

Sipos Júlia

Kép vagy szöveg? Új tendenciák az újságírásban

A) Az újságírás új jelenségei

Mind az offline világban, mind az online felületeken egyértelműen megnőtt, sőt dominánssá vált a képek szerepe. A magára valamit is adó site már nemcsak fotót, hanem videó tartalmat is közöl.

A szakmai képzésekben megjelentek a képek előállítására vonatkozó képzések, pl. drón újságírás, adat-vizualizáció. Példákkal.

B) A képek

A szövegnek nincsen a befogadótól független, immanens jelentése, a jelentés állandó küzdelem tárgya a társadalmi interakciókban. (A bahtyini megállapítás kifejtése.)

Kódolás-dekódolás (Stuart Hall, 1980) – a jelentés mindig a használat során jön létre.

Framing. A média nyelve tehát mindig tartalmaz valamilyen preferált értelmezést.

Az, hogy a befogadó milyen jelentést csatol a jelhez, elsősorban a kontextus függvénye. A képet néző folyamatos párbeszédet folytat, aktív, kreatív szerepet játszik az értelmezés során.

A kép „jelentés-telítettsége”...

C) A hitelesség

A képek ugyan természetes jelek, amelyek hasonlítanak az általuk képviselt tárgyakra és tényekre, de ugyanúgy, ahogy a szöveget a kontextusban értelmezzük. Ezt valaki létrehozta. A „főnarratíva szervezője” (saját kutatásom). A kép mint a kommunikációs mintázat része.

Az előadásban példákkal illusztrálom az újságírás új jelenségeit, amelyek a képek dominanciájának megerősödését jelzik. Ezután a kép mint jelentéshordozó kommunikációs eszköz elemzését kísérellem meg, majd mindezt összekapcsolva az üzenet hitelességét keresem.