

Интертекстуальность и визуализация в фэшн-журналистике (на примере журнала Vogue)

Научный руководитель – Иванова Людмила Викторовна

Марчукова Светлана Сергеевна

Студент (бакалавр)

Тольяттинский государственный университет, Гуманитарно-педагогический институт,
Кафедра «Журналистика», Тольятти, Россия
E-mail: svetik.th@mail.ru

Функционируя в системе массовой коммуникации, журналистика XXI в. вынуждена «встраиваться» в ее ведущие тренды. К таким трендам можно отнести визуализацию и интертекстуальные вставки, которые сегодня являются часто используемыми коммуникативными приемами. По мнению Н.С. Валгиной «основная задача автора заключается в том, чтобы обеспечить реципиенту (в данном случае читателю) наиболее благоприятные условия для понимания текста. Поэтому, учитывая характер и назначение текста, автор может варьировать свое обращение к тем или иным средствам выражения. Сочетание вербальных и невербальных, изобразительных средств передачи информации образует креолизованный (смешанного типа) текст» [1]. В связи с этим умение создавать креолизованные тексты с имплицитными смыслами становится обязательной компетенцией журналиста.

Интересный подход к интертекстуальности и визуализации использует журнал Vogue. Данный журнал позиционирует себя как «главный журнал о моде в мире», он ориентирован на женщин со стабильным доходом, посетительниц премиальных торговых центров, которые готовы тратить деньги на одежду, обувь и уход за собой [2]. Характеристики аудитории обязывают сотрудников небанально рассказывать о новых модных трендах, удовлетворять интеллектуальные и эстетические потребности читательниц.

Авторы журнала Vogue активно используют интертекст, в частности, крылатые выражения, известные цитаты и аллюзии на книги, фильмы, мультфильмы и песни. Например, заголовком к материалу о художнице Фриде Кало становится название поэмы Владимира Маяковского «Флейта-позвоночник» [3]. Заголовок настраивает на лирическое восприятие текста, но информация о трагической судьбе Фриды Кало меняют его смысл. В связи с сильным контрастом между «Флейтой-позвоночником» и трагической судьбой художницы возникает сильная эмоциональная реакция читателя, которая втягивает его в атмосферу текста.

Заголовок «Остров сокровищ» [3] и фотография карты Парижа с отмеченными местами расположения новых ювелирных бутиков вызывает в памяти у читателя материала детские воспоминания о приключенческих играх. Эффект иммерсивности, погружения в мир приключений побуждает читателя отправиться на поиск реальных сокровищ.

Нередко журнал использует манипулятивные технологии управления вниманием аудитории. Например, в материале о Елене Карисаловой, которая занимается коллекционированием фэшн-фотографий, используется образ древнегреческой литературы и истории. Заголовок «Елена и прекрасное» [3] является аллюзией на Елену Прекрасную, ставшую причиной Троянской войны. Однако заголовок выводит на первый план эстетическую составляющую, убирая в подтекст смысл, связанный с соперничеством и воинственностью. Языковая игра «Елена Прекрасная» и «Елена и прекрасное» делает интересным процесс декодирования текста. Стоит отметить, что хотя ожидания читателя, связанные с тем,

что в тексте развернется конфликт, подобный Троянской войне, не оправдываются, эстетическая составляющая материала реализуется хорошо. Еще одним примером является материал под заголовком «Золото Троя» [3], в котором, с одной стороны, обыгрывается имя актера (Трой Сиван), а с другой стороны, дается отсылка к древнегреческой литературе, благодаря чему на актера проецируется величие истории и ее участников.

В Vogue необычно соединяются интертекст и визуальный ряд, благодаря чему чтение журнала становится увлекательной интеллектуальной игрой. Интересен в этом плане материал о новых трендах: на странице показана одежда красных, желтых, оранжевых и зеленых цветов, а заголовок гласит «Каждый охотник» [3]. Читатель видит цвета на картинке и моментально вспоминает знакомую с детства фразу, помогающую запомнить цвета радуги. Такой же прием использован в материале о трендах одежды анималистической расцветки. Заголовок «Мой ласковый и нежный» [3] небанально вводит читателя в новый тренд сезона, при этом предлагает интересную языковую игру, обыгрывая название фильма. За счет соединения различных знаковых систем и интертекстуальности создается кумулятивный эффект, обеспечивающий лучшее запоминание содержания материала.

Таким образом, в условиях необходимости привлечения и удержания внимания аудитории Vogue экспериментирует со знаковыми возможностями текста, удовлетворяя одновременно познавательные, интеллектуальные и эстетические потребности аудитории. Редакция журнала грамотно использует интертекстуальные включения и визуализацию, с помощью которых создается кумулятивный эффект. Происходит усиление ресурсов выразительности, которые делают тексты более глубокими, усиливают их воздействие на аудиторию. Стилистика текстов в Vogue, прежде всего, направлена на решение коммуникативных задач, обеспечение контакта текста с читателем, передачу информации и удержание внимания аудитории.

Источники и литература

- 1) Валгина Н.С. Теория текста. М., 2003.
- 2) <https://www.condenast.ru/>
- 3) <https://www.vogue.ru/>