

Развитие иллюстрации и фотографии в визуальной журналистике: Россия и Казахстан

Научный руководитель – Нода Лариса Павловна

Чевган Виктория Валерьевна

Студент (бакалавр)

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Факультет журналистики,
Алматы, Казахстан

E-mail: chevganv@gmail.com

Визуальная информация, которая является сопутствующим компонентом для текста, называется визуальным контентом. На сегодняшний день это не только иллюстрации и фотографии, это схемы, видеоролики, инфографика, логотипы и многое другое. Визуальный контент сегодня - это медиа-тренд, который присутствует во всех СМИ: новостных, аналитических, спортивных, культурно-развлекательных и так далее.

Грамотная организация информации, целью которой стало гармоничное обилие слов и представлений, составляет жанр журналистской работы - визуальную журналистику. Особенностью является погружение читателя в материал посредством не только текстовой информации, но и с помощью графики, шрифтов, интерактивных механик, графических символов, аудио-видео и фото-контента[3].

Одним из первых способов визуализации стала иллюстрация. Контент, имеющий эстетическое предназначение. Текст сопровождался изображениями с древних времен: еще шумерские глиняные таблички и древнеегипетские папирусы были наполнены первым визуальным контентом.

В середине 40-х годов XV века Иоганн Гутенберг создал печатный станок, с этого момента началось развитие книгопечатания, и, как следствие, иллюстрация стала неделимой частью периодики.

В России фоторепортаж зародился в 1870-х годах. Первыми журналами, публиковавшими работы фоторепортеров стали «Всемирная иллюстрация», «Стрекоза», «Нива». Отцом российского фоторепортажа принято считать петербуржца, владельца фотоателье Карла Булла.

Обстановка сегодня предполагает расширение потенциала фотожурналистики, его трансформацию. Новшества в области технологий современного мира внесли изменения в данный жанр.

Средства массовой информации Казахстана располагают как специализированными ресурсами для фоторепортажей, так и рубриками отдельных порталов. Так, на сайтах «КазИнформ» и «Время» функционируют рубрики «Я репортер». Здесь фото-контент совмещается с описанием в текстовом формате. Сайт «Караван» располагает рубриками с фото и видеорепортажами.

Главным образом из-за ускорения выполнения, обработки и выпуска фотоинформации, фотография превратилась в основополагающее средство коммуникации в «новых медиа»: прежде всего, это социальные сети.

Фотографии разных ресурсов отличаются. Так, визуальный контент социальных сетей [1] («одноразовость» кадров, дилетантство в выполнении, появление новых непрофессиональных жанров, к примеру, селфи) делает «обратный путь», влияя на традиционную периодику: не только на газеты и журналы, но и на телепередачи в том числе. Таким образом, при нынешнем тотальном визуализированном контенте фотожурналистика подвергается сильнейшей трансформации со стороны цифровизации средств массовой информации[2].

Источники и литература

- 1) 1. Ганюшин А. А. Цифровая фотография в новых медиа [Электронный ресурс] // Знание. Понимание. Умение : информ. гуманитарный портал. 2013. № 5. URL: [http://www.zpu\(journal.ru/e\(zpu/2013/5/](http://www.zpu(journal.ru/e(zpu/2013/5/)
- 2) 2.Симакова С. И. Влияние новых технологий на визуальный контент журналистских материалов // Вестник Челяб. гос. ун(та. Сер. Филология. Искусствоведение. 2015. № 5 (360). С. 165
- 3) 3.Визуальная журналистика [Электронный ресурс]. URL: [http://oblako\(media.ru/novosti/vizualnaya\(zhurnalistika/](http://oblako(media.ru/novosti/vizualnaya(zhurnalistika/)