

Соперничество фотографии и телевидения в информационном поле XX в.

Научный руководитель – Трубников Юрий Алексеевич

Соколова Алика Даниловна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа телевидения (факультет), Москва, Россия

E-mail: alikasokolova@gmail.com

Жизнь каждого человека в современном мире наполнена визуальными образами. Аудитория современных СМИ погружена в пространство визуальных образов, изображений. Телевидение и фотография - одни из ключевых способов получения информации об актуальных событиях, познании мира и общения с другими людьми. Фотография переводит информацию в сферу обыденного опыта, делает изображаемый объект само собой разумеющимся, естественным. Более того, фотография рождает новые формы понимания действительности. Медиатизированная действительность становится всеобъемлющей благодаря фоторепрезентациям, выступающим в роли «образного посредника» между индивидом и действительностью. Фотография возникла значительно раньше телевидения и много лет господствовала на информационном поле. Главная роль фотографии заключалась в запечатлении достоверной визуальной информации, в создании каталога явлений окружающего мира, делающего этот мир доступным для исследования и систематизации. На этом этапе фотография воспринимается, прежде всего, как технологическое изобретение, служащее развитию науки, управления общества. Фотография господствовала с XIX века. Однако в XX веке у фотографии появляется серьезный соперник - телевидение. Вторая половина XX в. становится периодом значительных изменений в значении фотографии. Технический прогресс и телевидение преобразовали природу фотографии. Преобразуется сам опыт восприятия фотографического акта - из ностальгического «созерцания» он превращается в эффект шока. Изменение фотографии соотносится с изменением роли фотографии в обществе и ее адресата. В это время телевидение, как одно из средств массовой информации, прочно вошло в жизнь людей, заняв ведущие позиции в способе передачи информации, оттеснив фотографию в область художественно-аналитическую, играя важнейшую роль в формировании информационного пространства всего мира. Развитие технологий привлекало все больший интерес аудитории к звуковой и движущейся «картинке». По результатам исследований, телевидение в ближайшем будущем будет оставаться наиболее популярным и доступным средством массовой информации. Поэтому необходимо понимать, что оно является тем ключевым инструментом в системе управления информационным пространством страны, которое способно формировать культуру информационной просвещенности граждан, а также выступать регулятором состояния информационной безопасности страны.

Источники и литература

- 1) Бакеева Д. Социально-культурные эффекты и визуализация в медиа: к постановке проблемы // Мультимедийная журналистика Евразии-2014: интегративные медиа-проекты, медийная коммуникация и информационализм в условиях интеллектуализации общества Востока и Запада. Евразия молодая-2014. – 2015 – С. 16-22.
- 2) Байдина В. С. Тенденции развития и стилистические трансформации телевизионных новостей // Журналистский ежегодник. – 2017. – №. 6. – С. 9.

- 3) Бамбушева Е. Фотография как универсальный источник информации (на примере периодической печати) // Диалог культур народов – залог мира и согласия. – С. 181-184.
- 4) Беляков З.С. Влияние феномена фотографии на развитие социальной теории в XX веке
- 5) Давлетшина С. Р. Перспективы развития традиционных СМИ в условиях конкуренции с социальными медиа // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. – 2017. – №. 2 (25). – С. 80-85.
- 6) Карбасова Е. Б. Фотография: концептуализация реальности: автореферат дис. ... кандидата философских наук : 24.00.01. - Санкт-Петербург, 2013. - 26 с.
- 7) Ковалева Л. А. Место и роль фотоизображений в современных методах передачи информации // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2017. – №3 (25). – С. 193-197.
- 8) Кузнецова Е. М. Проблема восприятия визуального образа // Наука. Искусство. Культура. – 2014. – №. 3. – 190-194.
- 9) Секарева И. В. Значение телевидения как средства массовой коммуникации // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – №. 5. – С. 663-663.