит в нём источник развлечения; коллекционер – артефакт, обладающий культурной ценностью; исследователь-семиотик – знаковую систему, подлежащую декодированию. Тактильность, качество полиграфии и фактура бумаги выступают при этом не физическими свойствами, а знаковыми подсказками, направляющими интерпретацию.

Дополнительным инструментом анализа становится понятие «времени обхода», введённое Эко применительно к трёхмерным произведениям искусства. Печатный журнал, в отличие от цифровой версии, требует от читателя минимального физического времени на листание, рассматривание и тактильный контакт. Премиальные издания сознательно увеличивают это время через плотную бумагу, чередование глянца и мата, крупный формат и сложную вёрстку. Цифровая репродукция, напротив, редуцирует журнал к двумерному изображению, лишая его темпорального измерения физического контакта.

Таким образом, в условиях тотальной цифровизации тактильность становится уникальным конкурентным преимуществом печатного издания. Материальность журнала не архаизирует его, а, напротив, формирует

у читателя чувство избранности и сопричастности, превращая номер из расходного информационного продукта в артефакт, обладающий архивной ценностью. Этот вывод согласуется с концепцией Джона Бергера о разрушении уникальности изображения при техническом репродуцировании и с положением Ю. В. Рождественского о невоспроизводимости массовой информации, которая обеспечивает печатной периодике устойчивое место в культурной памяти.

Перспективы дальнейших исследований связаны с эмпирической проверкой предложенной трёхуровневой модели на материале конкретных изданий – например, при сравнительном анализе полиграфических стратегий журналов «Babyer Magazine» и «ЧТИВО». Кроме того, теоретическая рамка допускает расширение за счёт включения современных концепций медиафилософии (в частности, понятий «ускорения» и «резонанса» Хартмута. Роза), что позволит объяснить устойчивый интерес к печатным изданиям как к форме замедленного потребления информации. Наконец, за рамками статьи остался вопрос о влиянии технологий искусственного интеллекта на создание иллюстративного контента в периодической печати – эта проблематика требует отдельного исследования.

Источники | References

1. Бергер Дж. Искусство видеть. СПб.: Клаудберри, 2012.
2. Бодрийяр Ж. К критике политической экономии знака. М.: Академический Проект, 2007.
3. Брылов Г. А. Иллюстрация в книге, журнале и газете. М.-Л.: ОГИЗ-ИЗОГИЗ, 1931.
4. Буряковская В. А. Коммуникативные характеристики массовой культуры в медийном дискурсе: на материале русского и английского языков: дисс. ... д. филол. н. Волгоград, 2014.
5. Васильев С. Л. Ориентирование читателя в информационном пространстве газеты и журнала. Тюмень: Мандр и Ка, 2006.
6. Васильева В. Е. Иллюстративный материал как компонент контента печатных изданий // Молодой исследователь: от идеи к проекту: материалы I студенческой научно-практической конференции. Йошкар-Ола: Марийский государственный университет, 2017.
7. Верещагин В. А. Русские иллюстрированные издания XVIII и XIX столетий (1720-1870): Библиогр. опыт. СПб: Тип. В. Киршбаума, 1898.
8. Лазаревич А. Л. Становление информационного общества. Коммуникационно-эпистемологические и культурно-цивилизационные основания. Минск: Издательский дом «Белорусская наука», 2015.
9. Рождественский Ю. В. Общая филология. М.: Фонд «Новое тысячелетие», 1996.
10. Симакова С. И. Визуальный поворот в массовых коммуникациях. Челябинск: Челябинский государственный университет, 2017.
11. Тоффлер Э. Третья волна. М.: Издательство АСТ, 2025.
12. Хабибуллина З. Н. Современные проблемы философии: монография. Уфа: РИЦ БашГУ, 2019.
13. Феклистова С. Р. Издательство «Копейка»: забытая империя газет (1908-1918 гг.) // Клио. 2025. № 3 (219).
14. Щерова М. С. Периодические издания по искусству для детей в XX веке (на примере журнала «Юный художник») // Региональная школа журналистики: векторы исследования (К 30-летию создания кафедры журналистики ННГУ им. Н. И. Лобачевского). Нижний Новгород: Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского, 2022.
15. Эко У. О зеркалах и другие истории: в 2-х книгах. М.: Слово/Slovo, 20206. Кн. 1: Реалистическая иллюзия.
16. Эко У. О зеркалах и другие истории: в 2-х книгах. М.: Слово/Slovo, 20206. Кн. 2: Между поэзией и прозой.
17. Abret H., Keel A. Die Majestaetsbeleidigungsattete des «Simplicissimus» des Verlegers Albert Langen. Bern: Peter Lang, 1985.

Информация об авторах | Author information



Власенко Ольга Петровна¹

¹ Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова



Olga Petrovna Vlasenko¹

¹ Lomonosov Moscow State University

¹ vlas.production.group@mail.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 12.06.2026; опубликовано online (published online): 27.08.2026.

Ключевые слова (keywords): иллюстрированный журнал; визуальная коммуникация; семиотика печатных изданий; трехмерность печатного объекта; тактильный код; illustrated magazine; visual communication; semiotics of printed publications; three-dimensionality of a printed object; tactile code.