## СОДЕРЖАНИЕ

Вступление 3

Глава I.

Информативные фотографии журнала «Тайм» 12

Глава II.

Фотоиллюстрации на страницах журнала «Тайм» 28

Глава III.

Рекламная фотография журнала «Тайм» 39

Заключение 44

Библиография 47

## ВСТУПЛЕНИЕ

Выбор журнала «Тайм» для дипломной работы не случаен. Это издание было и остается одним из самых престижных журналов мирового уровня. Технологии, выработанные изданием, используются многими другими журналами. На «Тайм» в своей работе ориентируются «Итоги» и многие западные издания.

Журнал «Тайм» был задуман как еженедельный журнал новостей. Первый номер журнала вышел 3-его марта 1923 года. Это было совершенно новое изобретение – периодический дайджест новостей. «Тайм» был создан по принципу полной организованности и обеспечивал потребности современного общества в информации.

Основанный Брайтоном Хадденом и Генри Льюисом «Тайм» теперь имеет 40 международных изданий и его тираж (по данным справочника «Многотиражная печать») на 1971 год составил 4 миллиона экземпляров.

Журнал «Тайм», как и его детище – всемирно известный Life, принадлежит издательскому тресту Time Incorporated. Журнал имеет формат А-4 и состоит из 22 отделов (Основные отделы: Cover Europe, Africa, Asia, United States, Business, World Watch, Milestones, People).

Освещая жизнь в разных регионах, «Тайм» издается соответственно, на разных континентах: существует несколько больших отделений «Тайм», в частности, Time-US, Time-Asia, Time-Europe, которые отличаются подборкой новостей в соответствии с регионами издания. Основное издание «Тайм» печатается в Нью-Йорке, а именно оно выбрано для исследования в данной работе.

Издаваясь еженедельно, «Тайм» с периодичностью примерно один раз в 3 – 4 недели делает специальный выпуск, посвященный одной актуальной на данный момент теме, название которой размещено на обложке и самом журнале вверху на каждой странице. Тематические номера исследуют более детально и объективно конкретную проблему или вопрос международного масштаба. В период, выбранный для исследования (с ноября 1999 по апрель 2000 гг.) таких выпусков было издано несколько, в том числе: «актуальный выпуск: Time по ту сторону 2000 года: Наша планета и твое здоровье» (№19, 8 ноября 1999); «Иисус из Назарета: тогда и сейчас» (№23, 6 декабря 1999); Взгляды на космос и науку: в будущем мы сможем жить на Марсе» (№ 14, 10 апреля 2000), «Папа Римский на Святой Земле» (№ 13, 3 апреля 2000). Раскрывая одну тему, эти специальные издания (“Special Issue” или “Special Report”) содержали в себе и постоянные рубрики журнала, освещающие международные вопросы. Поэтому объем «Тайм» меняется в зависимости от количества материалов конкретного номера. Так, например, количество полос специального выпуска 8 ноября 1999 года составило 124, тогда как остальные 4 ноябрьских номера включали в себя 72-92 полосы. Кстати «Тайм» имеет тенденцию уменьшать объем журнала к концу года, и декабрьские номера включали в себе 64 страницы. Возможно, это обусловлено продуманным подходом журнала к подаче информации в определенных объемах.

Вообще вопросы оформления, качества полос журнала, распределения материалов в нем в каждом отдельном выпуске решены таким образом, чтобы «Тайм» можно было прочитать за час-полтора. Причем форма подачи фотографических и текстовых материалов обеспечивает эффективное чтение.

Успешной работе «Тайм» во многом способствуют его большие возможности и контакты в области получения информации. Благодаря своему профессиональному уровню, журнал обеспечивает себя оперативными материалами лучших международных информационных агентств. Иначе журнал не мог бы освещать такое огромное количество событий, происходящих в мире каждый день. Когда читаешь журнал «Тайм», складывается впечатление, что журналисты и фотографы, публикующиеся в «Тайм», в каждом уголке земного шара. Но таким мощным и организованным издание стало не вчера, - основа нынешней базы складывалась несколько десятков лет назад. По подсчетам количества визуальной информации всех номеров, пересылаемой ведущими информационными агентствами, можно сказать, что материалы Associated Press занимают порядка 40% - 50% (за 100% берутся все материалы, предоставленные международными агентствами). Второе место в этом списке разделяют SIPA, Corbis и SABA – около 20% далее идет Reuters и LIASON – 10%, остальные фотоматериалы предоставлены агентствами Nord, Matrix, Uustein, LAIF, Bettmann, Notmex, ANS, и Ostkrenz. Работы фотографов «Магнума» появляются в «Тайм» примерно в каждом третьем номере в разделах репортажной фотографии (современные снимки – Пол Моу (Чечня), № 22; Мартин Парр (Европейский супермаркет), № 24). Иногда снимки ветеранов «Магнума» появляются в разделе Рeople, как альтернатива стандартизированным современным иллюстрациям (Ив Арнольд (портрет Мэрилин Монро), № 19). Особого разговора заслуживают репортажи Сальгадо и Нэтвея, опубликованных на страницах мартовских номеров журнала.

Конкретный анализ материалов будет в следующей главе. Здесь же хочется обозначить те материалы, которые публикует на своих страницах журнал «Тайм» и определить критерии, по которым происходит этот отбор.

Во-первых, нужно уточнить, что «Тайм» практикует не собственный штат фотографов, а сотрудничает с известными профессиональными фотографами всего мира, работающими независимо или в каком-либо информационном агентстве. Уже готовые фотографии затем публикуются на страницах журнала как самостоятельные репортажные снимки или иллюстрации к текстовому материалу. Информация к фотоэссе и различным фотосюжетам пишется либо штатными журналистами (Дэниэл, Эйзенберг, Крис Тэйлор, Джоэл Штайн и др.) либо международными корреспондентами, которые работают в разных городах по всему миру. Пол Куин пишет материалы в Москве, публикуемые с фотографиями Пола Лоу (№ 22); Чарльз Валлас работает в Берлине, его статьи выходят на основе снимков агентства Reuters (№ 20).

Журнал «Тайм» очень профессионально подходит к выбору фотографий, исключая недостоверную и недоработанную информацию. На страницах издания печатаются снимки, полноценно отражающие реальность и время, в которое мы живем. «Тайм» публикует и документальные материалы, и фотографии событий реальной жизни.

Причина, по которой «Тайм» отбирает такие фотографии ― это искреннее действительное желание делать свой журнал источником, вернее, проводником четкой неискаженной информации о том, что происходит на нашей планете. В своей работе «Тайм» руководствуется принципом объективности, тем самым, который долгое время критиковался в нашей стране, трактовавшийся как недостаток, как «оболванивание народных масс». Но время показало узость этих умозаключений, а тем временем, западный журналист всегда стремился оказаться, как говорится, «над схваткой». Сущность журналистики заключается именно в этом объективном рассказе, где отстраненность не подразумевает безучастность, и это доказывают сами фотожурналистские работы.

Ранние фотографии «Тайм» были очень плохого качества, но все равно выполняли свои информативные и изобразительные функции. В настоящее время качество печати очень высокое. Изменилась формальная сторона. Сущностная сторона фотографии осталась прежней. Фотоматериалы «Тайм» сейчас, как и много лет назад, сохранили свою силу притягивать к себе внимание и заинтересовывать. Раньше «Тайм» был действительно уникальным явлением печати, будучи альтернативным еженедельником, публикуя краткую, четкую информацию обо всех происходящих в мире событиях.

Времена изменились. Общество, насыщенное визуальной информацией, удивить сложно. Но «Тайму» удается. Снимки журнала остаются в памяти надолго. И этому есть объяснение.

Раз фотографии публикуются в периодическом издании, значит, значение имеет не только содержание снимка, но и его форма подачи на полосе. И в этом вопросе «Тайм» демонстрирует профессионализм высокого уровня. Фотоснимки журнала очень выразительны и драматичны. Репортажное чутье в гармонии с тонким художественным вкусом и четкое, сжатое, простое оформление.

Фотография на страницах журнала «Тайм», как и на страницах большинства периодических изданий, выполняет обычно две функции – самостоятельное, оригинальное произведение или вспомогательный элемент, выполняющий иллюстративные задачи.

Исходя из этих критериев оценки фотографии, строится дальнейшая работа. В первой главе рассматриваются фотоматериалы «Тайм», которые сами являются репортажами, сообщающими о каком-либо событии. В этом случае визуальное изображение само по себе полноценно передает информацию. По силе воздействия и передаче впечатления такая фотография намного сильнее, чем текстовая информация.

Несмотря на то, что в Тайме текст превалирует над визуальным рядом (20-35% от объема всего издания, не считая рекламных полос), читатель постигает и переживает суть происходящего через фотоизображение. Поэтому сначала зритель считывает визуальную информацию, а текст ее дополняет или поясняет, конкретизирует место и время события, называет имена.

Во второй главе рассматриваются фотографии, которые иллюстрируют текст или оформляют его, т.е. используются как визуальные компоненты, оформляющие материал. Здесь же говорится о тех снимках, которые сочетают в себе обе функции журналистского фотоснимка, и которые очень трудно отнести однозначно к одной из этих групп. Таких снимков в рассматриваемый период на страницах журнала «Тайм» немного, но они очень выразительны и насыщены («Сироты», Малком Линтон из LIASON, № 24, 13 декабря 1999; «Нигерия – демократическое веяние», № 18, 1 ноября 1999).

Долгие размышления о принадлежности к какой-либо группе вызвали репортажные фотографии Сальгадо и Нэтвея. В конце концов, их решено было оставить в первой главе, так как высокая художественность не уменьшает их документальности и реалистичности. Возможно, немного скрашивается натурализм фотографий, снимки становятся более сдержанными, спокойными. Но смысл происходящих событий не нарушается. Сальгадо и Нэтвей занимаются «большим репортажем» и не ставят целью композиционное совершенство фотографии. Просто они им не пренебрегают.

Третья глава посвящена фотографическим рекламным материалам журнала «Тайм», которые выдержаны в одном ключе с остальными материалами издания, Рекламные фотографии занимают в девяти случаях из десяти полностью всю полосу или 2 полосы (разворот) журнала, при этом текстовая информация занимает в пределах 10% от объема рекламы. Текст накладывается на готовую фотографию. Само изображение выполнено по законам профессионального снимка (баланс формы и содержания, проработанная композиция и освещение). В большинстве случаев соблюдена чистота фотографических средств, несмотря на большие возможности американского концерна.

Рекламная фотография – как раз та область, где надо использовать в работе технические достижения.

«Тайм» отбирает рекламные фотографии также профессионально, как репортажные информационные снимки. Право выбора в любом случае остается за «Тайм», который может себе позволить отказать многим рекламодателям.

В «Тайм» прослеживаются некоторые закономерности существования всех трех типов фотографий (информативная фотография, фотоиллюстрация, рекламная фотография) на страницах журнала. Материалы распределяются следующим образом: первые 2 – 3 разворота каждого номера занимают реклама, затем порядка 5 – 15 полос информативного материала, затем опять несколько рекламных полос; порядка 15 полос иллюстрированной информации, подборки новостей, постоянные рубрики (каждая занимает одну полосу) и последняя рекламная полоса. Распределение фотоматериалов так (на примере девяти номеров «Тайм» за ноябрь, декабрь 1999 г.):

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Информативные материалы | Фотоиллюстрации | Рекламные фотографии |
| № 18 (88 полос) 11,5 | 8,0 | 14,0 |
| № 19 (124 полосы) 15,5 | 10,0 | 12,0 |
| № 20 (92 полосы) 8,0 | 8,0 | 18,5 |
| № 21 (72 полосы) 7,0 | 7,0 | 10,5 |
| № 22 (72 полосы) 7,0 | 5,0 | 7,5 |
| № 23 (72 полосы) 5,0 | 4,0 | 10,5 |
| № 24 (64 полосы) 7,0 | 6,0 | 7,5 |
| № 25 (64 полосы) 5,0 | 5,0 | 10,0 |

## ГЛАВА I

## ИНФОРМАТИВНЫЕ ФОТОГРАФИИ

## ЖУРНАЛА «ТАЙМ»

Информативные материалы «Тайм» составляют в общей сумме порядка 20 – 25 полос каждого номера журнала. Их количество варьируется в зависимости от количества полос конкретного номера (64 – 124 полосы). Из них около 5 – 10 полос – это сами фотографии событий, явлений, людей, выполненные в репортажном информационном стиле. Их соотношение с текстом составляет 2 – 3 части, при этом фотографии являются не иллюстрацией к тексту, а самостоятельным изображением, несущим на себе функции информационного документа.

В «Тайм» информативные фотоматериалы выходят в постоянных рубриках: World Watch, Europe, Middle, East, Asia, Images, Viewpoint, а также в рубриках отдельных номеров: Issues, coverstory, essay.

Возьмем номер журнала «Тайм» за 1 ноября 1999 года (88 полос). Он является самым удачным выпуском (из выбранного периода) по соотношению информационных материалов с рекламными и иллюстративными. В цифрах это выглядит как 1:1:0,4. Из 19 полос информационных материалов 30% составляют фотографии.

В разделе Asia опубликована работа Джеймса Нэтвея («Магнум») под названием «Злость». Информационный материал посвящен индонезийскому конфликту в связи с отставкой вице-президента Индонезии Мегавати. Эта статья занимает 2 полосы разворота, и фотография Нэтвея, изображающая кричащего с распростертыми руками демонстранта, удерживаемого полицией, передает всю боль национальной трагедии. Выхваченная Нэтвеем сцена выходит за границы кадра и через фрагмент передает так весь масштаб и силу события. Возможно, что выразительность этого информативного снимка повышается за счет его формы подачи на полосе. Фотография по размеру занимает треть разворота, тогда как другие снимки этого материала, сделанные Джоном Станмейром из SABA и Дата Аладкака из АР в сумме равны площади заголовка.

Выбор снимка Нэтвея как основного, стержневого сюжета обусловлен, прежде всего, тем, что он наиболее сущностно отражает происходящие беспорядки в Индонезии и освещает событие непосредственно и четко. Возможно, что определенную роль в расстановке акцептов на фотографиях сыграло то, что Джеймс Нэтвей работает в международном агентстве «Магнум», которое уже почти полвека известно своими профессиональными репортажными работами, придерживаясь на протяжении всех этих лет совершенно некоммерческих принципов. Участники «Магнума» снимают где угодно и как угодно. Главное то, что они передают на своих снимках не образ действительности, а саму действительность. Это отличает фотографии участников «Магнума» от других снимков.

Все фотографии Нэтвея, публикуемые в журнале и в других номерах (№ 9, март 2000) реалистичны и достоверны. Его репортажные работы с мест событий (Косово, Румыния (3 марта 2000 года)) максимально полно через детали отражают действительность и передают впечатление от увиденного.

Когда фотожурналисту есть что сказать, он сконцентрирован, прежде всего, на содержании. Нэтвей, как и любой другой фотограф, идет собственным путем познания окружающего мира, и через свои снимки выражает свое отношение к нему. Поэтому в его работе главное – смысл, заложенный в фотографии.

Направление его работы определяется пониманием самой фотографии, в которой он видит возможность и способность непосредственно отражать мир.

Несмотря на очевидную целость выхваченного из жизни момента, фотосюжеты Нэтвея (в марте 2000 года «Арабский лагерь», «Стрельба из спальни») свидетельствуют о продуманном подходе к ним. Идее снимка точно соответствуют изобразительные и психические средства исполнения.

Несмотря на то, что Нэтвей делает акцент не художественности своих работ, будучи репортажным фотографом, эта истинная художественность в традиционном ее понимании. И поэтому композиция фотоснимков Нэтвея настолько интересна, как и выразительность уловленного момента. (Даже трудно сказать, что интереснее больше, но это уже вопрос другой категории).

Фотографии Нэтвея подтверждает Эдварда Уэстона, с которыми все же трудно соглашаться, что «научиться чувствовать композицию невозможно, это вопрос мастерства и творческой зрелости», (про себя он говорил: «о композиции я ровным счетом ничего не знаю. Я создаю ее сам. Слепо следовать правилам композиции ― все равно, что проверять правила земного притяжения перед тем, как отправиться на прогулку»). Действительно, по отношению к Нэтвею, это вопрос творческой зрелости. Он умеет видеть то, что он снимает, при этом с поправкой на предполагаемые трансформации, запечатленной действительности. Хотя действительность, которую он фотографирует, непредсказуема.

Ценно то, что Нэтвей фотографирует те события, в которых участвует сам. Но все равно, просматривая его работы в журнале «Тайм», складывается впечатление, что все же сдерживает себя в определенных этических и эстетических рамках, которые обеспечивают фотографии художественную красоту и исключают шокирующий фактор. Фотографии Нэтвея обладают глубиной содержания и за счет этого внутренней красотой. Они воспринимаются в большей степени как произведения искусства, нежели как журналистские снимки, хотя они считаются достоверными фотографиями, выхваченными из жизни.

Но снимки Нэтвея («Мобилизация французской армии» «Встреча влюбленных по разные стороны решетки») воспринимаются спокойно. Его фотографии не выводят из равновесия, не ужасают, как должны ужасать достоверные снимки смерти юной девушки или военного лагеря.

Публикуемые в журнале «Тайм» фотографии Себастьяо Сальгадо (№ 9) – это журналистское эссе о беженцах всего мира.

Это очень живописные выразительные снимки, которыми можно любоваться. Они эстетически выточены и совершенны по композиции. Это ловушка для тех, кто любит красивую форму – она уводит от содержания. Мы рассматриваем фотографии Сальгадо не в художественном альбоме, а в международном журнале новостей. И на фотоснимках Себастьяо Сальгадо изображены реальные обреченные несчастные люди, переселение которых вызвано войной, голодом или экономическими проблемами целых регионов.

В фотографиях Сальгадо есть тонкая психологическая острота, которая ощущается при длительном рассмотрении его снимков. Работы Сальгадо говорят о том, что профессиональная репортажная фотография не теряет связи с искусством, с художественностью исполнения. С точки зрения журналистского информационного материала фотографии, беженцев – это портрет того, что сам Сальгадо называет – «реорганизация человечества». Как писал о Сальгадо Ричард Лакайо, его фотографии «напоминают нам, что развитый мир, полный изобилия и удобств – для нескольких счастливчиков, и то, что происходит в наше время – то же, что и происходило раньше – ежедневная борьба за выживание». Сальгадо фотографирует беженцев в Танзании, Заире и других регионах (достойная тема для журналистской работы). Хотя изображение фотографическое, как известно, обладает фрагментарностью во времени и пространстве, у Сальгадо фиксируется одно короткое мгновение развивающегося события, и в то же время, оно является завершенным. Это целая жизнь, целая эпопея, заключенная в одном снимке. В то же время фотография, являясь цельной композицией, выходит за рамки кадра.

Сальгадо использует в своей работе репортаж как метод подачи материала. С помощью нескольких снимков он передает свое суждение о тех событиях, участником или наблюдателем которых он становится. Его фоторепортажи на страницах «Тайм» не только предлагают его собственный подход, но побуждают аудиторию к размышлениям, к оценкам происходящего. Но благодаря мастерскому художественному воплощению фоторепортажи Сальгадо имеют в большей степени эстетическую ценность, нежели информационную.

Сенсациями (в прямом смысле этого слова) становятся фотографии другого рода, т.е. обнажающие реальность до такой степени, что на фотографии остается только «голая правда». Такие снимки необычны своей натуралистичностью. Но оригинальность здесь не при чем. При просмотре фотографий «Тайм» создается впечатление, что авторы материалов не зависимы от оригинальности вообще. Потому что снимки журнала по сути своей оригинальностью не отличаются. В фотографиях есть находки, выразительные приемы, но они используются как средства для максимально полной и честной передачи происходящего.

Фотографии «Тайм» несут в себе не только глубину, но и внутренний стимул к дальнейшему поиску понимания происходящих в разных странах, запечатленных со всей голой достоверностью до такой степени, что пробирает озноб и иногда под силой произведенного впечатления хочется закрыть глаза или отвернуться. Не совсем верно то, что увиденное собственными глазами намного сильнее и выразительнее, нежели увиденное на фотографии (просто иногда безопаснее).

Таковы снимки, опубликованные в 22 и 23 номерах «Тайм» (29 ноября; 6 декабря 1999 года) в рубрике Europe, повествующие о военных действиях в Чечне. Материалы вышли под заголовком “Russia Rolls in for War” и Чеченский Ад». Фотография Пола Лоу из «Магнума» в ноябрьском номере называется «смертная казнь»: мертвые русские лежат среди руин на улицах Грозного. Несмотря на малый формат (относительно других фотографий этого материала), снимок масштабен и выразителен. Пол Лоу включается в происходящее событие, и фотография отражает его отношение к нему и глубину переживаний. Это не просто наблюдение за действительностью, а четкое объективное анализирование. В материалах визуальная информация по объему равна текстовой, но она действует намного выразительнее слов. Статья начинается со слов: «Мы ошибались насчет Чечни. Это уже повтор 1994 – 96… Москва хочет, чтобы это стало посланием всему миру – сигнал, что после 15 лет хаоса и сомнений, Россия возвращается на мировую арену, готовая защищать свои интересы любой ценой…». Фотографии материала более красноречивы: чеченские беженцы в давке за хлебом (фото Владимира Суворова из Reuters), насмешливые российские солдаты, уверенно бегущие на задание по Грозному (фото Кристофера Морриса из Black Star), перевязанная девочка, спящая уткнувшаяся в решетку кровати (К. Моррис). Эти фотографии очень символичны по своей сути и в то же время непосредственно отражают страшные военные будни.

«Тайм» в своих информативных материалах постоянно и много пишет о России и о переживаемых проблемах. 10 лет назад «Тайм» писал о пустых прилавках, кооперативах и Горбачеве. Сейчас он пишет о Путине и Чечне. Другой вопрос – что пишет только в черных тонах о проблемах России – социальных, военных, национальных, политических. Некоторые иностранцы выражают свое недовольство по поводу того, что «Тайм» создает заведомо негативный образ России, а те, кто приезжает в нее, видит совершенно противоположные стороны, не раскрытые и даже не затронутые в «Тайм». Здесь возможен один ответ: «Тайм» пишет о том, что есть на самом деле. Он делает огромную работу, добывая информацию из разных источников, проводя собственные исследования, высказывая собственные мнения. В каждом информативном материале есть подборка фотографий совершенно разных фотожурналистов: расследования независимых фотографов или снимки, присланные из информационных агентств.

Касательно информативных материалов о военных конфликтах в Чечне, то в период с 1 ноября 1999 по декабрь 1999 года в каждом номере журнала «Тайм» (за исключением специального выпуска, посвященного проблемам Запада») публиковались фотоматериалы и статьи, информирующие читателя о том, что происходило на тот момент, о военных действиях и освещающие проблему войны в Чечне в целом. Два шокирующих снимка Максима Мармура из Associated Press были опубликованы в 18 номере «Тайм», вышедшем 1 ноября 1999 года. Одна фотография помещалась на развороте, другая была включена в основной снимок в правом углу. Текстовое оформление было чуть меньше по объему самого фоторепортажа. На большом снимке Максим Мармур запечатлел страшное мгновение вылезающих из машины людей и страшный взрыв в непосредственной близости от места съемки. На второй фотографии солдаты вытаскивают из ямы за ноги мертвого человека. Эти два снимка чрезвычайно сложны для восприятия. Возможно, что проблема контакта зрителя с фотографией заключена в самом зрителе. Автор фоторепортажа отснял сюжет профессионально и четко, но проблема в том, что зритель не подготовлен к восприятию такой информации. Возможно, агрессия на такой снимок объясняется внутренним состоянием зрителя. Причина может быть и в его биографии (кто-то из близких погиб на войне). Удивительно, но именно такие безжалостные реалистичные снимки имеют сенсационный успех. Фотографии Мармура обладают каким-то социальным предвидением. Они, как пророчество, которое неизбежно сбывается уже сейчас.

Сила фотографии заключается в конкретизации, в неоспоримой достоверности информации. Но в данном случае важна не столько сама информация, сами снимки, сколько вызванные ими чувства и эмоции. Но эффект может быть непредсказуем. Поэтому иногда даже утешительно думать, что это только отголоски реальности и что настоящего освещения военных действий нет.

Конечно же, журналисты и фоторепортеры работают с полной отдачей, но они ограничены в возможностях, которые им представлены в работе. События в Чечне не освещаются в достаточной степени потому, что фотожурналистов в зоны боевых действий не допускают. Полного освещения военных действий действительно нет. Но исходя из тех сюжетов и фотоматериалов, которые публикуются в «Тайм», можно сказать, что это максимально возможный объективный фоторепортаж.

Но ошибкой было бы считать, что «Настоящий» репортаж – это только сообщение о военных действиях и других из ряда вон выходящих событиях. Этому жанру подвластны самые разнообразные темы, предлагаемые повседневной жизнью общества.

В «Тайм» много репортажных фотоматериалов, посвященных социальным и экономическим проблемам разных стран. Их процент от общего числа информативных фотографий составляет более 40 процентов. Американское издание на самом деле публикует очень большие исследования и материалы о различного рода проблемах Америки, Европы и других континентов. Практически в каждом номере есть статьи и фотографии, отражающие проблемы мирового масштаба, глобальные проблемы экологии, образования культуры.

Репортажные фотографии «Тайм» глубоко гуманистичны, в них чувствуется искреннее сопереживание проблемам других народов. Своими статьями и фотоматериалами «Тайм» оказывает многим народам реальную помощь и поддержку.

В 18-ом номере 1999 года было опубликовано два обширных фоторепортажа, совершенно разных по тематике, но схожих по форме подачи информации. Оба материала были подкреплены текстом, занимающим по объему примерно одну треть визуальной информации. Первый репортаж повествовал о Новом Берлине, (“Visions of Europe” (Взгляд на Европу) был основной темой выпуска) – автором снимка был Л. Кирчнер из LAIF. На разворотах «Тайм» были опубликованы фоторепортажи с улиц Берлина, с Потсдамской площади (которая стала теперь местом ночной жизни и деловых встреч). Несколько фотоматериалов, каждый из которых в отдельности и не обладал особо выдающимися качествами, вместе создали новую композицию. Фоторепортаж Кирчнера продемонстрировал и дал возможность понять, что окружающую действительность можно снимать по-другому. Можно уйти от банальности, меняя взгляд и отношение к ней посредством применения необычных ракурсов и приемов съемки, и, самое главное, меняя внутреннее отношение к ней. Берлин на фотографиях Кирчнера действительно казался обновленным. Несмотря на то, что фотожурналист по сравнению с фотохудожником ограничен в своих возможностях создания образа, это как раз тот случай, когда фотограф увидел этот образ и нашел его в реальности.

Фоторепортаж, тем не менее, не требует особого индивидуального подхода. Главное, в чем должны быть заинтересованы фотографы, работающие в области репортажной съемки, это то, чтобы зритель поверил в объективность и достоверность снимка.

«Для фоторепортажа обязательно наличие нескольких основных факторов: бесспорно документальный, публицистический характер, определенные рамки, эффект присутствия автора на месте события в качестве очевидца или участника, субъективное авторское отношение к событию, яркая стилевая форма с возможным использованием художественных средств»[[1]](#footnote-1)\*.

Фотоматериал Алана Мингама из LIASON в том же ноябрьском номере «Тайм» наделен в равной степени всеми необходимыми качествами фоторепортажа. Публикованный в рубрике “Middle East” снимок рассказывает о невыносимом и дешевом рабочем труде в Восточных странах. Это репортаж в одном кадре, полноценно отражающий общую ситуацию изнурительной работы во многих странах Востока. На фотографии в пыли, по колено в воде, работают люди, помогая друг другу взваливать на спины мешки и тележки.

Достоверные неинсценированные репортажи фотожурналистов, публикуемые в «Тайм» (Пол Лоу, № 22; Жан-Марк Буджи, № 14; Максим Мармур, № 18) перекликаются с репортажами А.-К. Брессона. Именно его фоторепортажи «стали своего рода эталоном «непреднамеренной» съемки, без какой-либо подготовки, а тем более, предварительной организации»[[2]](#footnote-2)\*. Брессон продемонстрировал широчайшие возможности этого вида съемки. Многие фоторепортеры ориентируются в своей работе на его метод съемки репортажа.

Все репортажные фотографии, опубликованные в журнале «Тайм» (рассматриваемого периода) соответствуют законам этого жанра. В репортажах нет искусственно созданных ситуаций, нет неестественности. Но иногда все-таки прослеживается чрезмерное «включение» автора репортажа в кадр, его предварительная режиссура, постановка кадра. Примером такой работы служит фоторепортаж Габриэля Бойза (AFP) о приезде Папы Римского в Иерусалим (3 апреля 2000, № 13). Фотографии Папы Римского на Святой Земле – это отчасти искусственно созданный образ. Здесь есть тонкая грань, которую сложно уловить. То есть, все происходит на самом деле, но фотограф как будто не ловил моменты, а целенаправленно создавал их. Фотографии «Папа и Абдулла», «Папа и дети» – определенные приемы PR. Они отражают жизненные ситуации, но в том ключе и стой стороны, с которой они лучше отвечают образу, полнее его отражают. Подозрения в их постановочности закрадываются благодаря ракурсам, постоянно слишком правильным и удачным – повороты головы, положение рук и т. д. Возможно Папа Римский в действительности очень статен и фотограф профессионально выбирает удачные точки съемки и ракурсы.

В конце концов, вряд ли автор снимков ставил целью показательную демонстрацию привлекательности образа. Эстетика этих фотографий так же однозначна, как их репортажность. Правдоподобие снимков Габриэля Бойза также подтверждается тем, что в материале есть фотографии других журналистов, выполненные в том же ключе (Джим Холландер из Reuters и Джанни Джансанти из Corbis Sygma). Фотожурналисты – непосредственные свидетели, участники события приезда Папы Римского. И они оперативно и динамично рассказывают эту «историю события» в своих снимках.

Вместе в одном материале снимки нескольких фотографов, снимающих одно и то же событие, создают полный и объективный репортаж.

Фотографии раскрывают внутреннее состояние Папы Римского: когда он молится, когда обращается с речью к израильскому народу, когда разговаривает с Арафатом. Снимки сделаны на пределе выразительности. Их эмоциональное воздействие обусловливается также характером подачи фотографий в журнале. На 5-ти разворотах (10 полосах) опубликовано пять больших цветных фотографий, занимающих по площади 80% всего материала. Текст к фотографиям содержит подробный рассказ о пребывании Папы в Иерусалиме, но фотографии говорят сами за себя. Все эпитеты остаются на снимках.

Информационные фотоматериалы, публикуемые в «Тайм», в основном, сделаны в жанре репортажа, который наиболее полно и документально запечатлевает выхваченные из жизни моменты. Такие фотографии помещаются в рубрике злободневной информации, как самостоятельные сюжеты действительности.

Другой тип фотографий, публикуемых на страницах журнала – это снимки, иллюстрирующие текстовые материалы. О них речь пойдет в следующей главе.

## ГЛАВА II

## ФОТОИЛЛЮСТРАЦИИ НА СТРАНИЦАХ

## ЖУРНАЛА «ТАЙМ»

«Фотоиллюстрацию по своему функциональному значению условно можно разделить на 2 вида: снимки, иллюстрирующие жест, и снимки выполняющие оформительские задачи»[[3]](#footnote-3)\*.

Исходя из того, что фотоиллюстрация может выполнять разные функции, в журнале «Тайм» мы рассмотрим отдельно оба вида.

Фотографий, иллюстрирующих текстовые материалы (1), на страницах журнала «Тайм» несомненно больше. Во многих случаях они включают в себя и оформительские функции, тогда как второй вид иллюстраций (2) служит только визуальным незначительным компонентом, воспринимающимся как украшение полосы. Фотоиллюстрации в каждом номере занимают порядка 3 – 7 полос. Они часто встречаются в рубриках “People”, “Milestones”, “Traveler’s Advisory”, “The Arts: Books, Music, Theatre”. Такого рода фотографии дополняют, обогащают текстовые материалы, подкрепляя их визуальным рядом. Постоянная рубрика “Winners & Loosers”, сообщающая об известных политиках, деятелях науки, бизнесменах, которые умерли или ушли в отставку, обанкротились или заключили удачную сделку. Фотопортреты этих рубрик не претендуют на самостоятельную информационную значимость. Они передают облик человека, о котором рассказывается в текстовой части. В то же время, фотоиллюстрации являются частью материала, так как именно она делает человека узнаваемым.

В большинстве случаев фотоиллюстрации для “Milestones” и “Winners & Loosers” предоставлена агентством Associated Press (75%); остальные 25% - агентством Reuters. Выбор этих информационных агентств обусловливается оперативностью и четкостью информации. Форма подачи фотоиллюстраций в этих рубриках всегда одинакова: фотопортреты в начале каждой заметки площадью около 6 см2.

Фотоиллюстрации раздела “People” более выразительны. Они не существуют без текста, и в то же время они передают впечатление, которое не под силу выразить через слова. Фотопортреты людей занимают в этой рубрике (предпоследняя полоса журнала) около половины площади.

В разделе “People” собраны фотографии известных людей из всех областей деятельности со всех стран Света. Глубокий и сильный портрет Матери Терезы ― глаза, полные любви и боли, и рядом Шер в безумных перьях, Уэльская принцесса и Мэрил Стрип. Все эти снимки мирно и гармонично существуют на одной полосе «Тайма», преподнесенные с чувством юмора и вкуса. На фотографиях в «Тайме» выхвачены подлинные моменты из жизни, люди показаны такими, какие они есть, а не теми, какие они перед камерой. Это, в первую очередь, касается звезд шоу-бизнеса, знаменитостей (Чад Лоу, Катрин Денев - № 14, 10 апреля 2000, Принц - № 23, 6 декабря 1999, Альмодовар - № 21, 22 ноября 1999).

Вообще, разглядывать лица людей всегда безумно интересно, будь то знаменитость или незнакомое лицо. Порой фотографии людей, которые видишь в первый раз, дают почву для размышлений и эмоций намного больше, чем знакомые портреты. Но в «Тайме» печатаются такие снимки, которые притягивают внимание и действительно занимательны.

Раздел “People” в 14 номере посвящен полностью церемонии Оскара. При всей избитости Темы и примелькавшихся лиц фотографии не теряют своей способности заинтересовывать. Они очень привлекательны. Таким образом, что иллюстративный материал становится ведущим, тогда как в остальных номерах периода с ноября 1999 по апрель 2000 гг. фотоиллюстрации – не более чем облик человека, описываемый в тексте. Несмотря на то, что это только облик, он интересен, потому что автор (Кивьер – SIPA, Карибад – Celebrity Photo, - № 14) ищет и открывает в человеке что-то новое. Например, Педро Альмодовара мы видим на фотографии, жадно сжимающего в руках оскаровскую статуэтку, как будто он делал фильмы ради этого.

В каком стиле в разделе “People” «Тайм» публиковал фотографии 10 лет назад, в таком публикует и сейчас: иронично, правдоподобно и с чувством юмора. 10 лет назад в 15 номере «Тайма» (1989) была опубликована фотография Раджнеша с золотыми часами, сразу бросающимися в глаза при взгляде на снимок. Руки сложены на груди. В тексте к портрету по-журналистски трезво и со здоровым цинизмом этично замечается, что этот человек, через которого говорит Будда, ездит каждый день из дома на работу и обратно в роллс-ройсе, оборудованном TV, кондиционером и баром. Заметка заканчивается расхожей американской фразой “some guys never change”. Так рассуждает «Тайм» о людях в разделе “People”. В апрельских номерах 2000 года он так же лаконично говорит о Мадонне (№ 13, 3 апреля), о бизнесменах, о принце Уильяме. Рубрика “People” в № 25 (20 декабря 1999) называется «Лучшие люди’99», в которой главным героем становится танцующий Рики Мартин (фото Джефри Боана из LIASON), портрет которого размером почти во всю полосу и персонаж «Мини-мы» из кинофильма «Остин Пауэрс» – два совершенно нехарактерных для «Тайм» портрета.

За красивой формой портретов раздела “People” все же трудно увидеть глубокое и проникновенное содержание. В них нет того внутреннего психологизма, который есть в информационных портретах репортажных событийных рубрик: “World Watch”, “Images”, “View Point”. Возможно, что сама рубрика “People” располагает к более легкому, поверхностному восприятию. И сами иллюстрации, несмотря на свою достоверность, остаются привлекательными внешними слепками. Но это касается только рубрики “People”, где портреты являются только фотоиллюстрациями.

В портретных материалах фотопортреты, иллюстрирующие информацию, сделаны близко и открыто.

Такие фотографии позволяют увидеть детали, которые недопустимы в парадных портретах, например, глубокие морщины, лопнувшие сосуды в глазах (Питер Андреус из Reuters, Джоел Саджет из АР – 10 апреля 2000).

Интересна формой подачи фотография Била Гейтса в 20-ом номере (15 апреля1999). Лицо компьютерного магната занимает почти 2 полосы разворота, еле помещаясь в границах кадра, и производит впечатление большого человека. Автор портрета – Марк Уилстон из Reuters, статья называется «Монополия Била Гейтса». Как только «Тайм» удается находить такие нехарактерные, но в то же время четкие сущностные фотографии! Снимок сильно контрастирует с черно-белым портретом Гейтса, опубликованном в предыдущем номере (№19).

Многие портреты в «Тайм» занимают около половины полосы. Такая форма подачи фотоизображения дает возможность вглядываться в лица, читать заключенный во взгляде смысл. Ярким примером такой фотоиллюстрации к текстовому репортажу служит публикация о социальных сиротах в №24 (13 декабря 1999). Статья посвящена африканским детям-сиротам, инфицированным СПИДом. Фотоматериалы к этому исследованию составляют около 75% общего объекта. Они выполнены Малколмом Линтоном из LIASON. Текстовая часть является основой материала, в которой говорится о проблемах, провоцирующих рост количества инфицированных детей, приводятся цифры, высказывания медицинских работников. Полторы полосы полностью занимают фотографии детей. Каждый ребенок сфотографирован в отдельности. Над фотографией написан его ответ на вопрос, что ему нужно для жизни. Дети повзрослее (5 – 10 лет) отвечали практично, что им нужны какие-то инструменты, велосипед, одежда, деньги. Маленькие дети говорили, что им нужно где-то жить. При этом большинство детей ответили, что им нужно то, что не купишь ни за какие деньги – семья. Фотографии Линтона иллюстрируют проблему со всей глубиной, сообщая о ней через журнал «Тайм» всему миру.

В «Тайм» в основном публикуются материалы о проблемах, которые значимы для многих народов и регионов. Поэтому периодически выходят специальные номера, около 40% материалов которых посвящены одной теме. Например, выпуск № 16 (24 апреля 2000 г.), посвященный исследованию гормона тестостерона и его влиянию на организм (статья начинается со слов «Что бы Вы о нем не думали, это очень актуальная тема для обсуждения; Или, к примеру, номер журнала «Тайм» 13 декабря 1999, многие из статей которого вышли под заглавием “The Cost of Europe” (Цена Европы) с фотоиллюстрацией Мартина Парра из агентства «Магнум». В таких тематических номерах много иллюстрированного фотоматериала, который придает тексту более привлекательный вид и дополняет его визуальным изображением. В номере с материалами об эффекте прогестерона на 10 полосах текста размещены несколько фотоиллюстраций, ярко демонстрирующих этот самый эффект: подросток покупает в магазине упаковки с витаминами (Найлан Фени из АР), фотографии известных спортсменов (Стив Лисс, Эд Куни – Saba). В 24 номере, где большинство материалов посвящено проблемам ценовой политики на Западе, размещено несколько фотографий, иллюстрирующих эту проблему. Один из снимков сделан М. Парром, на котором изображены люди в супермаркете. В принципе, этот снимок никакой самостоятельной информации о том, что происходит, не дает. Он лишь служит визуальным подтверждением того, что говорится в статье – европейцы вынуждены делать покупки за границей, поскольку разница в ценах очень существенна. Начиная со стоимости бутылки алкоголя и заканчивая ценами на автомобили.

Наряду с материалами на социальные и экологические темы, «Тайм» публикует художественные и публицистические статьи, рассказывающие о красоте многих регионов, о культуре и традициях разных стран. В номере «Тайм» 15 ноября 1999 года была напечатана статья под названием: «Чудесные краски осени» с фотоиллюстрацией Д. Ивамото из Associated Press. В статье говорилось о том, что общение с природой для японцев – одни из самых важных моментов в жизни. Японцы целыми семьями едут осенью на природу любоваться красными японскими кленами с яркими листьями. Красный клен является одним из символов японской национальной культуры. Фотоиллюстрация обогащает статью и придает ей выразительную лаконичную форму. Соотношение текстовой и иллюстрирующей частей составляет 1:1.Это наиболее гармоничное сочетание, которое подтверждается и другими иллюстрированными материалами. В следующем номере «Тайм» (22 ноября 1999) опубликована статья об австралийских традициях виноделия.

Статья была выдержана в стиле исследования профессионального сомелье, рассказывающая в деталях о сортах винограда, сборах урожая, способах приготовления вина, различных марках и ценах. Для более легкого восприятия статья содержала фотоиллюстрации Чарльза О’Риара из СОRBIS, на которой сфотографированы живописные австралийские виноградники.

«Тайм» очень внимателен по отношению к различным культурным и общественным событиям и явлениям разных стран. На страницах журнала эти материалы равномерно распределены в сочетании со статьями и эссе на злободневные политические и экономические темы.

Разнообразие материалов «Тайм» и его еженедельных публикаций отвечает запросам современного общества. Аудитория предпочитает в одном журнале прочитать обо всем, причем чтобы информация была написана профессионально и передана оперативно. Несмотря на то, что приоритетом на страницах «Тайм» пользуются репортажи о военных конфликтах, социальных противоречиях и других проблемах современного мира, в журнале публикуются менее масштабные по значимости, но столь же актуальные материалы на различные темы из других областей.

В 23-ем номере «Тайм» опубликована статья о тибетской медицине. Фотография Дэвида Рубингера иллюстрирует текст. На ней изображены несколько человек на поле, рассматривающие растения. Без конкретного пояснения о том, что происходит на фотографии, смысл снимка не ясен. Он скорее похож на рекламную фотографию, сопровождающую информацию. Ее информативность, как самостоятельного произведения, сведена к нулю. Но в самой статье повествуется о том, как специалисты в Израиле проводят исследования, каким образом традиционные тибетские растения могут помочь вылечить современные заболевания.

Фотоматериалы как компоненты оформления используются в «Тайм» редко, когда к текстовому материалу нужна подходящая заставка. Такие фотографии лишь опосредовано связаны с текстом. Вся информация заложена в самом текстовом материале. Например, статья в 19 номере «Тайм» (8 ноября 1999), посвященная теме глобального потепления на планете. Фотоиллюстрации Джона Блэкфорда имеет ассоциативную связь с текстовым материалом. На ней изображен горящий Земной Шар, точнее его макет. В апрельском номере журнала (№ 14) опубликовано 14 статей (28 полос), посвященных науке и космосу и вышедших под общим заголовком: «Взгляд на науку и космос». Все эти статьи оформлены фотографиями, фотоиллюстрациями или иллюстрациями – под каждым изображением есть соответствующая подпись. Всего иллюстраций в разделе 14, по площади в общей сумме они занимают 12,5 полос, т.е. 45% от общей площади всех материалов. Из них фотографий – 4 (Будем ли мы путешествовать к звездам?», фото NASA; «Выясним ли мы, как зародилась жизнь?», фото Джека Мортенсена; «Будем ли мы дальше развиваться?», фото Джеймса Бэлога; «Что еще нам предстоит открыть?», фото Тобея Санфорда). Фотоиллюстрации оформляют 2 статьи: «Будем ли мы жить на Марсе? (Ник Кудис) и «Заденут ли Землю астероиды?» (Эд Гэбл). Остальные 8 публикаций оформлены иллюстрациями: «Будем ли мы путешествовать во времени?» (Дэвид Плункерт); «Окончательная универсальная теория жизни» (Жен Грид); «Откроем ли мы другую Вселенную?» (Жан Франко Подевин); «На что способен человеческий разум?» (Эрик Адигард); «Будем ли мы контролировать погоду?» (Джойс Хэсселберт), «Как закончит свое существование Вселенная?» (Slim Films).

Фотоиллюстрации и иллюстрации играют в этих материалах роль своеобразного символа. Поскольку к некоторым статьям этого раздела применение документальных фотографий невозможно, то при оформлении используются методы стилизации изображения. Выбор фотоиллюстраций или графических иллюстраций обусловлен содержанием конкретной статьи. В данном случае фотоиллюстрации принципиально ничем, кроме фотографического способа исполнения, не отличаются от графической иллюстрации. Изобразительные материалы раздела «Взгляд на науку и космос» отчасти усиливают эмоциональное воздействие статей (инопланетяне, астероиды, звездное небо). Но документальная основа заключена только в самих научных материалах и не подтверждается фотоиллюстрациями.

Подбор фотоматериалов в журнале «Тайм» строится таким образом, что фотоизображение всегда гармонирует с текстовой частью материала. Если статья сама по себе информационно насыщена, снимок служит вспомогательным элементом. Восприятие материала делается более упорядоченным и эффективным. При необходимости применяется стилизация фотографии, что придает ей большую символику. В любом случае, главное значение имеет конечный результат. Он все решает. Если фотоиллюстрация не претендует на документальную подлинность, то для создания более полного образа используется стилизация фотоизображения. Но в «Тайм» стилизованное фотоизображение – редкое явление (за исключением случаев, рассмотренных выше). Свою работу с фотоиллюстрациями и их размещение на страницах издания журнал «Тайм» основывает на том, что фотоиллюстрация является, в первую очередь, информационно-публицистическим жанром фотожурналистики.

Стилизованные фотографии имеют место на страницах журнала «Тайм» в качестве рекламных снимков.

## ГЛАВА III

## РЕКЛАМНАЯ ФОТОГРАФИЯ ЖУРНАЛА «ТАЙМ»

Рекламные полосы на страницах журнала «Тайм» занимают в среднем около 15% объема каждого номера. Несмотря на преобладание рекламного материала над информативными (соотношение 1: 0,7) и иллюстративными (1:0,5) фотографиями, он не выбивается из общего строя. Между рекламными и журналистскими снимками в журнале «Тайм» нет перепада. Они выдержаны в одном ключе, хотя их направленность совершенно разная. Эстетика рекламных, репортажных и иллюстративных материалов укладывается в единое эстетическое кредо журнала.

Судя по той рекламе, которая публикуется на страницах «Тайм», право ее выбора остается за самим изданием. Реклама поддерживает вкус журнала и его художественные критерии. В одном их последних номеров журнала (№ 16, 24 апреля 2000 года) количество рекламных полос составляет 25 (объем номера 74 полосы), т.е. ровно третью часть выпуска. Но при просмотре номера не возникает чувства перенасыщения рекламы. Большое количество рекламных полос компенсируется эстетической отдачей. Публикуя на страницах издания рекламные фотографии, журнал «Тайм» не отходят от выбранного направления деятельности, т.е. от публикации материалов и фотографий преимущественно документального, информационного характера. Дело в том, что около половины рекламных фотографий (35% - 50%), выбранных для публикации в «Тайм», выполнены в репортажной манере. Определенным рекламным материалам присуща социальная политика. Например, в № 23 и № 25 номерах «Тайм» (декабрь 1999) опубликована реклама международной благотворительной организации, помогающей детям, потерявших родителей на войне или при других обстоятельствах.

На черно-белой фотографии, занимающей целую полосу, изображен ребенок на фоне разрушенной горящей деревни. Это репортажная фотография с места военных событий, взятая за основу рекламной информации. На фотографии ребенка напечатано слово “Save”, в той форме, как оно выглядит на мониторе, когда человек, работающий на компьютере, сохраняет информацию.

Документальная фотография не отождествляется с рекламной информацией. Оно имеет большее значение, нежели рекламная фотография. Точнее оно расширяет границы рекламного снимка. Оно существует в журнале в виде самостоятельного фотографического репортажа. Она затрагивает вопросы морали и нравственности, стимулирует человека к соучастию и помощи оказавшимся в беде людям. Тогда как стандартная реклама товара или услуги не выходит за рамки материального уровня.

Вообще социальная реклама в «Тайм» в основном размещается в специальном разделе журнала “Special Advertising section”. Этот раздел занимает одну полосу, две трети которой занимает текстовая информация. В 18-ом номере «Тайм» (1 ноября 1999 года) в нем была опубликована рекламная статья под названием «Девственные острова Британии». В центре статьи была яркая рекламная фотография островов. В самом материале акцент делался на том, что нужно делать человеку, чтобы таких экологически чистых природных мест осталось как можно больше. Эта рекламная информация по существу ничем не отличается от репортажной фотографии Гордона Уилтси, опубликованной в том же номере. Она занимает 2 полосы разворота. На фотографии изображены красивые белоснежные горные вершины, возвышающиеся над мрачными окрестностями. Текст к фотографии содержит в себе одно предложение: «скоро таких пейзажей останется немного. Любоваться ими смогут единицы». На этих двух примерах прослеживается органическое сочетание рекламных и репортажных материалов на страницах «Тайм».

Рекламные фотографии без текстовой части, занимающие в «Тайм» целые развороты, тоже гармонично сосуществуют вместе с другими снимками журнала. Форма их существования на страницах «Тайм» – это цельная фотография (чаще всего формата А-4) в сочетании с текстовой информацией. Визуальный ряд всегда превалирует над текстом.

При выборе рекламных материалов, журнал «Тайм» отдает предпочтение фотографиям схожим с ним по тематике и стилю. В период с ноября 1999 по апрель 2000 гг. «Тайм» постоянно размещает на своих страницах рекламу компаний Philip Morris, EBEL, Patric Philippe и Volvo (около 30% всех рекламных материалов).

Интересен тот факт, что «Тайм» публикует на своих страницах рекламу других периодических изданий. Номера «Тайм» периодически содержат рекламу ежедневного издания “Herald Tribune”, в частности апрельские номера 2000 г. В углу фотоизображения говорится о том, что издание содержит независимые международные новости, исследования и аналитические статьи. Если “Herald Tribune” – это газета, то журнал “Fortune” – прямой конкурент журнала «Тайм». Реклама “Fortune” публиковалась в каждом номере «Тайм» в период с 1 ноября по 20 декабря 1999 года. Текст к фотографии содержал следующие слова: « В сравнении с журналом “Fortune” все остальные журналы (о бизнесе и финансах) выглядят скучными».

Несмотря на то, что в «Тайм» есть постоянная рубрика «Бизнес», журнал сам рекламирует альтернативное издание, тем самым, предоставляя читателю возможность получения более подробной информации. Раздел «Бизнес» занимает в «Тайм» порядка 3 – 5 полос; Журнал “Fortune” полностью посвящен этой тематике.

Политика журнала «Тайм» заключается в объективном и четком информировании на многие актуальные темы в каждом номере. Для более подробного исследования проблем в конкретных областях существуют специализированные издания. «Тайм» не претендует на универсальность.

Профессиональная работа «Тайм» заключается в получении оперативной информации, в ее четком и объективном анализе и в продуманном подходе к оформлению материалов на полосе. «Тайм» признан во всем мире как профессиональный еженедельный журнал новостей.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Из просматриваемых фотографий журнала «Тайм» (номера, изданные в период с ноября 1999 по апрель 2000) запоминаются в первую очередь информативные снимки. Несмотря на то, что репортажные фотографии – произведения временные, преходящие, они остаются в памяти. Они связаны с эпохой своей злободневностью и актуальностью тем. Среди репортажных фотоснимков «Тайм» преобладают репортажи «в одном кадре». В силу специфики работы издания (большинство фотографий и фотоиллюстраций присылается ведущими информационными агентствами) журнал отбирает уже готовые самостоятельные фоторепортажи и публикует их вместе с текстовым материалом.

Репортажные снимки пробуждают чувства, включают интуицию, помогают разобраться в происходящем. Зритель становится соавтором, интерпретатором снимка. Причем каждый человек реагирует на репортажные фотографии по-своему. Но сущность фоторепортажа остается в документальной достоверности и оперативности информации.

Иллюстративные и рекламные фотографии «Тайм» тоже выполнены в репортажной манере. Они не имеют ничего общего с надуманной и холодной стилизацией рекламных снимков, которые встречаются нам в жизни на каждом шагу.

В связи с развитием новых электронных технологий, «Тайм» стал издавать периодические еженедельные выпуски своего журнала в Интернет.

Сеть Интернет, по сути, создает новое информационное пространство, в котором читатели журнала «Тайм» могут получать регулярные выпуски новостей «Тайм», в том числе и по конкретным тематикам. Также читатели могут оперативно участвовать в обсуждении различных вопросов, определяемых редакцией «Тайм» и выносимых на дискуссию в интерактивном режиме.

Число последователей Интернет растет в геометрической прогрессии, что свидетельствует о приобретении его свойств средств массовой информации – Россия вслед за Америкой и Западной Европой тоже вступила на информационную ступень цивилизации.

Америка, как страна, первая вступившая на информационную ступень цивилизации, предоставила возможность размещения новостей в Интернет. Одним из первых периодических изданий, создавшим свой Web-узел в Интернет, стал журнал «Тайм»[[4]](#footnote-4)\*. Меню Web-узла журнала «Тайм» включает разделы: “Magazine Archives” («Достижения журнала»), “Newsfiles” («Новости»), “Web Features” («Аналитические статьи»), “On-line Polls” («Опросы читателей»); “Photo-essays”, “Latest CNN News” («Последние новости CNN»), “Time for Kids” («Детская страничка») и “Life Home Page” («Web-страница Life»); а также отдельный раздел о подписке на журнал «Тайм» и электронные адреса, по которым можно присылать письма в редакцию журнала.

Материалы электронной версии «Тайм» существенно отличаются от печатного варианта в пользу версии в Интернет. Во-первых, материалы Web-страницы «Тайм» обновляются с периодичностью в один день. Поиск необходимой информации также облегчен с помощью систематизированного подхода к тематически схожим материалам.

Фоторепортажи и фотоэссе в электронной версии «Тайм» больше по объему. Текстовая информация в этом случае сведена к минимуму. Под фотографией конкретизируется место и время конкретного события. Например, для сравнения возьмем апрельский выпуск «Тайм» (3 апреля 2000) № 13. В печатном варианте опубликовано 7 фоторепортажных фотографий и почти 3 полосы текстового материала о пребывании Папы Римского на Святой Земле. В электронном варианте журнала в разделе “Photo-essay” размещено 22 фотографии, освещающие приезд Папы Римского, сделанные фотожурналистами Габриэлем Бойз из AFP, Артуром Мари из АР и Мал Лангсдон их Reuters. При этом фотографии в журнале и в электронной версии не повторяются.

Значительную роль в восприятии визуальной информации играет форма существования фотографии. Более эстетично и выразительно фотографии выглядят на страницах журнала «Тайм» в печатном варианте. Тем не менее, электронная версия журнала представляет возможность более оперативного и быстрого получения информации. Фотоматериалы, отснятые журналистами, часто размещаются на Web-сайте «Тайм» в тот же день.

Журнал «Тайм» остается собой и в электронном и в печатном варианте. И в обоих случаях он существенно отличается от других средств массовой информации. Возможно, многое объясняется особенностью американской культуры. Журнал привлекателен своей независимостью, точностью, надежностью, прямолинейностью и актуальностью. И вообще время – главное измерение жизни для американцев.

## БИБЛИОГРАФИЯ

1. LIFE. Classic Photographs. Bullfinch Press Book. 1996.
2. Eyes of Time, Marianne Filton. 1988.
3. The Encyclopedia of Photography. Volume Two. Greystone Press.
4. Photography Journal. Asahicamera. № 3, March 2000.
5. In our Time. The World as Seen by Magnum Photographers. Images.
6. Masters of Photography. Castle Books. New York.
7. ISO Ans de Photos Presse. Volume II. (Hullton Deutsche Collection)
8. Medium Fotografie. Catalogie.
9. Fotojahrbuch International. Leipzig. 1976.
10. Family. Margaret Mead & Vun Heyman. Ridge Press. USA. 1965.

1. \* Григорий Чудаков «Жанры фотопублицистики». Мир фотографии. М., 1989, с. 142. [↑](#footnote-ref-1)
2. \* Григорий Чудаков «Жанры фотопублицистики». Мир фотографии. М., 1989, с. 142. [↑](#footnote-ref-2)
3. \* Григорий Чудаков «Жанры фотопублицистики». Мир фотографии. М., 1989, с. 144. [↑](#footnote-ref-3)
4. \* Первая газета “on line” – The Electronic Telegraph [↑](#footnote-ref-4)