

## Фотография как невербальный компонент газетного номера

Научный руководитель – Медведкина Татьяна Андреевна

*Распорская Ксения Александровна*

*Студент (бакалавр)*

Донецкий национальный университет, Донецк, Украина

*E-mail: rasporskaya.x@yandex.ru*

В последние годы место печатных СМИ стали занимать электронные ресурсы, тем самым вытесняя их из ряда традиционных информационных средств. Печатные издания пытаются достойно конкурировать с интернетом и ТВ и в этом им помогает визуальный контент. Яркие изображения на экранах телевизоров делают свое дело - зритель и, соответственно, читатель по привычке, первоначально обращает свое внимание на фотоизображения. В связи с этим, редакции с каждым днем стараются улучшать дизайн и содержание своих изданий, где роль фотографий значительно и постоянно возрастает.

Целью данного исследования является изучение технологий манипуляции с помощью фотоизображений и использование их в газетах.

Для реализации данной цели мы провели анализ структуры печатного СМИ, а также определили место и роль фотоснимка в газетном номере.

В нынешнем обществе понятие газета - это печатное периодическое издание, в котором публикуются новости о происходящем в мире для широких слоев населения.

Форма и содержание печатного издания - это неразрывное целое. Однако, если содержание играет основную роль, то форма производит впечатление первоначально, еще до того, как читатель приступит к изучению опубликованных материалов. Она способствует наиболее полному, быстрому и четкому представлению о содержимом, помогает найти наиболее важное и актуальное для каждого читателя.

При оформлении издания нужно придерживаться следующих принципов: подчиненность содержанию; единство; контрастность; пропорциональность; направленность; экономность и сдержанность; экспериментальность; системность.

Иллюстрация в широком значении - пояснение вербальной информации наглядными примерами, чертежами и изображениями. Читатель быстрее и детальнее воспринимает данную информацию, ведь любые картинки всегда обращают на себя внимание и быстро запоминаются. Фотография на страницах газеты призвана заинтересовать читателя, привлечь его внимание, визуализировать информацию и способствовать лучшему усвоению содержания материала.

Визуальный компонент может быть частью материала, отдельным информационным фото с подписью, частью фоторепортажа или рекламы и т.д.

Основные функции фотографии: декоративная, прагматическая, функция удержания внимания, информационная, эмоционально-психологическая.

Исторически сформировались 3 «основных», канонических жанра фотожурналистики: фотоинформация (фотозаметка), фотопортрет и фоторепортаж. Это жанры фотожурналистики, применяющиеся чаще остальных. Так же существуют художественно-публицистические жанры. К ним относят: фотозарисовку, фотоочерк, фотопортрет, фотоплакаты, фотосериал, фотомонтаж, фотоколлаж.

Различают также и жанры фотоиллюстраций. К ним относят прямое иллюстрирование, образно-синтетическое, документальное, а также декоративное (орнаментальное).

Различные компании рекламируют свои товары при помощи журналов и газет. Рекламодатели используют различные ходы в своих объявлениях, чтоб как можно больше в

чем-то убедить читателя. Возможности печатных СМИ позволяют делать это очень эффективно. И, несомненно, эта эффективность повышается, если украсить данные объявления соответствующими изображениями. Рекламные изображения нацелены на пропаганду торговых марок или продуктов, они способствуют узнаваемости товаров и информируют общественность о каких-либо событиях.

Особенностями влияния газетных иллюстраций объясняется тот факт, что понемногу она занимает все более важное место в составе газетного номера. Возрастает количество картинок на полосах, они становятся более разнообразными и на них возлагаются более ответственные задачи.

Конечно, ничто так не украшает развороты и не несет в себе столько эмоций, как фотография. Но основная функция фотографии - информировать. Каждое фото рассказывает свою историю, а каждая история, в свою очередь, достойна того, чтоб быть проиллюстрированной.

В целом, можно сказать, что фотографии - это сборники особых важных качеств, которые просто необходимы для любых печатных СМИ. Фотоснимок способен оживлять текст, придавать ему более ясные очертания или акцентировать внимание на каком либо его фрагменте, тем самым заинтересовывая читателя и вовлекая его в свою атмосферу.

### **Источники и литература**

- 1) Черных А. Усталость сострадать. Мир современных медиа. - Издательский дом «Территория будущего». Москва., 2007
- 2) Чалдини Р. Психология влияния. – Спб., 2012
- 3) Терин В. П. Массовая коммуникация. – Москва., 2002
- 4) Райхман И. Практика медиа измерений – Издательство Альпина Паблишер., 2013