

УДК 007 : 304 : 004.9

ФОТОГРАФІЯ У СИСТЕМІ НОВИХ МЕДІЙ

Ярослав Табінський

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна,
e-mail: yarkoslav@gmail.com*

Розглянуто поняття фотографії в нових медіа. Описано основні ознаки, проаналізовано естетичний аспект і сучасні перспективи фотографії.

Ключові слова: фото, фотожурналістика, зображення, фоторепортер, нові медіа, медіа, Інтернет.

Популярним у сучасній журналістиці є використання зображення, яке відіграє роль не лише естетичної прикраси, а й ілюстративного додатку до тексту.

Для більшості журналістів фотографія є засобом документального відтворення дійсності, документом, що є основою зображальної соціальної інформації. У своїй роботі медійники використовують різні методи збору та подачі інформації. Провідне місце серед них займає фотографія.

Актуальність дослідження зумовлена тим, що масштаби використання зображального матеріалу у сучасній журналістиці, який відіграє роль не лише естетичної прикраси й ілюстративного доповнення до тексту, але і стає самодостатнім різножанровим продуктом, зростають з кожним днем. Нові медіа відображають тенденцію до спрощення шляхів сприйняття інформації аудиторією, і саме збільшення кількості фотографічного матеріалу є одним з них.

Саме в інтернет-медіа фотографія отримала найширше застосування, ставши незамінним засобом їхнього існування. Водночас фото залишаються невід'ємним елементом перших шпальт сучасних газет та журналів. Також все більше знімків передається в ефір телебаченням, нерідко зовсім замінюючи собою текстову інформацію.

Фотографія може зробити людину свідком подій, що відбуваються у світі, створити почуття причетності до них. Вона дає уявлення про окремі епізоди громадського життя, військові зіткнення, стихійні лиха, наукові відкриття, що відбуваються в найвіддаленіших куточках нашої планети. Саме в цьому виражається наголовніша функція зображень в ЗМІ - бути документальним свідченням, що беззастережно підтверджує правдивість наведеної інформації. Зображальні матеріали є засобом, що викликає у аудиторії більшу довіру до інформації, яку подають інтернет-ЗМІ. Тому

наявність фотографій у публікаціях є пріоритетним завданням більшості інтернет-видань.

Фотографія в онлайн-медіа як вид журналістської діяльності відносно нове поняття, яке невпинно і стрімко розвивається. Її вивчення постійно триває. Можна виділити праці, що присвячені власне фотографії і праці про дослідження нових медіа. Серед авторів як молоді практики, так і визнані дослідники в галузі фотожурналістики. Зокрема, Б. Черняков, С. Горєвалов, Ю. Шаповал, Н. Зикун, А. Колосов, Г. Нері, О. Трачун, А. Бергер та інші. Дослідженням сучасної прес-фотографії займаються також фотожурналісти і фоторедактори О. Ляпін, Р. Канюка, К. Гришин, Р. Балук, С. Максимішин, М. Дондюк. Тематику інтернет-журналістики та нових медіа загалом досліджували Б. Потятиник, М. Чабаненко, Г. Почепцов.

Мета дослідження. На прикладі серій світлин у інтернет-ЗМІ виявити стан і функціонування фотографії у нових медіа. Для досягнення мети необхідно виконати такі дослідницькі завдання:

- проаналізувати специфіку та особливості відображення дійсності сучасними фоторепортерами;
- дослідити нові можливості фотографії в інтернеті;
- розглянути фоторепортаж як основний жанр прес-фотографії у нових медіа;
- з'ясувати роль та жанрові особливості фотографій у інтернет-ЗМІ;
- виявити фактори, що впливають на розвиток фотожурналістики в нових медіа.

Наукова новизна полягає у дослідженні фотографії в новій системі медійного простору, а саме в Інтернет-ЗМІ. Вперше здійснено детальний аналітичний опис фотопублікацій інформаційного агентства, яке працює за зразком нових медіа.

Термін *New Media* або «нові медіа», з'явився в науковому середовищі порівняно недавно, але його пояснення стало для експертів і знавців журналістики таким же магічним ритуалом, як і витлумачення поняття «Web 2.0». Незважаючи на те, що всі фахівці погоджуються, що під цю дефініцію потрапляють Інтернет, мобільний зв'язок, інтерактивна зовнішня реклама і т.д., саме визначення і досі залишається розмитим, нечітким. Однак традиційно під «новими медіа» прийнято розуміти інтерактивні електронні ЗМІ [1, с. 10].

Завдяки технологічному розвитку, який завжди впливає на медійну систему, на межі ХХ століття, в газетах і журналах з'являється фотографія. Вона стає новим видом мистецтва, приносить в журналістику нові й важливі властивості – зростає рівень достовірності, точності, збільшуються об'єми інформації. Фотографія відкриває перед читачами більше деталей тих подій, які відбуваються в суспільстві. Вже сьогодні завдяки фото розпочалися процеси, які призвели до того, що сучасні ЗМІ «без зображення» не мають права на існування. Необхідність фотографії стала важливою умовою не лише в газетах, журналах, телебаченні, а й в новому інтерактивному цифровому середовищі – Інтернеті.

В процесах цифрової революції фоторепортери стали першими професіоналами, які привчили аудиторію дивитись на світ крізь об'єктив і бачити реальне життя. Фотографія перетворилась у перший інструмент демократизації професії, зблизивши журналістів і аудиторію. Сучасні технології – дешеві «фотомільниці», камери вбудовані практично в кожен мобільний

телефон, фотовідеопристрої, які створені для масового користувача й сумісні з Інтернетом та соціальними мережами, відкривають сьогодні нову еру цифрової



фотожурналістики. Яскравим фактом розвитку цифрової фототехніки, що засвідчує її попит у світі, є дослідження проведене компанією «Lyra Research» у 2011 році (рис. 1).

(рис. 1).

Шеф-фотограф московського бюро агентства «Associated Press», лауреат Пулітцерівської премії Олександр Земляниченко обґрунтовує гіпотезу, що розвиток фотожурналістики в найближчі роки відбуватиметься завдяки Інтернету: «Сучасні жанри фотожурналістики знаходять своє місце саме в Інтернеті. «Планшетники», яскравими представниками яких є «Ipad» чи «Iphone», дають змогу переглядати видання в електронному вигляді та сприймати фотографії, як у друкованому журналі найкращої якості» [5, с. 2].

Щороку на фотофестивалях і виставках чуємо дискусії фоторепортерів та дослідників фотомистецтва про «відмираючу фотожурналістику», але це не так. Олександр Земляниченко аргументовано доводить, що фотожурналістика розвиватиметься завжди, хоча переходитиме з однієї форми в іншу, але з тією ж назвою й місією. Бо основна вимога до фоторепортера – бути журналістом, естетично й об'єктивно відчувати, висвітлювати події у суспільстві. Адже можна творити чудові фото для виставок, але це не зможемо назвати фотожурналістикою. Фоторепортер, коли приходить на подію, повинен розуміти, що саме він буде документалізувати і який резонанс від цього відбудеться [5, с. 2].

Сьогодні Інтернет-можливості покращують розвиток зображальної журналістики. Журналіст може надсилати фото- та відеоматеріали через електронну пошту, використовуючи інтернет, або ж відразу завантажувати їх на сервер інтернет-видання. Саме такий інструментарій збільшує оперативність у журналістській діяльності. Адже ще п'ятнадцять років тому для сканування і передачі однієї кольорової фотографії з місця події до редакції витрачали тридцять хвилин. Сьогодні фотожурналіст, озброєний цифровою фотокамерою, мобільним телефоном і ноутбуком, або лише єдиним цифровим універсальним

пристроєм, може передати до редакції високоякісний знімок через декілька хвилин.

Для фотографа-репортера образотворчий матеріал – люди і жива реальність, яку він бачить через видошукач, і може перенести її на фотографію лише за допомогою форм, ліній, світлотіні, кольору й інших образотворчих засобів. Він може зняти одну або серію фотографій, відслідковувати своїх героїв впродовж певного часу.

Часто журналісти використовують фотоапарат і механічно знімають усе. Те, що «люди збентежені», або «подія динамічна», глядачеві стане зрозуміло зі зроблених кадрів, але якщо репортер-документаліст докладе зусиль, віднайде деталі й символи події, то на фотографіях з'явиться і атмосфера цього місця, і характери людей, і динамічність. Якщо подія розвивається в часі за своїм сценарієм, то від бажання репортера залежить, що саме потрапить в кадр, яку точку зйомки він вибере, в який момент упіймає потрібну мить.

Іншою визначальною характеристикою онлайн-медіа є інтерактивність і участь аудиторії. Йдеться про те, що контент нових медіа створюють усі користувачі Всесвітньої мережі, тож одна й та сама особа може бути і виробником, і споживачем інформації [1, с. 13]. Ця система створила автоматичний зв'язок між створенням інформації та її поширенням. Проста можливість залишити свій коментар під світлиною неабияк спонукає глядача переглянути весь фоторепортаж. Тому чи не найбільшу роль у розвитку сучасної прес-фотографії відіграють саме соціальні мережі та блоги, що базуються на технології «Web 2.0».

Технічні переваги нових медіа для фотожурналістів, які працюють у кризових зонах, можна порівняти з нефільтрованою цифровою базою знань. Цілий всесвіт, створений фотожурналістами (як аматорами, так і професіоналами) стає доступним завдяки соціальним мережам. А це дозволяє новинним агенціям вишукувати важливі історії через засоби, що виходять за межі їхньої технічної спроможності. Можливості інтернет-видань розвинули звичні способи використання фотографій в пресі до інтерактивного і супероперативного журналістського інструменту, без якого сучасна сфера ЗМІ вже не може обійтися, і який продовжує безупинно розвиватися.

Дослідниця Марія Лукіна у своїй монографії «СМІ в пространстві Інтернета» виникнення поняття «мультимедіа» описує так: слово «мультимедіа» виникло в 90-ті роки минулого століття як матеріальна реалізація ідеї злиття всіх каналів передачі інформації – періодичної преси, радіомовлення, телебачення та Інтернету – в одне ціле. Це такий, за влучним визначенням відомого сучасного медіадослідника Мануеля Кастельса, «чарівний ящик», який міг би відкривати «глобальне вікно безмежних можливостей інтерактивного зв'язку у відео-, аудіо- та текстових форматах» [7, с. 115].

Соціальні мережі часто є джерелом фотографій з місць та подій з обмеженим доступом журналістів. Прикладом може бути судове засідання у справі экс-Прем'єр Міністра України Юлії Тимошенко. Як відомо, зйомка в приміщенні суду була обмежена, тому згодом на сторінках, присутніх на процесі, журналістів і просто дотичних осіб почали з'являтися знімки з мобільних телефонів, котрі і розповсюджувались ЗМІ. Згодом журналіст УП Мустафа Наєм навіть організував фотовиставку під назвою «Один суд часів

Віктора Януковича». Усі фото експозиції були зняті на «iPhone». Блоги є також джерелом знімків з подій, де журналістів не було, або таких, що не були цікавими для редакторів, але стали такими через певні нові обставини.

Онлайн-медіа все частіше прагнуть реалізувати свою головну мету – комунікувати з аудиторію, шляхом публікації новин та відео- і фотоматеріалів, надісланих читачами. Для цього деякі ЗМІ створили цілі проекти. Наприклад, проект телеканалу «ЗІК» - «Твоє бачення» [1, с.24]. Редакція заохочує свою аудиторію надсилати цікаві відео та фото, з метою використання їх в ефірі та на інтернет-сторінці каналу. Це один зі способів отримувати ексклюзивні кадри, а також інформацію про теми, що варті подальшого глибшого розкриття у журналістських матеріалах.

Найпоширенішим прикладом використання фотографій інтернет-виданнями є ілюстрація новин та матеріалів. Відсутність обмежень площі дає змогу новим ЗМІ ілюструвати будь-яку кількість новин на своїй стрічці. Проте різні видання розпоряджаються цією можливістю по-різному. Так, інформаційне агентство «Zaxid.net» ілюструє кожну новину у своїй стрічці фотографією. В такому випадку часто використовують фотомініатюру – зображення невеликого розміру, що часто не несе інформаційного та сюжетного навантаження конкретної публікації, але відіграє роль пояснюючої ілюстрації, що привертає увагу. Безпосередньо в тілі новини ця фотографія може бути опублікована у більшому розмірі або доповнена іншими фотографіями, що безпосередньо стосуються конкретного матеріалу. Однак зазвичай мініатюрами ілюструють не всі новини. Натомість їх використовують для виокремлення більш важливої інформації з-поміж інших та розбивання на рубрики. В такому випадку фото відіграє першочергову роль в журналістиці – привертає увагу читача. Це бачимо на сторінках більшості інтернет-видань. Серед них «Українська правда», «УНІАН», «Лівий берег», «Кореспондент», «Західна інформаційна корпорація» та інші. Інтернет сторінка російського журналу «Русский репортер» взагалі працює за принципом «фото на обкладинці». Заходячи на головну, читач бачить велику фотографію із заголовком матеріалу, якого вона стосується. Це приклад пошуку альтернативи, в умовах нових медіа, традиційному журнальному способі використання знімків.

Сьогодні з появою Інтернет-журналістики зростає роль фотографії, а форма її подачі змінюється, оскільки, фото в мережі не обмежується в кількості, розмірі та якості.

На сторінках Інтернет-видань можна розмістити багато фотоілюстрацій, для того, аби висвітлити події візуально, зі всіма деталями, описати те, що відбувається. Кількість світлин не обмежується форматом чи кількістю сторінок у газеті чи журналі. Щоправда не варто публікувати надто багато фото, бо при перегляді більше 15-ти зображень, реципієнт втрачає увагу, тому більшість з них не запам'ятовує.

Яскравим прикладом використання фото у нових медіа є фоторепортажі. Принцип роботи нових медіа дещо модифікував цей жанр. Фоторепортажі в інтернеті можуть бути як подієвими, так і тематичними. Вони також часто вирізняються надмірною серійністю. Вона присутня передовсім у ЗМІ регіонального рівня, де редакторам доцільніше опублікувати більше фото з окремими деталями події, ніж шукати кілька різнопланових, справді вартісних фотографій високої якості та формулювати до них якісні підписи. Це повністю

відрізняє нові медіа від преси, де, інколи, одна фотографія повинна розповісти максимум про подію.

Сьогодні можемо вважати фоторепортаж основним жанром прес-фотографії у нових медіа. Поняття фоторепортажу є багатозначним. Цим терміном позначають і спосіб зйомки, і окремий інформаційний знімок, отриманий репортажним способом, і кілька фотографій, що висвітлюють розвиток якої-небудь події чи явища.

У словнику медійних термінів, який уклали польські дослідники, фоторепортаж розглядається як збірка щонайменше трьох фотографій, з яких одна зображає героя, інша – час, коли відбувається подія, а третя – місце проведення заходу. Усі наступні світлини є авторським доповненням описаної історії певної особи чи групи осіб. Вторинним є слово, яке відіграє роль допоміжного інформаційного елемента. Розташування світлин у фоторепортажі передбачає відбір реальності у висвітленій події. У ньому неможливо організувати чи підлаштувати, тому що цінність цього жанру в унікальній фіксації моментів. [10, с. 61-62].

Фоторепортаж необхідно будувати обдуманно, а не з випадкових знімків і «чергового» тексту. Так описує методику фоторепортажу російський дослідник фотожурналістики Микола Ворон. Часто говорять про основний кадр зображального ряду, так би мовити, підкреслюючи другорядність інших. Варто згадати й про кульмінаційний момент, який не відбудеться без розвитку сюжету. Саме тому важливо показати виразно всі фрагменти події [3, с. 54].

Саме завдяки широким можливостям нових медіа можемо бачити повні й тематичні фоторепортажі на сторінках інформагентств чи інтернет-сайтах друкованих видань.

Наприклад, газета «День» жанр фоторепортажу розміщує під рубрикою «Репортаж «Дня». Яскравим прикладом є фоторепортаж Руслана Канюки, Костянтина Гришина, Юлії Клецової під назвою «Як кияни святкували день міста», який був опублікований на сайті газети «День» в травні 2011 року [6].

Він складається з восьми фотографій. Заголовок фоторепортажу називає подію – святкування дня міста, кілька коментарів до фотографій її пояснюють, а світлини дають читачеві наочне уявлення. З допомогою жанру репортажу відчуваємо тривалість події: спочатку вулицями столиці кияни проїхалися велосипедами, тоді мотоциклами, а завершилося святкування танцями босоніж на Андріївському узвозі. Ілюстрації надзвичайно колоритні, присутня різноплановість – характерна особливість фоторепортажу. В читача складається враження, що він сам бере участь у святкуванні дня міста.

Ще одним інструментом використання фотографії, що став доступний в епоху нових медіа, є фотоконкурси для аудиторії. Газета «День» щороку організовує традиційний фотоконкурс, який підтримують спонсори і участь беруть як аматори, так і професіонали. Також ця редакція має конкурсну рубрику «Фотосезони «Дня», яка є завжди доступною на інтернет-сторінці видання. Медіа-ресурс «Українська правда» у 2010 році проводила масштабний фотоконкурс під назвою «У десятці», що був присвячений десятій річниці від дня заснування видання. Редакція заохочувала усіх завантажувати на ресурс власні фото, де згодом у форматі голосування відбувалося визначення переможців. Унаслідок цього редакція отримала понад 3000 фото широкої тематики, які згодом (передбачено правилами участі) змогла використовувати у власних цілях, а також значно збільшила аудиторію відвідувачів сторінки, адже

кожен з учасників слідкував за перебігом голосування та залучав до нього своїх друзів.

Сьогодні соціальні мережі є передовсім прикладом найбільшої інтерактивності та оперативності у сфері нових медіа. Ці параметри стосуються і фотографії, що розповсюджується у соціальних мережах. На відміну від інтернет-видань, соціальні мережі інтегровані у більшість мобільних пристроїв, що здатні створювати контент. Таким чином прес-фотографія у соціальних мережах є першим оперативним свідченням правдивості події, що відбувається.

Колись існувало твердження, якщо, мовляв, події не транслювали по телебаченню, її не було. Відповідне твердження про соціальні мережі можемо сформулювати в епоху нових медіа.

З цього приводу російський соціолог, доктор філологічних наук, декан факультету журналістики Московського державного університету імені Михайла Ломоносова Олена Вартанова в вступній статті експертного збірника, присвяченого проблемам сучасної фотожурналістики «МедіаТренди», зазначає: «Фотографія сьогодні – одне з перших явищ, яке, як це вже й відбувалось в історії, знаменує новий етап розвитку суспільства, який характеризується сплеском мовової, хоча й не професійної креативності. Саме тому професійні фотографи стоять перед викликами не лише непрофесіоналів, але й змушені переосмислювати традиційне розуміння фотографії, фотомистецтва, фотожурналістики» [2, с. 1].

Отже, однією з головних ролей фотографії у соціальних мережах є зосередження уваги навколо повідомлень про події. Також фотографія у соцмережах є засобом оприлюднення свого місця перебування. А відколи відомі політики почали заводити собі веб-сторінки, то фотографія стала ще й засобом PR-у та подання тих чи інших подій у позитивному чи негативному світлі. Тому в сучасних наукових дослідженнях медіасистеми доцільним є огляд й вивчення місця фотографії в інтернет-просторі.

1. Балук Р. Фотографія у нових медіа: традиції, стан, перспективи: наук. робота на здобуття кваліфікації магістр: 8.03030101 / Балук Роман Володимирович. – Львів, 2012. – 92 с.

2. Вартанова Е. Фотожурналистика в епоху масової креативності / Е. Вартанова // Экспертный взгляд факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова на события в СМИ «МедиаТренды». – Москва, 2011. – № 1 (18).

3. Ворон Н. Жанры фотожурналистики: учеб. пособие для вузов по спец. «Журналистика» / Н. Ворон. – М.: Факультет журналистики, 2012. – 145 с.

4. Горевалов С. Фотожурналистика в системі засобів масової комунікації: єдність слова та зображення: навч. посібник / С. Горевалов, Н. Зикун, С. Стародуб. – К.: КиМУ, 2010. – 296 с.

5. Земляниченко А. Развитие фотожурналистики в ближайшее время связано с Интернетом / А. Земляниченко // Экспертный взгляд факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова на события в СМИ «МедиаТренды». – Москва, 2011. – № 1 (18).

6. Канюка Р., Гришин К., Клецова Ю. Як кияни святкували день міста [Електронний ресурс]: газета «День» / Р. Канюка, К. Гришин, Ю. Клецова. – Львів. – Режим доступу до джерела: <http://www.day.kiev.ua/298210/>

7. Лукина М., Фомичева И. СМИ в пространстве интернета / М. Лукина, И. Фомичева // Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова. – Москва, 2005. – С. 87.
8. Шаповал Ю. Фотожурналистика: навч. посібник / Ю. Шаповал. – Рівне, 2007. – С. 76.
9. Kobre K. Fotografia prasowa. Z obiektywem za kulisami niezwykłych wydarzeń. / K. Kobre // Polish language edition published by Helion S.A. –2011. – P. 512.
10. Słownik terminologii medialnej / [red. Walery Pisarek] – Krakow, 2006. – 251 s.

PHOTO IN THE NEW MEDIA

Yaroslav Tabinsky

*Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky str. 49, 79044, Lviv, Ukraine,
E-mail: yarkoslav@gmail.com*

Figurative peculiarities of the photo in new media have been considered. The main features of photo have been described, analyzed the aesthetic aspect and modern perspectives photo.

Key words: photo, photojournalism, image, cameraman, new media, media, Internet.

ФОТОГРАФИЯ В СИСТЕМЕ НОВЫХ МЕДИА

Ярослав Табинский

*Львовский национальный университет имени Ивана Франко,
ул. Генерала Чупрынки, 49, 79044, Львов, Украина,
E-mail: yarkoslav@gmail.com*

Рассмотрены понятия фотографии в новых медиа. Описаны основные черты, проанализированы эстетический аспект и современные перспективы фотографии.

Ключевые слова: фото, фотожурналистика, изображения, фоторепортер, новые медиа, медиа Интернет.

*Стаття надійшла до редколегії 23.12.12
Прийнята до друку 10.01.13*