Светлана Юрьевна Сидорова

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

[sidorova\_su@mail.ru](mailto:sidorova_su@mail.ru)

**Семиотика Дома в условиях пространственной неопределенности цифровой медиасреды (на примере лайфстайл-проекта 21Magazine)**

В докладе рассматривается семиотика Дома на примере студенческого диджитал-проекта 21Magazine. Анализируется значение концепта «Дом» для лайфстайл-сферы цифрового медиапространства на содержательном и структурном уровнях, символическая среда Дома как культурного текста применительно к теме диалога поколений, актуальной для молодежной аудитории.

Ключевые слова: Дом, лонгрид, медиапроект, символ, лайфстайл.

Проблема визуального структурирования цифрового медиапространства стала актуальной для проекта 21Magazine, ежегодно создаваемого студентами лайфстайл-модуля факультета журналистики МГУ на платформе издания Seasons of Life. Тема «Мы – Они: диалог поколений», которую выбрали студенты в 2021/2022 учебном году, долгое время не могла оформиться в стройную концепцию, пока редакцией не был найден и определен центральный визуальный образ проекта.

Стержневым концептом стиля жизни разных поколений стал Дом, облик которого в его классическом виде «расплывается» в условиях пространственной неопределенности цифровой медиасреды. В предлагаемой авторами концепции соединилось понимание Дома и как домашнего очага, который объединяет вокруг себя несколько поколений «домочадцев» (идейно-содержательный уровень проекта), и как постройки, состоящей из элементов, соответствующих сферам частной жизни человека, избранным в качестве основополагающих в диалоге с героями (структурно-изобразительный уровень). Структурные единицы дома (Прихожая, Кухня, Рабочий кабинет, Балкон, Гардеробная, Библиотека, Гостиная, Чердак, Подвал и др.) стали рубриками, которые обычно являются в 21Magazine «плавающими» от выпуска к выпуску, но которые в данном случае обрели свою устойчивость. Вещи и предметы, наполняющие Дом, стали знаками и символами, отсылающими к той или иной области стиля жизни. За концептом Дома также сохранилось его метафорическое значение, позволяющее воспринимать жилище как подобие человека. По словам главного редактора 21Magazine Марка Смирнова, «именно дома человек может быть самим собой. Здесь у него есть личное пространство, которое отражает его интересы, мысли, идеи, собственный стиль жизни».

Для создателей проекта чрезвычайно важно было подчеркнуть изолированность Дома-текста, его антиномичность многоквартирному дому, коммунальной квартире, гостинице, общежитию. Собирательный Дом-символ стал воплощением родового гнезда, под крышей которого собрались представители нескольких поколений одной большой семьи, в которой сохраняется память об ушедших, чье незримое присутствие наполняет Дом голосами прошлого (в проекте они оживают в материалах на основе домашних архивов студентов).

Обязательный элемент Дома-особняка – лестница – выполняет навигационные функции для читателя 21Magazine, выступая визуальным рефреном на каждой странице проекта. Именно лестница указывает на вертикальную, многоуровневую структуру Дома, внутри которой совершает свои подъемы и спуски читатель. Двери в комнаты знаменуют собой пороги, о которых П. Бурдьё говорил как о местах, «где мир переворачивается» [2: 230].

Дихотомия внутреннего и внешнего облика Дома обозначилась в соседстве «обложки» и «титульного листа» лонгрида (по аналогии с устройством книги). В пластилиновой модели Дома, созданной специально для обложки 21Magazine, отразился внешний облик Дома в художественном объеме (с отсылками к «Ходячему замку» Хаяо Миядзаки, а также к дому семьи Уизли из кинематографического цикла о Гарри Поттере). На титуле изображение с обложки превратилось в графический план дома (в разрезе), наполненный навигационными инструментами.

Авторы проекта восприняли и творческий процесс работы над лонгридом как возведение здания. По словам арт-директора 21Magazine Виктории Худабашян, дизайнерский отдел продвигался по Дому-тексту в такой последовательности: «сначала фундамент (общая логика), затем черновая отделка (коммуникации, ссылки, кнопки), далее – чистовая отделка и декор (визуальные решения, уникальные приёмы)».

Таким образом, выступая одновременно как «источник разрозненных образов» и как «некое образное целое» [1: 18], Дом стал идеальной композиционной моделью для мультимедийного лонгрида 21Magazine. Идея «домоцентричности», которую Мануэль Кастельс определил как «важную тенденцию в новом обществе» [3: 37], выступила не только идеологемой проекта, но и точкой сбора творческих исканий редакции в одомашнивании развоплощенного цифрового медиапространства.

Литература

1. Башляр Г. Избранное: Поэтика пространства.М., 2004.

2. Бурдьё П. Дом, или Перевернутый мир // Бурдьё П. Практический смысл. СПб., 2001.

3. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000.