

Графика в спецпроектах «Афиша.Daily» (2022-2024 гг.)

Научный руководитель – Беленко Виктория Евгеньевна

Сошникова Екатерина Денисовна

Студент (бакалавр)

Новосибирский национальный исследовательский государственный университет,

Новосибирск, Россия

E-mail: e.soshnikova@g.nsu.ru

Спецпроекты — относительно новый популярный формат, представляющий собой подробную информацию по определённой теме с использованием больших текстов с интерактивными элементами, дополненные аудиальным и визуальным контентом. С их помощью авторы расставляют акценты в смысловом и эмоциональном воздействии на аудиторию. Мультимедийность, интерактивность, и разнообразие графики необходимы, чтобы СМИ оставались конкурентноспособными.

Эмпирическую базу составили 24 спецпроекта «Афиша.Daily» за 2022–2024 гг. (выборка сплошная). Среди них можно выделить два типа: полноценные (12 шт.), заглавные (10 шт.) и полноценно-заглавные (2 шт.). Первые представляют собой отдельные страницы с полноценной стилизацией и использованием набора визуальных инструментов: цветовые, типографические и композиционные решения, а также весь контент располагался напрямую на этих страницах. Во втором типе были спецпроекты, в которых такое оформление было свойственно лишь первой навигационной странице, где располагалось содержание и ссылки на статьи по теме, а сами материалы находились отдельно и были оформлены в стандартной стилистике сайта «Афиша.Daily». Среди них мы выделили две подгруппы: навигационные страницы по уже существующим материалам (3 шт.) и по выпущенным к публикации спецпроекта (7 шт.). Полноценно-заглавные — это многостраничные проекты, представляющие собой смешение полноценных и заглавных спецпроектов. Примечательно, что оба были выпущены в 2022 г., так как в последующие годы спецпроектов публиковали за год меньше, и дизайн стал проще. С точки зрения содержания, два данных проекта освещают темы более обширно, поэтому с точки зрения дизайна это усложнённые и проработанные спецпроекты, которые расположены на двух страницах, а конкретные материалы по теме опубликованы на третьей странице и оформлены в стандартной стилистике сайта «Афиша.Daily».

Для изучения мы выбрали 12 полноценных спецпроектов, представляющих собой законченный и самостоятельный продукт, находящийся на одной отдельной странице издания. Важно отметить, что уникальных единиц контента 8, так как два спецпроекта представляют собой проекты по одной теме из нескольких частей. Мы проанализировали их визуальные решения, а именно композицию, цвета, типографику, анимацию, тип доминанты, и выделили главное средство дизайна, с помощью которого была передана идея спецпроекта.

В ходе исследования выяснилось, что графика — доминирующее визуальное средство для передачи смысла и темы. Она выражалась с помощью фотографий, элементов 3D- и 2D- (т.е. векторной) графики. Первые две категории были представлены самостоятельно. Последняя же использовалась в качестве дополнительного элемента, например, в иллюстрациях на карточках-плашках, в виде размытых кругов на фоне и стикеров, имитирующих ценники на товарах. В двух случаях наравне с графикой главными визуальными средствами для передачи смысла спецпроекта стали цвет и единично — типографика и

анимация. Объединяющий фактор — «Афиша.Daily» использует фотографии, вызывающие у пользователя эффект узнавания, то есть посредством изображений издание направляет читателя к определённым ощущениям. Обратимся к дихотомической концепции Р. Барта денотат-сигнификат [1] и выявим, что для достижения этого эффекта «Афиша.Daily» работает с графикой так, чтобы она вбирала в себя широкий спектр ассоциаций и воздействовала на эмоциональный фон читателей. Рассмотрим на примерах. В четырех из восьми случаев были использованы обтравленные фотографии с применённым методом коллажирования с другими фотографиями либо элементами 3D- и 2D-графики, тем самым создавалась многоплановость полученной композиции. В остальных случаях обработка фотографий затрагивала лишь цветокоррекцию, а тематика спецпроекта отражалась в контексте вокруг фотографий, например, в элементах паттерна на фоне. Через графику пять спецпроектов отсылали к воспоминаниям об определённом временном промежутке, три — к воспоминаниям конкретного действия.

В полноценно-заглавных спецпроектах графика также стала ведущим визуальным средством передачи смысла и темы. Однако в данных работах значимость других визуальных средств (композиции, цвета, типографики и анимации) для раскрытия тематики и смыслов гораздо больше. Рассмотрим подробнее на примере спецпроекта «Оставанцы». Он посвящён представителям креативной индустрии. Они уже жили за границей раньше, но после волны эмиграции в первом полугодии 2022 года остались в России. В этом спецпроекте визуальной доминантой является метафора железнодорожной станции, ощущение жизни «на чемоданах». Это выражено с помощью графики: прямоугольники, стилизованные под стеклянные двери, которые открываются и появляется заголовок. В спецпроекте «Культура отмены — отмена культуры» тематика отражена не через общую концепцию, а более маленькие и конкретные детали. Там встречаются несколько видов графики: иллюстрации, обтравленные и полноценные фотографии. Схожая черта всех страниц — карточки с иллюстрациями на «рубашке», на обороте которых написана краткая информация. Они служат способом навигации по другим страницам. Различные предметы культуры, например, картины В.М. Васнецова, которые отображают канонические классические русские сюжеты. Таким образом авторы подчёркивают, что проблема арт-рынка затронула именно Россию.

Отличительной чертой всех спецпроектов «Афиша.Daily» стал единый фон, не разделённый на блоки. Вероятнее всего, для этого есть две причины: авторы поддерживают преемственность между страницами сайта, учитывая фирменный стиль и стилистику медиа, а также в делении на блоки нет необходимости, потому что единый фон объединяет всю информацию.

Основные тенденции дизайна в спецпроектах — это использование разноплановой графики и анимации для эмоционального воздействия на читателей. Цвет и типографика участвуют в создании визуального эффекта в меньшей степени, так как дополняют, а не создают новые пласты ассоциаций в восприятии.

Источники и литература

- 1) Штомпка П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования: учебник/пер. с польск. Н.В. Морозовой, авт. вступ. ст. Н.Е. Покровский. — М.: Логос, 2007. 85 с.