

тенциальных читателей, и таким образом, уже само по себе является средством рекламы и продвижения газеты или журнала. Если предусмотреть соответствующие вопросы, то по результатам исследования можно получить список новых, актуальных для аудитории тем. Можно пригласить авторов, экспертов к сотрудничеству. Так, по итогам данного опроса аудитории, 30 его участников предложили газете свои темы и выразили готовность к сотрудничеству в качестве авторов публикаций.

Полученные результаты исследования будут использованы для корректировки модели газеты «73!».

Для обработки массовых опросов аудитории СМИ автор считает перспективным применение статистиче-

ских методов и специального программного обеспечения [4].

Литература

1. Рабочая книга редактора районной газеты: Опыт, методики, рекомендации / Под ред. Я.Н. Засурского. М., 1988. 575 с.
2. Березин И.С. Маркетинговые исследования. Как это делают в России. М., 2005. 432 с.
3. Титова В.А. Проведение маркетинговых исследований за семь дней. Новосибирск, 2011. 80 с.
4. Халафян А.А. STATISTICA 6. Статистический анализ данных. М., 2013. 528 с.

УДК 77.041.5

С.В. Захаров

Томский государственный университет

ФОТОПОРТРЕТ КАК ИЗБЫТОЧНЫЙ ЭЛЕМЕНТ ЖАНРОВОЙ КЛАССИФИКАЦИИ ФОТОЖУРНАЛИСТИКИ

В статье обосновывается избыточность выявления в палитре жанров фотожурналистики портрета как самостоятельного жанра. Анализируя несколько популярных версий жанровых классификаций фотожурналистики, автор принципиально разводит основания жанровой индивидуации для фотографии как вида искусства и фотожурналистики. Попытка вывести портрет за рамки фотожурналистики предпринимается для формирования более достоверного и обоснованного определения границ жанров фотожурналистики и потенциала тех признаков, которые лежат в основе их разграничения.

Ключевые слова: фотожурналистика, пресс-портрет, жанровая классификация, художественная фотография.

Zakharov Sergey V.

PORTRAIT AS THE EXCESS ELEMENT IN GENRE CLASSIFICATION OF PHOTOJOURNALISM

The article explains the redundancy of press portrait as an independent genre in a photojournalism palette of genres. Analyzing several popular versions of genre classifications, the author separates the basics of genre individuation for photography as an art and photojournalism. Trying to bring a portrait outside of photojournalism genre system is done to create a more fair and reasonable definition of the photojournalism genres boundaries and the capacity of attributes of their differentiation.

Keywords: Photojournalism, press portrait, genre specification, art photo.

В СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ жанровых классификациях пресс-фотографии фотопортрет по-прежнему довольно часто. Например, В.В. Тулупов относит фотопортрету в фотожурналистике особое

место: «...исторически сложились три „родовых“, канонических жанра: фотоинформация (фотозаметка), фотопортрет и фоторепортаж. 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» [1. С. 147].

Мнение В.В. Тулупова разделяет и В.М. Березин, у которого фотопортрет соседствует с фотоинформацией, фотозарисовкой, фотокорреспонденцией и др.: «Фотопортрет – ...изображение (образ) какого-либо человека или группы людей, существующих или существовавших в действительности. Сходство портрета с моделью (оригиналом) достигается не только верной передачей внешнего облика портретируемого, но и раскрытием его внутреннего мира, показом индивидуальных и типических черт... Типология портрета заимствовала определения у изобразительного искусства... станковые и монументальные, парадные и интимные, погрудные и в полный рост, анфас и в профиль» [2. С. 114].

Далее В.М. Березин рассказывает основные моменты истории портрета в художественной фотографии. В частности, речь идет о дагерротипии, павильонном портрете, перечисляются мастера студийного и репортажного портрета, отмечается, что портрет может содержать элементы эпоса, драмы и лирики: «В фотожурналистике возможности портрета еще более расширяются (репортажный портрет, портрет-очерк, портрет-зарисовка), так как оперативные задачи съемки и соответствующие возможности техники позволяют

показать людей в эпицентре тех или иных событий, в многообразии социальных связей» [2. С. 114–115].

При этом не объясняется, как репортажный портрет, портрет-очерк, портрет-зарисовка соотносятся с фоторепортажем, фотозарисовкой и фотоочерком.

Автор самой известной отечественной теории жанров фотожурналистики Н.И. Ворон не включает в свою жанровую классификацию фотопортрет, объясняя это следующим образом: «На страницах современных газет и журналов нередко появляются публикации, которым обычно дают определение „фотопортрет“... Возникает вопрос... можно ли снимки в периодической печати, представляющие собой крупноплановое изображение человека, назвать портретом... взгляд фоторепортеров на мир – не столько эстетический, сколько социально-политический. Редакции ставят перед ними задачу: в фотоповествовании о человеке запечатлеть его поиски и достижения. Характер героя вырисовывается исподволь, на фоне показа его дел и поступков. Фотожурналисты нашли наиболее соответствующую этому жанровую форму – портретный фотоочерк... В нем реализована возможность запечатлеть человека не в синтетическом портрете, а в массе моментальных снимков. Частично решается эта задача и в других жанрах фотожурналистики, например, в фотозарисовке, фоторепортаже» [3. С. 197–198].

То есть, другими словами, портретный снимок выступает здесь составным элементом общего визуального ряда фоторепортажа или фотоочерка, фотозарисовки или фотокорреспонденции. Кроме того, фотопортрет может быть реализован в однокадровой фотоинформации, фотозарисовке, фотоиллюстрации.

Например, одно и то же крупноплановое изображение известного артиста может сопровождать и портретный очерк о нем, и небольшую информационную заметку о его гастролях в конкретном городе. Во втором случае фотография как бы принадлежит к двум жанрам фотожурналистики одновременно (фотоинформация и фотопортрет).

Однако проблема заключается не только в том, что, сохранив фотопортрет в жанровой классификации фотожурналистики, мы тем самым сохраним жанровые формы, дублирующие друг друга. Это, в первую очередь, будет означать, что мы пытаемся выстроить систему жанров в двух различных системах координат – художественной фотографии и фотожурналистики.

По мнению Н.И. Ворона, «фотоизображение человека в прессе (портретное фотоизображение) ограничивается, как правило, односторонним показом, фиксацией в определенном политическом или нравственном ракурсе» [4]. В то время как «фотопортрет – жанр искусства, художественной фотографии, его предназначение – раскрытие характера человека, следовательно, содержательную основу составляет внутренний мир портретируемого. Фотожурналисты в своей работе могут достигать высот искусства, о чем свидетельствует участие их снимков в художественных выставках. Но участие в вернисажах – лишь сопут-

ствующий момент, основная „выставочная площадь“ для снимков фотокорреспондентов – страницы газет и журналов... крупноплановое изображение человека в газетах и журналах неадекватно сущностной характеристике фотопортрета в художественной фотографии» [3. С. 197–198].

Однако автор подробного исследования жанра портрета А.А. Колосов предлагает вернуться к жанрам художественной фотографии: «Собственно говоря, нам кажется далеко небесспорным и вполне искусственным и субъективным нагромождение новых отдельных жанров, таких как фотоинформация, фотокорреспонденция, фотозаметка, фотоотчет, фотообвинение, репортаж в одном кадре и др., вычлененных из давно известных жанров фоторепортаж и жанровая фотография» [5].

Опираясь на классификацию В.В. Тулупова, Колосов объявляет следующую «таблицу» жанров: «...каноническими фотографическими жанрами, использующимися в печатных СМИ (да и фотографии вообще) нам сегодня кажутся очевидными лишь четыре: портрет, пейзаж, натюрморт и контекстная (жанровая) фотография... Работы, принадлежащие к одной из этих форм, невозможно воспринимать и истолковывать двояко. Отличительным признаком каждой формы, единственным и весьма существенным, является объект съемки. Совершенно неважно, каким методом будет производиться съемка (репортажным или постановочным), какая технология будет применена для получения и хранения изображения (аналоговая или цифровая), каким образом изображение будет тиражироваться и доставляться читателю (зрителю) – ни при каких обстоятельствах даже самому невзыскательному из них не придет в голову назвать портрет натюрмортом или пейзажем и наоборот» [5].

Безусловно, назвать портрет натюрмортом будет невозможно, но вместе с фотоинформацией, фотоочерком или фотосерией придется отказаться от констатации тех прикладных задач фотожурналистики, которые могут быть успешно решены с помощью функциональных возможностей, заключенных в этих жанровых формах.

Как быть с фоторепортажем? У В.В. Тулупова, на мнение которого опирается Колосов, фотоинформация и фоторепортаж как раз относятся к родовым жанрам. Скажем, пейзаж будет абсолютно уместен в журнале о путешествиях. Однако если страницы издания наполнить исключительно видовыми снимками природы или пейзажами-настроениями, лишив публикацию информационной насыщенности, динамики репортажа, то перед читателем будет книга, фотоальбом, а не средство массовой информации.

С фотопортретом ситуация оказывается сложнее для понимания. С одной стороны, все мы привыкли, что крупноплановое изображение человека – портрет. Неважно, отражает это фотоизображение всю глубину внутреннего мира портретируемого или выглядит случайным, поверхностным. С другой стороны, как

мы уже отмечали выше, фотопортрет как жанр художественной фотографии не может присутствовать в жанровой классификации фотожурналистики одновременно с фотоинформацией, фотозарисовкой или фотоочерком. Он как бы растворяется внутри различных жанровых форм, выступая то фотоинформацией, то фотоиллюстрацией, то составной частью многокадровых жанров – фоторепортажа, фотоочерка.

С этой точки зрения, совершенно справедливо для художественной фотографии и фотожурналистики составить две отдельные классификации. Именно так поступила Е.Л. Мжельская: натюрморт, пейзаж, портрет и жанровая фотография, как и подобает этим классическим видам фотоискусства, вошли в классификацию художественной фотографии и отделены от привычных для фотожурналистики – фотокорреспонденции, фоторепортажа, фотоочерка и др. [6. С. 19–48].

Именно поэтому, на наш взгляд, фотопортрета как самостоятельного жанра фотожурналистики не существует.

Литература

1. Тулупов В.В. Дизайн и реклама в системе маркетинга российской газеты. Воронеж, 2000.
2. Березин В.М. Фотожурналистика. М., 2006.
3. Ворон Н.И. Фотопортрет или портретный снимок? // Журналистика в 2002 году. СМИ и реалии нового века. Материалы научно-практической конференции. Часть 1. М., 2003.
4. Ворон Н.И. Жанры фотожурналистики. М., 2012.
5. Колосов А.А. Новый взгляд на жанры фотожурналистики // Relga: Научно-культурологический журнал. 2007. № 8 (152). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.relga.ru>.

УДК 070: 7.012 (078)

И.Ю. Мясников, Е.М. Тихонова

Томский государственный университет

НА ПУТИ К КОНВЕРГЕНТНОЙ МОДЕЛИ ИЗДАНИЯ: ОСВОЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ КРАУДСОРСИНГА

Статья связана с проблемой развития моделирования изданий в условиях медиаконвергенции, рассматривается вопрос о конвергентной политике издания и ее основных элементах. Подробно рассматривается технология краудсорсинга, спектр ее применения, основные ограничения и возможность использования представления о краудсорсинге в построении моделей периодических изданий.

Ключевые слова: моделирование и дизайн прессы, медиа-конвергенция, краудсорсинг.

**Myasnikov Ilya Yu., Tikhonova Ekaterina M.
ON THE WAY TO A CONVERGED EDITIONS MODEL:
Development of crowdsourcing technology**

The article relates to the problem of press modeling and design in mediaconvergence, the issue of convergent policy of media and its basic elements. It details the crowdsourcing technology, the range of its application options, the basic restrictions of its usage and the use of concepts of crowdsourcing in the construction of newspaper and magazine models.

Keywords: modeling and design of press, media convergence, crowdsourcing.

МЕДИАКОНВЕРГЕНЦИЯ, под которой обычно понимается сближение и взаимодействие платформ и каналов медиакommunikации, корректирует представления о работе редакций на разных уровнях, от сбора и обработки информации до бизнес-стратегий. Эта корректировка может касаться

только формальной стороны работы или затрагивать сущностные аспекты профессии, но чаще всего изменения, вызванные к жизни конвергенцией (по крайней мере на современном витке развития медиа) обогащают практику СМИ новыми возможностями и усложняют задачи, которые может решать журналистика.

Не может оставить без внимания процесс конвергенции и такая сфера медиапрактики, как моделирование изданий. Рассматривая его в качестве сферы широкой, формирующей модели издания на всех уровнях, от композиционно-графической модели, дизайна в узком смысле, до организационных и бизнес-моделей, необходимо признать, что конвергенция ставит перед моделированием ряд принципиально новых задач, на которые его теория (для которой характерна рекомендующая, практически-ориентированная модальность) ответа пока не дает, хотя практики, разработчики и управленцы в сфере медиа сталкиваются с этими задачами освоения потенциала конвергенции в ежедневном режиме.

Как должны соотноситься модели в рамках «гипермедиа» и «трансмедиа» (такое название исследователи конвергенции дают СМИ, которые используют несколько каналов передачи информации, а также включают в свою систему смежные коммуникационные платформы, например социальные сети)? Как меняется специфика социального функционирования СМИ, чем медиа становится для читателя в конвергентном мире,