

УДК 070:778.5

ББК 76.03

Ч 64

Чирва Н.И.

Аспирант факультета журналистики, кафедры истории и правового регулирования массовых коммуникаций Кубанского государственного университета, e-mail: nikoshasto@mail.ru

Представление феноменов кино в СМИ с участием фотоматериалов

(Рецензирована)

Аннотация:

Природа кинематографа с самого своего происхождения несла в себе развлекательный характер визуального аттракциона. Таким образом, кино как предмет искусства, первоначально состоящий из графической составляющей, является феноменообразующую структуру, ключевыми предметами изучения которой для нас являются фотоматериалы, как журналистские, так и являющиеся кадрами из самих кинокартин и их дискурсивные аспекты. Цель – задать вектор дальнейшего освоения дискурсивной природы фотоматериалов о кино и, в частности, используемых в медийных источниках кадров из кинофильмов. Актуальность исследования обусловлена тонкой спецификой журналистской деятельности в применении фотоматериалов в медийных статьях о киноконенте. Данная работа демонстрирует положительное влияние на медиасреду как феноменообразующую структуру, полагаясь на основу современного интереса зрительской и читательской аудитории к визуальной составляющей, а именно на соотношение кино как визуального искусства и фотоматериалов, представляющих кино.

Ключевые слова:

Фотография, СМИ, амбивалентность, феномен кино, кинематограф, арт-объект.

Chirva N.I.

Post-graduate student of the Department of History and Legal Regulation of Mass Communications, the Faculty of Journalism, Kuban State University, Krasnodar, e-mail: nikoshasto@mail.ru

Presentation in the media of cinematographic phenomena with photographic materials

Abstract:

The nature of cinema, from its very origin, carried the entertaining character of a visual attraction. Nevertheless, for more than a century, the cinema has continued to attract the attention of millions of viewers around the world, never ceasing to amaze, forming whole cults, fan clubs and communities. Thus, cinema as a subject of art, primarily consisting of a graphic component, is a phenomogenic structure, the key subjects for studying of which for us are photographic materials, both journalistic and frames from the films themselves and their discursive aspects. The purpose of this study is to set the vector for further development of the discursive

nature of photographic materials about cinema and, in particular, those used in media sources from cinema films. The relevance of the study is due to the subtle specifics of journalistic activity in the application of photographic materials in media articles about film content. This work demonstrates the positive impact on the media environment as a phenomenological structure, relying based on modern interest of the audience and readership to the visual component, namely the correlation of cinema as a visual art and photo materials representing cinema.

Keywords:

Photography, media, ambivalence, phenomenon of cinema, cinematograph, art object.

Современную эпоху можно охарактеризовать как эпоху тотальной визуализации информации, когда человек привыкает получать необходимые ему сведения не через слова и смыслы, а через яркие образы и простейшие знаки. Кардинальной трансформации подвергаются и сами СМИ: визуальные компоненты (иллюстрации, фотографии, инфографика, элементы дизайна) начинают играть ведущую роль и дополнять, а также трансформировать вербальный контент [1: 163].

Обособленная принадлежность фотоматериала к искусству однозначно несет в себе совершенно иное назначение в СМИ, схожее с демонстрационным или представительским. Примером данного утверждения служит редакционный материал обозревательного характера, на первой полосе «Российской газеты» (№ 86(7844), 2019, С.1). В колонке Кино мы видим анонс на обзор кинофильма «Видок: император Парижа», открывающего 41-й Московский международный кинофестиваль. Ссылка сопровождается цветным фотоматериалом, очевидно являющимся кадром из нового кинофильма. Установить данный факт окончательно не представляется возможным, из-за отсутствия дополнительной информации при первом ознакомлении. На вероятную связь указывает эпохальная атмосфера, наглядно представленная в кадре посредством костюма персонажей, и присутствие в кадре знаменитого французского актёра Венсана Касселя. Логичным будет сопоставление фактов: присутствие французского

актера в французском кино, являющийся продолжением некогда известного популярного французского кинофильма «Видок» о знаменитом французском сыщике.

Ознакомление непосредственно с материалом на 9-й странице номера, неоднозначно раскрывает обозревательные нюансы с первой полосы. Предвосхищая подробности и детали о конкретном кино, читатель сталкивается с ёмкой вводной о самом кинофильме, с последующим изложением основных участников Московского кинофестиваля, членов жюри и краткой характеристикой работы основных участников фестиваля. Также авторский материал сопровождается черно-былым кадром из анонсированного кинофильма, что указывает на вероятную компенсацию неоправданного предвосхищения избытком визуального материала.

Таким образом, фиксируется позиция журналистики в представлении феноменов кино, как науки, подходящей со всевозможной объективностью к передаче информации путем использования фотоматериала, являющегося отражением предмета искусства в качестве средства выражения самого кинематографа, оставляя за зрителем право самостоятельно делать выводы о картине или же привлекая его внимание потенциально-интригующей сценой.

Данное утверждение указывает на особую амбивалентную связь между журналистами и читательской аудиторией, где фотоматериал, как отдельный объект, является

катализатором начала скрытого диалога. Журналист с использованием объективного подхода к выражению фактов и субъективного взгляда на фотоматериал, которому отдает предпочтение в конечной публикации, однозначно не может знать, какой отклик получит фотоматериал в читательском кругу. Соответственно природа иллюстративного материала подобного образца является противоречивой, и не имеет однозначного определения, что раскрывает суть амбивалентности данной связи. Следует обратить внимание, что специфика фотожурналистики проявляется в единстве двух противоположных тенденций: тяготением к стандартности и к экспрессивности. Если первая реализуется в стремлении к информативности и следованию определенным канонам, то вторая означает, прежде всего, доступность и привлекательность форм выражения. Следовательно, в творчестве фотожурналиста неизбежно объединены объективное и субъективное начала. Это определено спецификой профессии, в которой много стандартизованных приемов, но мало абсолютных правил [2: 117].

Опираясь на положения, описанные выше, можно утверждать, что фотоматериал, являющийся не результатом деятельности журналиста, а конечным продуктом творческой деятельности посторонней организации – это обособленный по своей природе контент, не имеющий логических аналогов в оценочной системе. Психологи и феноменологи, изобретательно раскрывающие различные аспекты активности восприятия (такие, как антиципация, перспектива, синестезия), убедительно показывают, что восприятие фотографии никогда не осуществляется на нейтральном нулевом уровне. Говоря другими словами, взгляд, обращенный на фотографию, не может быть корректно рассмотрен без учета активности сознания и наличного опыта реципиента [3: 37]. Природа использования такого

медийного контента в публикациях уникальна.

Данный феномен указывает на особую индивидуальность киноконтента в СМИ, не только как инфоповод, но и как модель визуальной ретрансляции предметов искусства, за пределами основных и специфических средств его демонстрации и отражения, таких как онлайн- и кинотеатры.

На фоне выдающегося феномена кино, как арт-объекта, обладающего специфическими свойствами представления путём фотоматериала, рассмотрим частные случаи, имеющие к кино непосредственное отношение, но не являющиеся при этом арт-объектом. В качестве примера рассмотрим статью Альпериной С. «Человек-Калашников» (Российская газета, №68 (7826), 2019, С.9.). Материал статьи реализован в форме интервью с известным режиссёром Сергеем Бодровым-старшим и сопровождается фотопортретом режиссёра. Данная представительная модель удобна своей дискурсообразующей составляющей, формирующей «мнимый» диалог читателя с режиссёром. Этому непосредственно способствует наличие фотопортрета. В классическом случае интервью читатель знакомится с ответами на вопросы журналиста, в то время как в интервью, которое сопровождается фотографией интервьюируемого, формируется новая интерактивная площадка дискурса, в которой читатель с большей вероятностью вживается в роль самого журналиста, ненавязчиво задавая опубликованные вопросы.

Аналогичная схема применения фотопортрета, но с другой логической составляющей, применяется для дополнения текстового контента публикации, и формирования взаимовыгодной среды усвоения информации читателем. Такую схему мы наглядно можем рассмотреть в статье Долгина Н. «Милош Форман, бунтарь не без причины: от нас ушел режиссер «Пролетая над гнездом

кукушки» ТАСС, электронный ресурс <https://tass.ru/opinions/5131414> [Дата обращения 18.02.19]. Здесь, среди биографической модели повествования об ушедшем из жизни режиссере, автор дополняет материал фотопортретами персоны. Данное действие закономерно и дает читателю возможность ознакомиться не только с заслугами и достижениями, но и продемонстрировать визуально саму персону, дополняя личностный образ.

В медийных изданиях и статьях о кино фотография находит своё применение и в посредственных работах, деля при этом первенство с дискурсивным контентом. Пример подобного феномена можно увидеть в статье Емельяненко В. «Сшить историю» (Российская газета, №68 (7826), 2019, С.6.), где текстовое наполнение повествует о проведении выставки костюмов, задействованных при съёмках исторического сериала «Годунов». Параллельно с описанием ключевых аспектов выставки по классическому принципу «Что? Где? Когда?», автор сопровождает статью фотоматериалом, на котором продемонстрирована часть выставочных образцов. Применение данного фотоконтента в первую очередь стимулирует читательский интерес к событию и невольно носит рекламный характер, не смотря на первостепенную задачу о передаче событийного момента. Таким образом фотоматериал наглядно формирует демоэкскурсию, завлекая читателя и раскрывая основные подробности уже в тексте, гарантируя тем самым гармоничное сочетание двух медийных объектов статьи.

Рассмотренные примеры указывают не только на эффективность применения фотоматериала в современных СМИ, но и формируют характерный стереотип о моделях обозревания киноконтента. Практически все статьи о кино в обязательном порядке сопровождаются фотографиями, выбор в применении которых определяется темой,

жанровой особенностью или целью, поставленной журналистом при составлении структуры передачи новостной хроники.

Сопоставляя такие направления как журналистика и кино, нельзя не отметить, что кино как предмет искусства в первую очередь является собой демонстративный объект, восприятие которого первостепенно формируется путем зрительного контакта, дополняемого аудиоэффектами и пр., в то время как объекты журналистики при том-же зрительном контакте представляют вниманию читателя нединамичное изображение, сопровождаемое текстом. Визуальная составляющая, объединяющая оба направления, указывает на свою неотъемлемость как один из ключевых факторов привлекательности.

Рассматривая общий пласт медийного материала, представляющего из себя совокупность из текстового и фотографического контента, подчеркнем его уникальность. Фотографическая медийная составляющая, являясь обособленной, наравне с текстовым наполнением может являться первостепенной, опираясь на событийность, отражение фактов или же свою эксклюзивность. Однозначно фотоматериал является первичным ознакомительным объектом, привлекая внимание простотой своей презентации, требующей исключительно визуального контакта. При этом роль значимости фотоматериала уже определяется контекстом, заголовком или историей происхождения кадра. Текстовое же наполнение, как дискурсообразующее, несет в себе пояснительный характер, дополняющий представленную картину и раскрывающий событийные аспекты, которые зачастую не содержатся в кадре, что позволяет практически удвоить пласт предлагаемой читателю информации, соблюдая при этом лаконичность.

Обратим внимание, что дискурс не просто последовательность речевых актов, не сам «поток речевого

поведения», а социально определенный вид (модель) речевого поведения, необходимым компонентом которого является текст как область взаимодействия в речевом общении [3: 89]. В отличие от фотоматериала, текстовый контент содержит в себе большую нагрузку, позволяя при этом с предельной точностью и объективностью описать событие и донести ключевые аспекты до читателя. Если проиллюстрировать текстовый контент как аудиосоставляющую, исключая эмоциональные акценты, то при должной авторской объективности переданная информация в совокупности обеих медийных составляющих позволит автору быть буквально увиденным и услышанным в читательской среде. Фотоиллюстрации при медийном представлении феноменов кино обладают специфическими возможностями, которые не следует ни преуменьшать, ни преувеличивать. Суть этой системы возможностей, актуальная

для медиаведения и важная для качества журналистского материала, – естественность фотографии при репрезентации совершенно иного, кинематографического эстетического пространства. В характеристике данного объекта проявляется сила маркемы как особой ключевой единицы, способной обобщать дискурсивные и изобразительные элементы журналистского материала [4: 100].

В случае обособленности каждой составляющей, проблематика представления сводится к увеличению объемов контента, что непосредственно регулируется ресурсами издания при формировании медийного контента в номере. Таким образом, подтверждается уникальность совокупности фото и текстового контента как наиболее эффективная модель представления информации в СМИ и, в частности, феноменов кино как предметов аудиовизуального артобъекта.

Примечания:

1. Симакова С.И. Влияние новых технологий на визуальный контент журналистских материалов // Вестник Челябинского государственного университета. 2015. № 5 (360). С. 163-169.
2. Маслов А.С. Профессиональные стандарты журналистики (на примере исследования творческих и этико-правовых аспектов фотожурналистики): дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2013. С. 1-170.
3. Манаенко Г.Н. Лингвистические координаты понятия дискурс // Вопросы когнитивной лингвистики. 2011. № 4. С. 83-92.
4. Беляков З.С. Проблема философского анализа языка фотографии // Вестник Томского государственного университета. 2008. № 317. С. 35-38.
5. Чирва Н.И. Фотоиллюстрация в системе медийного представления феноменов кино // Вестник Пятигорского государственного университета. 2018. № 2. С. 97-100.
6. Palumbo J. The Most Powerful Moments in Photojournalism in 2018. URL: <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-powerful-moments-photojournalism-2018> (дата обращения 28.05.18).
7. Грушевская Е.С. Политический дискурс как пространство актуализации феномена объединения // Вестник Адыгейского государственного университета. 2019. № 1. С. 29-35.

References:

1. Simakova S.I. The influence of new technologies on the visual content of journalistic materials // Bulletin of Chelyabinsk State University. 2015. No. 5 (360). P. 163-169.
2. Maslov A.S. Professional standards of journalism (based on the study of the creative and ethical-legal aspects of photojournalism): Diss. for the Cand. of Philol. degree. Voronezh, 2013. P. 1-170.

3. Manaenko G.N. Linguistic coordinates of the concept of discourse // Issues of cognitive linguistics. 2011. No. 4. P. 83-92.

4. Belyakov Z.S. The problem of philosophical analysis of the language of photography // Bulletin of Tomsk State University. 2008. No. 317. P. 35-38.

5. Chirva N.I. Photo illustration in the system of media presentation of cinema phenomena // Bulletin of Pyatigorsk State University. 2018. No. 2. P. 97-100.

6. Palumbo J. The Most Powerful Moments in Photojournalism in 2018. URL: <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-powerful-moments-photojournalism-2018> (access date 28.05.18).

7. Grushevskaya E.S. Political discourse as a space of the union phenomenon actualization // Bulletin of the Adyghe State University. 2019. No 1. P. 29-35.