

ВИЗУАЛЬНОЕ ПРОСТРАНСТВО КАК ОБЪЕКТИВНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ СОВРЕМЕННОСТИ

В. И. Шимолин

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
Shimolin_V46@mail.ru*

В статье анализируется иллюстративный компонент современных масс-медиа, выступающий важнейшим фактором формирования общественного мнения. Визуальное пространство рассматривается автором как составная часть пространства информационного. Иллюстративный материал не только сопровождает вербальный контент, но и выполняет свои важнейшие функции: документальную и идеологическую.

Ключевые слова: фотожурналистика; публицистика; коммуникация; информационное пространство; духовность; мораль; нравственность; человеческий фактор.

VISUAL SPACE AS AN OBJECTIVE REALITY OF MODERNITY

V. I. Shimolin

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: V. I. Shimolin (Shimolin_V46@mail.ru)*

The article analyzes the illustrative component of modern media, which is the most important factor in the formation of public opinion. The visual space is considered by the author as an integral part of the information space. Illustrative material not only accompanies verbal content, but also performs its most important functions: documentary and ideological.

Key words: photojournalist; journalism; communication; information space; spirituality; morality; morality; human factor.

Современная государственная политика поддерживает усилия отечественных массмедиа на повышение качества публикаций, углубление их аналитического начала. В полной мере это направление относится и к

иллюстративному контенту материалов. По сведениям Министерства связи и информатизации Республики Беларусь, практически любой житель глубинки имеет доступ к Интернету и мобильной связи.

Активный процесс трансформации медиапространства, начавшийся на рубеже XX–XXI вв., образовал глобальную единую мультимедийную и мультикультурную среду, в которой визуальный сектор получил широкое распространение и занял ведущее место. В одних лишь печатных СМИ иллюстрации занимают свыше половины объема изданий. Электронные вестники дополнили фотографии видеосюжетами, мультипликацией и инфографикой. По мнению А. Л. Свитич, «сегодня графическая иллюстрация превратилась из вторичного источника информации в полноценный компонент издания» [1, с. 50]. Подтверждением служит жанровая система фотоиллюстраций, расширение их функций.

Визуализация контента СМИ оказала сильнейшее воздействие на его вербальную составляющую. У потребителя появилась возможность получать значительный объем сведений в предельно сжатом и наглядном виде.

Фотография, как особая форма современных коммуникаций, приобрела не только особый статус в передаче и хранении информации, но и углубила собственные возможности в расширении организаторских функций и принципов правдивости, документальности, образности.

Развитие научно-технического прогресса в XX в. сопровождалось опасными для судеб мира политическими конфликтами, разрешение которых происходило в виде революций, локальных и мировых войн. Журналистика становилась непосредственным свидетелем глобальных перемен на планете, а познание окружающего мира с помощью фотожурналистики вело человека к личной и духовной свободе.

Американец А. Стиглиц и русский М. Дмитриев, возможно, первыми оценили значимость фотографии как документа и произведения художественного творчества. В ходе фотографической революции фотожурналистика способствовала демократизации и гуманизации общества. Первопроходцы, по утверждению Е. Вартановой, «очевидно, стали первыми профессионалами, которые приучили аудиторию смотреть на огромный мир через маленькое окошко объектива и видеть реальную жизнь» [2, с. 6].

Триумфальный выход фотографии в информационное пространство расширил понятие «искусство», так как она позволила фиксировать события и образно их осмысливать. По мнению Г. К. Пондопуло, «фото-

графия – подлинное открытие мира, который мы почти не замечали, хотя он и находится перед нашими глазами» [3, с. 157].

Немецкий социолог массовой культуры, теоретик, кинокритик, писатель, публицист Зигфрид Кракауэр в книге «Природа фильма» с исчерпывающей полнотой и точностью очертил формальные границы фотографии, т. е. выразительные средства, благодаря которым фотографический образ становится выпуклым, доступным для восприятия, а произведение фотоискусства (фотография) – привлекательным и легко читаемым. «Фотография, – отмечал он, – родилась под счастливой звездой и росла на хорошо подготовленной почве» [4, с. 16].

Доступность и легкость получения фотографического изображения обманчивы. Результаты бесчисленного множества изображений оцениваются лишь по шкале фотолюбительства.

В современных исследованиях медиапространства основным объектом изучения выступает текст, а иллюстрация рассматривается как второстепенный, дополняющий его элемент.

Причина такого невнимания обусловлена, по нашему мнению, широким распространением новейших технологий, которые открыли дорогу в фотожурналистику всем желающим. Любительская фотография возникла практически одновременно с профессиональной. Отметим, что упрощение процесса создания изображения и возможность тиражирования бесчисленного множества фотографий на любые расстояния, не сделал массфоту конкурентом фотографии профессиональной, но оно опережает ее, порой, в оперативности, уступая в качестве.

Мастера реалистической фотографии прошлого века ценили не только качество изображения, контрастность снимка или выразительность запечатленных лиц, но и социальную значимость отраженного на пленке изображения. Лишь такой подход выделил из общей массы салонных фотографов.

В научной литературе к иллюстрации в СМИ причисляют не только фотографию, но и графику – графическую иллюстрацию, информационную графику. Однако основное внимание редакторов информационных и аналитических изданий должно быть приковано именно к фотоиллюстрации, которая из всех вышеперечисленных содержит документальную основу.

Анализ публикаций фотожурналистов белорусских периодических изданий, центральных и местных не только выявил пробелы в теории фотожурналистики и применении научных выводов в практической де-

тельности современных СМИ, но и позволил наметить пути и средства их решения. Главным направлением на этом пути следует признать «человеческий фактор», роль фотожурналиста, который заинтересован не только в создании сенсационного кадра, но и в кардинальном изменении взглядов как отдельного индивидуума, так и общественного мнения на устоявшиеся стереотипы.

Библиографические ссылки

1. *Свитич А. Л.* Графическая иллюстрация в прессе. М. : Изд-во Икар, 2018. 256 с.
2. *Вартанова Е. Л.* Глобализация СМИ и масс-медиа России // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. М., № 4. 2005 г.
3. *Пондопуло Г.* Фотография и научно-техническая революция // Фотожурналист и время: сб. ст. М., 1975. С. 165–167.
4. *Кракауэр З.* Природа фильма: Реабилитация физической реальности. М. : Искусство, 1974. 423 с.

СЕМИОТИЗАЦИЯ ТЕХНОЛОГИЙ НАУЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ КАК ГЛОБАЛЬНЫЙ ТРЕНД

В. К. Щербин

*Центр системного анализа
и стратегических исследований НАН Беларуси,
ул. Академическая, 1, 220072, г. Минск, Республика Беларусь,
slavalex@mail.ru*

Тема публикации – описание тренда семиотизации технологий научной коммуникации. Рассматривается проблема выявления и систематизации семиотических средств (ген, мем, схема, цепочка), используемых в рамках таких технологий. Основной целью исследования является демонстрация того, чем отличаются такие семиотические средства между собой в зависимости от а) их структурных характеристик; б) тематики и жанра научных дискурсов (научная монография, статья в научной газете, проблемная статья в научном журнале). Обосновывается вывод о том, что быстрое расширение спектра знаковых средств, используемых в рамках технологий научной коммуникации, является свидетельством глобальности тренда по семиотизации последних.

Ключевые слова: ген; мем; схема; технология; цепочка.