

ФОРМЫ ПОДАЧИ И ЖАНРЫ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОЙ ПРЕСС-ЖУРНАЛИСТИКИ

В. В. Тулупов

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 10 сентября 2014 г.

Аннотация: в статье рассматриваются формы подачи, виды и жанры современной изобразительной журналистики в прессе.

Ключевые слова: иллюстрация, форма подачи, жанр, рисунок, фотография, информационная графика.

Abstract: the article considers the submission form, types and genres of contemporary fine journalism in the press.

Key words: illustration, form of presentation, genre, drawing, photography, info graphics.

Форма подачи – более динамичная (подвижная), чем жанр, организация материала. Объединяя словесные и изобразительные элементы на основе внутренней композиции и включаясь в систему элементов планирования газетно-журнальной полосы (отдельная публикация, подборка, тематическая страница, разворот), формы подачи не только влияют на внешние композиции различных уровней (уровни отдельной публикации, подборки, полосы, разворота и номера), но порой выступают и как предтечи жанров. Так в свое время обозначение нижней части полосы, называемое *фельетоном* (в российской терминологии – «подвал»), перешло на один из жанров сатирической публицистики; так сегодня некоторые исследователи считают *колонку* самостоятельным жанром.

К формам подачи, связанным с местом на газетной полосе (в номере) и конфигураций материала, относят «открытие», «закрытие», «шпигель», «чердак», «подвал», «окно», «стояк», «бутерброд» («бокс»), «колодец»; к формам подачи, связанным с объемом и характером объединения материалов, – *подборку и разворот* [1, 59–61].

Рассмотрим также формы подачи, возникающие как отклик на читательский запрос (социальный заказ) и отражающие современные тенденциями развития прессы.

В качестве основных тенденции дизайна периодических изданий, на фоне которых и происходят поиски новых форм организации газетного/журнального контента, выделим следующие:

- газеты и журналы активнее варьируют формат как размерную характеристику (наряду с традиционными сверхмалым, малым и большим форматами все чаще используют формат, называемый «берлинер»);
- газеты и журналы значительно увеличивают свои объемы, что связано с активной публикацией как официальной, так и рекламно-справочной информации;

- снижается средний объем публикаций;

- публикации все более структурируются (они, помимо основного текста, включают дополнительные тексты в виде справок, комментариев и т. п., фотографии, рисунки, инфографику, развитый заголовочный комплекс, композиционные и графические средства ориентирования);

- публикации все более персонифицируются (авторская подпись имеет развернутый вид, сопровождается портретом и краткими биографическими данными);

- процесс визуализации выражается в увеличении количества иллюстраций, площади, отдаваемых под них, в разнообразии жанров и специальных приемов изобразительной журналистики, а также в многоцветии печатных полос.

Реализация задач, связанных с привлечением внимания к публикациям, созданием комфортных условий при их восприятии и прочтении, не только вызвала к жизни новые средства ориентирования («вынос в тексте», «бокс»), но и послужила развитию традиционных элементов планирования полос, а также оригинальных форм подачи.

Заголовочный комплекс, помимо основного заголовка и рубрики, включает сегодня *надзаголовки* или *подзаголовки*, *лид*, набираемый титульным шрифтом, *авторскую подпись*, *территориальную ссылку*¹. Иллюстрации сопровождаются не только подписями («текстовками»), но и *комментариями*, относящимися к отдельным частям фотографий или рисунков. Тексты нередко завершаются *послесловиями* («постскриптумами», редакционными комментариями). Большие по объему тексты разбиваются на отдельные части с *внутренними подзаголовками*. Сигнальную и эстетическую функции выполняют *инициалы* («фонарики»). Рядом с колон-

¹ Мы склонны относить к заголовочному комплексу и иллюстрации – фотографию автора, символический снимок или рисунок, если они композиционно объединены и тесно связаны с другими его элементами.

титолом или же в отдельном месте полосы размещается «компот» («крики») – дополнительные краткие заголовки нижестоящих материалов или наиболее яркие цитаты из них. Сегодня все чаще применяется «свисток» – первополосный анонс материала, размещенного на одной из внутренних страниц номера. Некоторые газеты формата А2 все первые полосы верстают из публикаций, заканчивающихся на внутренних страницах. Система подачи «с полосы на полосу», «из номера в номер» удобна при больших объемах публикаций (при этом важно, чтобы публикации были увлекательны – в широком смысле этого слова). В 16, 24, 32-страничных еженедельниках возможно включение *ведущего*, который открывает номер, комментирует отдельные публикации и, наконец, выступает с заключительным комментарием². Прием, держащий внимание читателя, можно применять при подаче *сквозной* – через весь номер и из номера в номер – рубрики. Так, в еженедельных газетах успешно функционирует рубрика «Тема номера», объединяющая несколько публикаций словесной и изобразительной журналистики.

Журналисты ищут и находят все новые и новые формы организации материалов: *ответы известных и неизвестных читателей на актуальный вопрос; публикация откликов на вышедшие материалы; отрывки из писем и цитаты из блогов; рейтинги событий и популярности тех или иных лиц; журналистские и рекламные тексты на одну тему; мнения о газете (в период подписных кампаний регулярные читатели отвечают на вопросы редакционной анкеты); публикация анекдотов «в тему» и др.*

Тенденция, называемая *визуализацией*, также рождает оригинальные формы подачи: *иллюстрация – часть заголовочного комплекса; иллюстрация, не имеющая прямого отношения к тексту, но расширяющая его главную мысль; иллюстрация читателя («Фото в конверте», «Фото на конкурс»): простая и сложная инфографика³.*

В середине прошлого века молодежная пресса⁴,

² При этом могут использоваться фотография или шарж, факсимильная подпись, как это в 1990 г. практиковалось в объемном еженедельнике «Волга – Урал», издававшееся в столице Башкирии Уфе.

³ Публикации известных фотомастеров и публицистов Юрия Роста и Василия Пескова нельзя отнести к чисто литературным или к чисто изобразительным жанрам. В одних случаях доминирует текст, в других – изображение (фотография/-и), в третьих – материал может представлять собой неразрывную словесно-визуальную ткань.

⁴ Вот что писал В. Виноградский о сотрудничестве корреспондентов и фотокоров в молодежной газете Башкирии «Ленинец» на рубеже 60-х годов прошлого века: «... Время было стремительное, романтическое, и поэтому до краев наполненное стихами. Стихи звучали тогда везде – на радио, по телевидению, а в Москве и вовсе – в Политехническом и Лужниках.

активно использовала прием *сопровождения жанровой или этюдной фотографии поэтическим или лирическим прозаическим текстом*. Такая форма подачи применялась в случаях, когда и фотография, нередко становившаяся зрительно-смысловым центром полосы, и «текстовка», включавшая недокументальное (а иногда и документальное) изображение в публицистический контекст, обладали несомненными художественными достоинствами⁵.

В настоящее время в печати все активнее применяется *информационная графика*. В воронежском журнале «Де-факто» в свое время в каждом номере выходила рубрика «Поединок». В трехраундовой дискуссии сначала вопросы задавал один участник разговора, затем – второй и, наконец, – ведущий (модератор), представляющий редакцию. Итоги подводили три эксперта. Публикации, занимающие несколько разворот журнала, ярко оформлялись

И у нас в газете поэтому, кроме традиционных жанров-очерков, зарисовок, корреспонденции, статей и фельетонов, стихи появлялись чуть ли не в каждом номере.

Вместе слевой Шерстенниковым мы осваивали новый жанр – фоторепортаж, где фотоснимки, объединенные одной темой, сюжетом и композицией, одной героиней или событием сопровождалось моим репортажем в стихах.

Выезжали вместе слевой на место действия, и делали каждый свою часть работы – он фотообъективом, а я – стихотворной строкой.

Редакционная жизнь такова, что надо уметь мгновенно перестроиться, с ходу импровизировать, находить выход из внезапной сложной ситуации.

Например, однажды собравшись в очередную командировку в район, я приехал в аэропорт, который тогда находился почти в самом центре старого города.

Четырехкрылые десятиместные «Аннушки», надежно связывавшие столицу республики с самыми дальними и труднодоступными районами и центрами, на этот раз сиротливо мерзли на приколе под сплошным февральским бураном.

Ясно было, что командировка откладывалась на неопределенное время. И тогда, вернувшись в редакцию, я написал репортаж в стихах «Самолетам не дают погоды», и даже успел сдать его в утренний номер.

Правда, многоопытный, осторожный Дашкин (редактор – В. Т.) сначала пригласил в кабинет Давида (ответственного секретаря – В. Т.), еще пару-тройку свободных коллег, просил меня зачитать написанный стихотворный репортаж вслух и после одобрительных возгласов типа: «Нормально!», «Здорово!», «Вполне!», размашисто написал на тексте: «Срочно в набор!» – Виноградский В. Герои невыдуманных дней / В. Виноградский // Акценты. – Воронеж, 2012. – № 1–2. – С. 107.

⁵ Известинец Виктор Ахломов в 1970-х гг. придумал свою форму подачи снимков: он подбирает к фотографиям стихи, «которые каким-то образом с ними склеиваются». Так к снимку, «где изображены четыре женщины в спецовках» очень хорошо подошло «четверостишие Наума Коржавина: «Ей жить бы хотелось иначе,/ Носить драгоценный наряд.../ Но кони – все скачут и скачут./ А избы – горят и горят» – Прытков А. Мастерские истории / А. Прытков // Воронежский курьер. – 7 апр. – 2012.

серией фотоснимков. Они были одновременно и репортажными (представлялось событие), и портретными (каждый из дискутирующих был представлен в самых разных ракурсах). По сути, читателю предлагался *полилог*, который можно отнести к разновидности интервью, но в данном случае интервью, скорее, использовалось лишь как метод добывания и представления информации.

Таким образом, следует различать жанр – некую идеальную литературную норму, некий ориентир, позволяющий воспроизводить тексты определённого характера, и форму подачи материалов – более мобильную, связанную с современностью, модой систему организации информации. Думается, что на базе устоявшейся формы подачи со временем может сложиться и некий жанр или его разновидность.

Основной поток информации в журналистике составляет публицистика, представленная системой жанров. Отнесение жанра к словесному творчеству⁶ позволяет ориентироваться на классические определения данной категории. Если обобщить различные словарные дефиниции, то жанр можно рассматривать как исторически сложившуюся, удостоверенную традицией и тем самым наследуемую совокупность определенных тем и проблем, закрепленных за определенной публицистической формой, связывающую их между собой узнаваемыми мыслями и чувствами.

Выполняя ряд специфических задач (*функции акцентирования и ориентирования, эстетическая функция*), пресс-иллюстрации прежде всего по-своему *информируют* читателя. Они могут быть не только вспомогательным, но равным и даже ведущим по отношению к текстовому материалу содержательно-смысловым компонентом, а также и самостоятельными произведениями фотографического или изобразительного искусства. Визуализация СМИ как тенденция предполагает, что тексты и иллюстрации в газетах и журналах должны представлять собой содержательное единство, вместе раскрывать тему (проблему), усиливать друг друга.

В газете используются различные **рисунки**. Рисунок – вид графического искусства. В журналистике применяется специальный термин – *рисованная иллюстрация*, хотя в прессе рисунок может использоваться и как самостоятельное по значению произведение графики (репродукция, подборка рисунков, выполненных специально для газеты: рисунок-портрет, репортажный рисунок, рисунок-пейзаж и др.). Рисунок также может быть частью *рисованного заголовка* или *рисованной рубрики* (заставки).

Рисунки первыми привлекают внимание и дольше хранятся в памяти читателя, хотя, по утверждениям психологов, фотографии как документу доверяют

⁶ Журналистика – вид информационной деятельности, публицистика – род информационного творчества.

больше. Поэтому, а также в силу оперативности, достоверности и «репортажности» документальной фотографии, дизайнеры отдают предпочтение снимкам. Но прежде – в эпоху «горячего» набора, «металлической» верстки и высокой печати – рисунки использовались достаточно активно, что диктовалось не только модой, но и практической необходимостью. Относительно слабое качество печати, бедность шрифтового и другого наборного хозяйства ограничивали возможности дизайнеров, которые обращались к услугам художников, отвечавшим за ретушь фотоснимков, а также за *рисованные рубрики, заголовки, заставки и даже за рисованные линейки и украшения*. В настоящее время, к сожалению, рисунков становится меньше на страницах газет и журналов потому, что, во-первых, превалирует типографизация (оформление преимущественно техническими средствами), во-вторых, потому, что в штатном расписании большинства редакций должность художника отсутствует⁷.

При высокой печати воспроизводились два вида иллюстраций: штриховые и полутоновые. Рисунок мог быть воспроизведен как полутоновое клише, хотя при этом создавался искусственный фон. При офсетном способе печати появилась возможность на газетном листе создавать иллюзию трехмерности за счет игры светом, тенью, полутенью, передавать рефлексы и блики – так, как их изначально задумал их передать художник-график. Появилась возможность точной передачи и техники рисунка: ведь художник-график, помимо «мягких материалов» (уголь, соус, сангина, разнообразные мелки, техника сухая кисть), рисует и красками, наносимыми на бумагу кистью и пером (тушь, чернила, бистр).

Новые технологии позволили художникам создавать рисунки непосредственно на экране.

Чаще всего в газетах и журналах публикуют *репортажные рисунки, рисованные портреты (реже рисованные групповые портреты), плакаты, шаржи, карикатуры* [1, 68–69].

Сегодня редакции газет (особенно местных), к сожалению, отказываются от услуг штатных ху-

⁷ Между тем, например, заставки-символы могут стать эффективными элементами фирменного стиля (знаковая сущность композиционно-графического моделирования предполагают, помимо стабильности тематики, ее структуры, и постоянство узнаваемых компонентов оформления). Заставки-символы входят в газетный орнамент, и к ним предъявляются требования конкретности, лаконизма, простоты, условности, схематизма. При создании символических заставок художник решает задачи упрощения, обобщения, символизации какой-то определенной темы. Он должен проникнуть в ее суть, отвлечься от частностей, мешающих процессу абстрагирования, – так художник приходит к индексации изображения. Как известно, в таком упрощении отражаемой действительности и состоит специфика прикладной графики. Содержание символов при оригинальности формы не должно быть замысловатым – только в этом случае они станут подлинными «путеводителями по газетной полосе».

дожников, а порой и фотокорреспондентов, ошибочно полагая, что их функции успешно выполняют в первом случае верстальщики, во втором – пишущие журналисты, снабженные цифровыми фотоаппаратами. Но конкуренция на информационном рынке обязательно возродит профессии редакторского художника, который будет не только влиять, но и определять графическое лицо периодического издания, участвуя в создании композиционно-графической модели СМИ. Возможно привлекать к сотрудничеству на гонорарной основе профессиональных графиков, заказывая им репортажные рисунки и портреты, шаржи и карикатуры, плакаты и инфографические композиции. В некоторых редакциях художники уже осваивают профессию верстальщика, параллельно с оригинал-макетами полос создавая при помощи компьютера *кроссворды, сканворды, шахматные и шашечные диаграммы*, имеющие вид рисунка. Следует заметить, что такие «машинные рисунки» а также коллажи, изо- и фотомонтажи заметно улучшили эстетику печатных полос.

Роль профессионального фотокорреспондента при выпуске современного СМИ трудно переоценить. Любая газетная/журнальная полоса имеет идею, оформительскую в том числе, главный материал, являющийся одновременно и графической доминантой. Нередко в качестве такой доминанты – зрительно-смыслового центра – выступает **фотография**, которая «как бы замыкает на себе остальные материалы и является исходной точкой знакомства с содержанием номера» [2, 417]. Конечно, значение текста и снимка в периодическом издании (если оно не специализированное фотографическое) неравненно, и все же фотография играет особую роль при формировании внешнего облика печатного издания.

Во-первых, снимок может быть самостоятельно первоклассным журналистским материалом, даже иллюстрируя текст.

Во-вторых, он может наглядно иллюстрировать события текущей жизни, выделяя явления дня, запечатлевая («описывая») текущую действительность не только в общих чертах, но и в деталях. Фотожурналисты Г. Копосов и Л. Шерстенников сетовали: «Как часто мы, стремясь к обобщению, забываем об этой описательности, а потом, годы спустя, именно ее, эту описательность, мало сохраненную, мы ловим в своих негативах, и именно она становится самой интересной и нужной в сохраненных снимках – за ней встает Время» [3, 152].

В-третьих, контрастируя с серым полем текста, он может освежать графику и композицию газеты, тем самым привлекая внимание читателя ко всей полосе, к расположенным вокруг и рядом текстовым сообщениям.

Очень важны *информационные снимки (пресс-фотография)* – в этом случае подпись («текстовка») лишь дополняет или поясняет фотоизображение.

Есть и стереотипные формы, имеющие свою сферу приложения: *фотозарисовки, фоторубрики, фото-портреты, представляющие как «марки», опознавательные знаки*. Смоделированный прием (например, включение фотопортрета в заголовочный комплекс публикации, традиционное оформление, эксплуатация одного и того же изображения) способствует усилению символично-пиктографической функции фотоизображения, хотя собственно информационное и иллюстративное назначение снимка, естественно, сохраняется.

Если говорить о *системе жанров фотопублицистики*, то следует учесть то обстоятельство, что, по сути дела, «формирование жанра произведения фотожурналистики происходит лишь на последнем этапе, когда фотографическое изображение дополняется комментирующим текстом. Параллельно этому жанровое формотворчество совершается способами соединения, комбинирования фотоснимков на полосе, применением различных приемов монтажного сочетания отдельных кадров в целостное повествование» [4, 69]. То есть в актуализации пресс-фотографии большую роль играет не только фотокорреспондент, но и *бильдредактор*, осваивающий систему «аргументации» (содержательный уровень жанра) и способ представления фактов, «аргументов» (уровень формы). Понимая фотожанр как единство изображения и слова, он дифференцирует связь фотографии с текстом напрямую (иллюстративную) и ассоциативную. Восприятие фотографии оптимизируется, если «угадан» ее жанр. Жанр как форма, соответствующая идейно-тематической коллизии, возникшей в жизни. Бильдредактор заботится о жанровом разнообразии издания, также способствующем оптимальности процесса коммуникации. Журналистской публикации вредит такое положение, когда фотография лишь дублирует изложенное в тексте. «Разрушение» текста снимком, снимка текстом – опасность, преодолеть которую и обязан редактор иллюстраций.

На наш взгляд, исторически сложились три «родовых», канонических жанра: *фотоинформация (фотозаметка), фотопортрет и фоторепортаж*.

Фотоинформация представляет некий факт (что изображено), фотопортрет – конкретного человека (кто изображен), фоторепортаж, состоящий как минимум из трех снимков, посвящен событию (в подписи обязательно указывается *что и когда* произошло, *кто* принял участие).

К этим ведущим по значению и бытованию собственно публицистическим жанрам примыкает *фотоплакат*, представляющий собой либо самостоятельный снимок (портрет, этюд, «жанр» и др.), либо монтаж, коллаж. Фотоплакат имеет явное агитационное, внушающее воздействие, поскольку своей графикой и композицией призван вызывать у читателя-зрителя определенные эмоции (чувство

сопричастности, чувство сострадания, чувство патриотизма и др.).

Интересно, что фотоинформация, фотопортрет, фотоплакат могут приобретать качества репортажа, что объясняется воздействием своеобразного наджанрового образования – *репортажности* (так возникают и термины типа «репортажный снимок» применительно к фотоинформации, характеризующейся динамичностью кадра, оперативностью информационного повода и т. д.).

К другим жанрам фотожурналистики, которым также не чужда публицистичность, отнесем *фотоэтюды* (пейзаж, портрет, «жанр»), *фоторепродукцию* и *фоторекламу* (монтаж, коллаж, натюрморт и др.).

Например, фотоэтуд, изображающий ребенка, можно использовать при оформлении подборки о Дне защиты детей. Фоторепродукция картины П. Пикассо «Герника», иллюстрирующая подборку публикаций о Великой Отечественной войне, напоминает об ужасах той бойни. Социальная фотореклама нередко выполняет задачи, сходные с теми решают и журналисты, обращающиеся к общественной проблематике.

Может возникнуть вопрос, например, по поводу признания фоторепродукции особым жанром. Ведь есть мнение, что репродукция лишь специальный и единственный в своем роде вид съёмки, целью которой является изготовление максимально приближающейся к оригиналу копии. И если съёмка события, человека, пейзажа, вещей, образующих натюрморт, – это творчество, то фотосъёмка картины – чисто технический процесс, главное условие которого таково: кроме двухмерного пространства оригинала в кадр и окончательный вариант репродукции не должно попасть ничего лишнего.

Такой взгляд имеет право на жизнь, если считать, что создателем жанра является лишь человек фотографирующий (рисующий, пишущий). Но в случае с публицистикой, с изобразительной публицистикой в том числе, возможен и другой ход мыслей. Думается, жанр приобретает свою «легитимность» лишь в процессе визуальной коммуникации, в котором помимо фотожурналиста участвуют бильдредактор и дизайнер (макетчик), а также читатель. Журналистский труд, имеющий индивидуально-коллективный и производственно-творческий характер, вынуждает работать в команде, и после каждого этапа результаты труда каждого из субъектов деятельности «отчуждаются». И хотя компьютерные технологии увеличили степень свободы того же фоторепортера, лично завершающего обработку фотоизображений (прежде на конечный результат заметно влияла квалификация ретушера, цинкографа), все же эффективность восприятия фотографий и сегодня зависит от квалификации макетчика, верстальщика и даже печатника.

Опытный фотокорреспондент нередко берет на себя функции бильдредактора и макетчика, но его подборка или даже полоса (разворот) все равно будут впоследствии включены в систему номера, а значит – тематически, проблемно, композиционно-графически – связаны с окружающими их публикациями. Опытный бильдредактор делает все, чтобы этот процесс был органичным, чтобы творческая индивидуальность фотожурналиста была сохранена⁸.

Итак, создание жанра публицистики – это процесс, тонкий, порой противоречивый и неожиданный. Так, обычный салонный снимок или «фото на паспорт» при искусной (профессиональной) работе бильдредактора, актуализирующего фотоотпечатки, включающего их в «повестку дня», становятся фактом публицистики. Обычные нежурналистские снимки через десятилетия получают публицистическое звучание.

В прессе представлены и непублицистические жанры – *фоторубрика*, *фотозаставка* и *фотоанонс*. Первые два имеют символическое значение и применяются постоянно в неизменном виде. Вид фотоанонса зависит от той формы подачи, которые приняты в данной редакции (дублирование на первой странице фотографии в уменьшенном виде, либо использование фрагмента какой-либо фотографии, размещенной на внутренних страницах и др.).

Границы между жанрами необыкновенно текучи: подборка фотозаметок может восприниматься как репортаж; порой трудноразличимы фотоинформация и фотопортрет... И хотя жанровая структура – явление устойчивое, ее видовые формы способны эволюционировать, меняться. Рождаются и новые виды журналистской фотографии: так, в начале XX в. возник и прижился фотомонтаж (Хартфильд, Родченко и др.).

⁸ Фотожурналист-известинец Виктор Ахломов, вводя читателей в свою лабораторию, коснулся проблемы аналоговой и цифровой, черно-белой и цветной фотографии: «На пленку снимают те, кто занимаются художественной фотографией. Но увлечься фотоделом становится все дороже – фабрики Kodak закрылись, потому что нет спроса. Сейчас в Москву на биеннале приехали фотографы, которые снимают на пленку. Один из них – Уильям Кляйн. Он как-то перезаряжал пленку, и я подсмотрел. Так вот, он снимает на ту же пленку, что и я. А бороться с нашествием цифры – все равно, что бороться с восходом или закатом солнца.

<...>Я снимаю на пленку, поскольку думаю, что снимаю для вечности, – объяснил фотограф. – Ни один музей мира сегодня не собирает цветные оригиналы фотографий, потому что не изобрели такой цвет, который сохранился бы на протяжении 10-15 лет. Цвет начинает выцветать, жухнуть. Так что если у вас есть черно-белые фотографии, даже самые плохие, – не выбрасывайте» – Прытков А. Мастерские истории / А. Прытков // Воронежский курьер. – 7 апр. – 2012.

«Союз» журналистской фотографии и публицистического текста дает такие симбиозы: *фотокорреспонденция, фотозарисовка, фотоочерк, фотофельетон*. Их нельзя назвать собственно фотожурналистскими жанрами, но это и не видовые формы: к последним относятся *групповой портрет, репортажный снимок, пейзаж* и др.

Фотожурналист А. Колосов классифицировал пресс-портрет, выделив такие его разновидности, как *реалистический, лирический, производственный, художественный портрет, портрет-шарж и ироничный портрет* [5, 206–215]. Автор при этом подчеркнул, что фотографический портрет, используемый в современных СМИ, «стал ещё более “многоликим” по форме (в строгой зависимости от типа и вида СМИ, эстетических воззрений издателей и руководителей СМИ), зачастую утратившим психологизм и философичность в угоду этой самой форме, обусловленной корпоративным или социальным заказом, не переставая в идеале оставаться одним из самых интересных и сложных жанров фотожурналистики» [5, 206].

Размышляя над *пейзажными снимками*, А. Колосов отметил практику их применения не только в качестве заставок к публикуемым прогнозам погоды, но и в виде иллюстраций к очерковым, репортажным текстам, а также к публикациям на экологическую тему – так городские, архитектурные и индустриальные пейзажи наполняются публицистическим смыслом.

Отдельно следует сказать об **информационной графике** (*инфографика* от лат. *informatio* – осведомление, разъяснение, изложение; и греч. *γραφο* – письменный, от греч. *γραφω* – пишу). Инфографика наглядно иллюстрирует текст, и ее не следует перегружать лишними деталями – это должен быть лаконичный информационный материал с заголовком или подписью, ссылкой на источник информации. Читатель нередко начинает знакомство с публикацией, привлеченный какой-то таблицей или диаграммой, графически оригинально выполненной, имеющей отдельный заголовок, подпись, ссылку на источник информации...

Сегодня информационная графика – это не только различные карты, таблицы, диаграммы (линейные, столбиковые и ленточные, круговые, фигурные), схемы, чертежи, картограммы, картосхемы, это – новая форма представления журналистского содержания. Современная инфографика – это визуальное раскрытие некой социально-политической темы (проблемы) с использованием карт, таблиц, диаграмм и т. п., а также фотографических, рисован-

ных иллюстраций, коллажей, фотомонтажей. Подобная инфографика может занимать страницу или разворот периодического издания, сопровождаться лаконичным пояснительным, обязательно озаглавленным текстом.

Подготовка развёрнутой инфографики требует продолжительного времени и особой квалификации сотрудников (в отделах инфографики работают журналисты-креаторы, бильдредакторы, фотографы, художники или компьютерные графики, верстальщики). В процессе смыслового восприятия визуальной информации акцент делается на слове «смысловой»: инфографическая композиция содержит не столько оформительскую идею, сколько – журналистскую, публицистическую. Таким образом, создание развёрнутой инфографики – *особый вид коллективного журналистского творчества, продукция которого – визуально-словесные произведения, с помощью которых до целевой аудитории наглядно доводятся определённые идеи*. И это – не отвлечение от смыслов, а привлечение к ним внимания. Иногда такие информационно-графические композиции показывают проблему с непривычной стороны, до которой, возможно, не смогли добраться и пишущие журналисты. Именно такая инфографика может стать «гвоздевой» публикацией, а её постоянное присутствие в номере – своеобразным фирменным приёмом издания.

Компьютерная технология выпуска периодических изданий дала возможность более широкого использования инфографики, которая может стать произведением графического искусства, быть при этом не только дополнительным средством для интересного графического решения полосы, но и самостоятельным публицистическим материалом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Тулупов В. В. Изобразительная журналистика в газете / В. В. Тулупов. – Воронеж, 2012.
2. Рабочая книга редактора районной газеты / Опыт, методики, рекомендации. – М., 1988.
3. Копосов Г. В. В фокусе – фоторепортер / Г. В. Копосов, Л. Н. Шерстенников. – М., 1967.
4. Черняков Б. И. Творческий процесс в фотожурналистике / Б. И. Черняков // Фотография в прессе : проблемы истории, теории и фотожурналистского мастерства. Тезисы докладов Всесоюзной научно-практической конференции. – Киев, 1989. – Ч. I.
5. Тулупов В. В. Техника и технология СМИ. Печать, телевидение, радио, Интернет / В. В. Тулупов, А. А. Колосов, М. И. Цуканова и др. – СПб., 2006.

Воронежский государственный университет
Тулупов В. В., заведующий кафедрой рекламы и дизайна
E-mail: vlvtul@mail.ru

Voronezh State University
Tulupov V. V., Head of the Advertising and Design Department
E-mail: vlvtul@mail.ru