

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ

УДК 070:004]:655.533

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.2.2/20>**Голуб О. С.**

Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка

РОЛЬ ІЛЮСТРАЦІЙ У НОВОМУ МЕДІАКОМУНІКАЦІЙНОМУ СЕРЕДОВИЩІ (ТРЕНДИ ВЕБ-ДИЗАЙНУ)

У статті розглядаються підходи використання зображень у процесі розробки і наповнення веб-сайтів, сучасні тренди веб-дизайну. Визначаються особливості впливу фотографії, кольорової гами та способів обробки фотозображень на загальне сприйняття та інформативну взаємодію із текстовим вмістом, як частина контенту. Особлива увага приділяється ролі ілюстрацій у новому медіакомунікаційному середовищі. У дослідженні детально розглянуто та проаналізовано значення ілюстрацій у комунікації та їх вплив на сприйняття інформації, емоційну залученість та комунікацію з аудиторією. Вона також розглядає виклики, пов'язані з використанням ілюстрацій у цифровій епохі, включаючи питання авторських прав та можливість маніпуляцій зображеннями. Розглядаються й майбутні перспективи використання ілюстрацій у медіакомунікаціях. Ця стаття сприятиме кращому розумінню важливості ілюстрацій у сучасному медіакомунікаційному середовищі та сприятиме розвитку стратегій та стандартів їх використання для покращення якості комунікації з аудиторією. Застосування фотозображень розглядається на прикладі мобільних застосунків, якими користуються найчастіше. На прикладі фотоматеріалів гіперлокальних медіа Хмельницької області (газети «Є», «Подільнянин» та веб-ресурс «Вдало.інфо») досліджено трансформацію таких питомих рис фотожурналістики, як документальність, достовірність, інформативність. Загалом, у статті проаналізовано інформативну, документальну, розповідну, ілюстративну, композиційно-графічну, художню, розважальну, рекламну та інші функції фотоілюстрацій. Зацікавлення та вивчення ролі ілюстрацій у новому медіакомунікаційному середовищі допоможе краще зрозуміти важливість цього елемента в сучасному світі комунікації та сприятиме покращенню якісного обміну інформацією.

Ключові слова: дизайн, газета, веб-дизайн, веб-сайт, ресурс, тренд, фотографія, зображення, фотожурналістика.

Постановка проблеми. У сучасному цифровому середовищі, коли доступ до інформації став легким та широко поширеним, ефективна комунікація вимагає засобів, що здатні привернути увагу аудиторії та передати повідомлення в найбільш ефективному способі. В цьому контексті роль ілюстрацій набуває особливої ваги у новому медіакомунікаційному просторі.

Ілюстрації, чи то фотографії, малюнки, графіки чи діаграми, виступають не просто як естетичний елемент, але й як потужний засіб візуалізації інформації та зв'язку з аудиторією. Вони допомагають викликати емоційне залучення та підсилюють розуміння контенту. Ілюстрації можуть бути використані для надання конкретних прикладів, пояснення складних концепцій або просто створення настрою та атмосфери.

У сучасному медіакомунікаційному середовищі, де конкуренція за увагу аудиторії надзвичайно висока, ілюстрації мають потенціал привернути й утримати увагу глядачів, читачів або слухачів. Вони стають ефективним засобом комунікації, що допомагає перетворити інформацію на враження та сприяє зміцненню зв'язку між автором і аудиторією. Проте, разом зі зростанням впливу ілюстрацій у медіакомунікаціях, постають і виклики. Питання авторських прав, можливість маніпуляцій зображеннями та етика використання ілюстрацій стають важливими аспектами, які потребують уваги та дослідження.

У статті розглянуто роль ілюстрацій у новому медіакомунікаційному середовищі та їх вплив на сприйняття інформації, емоційну залученість та комунікацію з аудиторією. А також проаналізо-

вано виклики, які виникають у контексті використання ілюстрацій у цифровій епосі і перспективи їхнього подальшого розвитку.

Ілюстрації виступають важливим елементом комунікації не лише в традиційних ЗМІ, але й у новому медіакомунікаційному середовищі. Загальноприйнятою є думка, що візуальні засоби комунікації мають великий вплив на сприйняття та розуміння інформації. Ілюстрації, незалежно від їхньої форми та виду, допомагають створювати зв'язок між медійним повідомленням та аудиторією, ефективно передають ідеї та сприймаються з більшою легкістю.

Роль ілюстрацій у комунікації полягає в їх здатності привернути увагу аудиторії. Люди мають тенденцію краще запам'ятовувати візуальну інформацію, адже вона є більш доступною та привабливою. Ілюстрації допомагають візуалізувати інформацію, зробити її більш зрозумілою та легкозапам'ятовуваною. Вони стимулюють емоційне сприйняття і дозволяють передати повідомлення з більшою емоційною силою.

Важливим аспектом ролі ілюстрацій у новому медіакомунікаційному середовищі є їхня спроможність привертати увагу в умовах інформаційного перевантаження. Завдяки ілюстраціям можна виділитись серед маси контенту та привернути увагу аудиторії. Вони стають ефективним засобом комунікації, дозволяючи залучити та утримати увагу глядачів, читачів або слухачів. Проте, разом зі зростанням використання ілюстрацій у медіакомунікаціях, постають деякі виклики. Питання авторських прав та використання зображень без дозволу авторів стає актуальним. Також ілюстрації можуть бути використані для маніпуляцій та спотворення інформації. Тому важливо розглянути етичні аспекти використання ілюстрацій у медіакомунікаціях та розробити відповідні стандарти та критерії.

Майбутні перспективи використання ілюстрацій у медіакомунікаціях широкі та захоплюючі. З використанням новітніх технологій, таких як віртуальна реальність та розширена реальність, ілюстрації можуть набути нового рівня взаємодії з аудиторією. Вони можуть стати частиною інтерактивних медійних досвідів та сприяти більш глибокому зануренню аудиторії в контент.

Загальний огляд ролі ілюстрацій у новому медіакомунікаційному середовищі підкреслює їх значення та потенціал у передачі інформації, залученні аудиторії та підсиленні комунікації. Подальше дослідження цієї теми сприятиме розвитку стратегій та стандартів використання

ілюстрацій у медіакомунікаціях та покращенню якості комунікації з аудиторією.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ілюстрації як зображальна складова журналістських матеріалів неодноразово ставала об'єктом наукових досліджень як у класичних підручниках із фотожурналістики М. Балаклицького [4], С. Горевалова [6], Т. Павлова [12], так і в дослідженнях окремих аспектів фотоілюстрування видань у працях В. Беняміна [5], В. Здоровеги [7], М. Максимовича [10], Я. Табінського [15] та інших.

Головною метою цієї статті є розгляд ролі ілюстрацій у новому медіакомунікаційному середовищі та їх впливу на сприйняття інформації, емоційну залученість та комунікацію з аудиторією. Основні завдання статті включають: аналіз значення ілюстрацій у комунікації та їхню роль у привертанні уваги аудиторії; дослідження впливу ілюстрацій на сприйняття та розуміння інформації; розгляд емоційної складової ілюстрацій та їхню здатність створювати емоційне залучення до контенту. Аналізуючи ці аспекти, стаття має на меті поглибити розуміння ролі ілюстрацій у сучасному медіакомунікаційному середовищі та виявити можливості для їхнього ефективного використання з метою покращення комунікації з аудиторією.

Об'єктом дослідження є фотоконтент гіперлокальних медіа Хмельницької області за 2022 рік (газети «Є» [3], «Подільнин» [1] та веб-ресурс «Вдало.інфо» [2]).

Виклад основного матеріалу. Проблеми сучасного суспільства найчастіше піддаються аналізу та вирішуються лише за наявності опублікованих фоторепортажів про складні ситуації. «Візуалізує та привертає увагу до складних життєвих ситуацій – злидні, голод, війни, катастрофи – фоторепортаж. У сучасних умовах можливості фотожурналістики значно розширилися й трансформувалися. Фотографія стала одним із основних засобів комунікації у нових медіа» [9, с. 24]. Вивчаючи публікації у сучасних друкованих та електронних ЗМІ, можна зробити висновок про те, що публікації у жанрі фоторепортажу стають відмінною рисою електронних ЗМІ.

Наприклад, у період з 1 вересня до 29 грудня 2022 року на сторінках друкованої версії газети «Подільнин» опубліковано 6 фоторепортажів (23 номерів газети). За той же період на сайті газети опубліковано 13 фоторепортажів. Варто зазначити, що фоторепортаж у друкованому виданні складається максимум із 3 знімків, а елек-

тронна версія видання містить не менше 5 знімків про кожну подію [1].

Часто жанр фоторепортажу сприймають як один із найдепресивніших способів подачі інформації. Безсумнівно, сучасний фоторепортаж часто звертається до негативних аспектів життя суспільства, розкриває серйозні наболілі проблеми. Надто у період війни. Тим ціннішими стають репортажні знімки, які показують і позитивні моменти життя сучасного суспільства. Навколишня дійсність водночас може бути і дуже страшною, і дуже приємною. «Спеціаліст, який професійно працює в жанрі фоторепортажу, у своїх знімках балансує між позитивними та негативними емоційними аспектами життя суспільства» [4, с. 60].

Перед фотожурналістом часто найбільш гостро стояло питання про опис повсякденного життя людини мовою візуальних образів. Фоторозповідь про побутові моменти життя сучасної людини завжди відрізнялася відсутністю яскравих візуалізованих сюжетів. Відтак, «жанр ілюстрації у засобах масової інформації на всіх етапах свого існування вирішував одне із найскладніших завдань: використовуючи візуальну мову фотографії, передавав життєвий досвід сьогодення нашим нащадкам» [8, с. 109]. Тут звернемо увагу на те, що документальна фотографія не повинна підмінятися створенням штучної візуальної реальності. У журналістських матеріалах зображення повинні розповідати читачеві/глядачеві про місце, в якому подія відбувалася, давати чіткі посилання до конкретного тимчасового відрізка, максимально інформувати про основних дійових осіб події, щоб дати можливість читачеві максимально побачити місце події.

Завжди є спокуса використовувати постановочні прийоми для створення макета реальної дійсності, але тоді відбувається перехід з області журналістської фотографії в галузь існування фотомистецтва, де подібні прийоми роботи потрібні та виправдані. «Філософія документального фотознімку полягає якраз у пошуку того спонтанного, нережисованого моменту, коли в площині одного кадру зійдуться кульмінація того, що відбувається, напруження емоцій та оригінальне композиційне рішення» [7]. Відповідати таким жорстким вимогам може не багато фотографів. Для роботи в жанрі фотожурналістики необхідно розвивати в собі рухливість, навичку вибору точки зйомки, вміння передати динаміку події, але при цьому зробити фоторозповідь зрозумілою глядачеві візуальною мовою образів. «Акт візуалізації (до якого можна віднести і фотографування)

відбувається у контексті бачення, властивого тій чи іншій епосі. Документальність і реалізм стають домінуючими типами репрезентації з початку XIX ст., і саме з цим пов'язане поширення та характер фотографії. <...> важливо зазначити, що фотографія новин не може бути пояснена виключно як продукт індустрії або, переходячи на мікроаналітичний рівень, як результат рутинних практик професіонала. Виробництво професійної фотографії завжди є чимось більшим: відтворенням практик бачення та спостереження, що поділяються всіма учасниками візуального режиму сучасності» [5].

Ілюстрація у веб-дизайні завжди затребувана через свої можливості: оскільки саме вона дозволить дати оцінку сайту. Інтернет-ЗМІ використовують фотоматеріали, бо вони мають дуже дієві можливості щодо зміни картини світу та думок суспільства. В арсеналі ілюстрацій є такі засоби, які можуть викликати у людей емоції, стимулювати суспільство на здійснення будь-яких дій, переконувати у значущості того, що відбувається. Таким чином, необхідно максимально ефективно використовувати візуальну мову на веб-ресурсах, щоб кожна ілюстрація викликала у глядача/читача емоції, поглинала та приковувала його увагу. «Проникливий фотожурналіст максимально заповнює кадр інформацією: від лівого до правого краю, зверху до низу, вона присутня на передньому, середньому та задньому планах» [10].

У деяких випадках звіт про подію – лише один самодостатній знімок, що поєднує в собі все багатство форми та змісту, що повністю описує ситуацію. Такі знімки найчастіше потрібні у друкованих ЗМІ, в електронних ЗМІ роль таких знімків – ілюстрування лідів новини, статті.

За допомогою грамотного репортажного кадру фотограф допомагає глядачеві формувати цілісну картину навколишнього світу. Фотографія допомагає глядачеві затриматися в певній миті, осягати його, розкривати невидимі таємні смисли. Ілюстрації у веб-дизайні найповніше розкриває такі функції ресурсу як інформативна, соціальна, естетична. Це дозволяє більш якісно керувати введенням додаткових смислів у матеріал, що публікується. Таким чином, фотографія допомагає освоїти та використовувати нові інструменти пізнання. Отже, привернути увагу людини, утримати її на якийсь час можуть лише зображення.

Як правильно використовувати фотографію та фотоелементи у веб-дизайні? Відповідь на це запитання було знайдено шляхом вивчення багатьох сайтів різних компаній (їх візуальних

рішень), дослідження спеціальної літератури зі створення актуальних веб-ресурсів та тематичних статей. Нижче наведено виявлені основні тренди використання фотографії у веб-дизайні та їх розвиток упродовж 2022 року:

1. Велика фоновіа фотографія надійно закріпила свої позиції за останніх 5 років, і з нею, мабуть, може конкурувати тільки відео контент, який став популярним цього року, і за рахунок постійного руху в кадрі виглядає можливо яскравіше, ніж фотозображення. Яскраві прийоми фонових зображень використовує веб-ресурс «Вдало.інфо» [2].

2. Мінімалістичний дизайн також актуальний, оскільки на таких інтернет-ресурсах відпочивають очі, у них простіше розібратися і знайти необхідну інформацію в масовій павутині. І прикладом такого ресурсу є електронна версія газети «Подільнин» [1], що виконана в одній кольоровій гамі з мінімальними акцентами. Розробники почали приділяти увагу і нестандартній геометрії: з'явилися не лише «кругові» матеріали, але іконки та розкладка контенту у вигляді ромбів та інших фігур.

3. Образність та яскравість. Найкраще розкривається сенс матеріалу у фотографіях, об'єднаних єдиним сюжетом. Такі знімки на веб-ресурсах характеризуються високим відсотком образності, публіцистичною загостреністю на момент. До фотоісторій, що публікуються на сторінках електронних ЗМІ, висуваються жорсткі вимоги щодо образності, композиційної

цілісності, монтажу. Відповідність публікованих електронними ЗМІ фотоісторій наведеним принципам формування фотоісторій становить запоруку успіху та популярності конкретного електронного ЗМІ. Яскраві фотозображення та продуманий контент утримують увагу відвідувачів веб-сайтів. Особливо це помітно на новинних веб-сайтах, які наповнені різноманітною інформацією. Вони націлені на конкретного споживача і на конкретні його дії. Таким прикладом є сайт газети «Є» [3]. Тут також присутні ефекти скролінгу та колажування.

У всіх трьох ЗМІ простежується потужне зростання рекламної функції, що зумовлено форматом цих ресурсів, адже, наприклад, «Подільнин» та «Є» мають окрему рубрику «Оголошення», а «Вдало.інфо» навіть виокремило кнопку «Реклама на сайті». У проаналізованих виданнях також чимало промо-матеріалів, що супроводжуються яскравими фотографіями (рис. 1).

У ситуації збільшення потреби ЗМІ у документальних знімках виникає відчуття, що професія фотожурналіста дуже затребувана. Але з одного боку, ми спостерігаємо дедалі більший обсяг візуальної інформації, з іншого – значне скорочення бюджетів ЗМІ на фінансування створення фоторепортажів та фотоісторій. За мінімальних бюджетів регіональних ЗМІ на фотоілюстрації до новинних та рекламних матеріалів, набула популярності практика використання «безкоштовних» ілюстрацій. В умовах надмірної пропозиції безкоштовних фотозображень, редакціям ЗМІ немає потреби

«Подільнин»	«Є»	«Вдало.інфо»
<ul style="list-style-type: none"> • «Букети здоров'я замість букетів хвороб» (інтерв'ю з власником ферми мікрогрину «Зелене Місто» А. Власовим); • Два роки – і росії не буде» (інтерв'ю з народним депутатом України Олегом Дундою); • Десять років. Тисячі добрих справ і добродійних кроків» (інтерв'ю з президентом благодійного фонду «МіСт» ім. Михайла Савенка). 	<ul style="list-style-type: none"> • Реперфузійному центру КНП "ХОССЦ" у м. Хмельницькому – 2 роки!»; • Про Герег і їх Епіцентр». 	<ul style="list-style-type: none"> • Переваги пошуку роботи у Кам'янець-Подільському з сайтом jooble» • Разом сильніші: національна мережа UPG відкрила перший АЗК у Хмельницькому».

Рис. 1. Приклади промо-матеріалів, що супроводжуються яскравими ілюстраціями, у аналізованих виданнях

платити за фотографії професійним фотожурналістам. З огляду на те, що на сучасному етапі розвитку засобів масової інформації величезне значення набуває візуалізація будь-якої інформації, редакції видань активно вдаються до використання ілюстрацій, зроблених користувачами соціальних мереж, фотографами громадських фотобанків.

Зважаючи на культуру візуального документування, що прижилася, будь-яка подія, що відбувається поруч із користувачем веб-ресурсу, може бути задокументована ним за допомогою фотокамери смартфона. Так електронні ЗМІ отримують нескінченну кількість «народних фоторепортерів».

Найголовнішою перевагою зроблених подібним способом фотографічних зображень є можливість отримання фотографій з епіцентру практично будь-якої раптової події.

Висновки. В умовах розвитку нових медіа робота сучасного фотожурналіста, особливо в регіональних ЗМІ, ускладнилася. А завдання самої ілюстрації на веб-ресурсах стало складнішим і об'ємнішим. Ситуація становлення та популяризації нових медіа ставить професійного фотожурналіста в умови жорсткої конкуренції з непрофесіоналами, що додатково порушує питання про існування професії.

Отже, можна зробити висновок, що поява та розвиток нових медіа провокує бурхливий розвиток ілюстрації, але водночас нові медіа знижують загальний якісний рівень фотозображень. Фотографи-репортери стають надто дорогими для редакцій ЗМІ (порівняно з безкоштовними мережевими авторами). Незабаром, можливо, доведеться спостерігати витіснення професійних фотографів, фотожурналістів та дизайнерів у область блогерства.

Список літератури:

1. Газета «Подільнянин»: електронний архів. URL: <https://podolyanin.com.ua/>
2. Вдало.інфо: електронний архів. URL: <https://vdalo.info/>
3. Газета «Є»: електронний архів. URL: <https://ye.ua/>
4. Балаклицький М. А. Зображальна журналістика : навчально-методичний посібник для студентів зі спеціальності «Журналістика». Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2019. 84 с.
5. Беньямін В. Мистецький твір у добу своєї механічної відтворюваності / пер. з нім.Ю. Рибачук, Н. Лозинська. Львів : Літопис, 2002. С. 53–91.
6. Горевалов С. І., Зикун Н. І., Стародуб С. А. Фотожурналістика в системі засобів масової інформації: єдність слова і зображення. Київ : КиМУ, 2010. 296 с.
7. Здоровага В. Природа і специфіка образу в журналістиці. URL: http://www.franko.lviv.ua/faculty/jur/publications/visnyk26/Statti_Zdorovega.htm
8. Зонтаг С. Про фотографію. Київ : В-во Соломії Павличко «Основи», 2002. 189 с.
9. Карпенко В. Журналістика: основи професійної комунікації. К.: Нора-прінт, 2002. 348 с.
10. Максимович М. Дослідження фотожурналістики. URL: <http://journ.lnu.edu.ua/vypusk7/n11/tv11-10.pdf>.
11. Марі-Шаппе Жан. Інфографія у пресі. Київ, 2001. 102 с.
12. Павлова Т. Фотомистецтво в художній культурі Харкова останньої третини ХХ століття (на матеріалі пейзажного жанру) : дис...канд. мистецтвознавства: 17.00.01 / Харківська держ. академія дизайну і мистецтв. Харків, 2007. 219 арк.
13. Пилип'юк В. Українська художня фотографія. Етапи становлення та мистецькі засади розвитку: навчальний посібник. Львів: Світ, 2011. 175 с.
14. Савончак В. Я. Зображальна журналістика: фотографія. Конспект лекцій. Чернів. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича. Чернівці: Рута, 2011. 100 с.
15. Табінський Я. Образ у сучасній фотожурналістиці: між мистецтвом і публіцистикою. URL: <http://lnu.edu.ua/faculty/jur/vypusk7/n12/tv12-48.pdf>.
16. Шаповал Ю. Г. Фотожурналістика: Навч. посіб. Рівне : Волин. обереги, 2007. 76 с.

Holub O. S. THE ROLE OF ILLUSTRATIONS IN THE NEW MEDIA COMMUNICATION ENVIRONMENT (WEB DESIGN TRENDS)

The article examines approaches to using images in the process of developing and filling websites, modern trends in web design. The peculiarities of the influence of photography, color gamut and methods of processing photo images on the general perception and informative interaction with textual content as part of the content are determined. Special attention is paid to the role of illustrations in the new media

communication environment. The research examines and analyzes in detail the importance of illustrations in communication and their impact on the perception of information, emotional involvement and communication with the audience. She also examines the challenges of using illustrations in the digital age, including copyright issues and the possibility of image manipulation. The future prospects of using illustrations in media communications are also considered. This article will contribute to a better understanding of the importance of illustrations in today's media communication environment and contribute to the development of strategies and standards for their use to improve the quality of communication with the audience. The use of photo images is considered on the example of mobile applications that are used most often. On the example of photo materials of hyperlocal media of the Khmelnytskyi region (newspapers «E», «Podolyanin» and the web resource «Vdalo.info»), the transformation of such specific features of photojournalism as documentary, reliability, informativeness is studied. In general, the article analyzes informative, documentary, narrative, illustrative, compositional and graphic, artistic, entertaining, advertising and other functions of photo illustrations. Interest and study of the role of illustrations in the new media communication environment will help to better understand the importance of this element in the modern world of communication and will contribute to the improvement of quality information exchange.

Key words: *design, newspaper, web design, website, resource, trend, photography, image, photojournalism.*