

Литература

1. Асафьев Б.В. Избр. труды в 5 тт. М.: АН СССР. Т.1: 1952.– 400 с; Т.2: 1954.– 384 с; Т.4: – 1955.– 440 с; Т.5: 1957. – 388 с.
2. Курышева Т. Музыкальная журналистика и музыкальная критика. – М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2007. – 294 с.
3. Одоевский В.Ф. Музыкально-литературное наследие. – М., 1956. – 729 с.
4. Одоевский В.Ф. Русские эстетические трактаты I трети XIX в. – Т.2. – М., 1981.
5. Перси У. «Не пой, красавица, при мне: Культурная территория русского романтизма [Пер. с ит. Яны Токаревой и Уго Перси; Под общ. ред.А. Полонского]. – М.: Аграф, 2003. – 336с.
6. Полонский А.В. Современность и ее текстовые парадигмы. - Рукопись. - 2012. – 186 с.
7. Полонский А.В., Зарицкий В.Д. Духовая музыка в общественной повестке дня специализированных российских СМИ: заметки на полях журнала «Оркестр».- Издательско-полиграфический комплекс НИУ БелГУ.
8. Серов А. Статьи о музыке. – Вып. 4. – М., 1988
9. Стасов В. В.. Избранные сочинения в трех томах. Живопись, скульптура, музыка. ГИЗ., «Искусство», М., 1952.
Стасов В. В. Тормозы нового русского искусства // Стасов В.В. Избранные статьи. – М., 1977.

РЕПОРТАЖНАЯ ФОТОГРАФИЯ НА ОБЛОЖКЕ КАК ЭЛЕМЕНТ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВЕННО- ПОЛИТИЧЕСКОГО ЖУРНАЛА «РУССКИЙ РЕПОРТЕР»

**Питинова Марина Юрьевна,
Черкашина Наталья Александровна
Национальный исследовательский университет «БелГУ» – Россия**

Статья посвящена анализу репортажной фотографии на обложке российского общественно-политического журнала «Русский репортер» во взаимосвязи с его концепцией и фирменным стилем.

Ключевые слова: репортажная фотография, обложка, фирменный стиль, журнал.

В постсоветскую эпоху печатным СМИ пришлось функционировать в непривычных условиях рыночной экономики, где информация представляет собой товар, где существуют спрос и предложение, позиционирование, конкуренция, борьба за потребителя. Современные газеты и журналы стремятся завоевать свою долю рынка с помощью маркетинговых технологий, которые активно используются производителями товаров и услуг, отводя ключевую роль созданию собственного фирменного стиля.

Российский общественно-политический журнал «Русский репортер» – яркий пример того, как за короткий срок журнал, созданный в постсоветское время в России и для России, смог занять своё место на российском информационном рынке. Не последнюю роль в этом сыграл продуманный фирменный стиль журнала – оригинальный, узнаваемый, привлекающий внимание.

Концепция журнала представлена в его названии и раскрыта в высказываниях профессионалов, которые непосредственно участвуют в его создании. Главный редактор «Русского репортера» Виталий Лейбин считает: «Все, что касается запуска «Русского репортера» – это не вопрос рыночной конкуренции, а вопрос создания элемента разговора в обществе, которого у нас не было до сих пор. «Русский репортер» будет, с одной стороны, красивым, дружественным читателю, а с другой – осмысленным и с позицией. Наша цель – стать мировым журналом с русским именем <...> В каждом номере журнала читатель должен обращать внимание на три главных материала: большой репортаж-исследование, чаще всего о России, большое интервью с кем-то из тех, кто представляет современную русскую культуру и цивилизацию, и актуальный главный материал номера, где будут элементы как репортажа, так и аналитики, но не в скучном, а в человеческом смысле слова» [Онлайн-интервью с главным редактором..., [http](#)].

По мнению первого заместителя главного редактора журнала Владимира Шпака, журнал должен «с одной стороны, писать про человека «с улицы», чтобы каждый мог представить себя на его месте. А другая позиция – писать про то, что ты с обычной жизнью никак не соотносишь. Например, о чукотских аборигенах. Про «других». Это уже попытка разобраться не в себе, а в мире. Писать надо не для себя, а для того, кто вас будет читать <...> Работая над текстом, подразумевайте не «я хочу рассказать», а «вы хотите прочитать» [«Русский репортер» – рост аудитории..., [http](#)]. Именно ориентир на читателя, стремление предугадать его информационные интересы и своевременно предоставить информацию, которая востребована в данный момент, помогли журналу довольно быстро приобрести популярность. Директор по рекламе и развитию журнала «Русский репортер» Глеб Дунаевский считает, что «журнал сразу нашел своего читателя и период «привыкания» к нему длился недолго» [«Русский репортер» – рост аудитории..., [http](#)]. Редакция журнала старается придерживаться доктрины социально ответственной журналистики, стремясь объективно, достоверно и полно освещать события и проблемы, представляющие общественный интерес, демонстрировать независимость суждений, формировать у своего читателя высокий уровень культуры и самосознания.

Проанализировав номера «Русского репортера» в период с июля 2009 года по май 2012 года (всего 138), мы пришли к выводу, что концепция журнала нашла свое воплощение не только в содержании публикуемых материалов, но и в его фирменном стиле.

По мнению Н. Добробабенко, фирменный стиль – это «набор цветовых, графических, словесных, типографических, дизайнерских постоянных

элементов (констант), обеспечивающих визуальное и смысловое единство товаров (услуг), всей исходящей от фирмы информации, ее внутреннего и внешнего оформления» [Добробабенко 2000: 14]. В. Ценев считает, что фирменный стиль – это явная или косвенная формализация и стандартизация всего «можно» и «нельзя» для той части деятельности, которая вынесена на всеобщее обозрение; знание о том, как издание будет выглядеть в глазах других людей, некая коммуникация с потребителем [Ценев, <http>]. К основным составляющим фирменного стиля журнала «Русский репортер» следует отнести фирменную шрифтовую надпись (логотип), фирменный цвет (цвета), фирменный комплект шрифтов и фирменные особенности дизайна (сочетание визуальных и текстовых элементов, принципы оформления и др.). Одной из основных фирменных констант журнала выступает фотография. Невозможно представить «Русский репортер» без множества фотографий, которые могут, в зависимости от содержания, иллюстрировать текст, быть самостоятельным журналистским материалом, ведущим или равным тексту содержательно-смысловым компонентом, произведением фотоискусства. Соответствуя концепции журнала, большинство фотографий обладают свойством репортажности и посвящены событиям, происходящим в России.

Наибольшей концентрации элементы фирменного стиля достигают на обложке журнала. Согласно концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций, обложка выступает в роли упаковки информационного продукта, привлекая непровольное внимание потенциального потребителя и ориентируя мотивированного. Читатель, как правило, сначала смотрит на «лицо» журнала, а затем уже решает, стоит ли знакомиться с содержанием. И чем интереснее обложка, тем большее внимание привлечет издание. Обложка визуализирует основные темы номера, которые актуальны для России в настоящий момент. В целом, содержание обложки «Русского репортера» позволяет сделать вывод о соблюдении основных принципов иллюстрирования печатных периодических изданий (ориентир на информационные интересы аудитории, оптимальность изобразительного материала, выразительность фотографии, единство стиля). Обложка журнала выполнена на высоком полиграфическом уровне и представляет собой комбинацию текстовых и изобразительных элементов, объединенных в единое целое. К текстовым относятся следующие элементы: фирменная шрифтовая надпись (логотип), поясняющие надписи (индекс, номер и дата выхода журнала, электронный адрес, рекомендованная цена), заголовки самых актуальных и значительных материалов номера. Изобразительные элементы – основа привлекательности обложки. Иногда на обложке «Русского репортера» размещают рисунки, но в подавляющем большинстве случаев – фотографии. Значение фотографий на обложке журнала в эпоху визуализации трудно переоценить. Как правило, одна крупная фотография, представляющая главную тему номера, занимает более половины обложки и является ее композиционным центром. Бывает, что ниже располагаются две фотографии меньшего размера, которые подсказывают аудитории, о чем еще будет идти речь в номере. Благодаря наглядности, фотография обладает

особой силой воздействия на читателей. Комбинация актуальной темы и соответствующего ей фотокадра, грамотная работа бильдредактора – секрет привлекательности обложки «Русского репортера».

Фотография на обложке журнала является важным элементом его фирменного стиля и отражает концепцию издания, выраженную в его названии и содержании. На обложке журнала «Русский репортер» преобладает репортажная фотография, подтверждающая достоверность случившегося. Репортажные снимки не имеют «протокольного» характера. Они заинтересовывают, убеждают и волнуют за счет присутствия в них обобщения и впечатляющей силы. По силе воздействия и передаче впечатления такая фотография намного сильнее, чем текстовая информация. Она предполагает непосредственный контакт фотожурналиста с людьми, ситуацией, объектом съемки. Фотографии – выразительные, запоминающиеся, предельно психологичные, драматичные, заставляющие узнать больше. Каждая фотография – рассказ о важном и актуальном событии, а тематика связана с самыми волнующими людей темами.

Анализируя специфику репортажной фотографии на обложке журнала «Русский репортер» за последние три года, мы обратились к классификации, предложенной Александром Иосифовичем Лапиным, поскольку в ней наиболее полно представлены все существующие на данный момент виды фоторепортажа. А.И. Лапин считает: «Репортаж – это не фотографический жанр в общепринятом понимании, а метод (способ) съемки. Репортажная фотография как противоположность постановочной, в ней категорически не допускается какая бы то ни было организация, режиссура. Это фотография, которую делает «невидимый» фотограф «невидимой» камерой. Существует два основных способа такой съемки: метод скрытой камеры и метод привычной камеры. В первом случае фотограф делает все возможное, чтобы остаться незамеченным, а во втором – не скрывается, но ждет того момента, когда люди перестанут реагировать на его присутствие» [Лапин 2004: 164]. А.И. Лапин обосновывает следующие виды репортажной фотографии: хроникальная фотография, информационная фотография, событийная фотография, ситуационная фотография, фотография момента, фотография детали, изобразительная фотография, композиционная фотография, фотосерия и фотоочерк.

Исследовав эмпирическую базу (138 номеров) с использованием элементов контент-анализа, мы выяснили, что на обложке журнала «Русский репортер» представлена широкая палитра видов фоторепортажа: событийная фотография, ситуационная фотография, фотография момента, фотография детали, изобразительная фотография, композиционная фотография и фотосерия. Следует отметить, что в центре нашего внимания была главная фотография обложки, поскольку именно она в наибольшей степени привлекает внимание к журналу, анонсируя основную тему номера.

Событийная фотография свидетельствует о каком-либо значительном событии. Это объективное, беспристрастное, документальное свидетельство, в котором присутствует минимум организации изображения. Главное –

запечатлеть кульминацию события и передать его смысл, оказавшись в нужный момент в нужном месте. Событийная съемка требует умения предвидеть, выделять главное и расставлять акценты, тактичности, чувства меры [Лапин 2004: 168 – 171]. Одним из примеров событийной фотографии может служить снимок на обложке «Русского репортера» № 35 (195) от 5–12 мая 2011 года с анонсом материала «Жениться по любви. Как английского принца довели до свадьбы». На нем изображены английский принц Уильям, его жена Кейт Миддлтон и две девочки на балконе Букингемского дворца после церемонии венчания. На снимке отражен один из основных моментов события выдающегося масштаба, которое вызвало широчайший общественный резонанс во всем мире и имело особое значение для Великобритании и для британской монархии как символа многовековых традиций и всемирного влияния. Бракосочетание британского принца – редкое событие, поэтому подготовка к свадьбе и сама церемония несколько месяцев освещались всеми мировыми СМИ. На фотографии изображен момент, когда молодожены наблюдают за проносящимися над Букингемским дворцом самолетами британских ВВС. Несмотря на то, что кадр охватывает малое пространство, он полон внутренней динамики. Репортажный метод съемки позволил даже в официальной обстановке передать живые человеческие эмоции: счастье девушки из простой семьи, которая, как в сказке, стала женой принца; тревогу Уильяма, который, будучи летчиком, понимает сложность и опасность маневров; непринужденность и интерес девочки постарше, наблюдающей за воздушным парадом; страх маленькой девочки, которая испугалась пролетающих в честь торжества королевских истребителей. В то же время, композиционное решение кадра, позы людей, их одежда, доминирующее в цветовом аспекте сочетание белого и красного передают торжественность и значимость события, которое навсегда останется в мировой истории.

Ситуационная фотография – не показ и не фиксация, а раскрытие смысла происходящего. Она субъективна, важно то, что увидел и как это раскрыл фотограф, поэтому от него требуется умение видеть и понимать весь спектр оттенков и значений, которые содержатся в данной ситуации [Лапин 2004: 171 – 174]. Один из примеров ситуационной фотографии представлен на обложке журнала «Русский репортер» № 22 (150) от 10–17 июня 2010 года: фотоснимок с анонсом материала «Чайф по чесноку. Обратная сторона рок-н-ролла: от Твери до Брянска», на котором изображена толпа людей, пришедших на один из юбилейных концертов группы «Чайф». Структура кадра достигается смещением точки съемки в сторону от центрального положения (точка съемки – боковая, справа). Таким образом, изображение становится объемным, а его формы выражаются полнее. Использована верхняя точка съемки, причем расстояние между точкой съемки и объектом съемки достаточно большое. Формат снимка – горизонтальный. Он используется при съемке объектов, имеющих значительную протяженность по горизонтали при их относительно небольшой высоте. Снимок оригинален тем, что самих музыкантов в кадре нет, внимание акцентируется на

бесчисленных поклонниках творчества группы «Чайф», которые в едином порыве сопереживают происходящему на сцене. Эмоциональность и выразительность фотоизображения достигаются с помощью среднего плана, который приближает читателя к происходящему, передаёт настроение концерта. Благодаря черно-белому колористическому решению, фотография сочетает в себе простоту и сильную эмоциональную выразительность.

Фотография момента – вид репортажной фотографии, в котором главное – зафиксировать уникальность момента. Фотограф не видит, а угадывает, как могут сложиться обстоятельства, каким может получиться кадр. Естественность поведения персонажей – обязательное условие. А.И. Лапин считает, что в фотографии момента существуют два метода съемки: первый – это суперреакция, когда фотограф за долю секунды вскидывает камеру и снимает; второй – длительное наблюдение, ожидание нужного момента с пальцем на кнопке. Здесь необходимы мгновенная реакция, чувство предвидения, умение оставаться незаметным, но, главное, способность предугадать смысл [Лапин 2004: 174]. В качестве одного из примеров фотографии момента на обложке журнала «Русский репортер» проанализируем снимок, опубликованный в № 9 (238) от 1–8 марта 2012 года, с анонсом материала «Путин. Что дальше. Первые итоги президентских выборов». В кадре – избранный президент России Владимир Владимирович Путин сразу после оглашения предварительных результатов президентских выборов в 2012 году. Он слегка наклонил голову, видно, как по его щеке течет слеза. На заднем плане виднеется главная башня Кремля.

Фотография была сделана на максимально близком расстоянии от объекта с нижней точки съемки. Такое изображение называется ракурсным, оно приобретает особую выразительность, объясняемую резкими перспективными сходами линий в кадре. Прием съемки с нижней точки таит в себе большие выразительные возможности, но он должен использоваться очень обдуманно. Невысокие объекты переднего плана часто проецируются на фоне неба и оказываются на одной высоте с грандиозными сооружениями дальнего плана. В данной фотографии изменяется привычное соотношение предметов переднего и дальнего планов по высоте (В. В. Путин и башня Кремля). На зрителя такое изображение производит особое впечатление, так как объект переднего плана стал высоким, масштабным, значительным. Снимок – вертикальный (вытянутость кадра достигается за счет двух вертикальных фигур). Фотография выполнена в цвете с преобладанием черного, на фоне которого особенно выразительно смотрятся фигура В.В. Путина и рубиновая звезда на кремлёвской башне.

На репортажном снимке зафиксирован уникальный момент: в границах одного кадра сошлись избранный президент в особом эмоциональном состоянии и один из самых узнаваемых во всем мире фрагментов Кремля – символа российской власти, причем композиционно снимок выстроен так, что фигура В.В. Путина в два раза больше, чем башня Кремля. Все это придает фотографии выразительность и глубинный смысл, который понятен с первого взгляда. Данная фотография – несомненная удача фотографа и

показатель его высокого мастерства: в кадре объединены выразительность момента, выразительность формы и значимость события.

На обложке «Русского репортера» нередко встречается *фотография детали* – вид репортажной фотографии, который характеризуется тем, что какая-либо деталь гораздо важнее и содержательнее, чем главный по смыслу объект. В ее основе – обобщение, иносказание, метафора [Лапин 2004: 175]. Один из ярких примеров фотографии детали представлен на обложке «Русского репортера» № 4 (182) от 3–10 февраля 2011 года с анонсом материала «Домодедово. Герои и предатели войны с террором». На снимке изображена макушечная часть головы человека и его рука с многочисленными порезами. Композиционно именно окровавленная рука попадает в центр внимания, а выполнение фотографии в цвете подчеркивает трагизм и противоестественность ситуации. Крупный план делает фотографию выразительной и вызывает эмоциональную реакцию, а точка съемки, при которой мы не видим лица объекта, позволяет донести мысль о том, что эта беда коснулась не только конкретного человека, который попал в кадр, но и многих других людей.

Изобразительная фотография – это результат поиска выразительных сочетаний в реальности: возникшая в силу стечения обстоятельств ситуация интересна своей выразительной формой. Точность компоновки, внутренние связи, согласованность компонентов, качество изображения – основные критерии, которые отличают изобразительную фотографию. Ценность снимка определяется самим изображением, тем, как оно построено, и тем, что оно выражает сверх фиксации реального события [Лапин 2004: 177 – 181]. Среди примеров изобразительной фотографии стоит отметить снимок с анонсом материала «Башкирские волки. Какое наследство оставил Муртаза Рахимов» на обложке журнала «Русский репортер» № 28 (156) от 22–29 июля 2010 года. В кадре – рядовой момент массового шествия, но внимание сфокусировано на фигурах трёх мужчин и флаге над их головами. Мужчины держат по красной гвоздике, на руках – отличительные повязки. На флаге и на повязках изображена голова оскалившегося волка в желтом круге – символ башкирского движения «Кук кубе» («Серые волки»). На снимке зафиксирован факт митинга на площади в Уфе, куда люди пришли поддержать экс-президента Башкирии М. Рахимова, который на тот момент подал в отставку и ушел со своего поста. При сохранении репортажности, все элементы фотоизображения организованы в рамках одного кадра так, что их сочетание придает снимку выразительность и особый смысл. Основная сложность заключалась в том, чтобы зафиксировать момент, когда ветер полностью раскрыл флаг над головами митингующих. Естественная подсветка флага солнечным светом делает эмблему особенно яркой и выразительной, а нижняя точка съемки создает впечатление объединения людей единой идеей. Диагональное композиционное решение передает внутреннюю динамику и целенаправленность движения, причем кадр выстроен так, как будто люди движутся по диагонали вниз, вызывая ощущение обреченности. Кроме того, фотографу удалось объединить

эмблемы на флаге и на повязках в равнобедренный треугольник, т. е. голова оскалившегося волка, четыре раза повторяющаяся в рамках одного кадра, объединяет и «цементирует» изображенных на фотографии людей.

Композиционная фотография характеризуется тем, что все её компоненты образуют единое и гармоничное целое, а композиция выразительна и содержательна. Рамка кадра строго закреплена, нет случайных деталей, изображение самоценно, причем часто такие фотографии лишены сюжета и не представляют интереса событийно [Лапин 2004: 181 – 183]. Один из редких примеров композиционной фотографии на обложке журнала «Русский репортер» опубликован в № 36 (214) от 8–15 сентября 2011 с анонсом материала «Это была наша команда. Трагедия в Ярославле: репортаж, расследование, свидетельства». На снимке изображены спортсмены хоккейного клуба «Локомотив» из Ярославля, позже погибшие в авиакатастрофе. Хоккеисты в спортивной форме стоят на ледовом поле дворца спорта «Заволжский», причем линия их построения делит кадр по горизонтали ровно пополам, создавая полную симметрию: в верхней половине кадра – освещенные лучами софитов спортсмены, а в нижней – их зеркальное отражение на поверхности льда. Данная фотография была сделана, когда никто не знал о грядущей трагедии, которая придает изображению особый смысл. В кадре нет зрителей, только хоккеисты, которые стоят в ряд на черном фоне так, что четко виден каждый член команды, и у каждого – призрачный двойник в ледяном пространстве. Полная симметрия выражает статику и покой, в данном случае, вечный покой.

Фотосерия – вид репортажной фотографии, который представляет собой визуальное исследование, объединённое единством темы, объекта, сюжета или формальными признаками. Какой-либо общий элемент является обязательным признаком. Серия может быть открытой (ее можно продолжать неограниченно) и закрытой [Лапин 2004: 183]. Редкий пример фотосерии на обложке журнала «Русский репортер» опубликован в № 14 (243) от 5–12 апреля 2012 года с анонсом материала «Новая надежда. Станет ли Елизавета Тухтамышева чемпионкой в Сочи». Серия из пяти фотографий демонстрируют самые яркие и эмоционально наполненные моменты выступления фигуристки Елизаветы Тухтамышевой на зимних юношеских Олимпийских играх 2012 года в Инсбруке (Австрия). Многокадровость – главный критерий, по которому данные фотографии были отнесены к жанру фотосерии. Все снимки объединены темой и объектом, хотя каждый кадр может претендовать на самодостаточность. Возможно, расположение фотографий в серии произвольное, но определенные смысловые связи между снимками очевидны. Колористическое решение (тёмное на белом фоне) выступает основным изобразительным средством, подчеркивая красоту, изящество, выразительность и эмоциональность героини.

Подводя итог, следует отметить, что хроникальная и информационная фотографии, а также фотоочерк на обложках проанализированных номеров журнала «Русский репортер» не обнаружены, что не вызывает удивления,

поскольку специфика данных видов репортажной фотографии не предполагает их публикацию на обложке, если учитывать рассмотренную выше роль фотографии в формировании фирменного стиля издания.

Литература

1. Добробабенко Н. Mission & Vision: ценности марки на основе корпоративной стратегии // Реклама. – 2000. – № 1. – С. 14 – 18.
2. Лапин А.И. Фотография как – М., 2004. – 324 с.
3. Онлайн-интервью с главным редактором журнала «Русский репортер» Виталием Лейбиным [Электронный ресурс] // Обзоры событий. – 2007. – Режим доступа: <http://www.gipp.ru/viewer.php?id=17625>.
4. «Русский репортер» – рост аудитории стабилен и имеет отличную динамику [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mediaguide.ru/?p=news&id=4c88a1d1>.
5. Ценев В. Фирменный стиль [Электронный ресурс] // Рекламодатель: теория и практика. – 2004. – Режим доступа: http://www.advesti.ru/publish/style/210405_mnenie.

ПОИСК ОПТИМАЛЬНОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ В ИНТЕРВЬЮ С ЛЮДЬМИ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ФИЗИЧЕСКИМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

(на материале интервью проекта «Разные люди»)

Антонова Ольга Вадимовна

Луганский национальный университет им. Тараса Шевченко – Украина

Статья посвящена анализу особенностей коммуникативной стратегии журналиста во время интервью с людьми с ограниченными физическими возможностями, поиску наиболее оптимальных моделей построения беседы.

Ключевые слова: интервью, коммуникативная стратегия, авторская прагматика текста, режиссура интервью.

На современном этапе развития массмедийной системы, которая характеризуется превалированием диалогических форм журналистики над монологическими, «диалогизацией самого процесса общения с аудиторией» (Здоровега 1969: 152), жанр интервью привлекает внимание в связи с высокой частотностью применения и активным тиражированием. Анализ текстов интервью как жанра журналистики представляет особенный интерес, поскольку они являются своего рода маркерами социальной роли интервьюируемой личности, индикаторами актуальных проблем современности, настроений общества.

Целью нашего исследования является прослеживание реализации коммуникативной стратегии журналиста при интервьюировании людей с особенными физическими потребностями, очерчивание требований к его коммуникативному поведению. Объектом исследования стали тексты интервью проекта «Разные люди», организованного Bezgraniz Couture