

ФОТОПУБЛИЦИСТИКА В ЭПОХУ РАСЦВЕТА МЕДИЙНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

В. И. Шимолин

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
shimolin_v46@mail.ru*

Западные исследователи современной фотожурналистики предрекают ее закат в условиях бурного развития электронных масс-медиа. Парадокс эпохи – бурное развитие любительской фотографии, которая позволяет любому владельцу смартфона считать себя фотожурналистом. Автор статьи доказывает незыблемость канонов классической фотопублицистики, которая в период обострения социально-политических противоречий, позволит СМИ вернуть утраченное доверие массовой аудитории.

Ключевые слова: публицистика; журналистика; фотожурналистика; масс-медиа; принципы; функции; универсализм; формализм.

PHOTOJOURNALISM IN THE ERA OF FLOURISHING MEDIA TECHNOLOGIES

V. I. Shimolin

*Belarusian State University,
9, Kalvaryiskaya Str., Minsk, 220004, Republic of Belarus
Corresponding author: V. I. Shimolin (shimolin_v46@mail.ru)*

Western researchers of modern photojournalism predict its decline in the context of the rapid development of electronic mass media. The paradox of the era is the rapid development of amateur photography, which allows any smartphone owner to consider himself a photojournalist. The author of the article proves the inviolability of the canons of classical photojournalism, which, in a period of aggravation of socio-political contradictions, will allow the media to regain the lost trust of the mass audience.

Key words: journalism; journalism; photojournalism; mass media; principles; functions; universalism; formalism.

«Ноу хау» современной фотожурналистики выступают компьютерные технологии, которые пришли с Запада и принесли с собой массовое фотолюбительство. Это достижение цивилизации имело и обратную сторону: дилетантство становится нормой в фотографическом творчестве профессиональных СМИ. Поводом обнародования их продукции в массмедиа становятся не изобразительные достоинства, гармония в композиции и захватывающий сюжет, а констатация случайно отснятого сенсационного факта: снято, значит, было. Вал дилетантизма потеснил каноны мировой классической фотографии и фотожурналистики с проверенной временем системой жанров, принципов и функций. Публицистика осталась прерогативой печатных СМИ. Забвению преданы слова гения русской литературы и журналистики А. С. Пушкина, который считал главными задачами публицистов овладение всеобщим вниманием и формирование общественного мнения на основе принципов свободы, гуманизма и духовного возрождения. В XXI в. постепенно исчезает понятие «публицистика», а сам журналист стал именоваться «коммуникатором», то есть передатчиком, ретранслятором информации.

Последствия влияния новейших медийных технологий и интернета на традиционные массмедиа предвидели во второй половине XX в. практики и теоретики фотожурналистики. В 1993 г. они собрались в Амстердаме на заседание «круглого стола», где выразили разное отношение к новым цифровым технологиям, которые считали воплощением зла.

В их числе оказались госпожа Грация Нери, президент фотоинформационного агентства «Agencia Grazia Neri», которая в статье «Фотожурналистика сегодня» для интернетовского издания «Photographer» напомнила, что «на последнем фестивале фотографии в Перпиньяне в очередной раз была провозглашена смерть фотожурналистики». В унисон с автором этих строк выступал известный белорусский публицист Б. В. Стрельцов, защищавший авторитет публицистики, и доказывал ее приоритетную роль в преддверии грядущей информационной революции.

Г. Нери заявила, что содержание глянцевого журналов стремится отражать, в основном, частную жизнь – здоровье, процветание, благосостояние, избегая социальных, политических или исторических тем; что «объем, отводимый газетами под репортажи, сократился более чем

на 60%, и эта цифра не взята с потолка, а является результатом серьезных подсчетов, сделанных мной для последних семинаров».

Падение качественных параметров фотожурналистики протекает синхронно с морально-этическим уровнем журналистики.

Айвор Гербер, один из авторов сборника научных статей «Конец журнализма», спрашивает: «Важно ли сейчас пытаться определить некий набор категорий распространения информации и назвать людей, ответственных за ее содержание журналистами?» [1, с. 98].

Подобный вопрос можно отнести и к людям фотографических профессий.

Рожденные электроникой и искусственным интеллектом (ИИ) тексты и иллюстрации нередко лишены здравого смысла и логики, и по этой причине получили название постов, а очерки и фотоочерки – «сторис», «сторителлинг».

М. Е. Александрова называет «сторителлинг» модным словом, означающим искусство рассказывания историй: «Мы общаемся посредством рассказываемых и услышанных нами историй. Учимся посредством историй. Создаем образ с помощью историй. Сегодня мы живем в эпоху Интернета, перегружены информацией, и способность структурировать эту информацию становится очень востребованной. История – это и есть структурированная информация со своей темой и идеей» [2, с. 6].

Если в минувшие годы для написания очерка требовались талант и глубокие профессиональные знания, то нынче, по мнению указанного выше автора, необходимы не талант и умственные способности, а лишь определенные навыки: «владение собственным телом и голосом, передача зрителю мыслей, образов и эмоций, умение свободно себя чувствовать и вести себя посредством истории» [2, с. 6].

Издержкой научно-технического прогресса в фотожурналистике стало превращение большинства электронных СМИ в частнопредпринимательский институт, в отрасль экономики, которая направлена на производство не фоторепортажей и фотоочерков, а некоего усредненного информационного продукта.

Б. Р. Мандель констатирует, что «коммерческое начало, которое лежит в основе большинства органов и организаций СМИ, в принципе безразлично к содержанию (вспомните рекламу любых товаров: от прокладок до памперсов; оно предполагает рыночное использование информации для продажи как можно более широкой публике»

[3, с. 8]. Легкость получения фотоизображения и написания текста привели к снижению статуса журналистской профессии, к усиленному оглушению потребителя информационного вала. Подобное творчество происходит не ради воспитания читателя, а во имя достижения финансового успеха.

Библиографические ссылки

1. Конец журнализма. Version 2,0 / Индустрия, технология и политика / Под редакцией А. Чарльза. Х.: изд-во «Гуманитарный центр», Е. Н. Николаева, пер. с англ., 2016. 308 с.
2. *Александрова М. Е.* Мастерство литературно-сценической импровизации. Сторителлинг: учебное пособие. 3-е изд. Санкт-Петербург : Лань : Планета музыки, 2022. 132 с.
3. *Мандель Б. Р.* PR : методы работы со средствами массовой информации : учебное пособие. Москва : Инфа-М, 2023. 238 с.