

Янець О. О.,
студентка,
Національний авіаційний
університет (м. Київ)

МІСЦЕ ХУДОЖНЬОЇ ФОТОГРАФІЇ В СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ДРУКОВАНИХ ЗМІ

На сьогодні питання фотоілюстрування в українських періодичних виданнях є важливим у контексті розгляду проблеми розвитку художньої фотографії інформативного значення. Зовнішнє оформлення друкованих ЗМІ слугує засобом привертання уваги читача. Загальний дизайн – перше, що бачить потенційний покупець. Він складається з багатьох елементів, таких як: кількість колонок на сторінці, величина заголовків, використання кольору, найголовнішим є розміщення малюнків, графіків та фотографій. Вони допомагають привернути увагу покупців, у першу чергу, це стосується фотографії на першій шпальті.

Проблема використання художньої фотографії в ЗМІ була предметом розгляду для таких учених, як: В. Борєв «Фотографія в структурі масової комунікації» [1], С. Зонтаг «Погляд на фотографію» [2], І. Курліщук «Специфіка ЗМК як особливого інституту соціалізації» [3].

Метою публікації є аналіз місця художньої фотографії в сучасних друкованих українських ЗМІ.

Від середини ХХ століття фотографія у світі зображень стає суто образотворчим засобом у ЗМІ та рекламі, в науці й світі в цілому. Вона використовується і з документальною, і з суто художньою метою. Художню фотографію здебільшого трактують як один із видів образотворчого мистецтва. Наразі, її чіткого визначення не існує. Це і предмет майстерності, що віддзеркалює емоції і сприйняття художника, які гармоніюють з духовним світом інших осіб [3].

Нинішні реалії змінили традиційне уявлення про беззаперечну вагомість і домінантність вербалізованого контенту. Читачі спочатку переглядають видання, читаючи його вибірково. Таким чином, існує необхідність привернути увагу до конкретних матеріалів, а саме графічним символом – ілюстрацією. Якщо сприймати цей символ як елемент візуальної мови, то вона має бути досконалою, естетичною. Це структурна основа періодичного видання мистецтва, а саме відкриття світу й сприйняття натурального. Режисер театру і кіно, американська письменниця Сьюзен Зонтаг вважає, що фотокартки живописують реалії, які вже існують. Проте тільки фотоапарат може їх відобразити.

Фотоілюстрації демонструють індивідуальний характер фотохудожника, який виявляється в тому, як фотоапарат підрізає реальність [2].

Водночас більшість українських друкованих видань надають перевагу публікації суто інформативних знімків з місця події. Про необхідність переробки інформативного знімку в художній зазначає В. Борев: «Сучасна художня риса, яка з'явилася з інформативності знімку, – документалізм – увійшла в систему художньої культури, поширила всі види майстерності і повернулася у фотографію...» [1, 51].

В українських друкованих ЗМІ, у порівнянні із закордонними, використання художньої фотографії на низькому рівні, досить мало простору для розміщення художніх фотографій, які виховують естетичний смак у читача та дозволяють розмірковувати над матеріалом. На сьогодні на своїх сторінках художню фотографію використовують поодинокі видання: газети «День», «Ратуша», журнали «Фокус», «Кореспондент», «Кордон», «Військо».

Вдалим прикладом використання художньої фотографії вважаємо випуск газети «День» за 7 жовтня 2011 року й фото агенції «Рейтер», на якій у квітах зображений портрет Стіва Джобса. Звичайно, перший погляд на світлину – й інформаційний код проходить крізь людську свідомість: «Чорно-білий 53 портрет – квіти – натопв зажурених людей». Влучним виявився і коментар до цієї світлини: «Три яблука змінили світ: одне з'їла Єва, одне впало на голову Ньютона і ще одне заснував Стів». Ця інформація про смерть засновника компанії «Apple» змусила світ згуртуватись, адже в кожній країні люди зі співчуттям обговорювали цю новину. Світ змінюється завдяки новим інформаційним технологіям і продовжує змінюватися. З'являються нові електронні видання, в яких ілюстрацій різних жанрів і видів розміщується набагато більше, ніж у друкованих.

На нашу думку, більшу увагу читача приваблює до себе періодичне видання з естетичними художніми фотографіями, вони примушують громадськість думати й зачіпають емоційний стан, де є в цьому необхідність, коли текст відсутній. Художня фотографія як засіб художнього оформлення має велике значення у формуванні естетичної привабливості газетних, журнальних й електронних сторінок.

З опитування, яке проводилося нами 5 травня 2017 року серед працівників Новоград-Волинської міськрайонної газети «Лесин край», стало відомо, що погано доносяться видатні події до громадськості через фотомистецтво. Естетичне ставлення людей до світу, до різних видів мистецтва формується переважно

під впливом стихійних факторів, соціального оточення, засобів масової інформації. Тож періодичні видання України повинні поступово збільшувати кількість розміщення художньої фотографії. Виходячи з досвіду, накопиченого нашими друкованими ЗМІ, для ілюстрацій потрібно відводити 15 % усієї площі номеру. В особливих випадках її можна збільшувати до 25 %. Це підштовхне громадськість до формування особисто-ціннісного ставлення до фотохудожників та мистецтва загалом.

Отже, фотографія – це невід’ємний елемент будь-якого видання. Завдяки художнім фотографіям шпальти газет та журналів стають більш привабливими для читача. Знімки спрощують розуміння матеріалів, збільшують їхню емоційність та переконливість.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Боров В. Фотография в структуре массовой коммуникации / В. Боров. – Вильнюс, 1986. – 192 с.
2. Зонтаг С. Взгляд на фотографию / С. Зонтаг // Мир фотографии : зб. наук. праць. – М. : Планета, 1998. – С. 39–56.
3. Курліщук І. І. Специфіка засобів масової комунікації як особливого інституту соціалізації / І. І. Курліщук // Вісн. Луганського нац. пед. ун-ту імені Тараса Шевченка. – 2005. – № 7. – 155 с.
4. Морозов С. Творческая фотография / С. Морозов. – М., 1989. – 416 с.

Яриш О. В.,
студентка,
Національний авіаційний
університет (м. Київ)

РОЗВИТОК РОЗВАЖАЛЬНОЇ ТЕЛЕЖУРНАЛІСТИКИ В УКРАЇНІ

Відслідковуючи історію розвитку розважального телебачення України варто зазначити, що перебуваючи у складі СРСР українські екрани заповнювались, так званим, вітчизняним телепродуктом. Лише подеколи у ефір потрапляли передачі телебачення країн «соціалістичної співдружності», одержані через систему «Інтербачення».

Сучасне телебачення має суттєві відмінності. Українські канали масово закуповують іноземний продукт, що за часів радянського союзу було неможливим. Подібна багаторічна відчуже-