

УДК 070:77.044:004.738.5(476)

**Е. А. Гуртовая**

Белорусский государственный университет

**ДИАЛЕКТИКА ВЕРБАЛЬНОГО И ВИЗУАЛЬНОГО  
В СОВРЕМЕННОЙ ФОТОЖУРНАЛИСТИКЕ**

В статье представлены результаты исследования взаимодействия вербально-визуального контента в цифровой фотожурналистике. Практическим материалом данного исследования послужило содержание сайтов и официальных инстаграм-аккаунтов государственных печатных СМИ Республики Беларусь, белорусских информационных порталов, а также отдельных зарубежных изданий за 2018 – июль 2019 гг. Установлены основные формы взаимодействия вербальной и визуальной составляющих публикаций в современной медиасреде. Показано, что лавинообразный рост визуального контента в журналистике сопровождается его мощной вербализацией, в результате чего наблюдаются изменения в создании, распространении и восприятии фотографии. В свою очередь, медиатекст, попадая в поле цифровой визуальной среды, обнаруживает тенденцию к минимизации своего объема вплоть до дробления до отдельных фраз и слов, способных имплантироваться в поверхность фотографического изображения в качестве распространенного объекта съемки. Рассмотрены показательные примеры из современной белорусской и зарубежной фотожурналистики. С учетом полисемантической природы фотографического изображения и стабилизирующей функции текста по отношению к его значению обозначен подход к работе с вербальным и визуальным компонентами публикации в рамках информационных, аналитических и художественно-публицистических жанров фотожурналистики.

**Ключевые слова:** вербальный, визуальный, визуализация, изображение, текст, фотография, фотожурналистика, цифровая медиасреда.

**Ye. A. Gurtovaya**

Belarusian State University

**DIALECTICS OF VERBAL AND VISUAL IN MODERN PHOTOJOURNALISM**

The article presents the results of a study of the interaction of verbal-visual content in digital photojournalism. The practical material of this study was the content of websites and official instagram accounts of the state print media of the Republic of Belarus, Belarusian information portals, as well as selected foreign publications for 2018 – July 2019. The main forms of interaction between verbal and visual components of publications in the modern media environment are established. It is shown that the avalanche-like growth of visual content in journalism is accompanied by its powerful verbalization, with the result that there are changes in the creation, distribution and perception of photography. In turn, the media text, falling into the field of the digital visual environment, reveals a tendency to minimize its volume, up to crushing to individual phrases and words that can be implanted into the surface of a photographic image as a common subject. Representative examples from contemporary Belarusian and foreign photojournalism are considered. Given the polysemantic nature of the photographic image and the stabilizing function of the text in relation to its value, an approach to the verbal and visual components of the publication in the framework of informational, analytical, and artistic and journalistic genres of photojournalism is indicated.

**Key words:** verbal, visual, visualization, image, text, photography, photojournalism, digital media environment.

**Введение.** В научных исследованиях, посвященных изучению взаимосвязи текста и изображения в фотожурналистике, можно выделить несколько основных направлений. Одно из них основано на общетеоретических методах и проводится в рамках теории журналистики с привлечением в отдельных работах подходов семиотики, психоанализа и др. Другое (более обширное и разнообразное) опирается на методологический ресурс лингвистики, в котором изобразительно-текстовые феномены могут

определяться как креолизованный текст, поликодовое сообщение, изовербальный комплекс, иконотекст и др. При этом фотография рассматривается как частный случай, один из видов визуализации информации в мультимодальных сообщениях. С учетом вербализации, которой подвергается фотография в массмедиа сегодня, и экстраполяции лингвистических методологических ресурсов на изобразительно-текстовые феномены представляется актуальным обозначение подхода к указанному вопро-

су, основанного на логике изобразительной плоскости, в рамках которой такие характеристики, как местоположение и величина, являются значимыми характеристиками вербальной и визуальной составляющих журналистской публикации.

**Основная часть.** Теоретические работы по фотожурналистике эпохи печатных медиа рассматривали взаимосвязь текста и изображения с точки зрения функциональной специфики периодической печати как вида массовой агитации и пропаганды, т. е. с точки зрения программирования реакции зрителя. В работе Ю. Г. Шаповал «Изображение и слово в журналистике» применительно к фотографии основной акцент сделан на текстовки – комментарии к журналистским снимкам: «сути текста к журналистской фотографии более всего отвечает понятие комментарий» [1, с. 75]. Его функция по отношению к фотографии определялась как объяснительная (в контексте внедрения в общественное сознание определенных идей). Автором были выделены четыре вида комментариев: информационный (объясняющий), комментарий-раздумье, полемический, сатирический.

Современный российский исследователь массовой коммуникации Березин В. М. выделяет больше форм текста, относящегося к фотографии в СМИ, указывая, что предлагаемый им перечень является открытым, и что сегодня «уровень интегрированности всех изобразительных средств, равно как и других знаковых образований, в единое текстуральное пространство печатных и электронных изданий весьма высок» [2, с. 74].

Особенности вербально-визуального взаимодействия в произведениях фотожурналистики требуют уточнения в динамичном цифровом медиапространстве, претерпевающим изменения с точки зрения технологий, которые становятся фактором трансформации в областях производства, распространения, хранения и восприятия фотографии в СМИ.

Сегодня визуализация определяется рядом исследователей как преобладающая тенденция в современном медиапространстве. Ставшее аксиомой утверждение основывается на количественных параметрах: очевидно увеличиваются площади, занимаемые изобразительной (преимущественно фотографической) информацией, тексты же уменьшаются, тяготеют к компактному информационным жанрам, что наиболее выразительно проявляется при адаптации журналистского контента к формату социальных сетей.

Однако возрастание массивов визуальной информации обнаруживает парадоксальный

эффект: чтобы быть функциональным, непрерывно обновляемый визуальный поток требует вербализации, без чего невозможно классифицировать, искать фотографии, управлять вниманием быстрого сканирующего взгляда, пришедшего на смену созерцательному рассмотрению зрителя печатных медиа. Таким образом, нарастающая визуализация порождает и соответствующую тенденцию в вербализации.

Указанная диалектика вербального и визуального нашла отражение и воплотившейся в практику концепции универсального журналиста, производящего мультимодальный контент, хотя в доцифровой журналистике в равной степени талантливо пишущие и снимающие журналисты признавались исключением из правил.

К текстам, пронизывающим современную фотографию, можно отнести, во-первых, традиционные: заголовок, подпись, комментарий-текстовка (претерпевший, впрочем, в среде соцсетей значительные изменения), объемный журналистский текст, который может быть выполнен в различных жанрах. Во-вторых, к перечню добавились исключительно дигитальные продукты: хештег, логотип, размещаемый на фото, бегущая строка.

Хештег – ключевое слово – индексирует цифровую фотографию, вычленяет из непрерывного изображения некоторые дискретные единицы, и, действуя аналогично увеличительному стеклу, акцентирует на них внимание. Таким образом задается стандартизированная семантическая матрица изображения, определяющая траекторию зрительного внимания. При этом набор хештегов к фото представляет один из возможных способов описания фотографии, не может быть исчерпывающим, являет собой своеобразный вербальный архив визуальной информации с неизбежной потерей данных.

Хештеги можно разделить на несколько типов. По содержанию выделяют объектные, тематические и геохештеги. В целом они отвечают наиболее распространенным журналистским запросам, предъявляемым к фото, хотя тематические более разнообразны. Однако появляется еще один значимый критерий – критерий распространенности: существуют популярные и уникальные хештеги. Комбинаторика различных видов хештегов направлена на сверхцель поста социальной сети – увеличение количества просмотров и привлечение новых подписчиков. Популяризация хештегов провоцирует в свою очередь создание большого количества фотографий по вербальному принципу с высоким уровнем визуальной стандартизации.

Таким образом, попадая в визуальный поток, медиатекст может дробиться до слова, и в виде отдельного слова (или краткой фразы) он

способен входить в наиболее тесную связь с изображением, в отдельных случаях вживляясь в тело фотографии. Строго говоря, иногда текст выступал объектом фотографирования и в традиционной аналоговой фотожурналистике, придавая снимку выраженное публицистическое звучание. Классический пример – фотография американского и французского фотографа Эрвита Элиотта «Для белых и цветных» (1950 г.), на которой изображены два умывальника: более благоустроенный для «белых», менее – для «цветных», о чем сообщают соответствующие подписи. Но сегодня в связи с распространением текста в городской среде (в которой в том числе нередко встречаются и опредмеченные хештеги, служащие фоном и поводом для фото), как никогда популярны снимки, на которых лозунг, надпись на одежде или коже героя публикации выступает *в роли денотата фотографии*, концентрированно выражая смысл итогового сообщения.

Эффект воздействия подобных снимков используется как отечественными, так и зарубежными СМИ. В официальном инстаграм-аккаунте британской газеты «The Guardian» снимки с текстом-денотатом часто используются в качестве заглавных в подборках фотографий на определенную тему. Контент-анализ аккаунта за 2018 – июль 2019 г. показывает, что подобный прием в данном издании применяется в основном для фотографий политической или остро-социальной тематики (выборы в органы власти, реакция общества на теракт, демонстрации). Например, в публикации от 3.06.2019 на заглавной фотографии изображен мост с баннером, занимающем около 1/4 изображения. На баннере крупными буквами читается надпись «RESIST TRUMP». На мосту видны люди с британским флагом. Краткий комментарий под фото сообщает, что антитрамповские баннеры размещены в связи с трехдневным визитом сорок пятого президента США в Лондон таким образом, чтобы они были видны из окна посольства Великобритании. Текст-денотат выступает в качестве функциональной доминанты фотографического изображения.

Показателен пример опубликованной в инстаграм-аккаунте «The Guardian» фотографии, набравшей в соцсетях к 24.04.2019 более 120 тыс. лайков. Молодая женщина-мусульманка сфотографирована на фоне протестующих американских мужчин с агрессивными антимусульманскими лозунгами. Слева внизу у самого края кадра очевидно намеренно включена надпись на автомобиле «Metropolitan police». Таким образом, текст, включенный в кадр, с точки зрения формы создает красноречивое обрамление для портрета улыбающейся

мусульманки, с точки зрения содержания снимка – обнажает и политический контекст, и место съемки.

В белорусской фотожурналистике тематический профиль снимков, содержащий текст-денотат, принципиально иной. Большинство фотографий такого типа посвящены праздничным событиям, например: «Христос воскрес» (28.04.2019, официальный инстаграм-аккаунт газеты «Звязда»); «8 марта – День женщин!» (7.03.2019, там же). Также особенно популярна тема любви в разных ее проявлениях: «Любовь сохрани» (5.02.2019, там же); «Я люблю Минск» (14.12.2019, там же). Абсолютное большинство фотографий с текстом-денотатом, размещенных в официальном инстаграм-аккаунте газеты «СБ. Беларусь сегодня», содержит слово «Беларусь» (или «Belarus») также в праздничном или ином позитивном контексте (по результатам контент-анализа за январь – июнь 2019 г.).

В цифровой журналистике текст чаще чем в традиционной печатной журналистике помещается поверх фотографии, которая используется в качестве фона. В таком случае связь вербального и визуального менее тесная, чем с текстом-денотатом. Виды *текста поверх фотографии*: всплывающий при наведении курсора текст, заголовок, логотип, текст в аудиоформате, дублированный бегущей строкой.

Из-за небольшого размера фотографий на мобильных устройствах текст часто размещают на лицах портретируемых, что в ряде случаев способствует возникновению уничижительных коннотаций. Например, в публикации «Вспоминаем, чем запомнился Игорь Шуневич», текст размещен на подложке в виде пятен крови, которые закрывают левый глаз и щеку экс-главы МВД (10.06.2019, инстаграм-аккаунт белорусского информационного портала Onliner.by).

В борьбе за продвижение бренда и защиту авторских прав на цифровой фотографии часто размещаются логотипы изданий. Как правило, яркие и крупные, они перетягивают на себя внимание, искажают изначальный смысл фотографии, уменьшают визуальную привлекательность снимка. В онлайн-версии регионального издания «Аршанская газета» найдены образцы фотографий, в которых логотип занимает до 1/8 снимка (18.01.2019).

Что касается *текстов, располагающихся рядом с фотографией*, то они наиболее традиционны, их объем варьируется в широком диапазоне. Фотография в них может выполнять как главную, так и второстепенную роль по отношению к тексту. Достаточно редки журналистские произведения, в которых текст и фото вы-

ступают равнозначными элементами. Примерами таковых выступают авторские «жанры» российского журналиста Юрия Роста, белорусского фотожурналиста Евгения Песецкого.

С 1972 г. Ю. Рост определяет свое визуально-вербальное изобретение как «взгляд». Фотография у него – не иллюстрация к тексту, а текст – не объяснение к фотографии. Они объединяются общей концепцией. Типичные примеры авторского взгляда собраны в книге Ю. Роста «Групповой портрет на фоне века» (2007 г.).

В белорусской фотожурналистике широко известно имя фотокорреспондента газеты «Звязда» Евгения Песецкого, который в рубрике «Фотаслова» названной газеты на протяжении многих лет публиковал вербально-визуальные произведения, состоящие из фотографии и стихотворения, посвященные общему явлению или идее. Результаты творческих экспериментов Е. Песецкого представлены в издании «Кола дзён» (2007 г.).

Слова прозы Ю. Роста и поэзии Е. Песецкого соотносятся с запечатленными на их фотографии объектами. Однако художественная завершенность, информативность и экспрессивность вербального и визуального компонентов позволяют говорить о равнозначном значении фотографии и текста как во «взгляде», так и в «фотаслове», что подтверждает значимые параметры фотографии в мультимодальном сообщении, определенные белорусским лингвистом Плотниковым Б. А. в работе «Семиотика текста: Параграфемика» [3, с. 51].

Фотографическое изображение полисемично по своей природе, открыто для разнообразных, иногда диаметрально противоположных интерпретаций, зависящих от психологических, социокультурных и иных установок реципиента. В рамках массовой коммуникации неопределенность полисемии фотографии устраняется с помощью сопровождающего ее текста. Вербализация визуального произведения имеет свои пределы: при попытке «атомизировать» изображение до его мельчайших элементов, какими, например, можно считать точки (пиксели), цветовые пятна, линии, наблюдается принципиальное несоответствие их таким элементам системы языка, как фонемы и морфемы. Значимые соответствия обнаруживаются только на следующем уровне – уровне лексем, согласующихся с четко дифференцированными образами предметов и представляющих лишь содержательный уровень фотографии. При

этом очевидно, что содержательный уровень фотографии не тождествен фотографическому сообщению, часть которого неизменно ускользает от адекватной вербализации. Одна из ключевых мыслей эссе «Против интерпретации» – критика Сюзан Сонтаг – заключается в том, что современный человек в стремлении свести искусство к его содержанию потерял способность воспринимать произведения (как литературные, так и изобразительные) непосредственно во всей их полноте, что «порождает постоянный, никогда не завершающийся труд интерпретации», которая, в конечном итоге, обедняет и иссушает произведение, так как из него выхватываются, порой агрессивно, те или иные элементы [4, с. 15 – 17].

Для наиболее полного проявления потенциала фотографических свойств изображения, и особенно в аналитических и художественно-публицистических жанрах фотожурналистики, следует умеренно использовать текст, оставляя читателю свободное пространство для собственных догадок и размышлений. В информационных жанрах, напротив, использование текста в тесной связи с фотографией способствует оперативности и точности восприятия фотографической информации, помогает осуществлять поиск необходимых изображений.

**Заключение.** Вербализация визуального поля медиапространства – закономерный итог роста визуальной информации в современном мире. Она является средством оперирования фотоизображениями, управления вниманием зрителя в цифровой среде. Текст становится излюбленным объектом фотографирования. Попадая на изобразительную плоскость в качестве денотата, он образует с ней неделимый сплав, в котором преодолевается антитегическое восприятие вербального и визуального. Самостоятельность указанных компонентов в журналистских публикациях во многом определяется такими характеристиками, как художественность, экспрессивность, информативность, выделенными в рамках семиотики текста. На взаимосвязь текста и фотографии оказывают влияние также изобразительные параметры: местоположение текста и его объем. Связь становится сильнее при уменьшении (дроблении) текста, а также уменьшении (преодолении) его дистанции с изобразительной плоскостью. Варьирование интенсивности вербально-визуальной связи может быть использовано для реализации различных функций фотографического изображения в фотожурналистике.

### Литература

1. Шаповал Ю. Г. Изображение и слово в журналистике. Львов: Вища шк., 1985. 151 с.
2. Березин В. М. Фотожурналистика. М.: Изд-во РУДН, 2009. 159 с.

3. Плотников Б. А. Семиотика текста: Параграфемика: учеб. пособие. Минск: Выш. шк., 1992. 190 с.
4. Сонтаг С. Против интерпретации и другие эссе. М.: Ад Маргинем Пресс, 2014. 352 с.

#### References

1. Shapoval Yu. G. *Izobrazheniye i slovo v zhurnalistike* [Image and word in journalism]. L'vov, Vyshca skola Publ., 1985. 151 p.
2. Berezin V. M. *Fotozhurnalistika* [Photojournalism]. Moscow, RUDN Publ., 2009. 159 p.
3. Plotnikov B. A. *Semiotika teksta: Paragrafemika* [Text Semiotics: Paragraphic]. Minsk, Vysh. skola Publ., 1992. 190 p.
4. Sontag S. *Protiv interpretatsii i drugie esse* [Against interpretation and other essays]. Moscow, Ad Marginem Press Publ., 2014. 352 p.

#### Информация об авторе

**Гуртовая Екатерина Александровна** – кандидат филологических наук, доцент кафедры периодической печати веб-журналистики. Белорусский государственный университет (220030, г. Минск, пр-т Независимости, 4, Республика Беларусь). E-mail: kate@tut.by

#### Information about the author

**Gurtovaya Yekaterina Aleksandrovna** – PhD (Philology), Assistant Professor, the Department of Medialogy and Web Journalism. Belarusian State University (4, Nezavisimosti Ave., 220030, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: kate@tut.by

*Поступила 16.07.2019*