

**Міністерство освіти і науки України**  
**Університет митної справи та фінансів**  
**Факультет управління**  
**Кафедра журналістики**

## **КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти**

на тему «Актуальні тенденції розвитку жанрів фотожурналістики  
у сучасних медіа»

Виконала: студентка групи ЖР 19-1

спеціальності 061 «Журналістика»

Грунт К.В.

Керівник:

д.н. з держ.упр., професор Дрешпак В.М.

Дніпро 2023

## АНОТАЦІЯ

кваліфікаційної роботи на тему:

«Актуальні тенденції розвитку жанрів фотожурналістики у сучасних медіа»

Виконавець: студентка групи ЖР 19-1 Грунт К.В.

Керівник: д.н. держ.упр. професор Дрешпак В.М.

Дипломна робота: 58 с., 51 джерело, 5 додатків.

Об'єкт дослідження: жанри фотожурналістики.

Предмет дослідження: актуальні тенденції розвитку жанрів фотожурналістики у сучасних медіа

Мета роботи: мета кваліфікаційної роботи полягає у виявленні актуальних тенденцій розвитку жанрів фотожурналістики у новому цифровому медіасередовищі.

Одержані висновки та їх новизна: Новизна одержаних результатів полягає у постановці і вирішенні пріоритетних завдань щодо комплексної оцінки актуальних тенденцій розвитку жанрів фотожурналістики у сучасних медіа, що дозволяє розширити уявлення про стилі передачі фотозображення та закладеного в ньому змісті від медіа до споживачів інформації. Крім того, в роботі проведений контент-аналіз матеріалів сучасних фотожурналістів, що дає можливість виявити стиль та особливості різновидів фото, які супроводжують текстовий матеріал в сучасних медіа.

Практичне значення: практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що отримані висновки в результаті дослідження можуть бути використані на практиці журналістами в процесі створення фоторепортажу; створені особисто фотоматеріали можуть бути опубліковані в медіа та соціальних мережах.

Ключові слова: репортаж, медіасередовище, глобалізація, воєнний фоторепортаж, мас-медіа, пропаганда, документальна фотографія, фотопубліцистика, фотонарис.

## SUMMARY

qualification work on the topic:

"Current trends in the development of photojournalism genres in modern media"

Author: student of the group ZhR 19-1 Grunt K.V.

Supervisor: Doctor of Public Administration, Professor Dreshpak V.M.

Diploma work: 58 p, 51 sources, 5 attachments.

Object of research: genres of photojournalism.

Subject of research: current trends in the development of photojournalism genres in modern media .

Purpose of the work: the purpose of the qualification work is to identify current trends in the development of photojournalism genres in the new digital media environment.

Conclusions and their novelty: The novelty of the obtained results lies in the formulation and solution of priority tasks for a comprehensive assessment of current trends in the development of photojournalism genres in modern media, which allows to expand the understanding of the style of transmission of the photo image and the content inherent in it from the media to information consumers. In addition, the paper conducts a content analysis of the materials of contemporary photojournalists, which makes it possible to identify the style and features of the types of photos that accompany textual material in modern media.

Practical significance: the practical significance of the results obtained is that the conclusions drawn from the study can be used in practice by journalists in the process of creating a photo report. Personally created photos can be published in the media and social networks.

Keywords: reportage, media environment, globalisation, war photography, mass media, propaganda, documentary photography, photojournalism, photo essay.

## ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ІСТОРИЧНІ ВИТОКИ ТА СЬОГОДЕННЯ ФОТОГРАФІЧНОЇ ТВОРЧОСТІ ТА ФОТОЖУРНАЛІСТИКИ	8
1.1. Історичний шлях розвитку фотожурналістики та її досліджень	8
1.2. Фотожурналістика на сучасному етапі	16
РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ЖАНРОВИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ФОТОЖУРНАЛІСТИКИ	30
2.1. Інформаційні жанри фотожурналістики	30
2.2. Художньо-публіцистичні жанри фотожурналістики	40
РОЗДІЛ 3. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА ДО ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ «СЕРІЯ ФОТОРЕПОРТАЖІВ «ЛОНДОН. МІЛАН. УКРАЇНА»	50
ВИСНОВКИ	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	62
ДОДАТКИ	67

## ВСТУП

**Актуальність теми.** У світі без фотографій не виходить жодне видання. Використання фотоматеріалів є нагальною необхідністю, оскільки цим візуально документується сам хід певної події. Фотографічна творчість є не просто дзеркально-мертвим актом, а процесом проникнення в сутність явища, осмислення автором життя, події. З розвитком фотографія зайняла гідне місце у ЗМІ, на терені яких і йшло становлення фотожурналістики.

Фотожурналістика – складова частина, обов'язковий компонент сучасної журналістики. Через друк, а також через телебачення вона здійснює зв'язок із соціальною системою. Функціональне значення фотожурналістики зумовлено включеністю в систему «журналістика», пов'язане з вирішенням завдань, поставлених в цілому перед ЗМІ.

Фотографія, як засіб пізнання, світу відіграє сьогодні важливу роль не лише у збагаченні духовного життя суспільства новими цінностями, його моральному піднесенні, але також, як спосіб відображення його реального життя, створюючи тим самим певний образ тієї чи іншої держави. Взаємодіючи з соціальною системою, фотожурналістика на практиці реалізує цілу низку різних функцій (серед них найбільш важливими є агітаційна, пропагандистська та організаторська), об'єднаних в єдине начало.

Актуальність дослідження визначена необхідністю проведення аналізу тенденції розвитку жанрів фотожурналістики у сучасних медіа. Сучасні засоби візуального відображення дійсності дозволяють широко та всебічно охопити весь спектр життєдіяльності суспільства, починаючи з політичних процесів і до приватного життя індивідів. Тому певний інтерес для дослідження представляють виразні засоби, що використовуються фотожурналістами при висвітленні подій.

Фотожурналістика, як невід'ємна частина ЗМІ, має унікальні здібності візуального відображення дійсності незалежно від політичних, соціально-економічних та культурних умов конкретної держави. Фактично, свобода слова

у фотографіях досягла свого кульмінаційного розвитку, оскільки початкова (документальна, фактична) природа фотографії не дозволяє вдаватися до явної фальсифікації загалом.

**Ступінь наукової розробленості проблеми.** На принципі єдності слова і зображення ґрунтується жанрова система фотожурналістики, визначена такими дослідниками, як В. Юодакіс (Вільнюський університет), Б. Черняков (Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка). Серед науковців, які займались вивченням жанрових різновидів фотожурналістики є також такі, як: М. Максимович, О. Пода, Г. Волинець, К. Валькова, Г. Почепцов, В. Карпенко, О. Колосов, Г. Маркова, Л. Поліха, В. Шевченко, Ю. Шаповал, І. Мащенко, С. Любимова, Г. Цуканова, Б. Черняков В. Різун, О. Харитоненко, Я. Табінський, О. Сушкова та ін.

**Мета і завдання дослідження.** Мета випускної кваліфікаційної роботи полягає у виявленні актуальних тенденцій розвитку жанрів фотожурналістики у новому цифровому медіасередовищі.

На основі визначеної мети були поставлені такі завдання дослідження:

- розглянути історичний шлях розвитку фотожурналістики та її досліджень;
- дослідити фотожурналістику на сучасному етапі;
- проаналізувати інформаційні жанри фотожурналістики;
- розкрити художньо-публіцистичні жанри фотожурналістики;
- провести роботу над створенням авторського фоторепортажу як інформаційного продукту.

**Об'єкт роботи:** жанрове різноманіття у фотожурналістиці.

**Предмет роботи:** актуальні тенденції розвитку жанрів фотожурналістики у сучасних медіа.

**Методи дослідження.** У процесі написання роботи були використані такі методи дослідження:

- узагальнення – метод наукового пізнання, за допомогою якого фіксуються загальні ознаки та властивості певного класу об'єктів та здійснюється

перехід від одиничного до особливого та загального, від менш загального до більш загального, за допомогою якого після розгляду наукових доробок зарубіжних та вітчизняних вчених ми узагальнили всю інформацію в окремих розділах даного дослідження;

- аналізу та синтезу – вивчили особливості фоторепортажу та створення матеріалів пропагандистського та контрпропагандистського характеру;

- спостереження – систематичне, цілеспрямоване вивчення об'єкту.

Цей метод застосовувався під час ознайомлення з матеріалами досліджуваних медіа на предмет ведення фоторепортажів.

**Новизна одержаних результатів** полягає у постановці і вирішенні пріоритетних завдань щодо комплексної оцінки актуальних тенденцій розвитку жанрів фотожурналістики у сучасних медіа, що дозволяє розширити уявлення про стилі передачі фотозображення та закладеного в ньому змісті від медіа до споживачів інформації. Крім того, в роботі проведений контент-аналіз матеріалів сучасних фотожурналістів, що дає можливість виявити стиль та особливості різновидів фото, які супроводжують текстовий матеріал в сучасних медіа.

**Практичне значення одержаних результатів** полягає у тому, що отримані висновки в результаті дослідження можуть бути використані на практиці журналістами в процесі створення авторських фотоматеріалів серії «Лондон. Мілан. Україна».

## РОЗДІЛ 1

### ІСТОРИЧНІ ВИТОКИ ТА СЬОГОДЕННЯ ФОТОГРАФІЧНОЇ ТВОРЧОСТІ ТА ФОТОЖУРНАЛІСТИКИ

#### 1.1. Історичний шлях розвитку фотожурналістики та її досліджень

Фотожурналістика – явище, яке можна тлумачити у різний спосіб. Фотожурналістика – це повідомлення новин за допомогою фотографій. Ці зображення зазвичай з'являються в друкованих газетах і журналах, а також на сайтах он-лайн-медіа та платформах мікроблогів.

Фотожурналістика – це процес передачі фактів, інформації із використанням фотографії, як основного засобу розповіді [18, с. 40]. Більшість із нас знайомі зі старим прислів'ям «картинка варта тисячі слів». Це теорія фотожурналістики. Новинні видання готові платити найвищу суму тим фотожурналістам, які можуть зафіксувати найдраматичніші зображення на камеру.

Тоді, як звичайні журналісти діляться своєю інформацією, використовуючи ручку та папір (або, можливо, клавіатуру), фотожурналісти використовують камеру як засіб. Фотожурналіст використовуватиме зображення, щоб розповісти всю історію, від початку до кінця і якщо це буде зроблено належним чином, читачеві можуть навіть не знадобитися слова, щоб повністю зрозуміти подане повідомлення [36, с.18].

Роль фотожурналіста полягає в тому, щоб розповісти історію через фотографію. Мета полягає не лише в фотографуванні, а й у тому, щоб зображення відповідали найвищим журналістським стандартам, намагаючись донести правду. Немає єдиного правильного способу розповісти історію за допомогою зображень. Незалежно від того, як розповідається історія, фотожурналісти прагнуть просвітити аудиторію, фіксуючи чітке зображення.

Становлення фотожурналістики, як підвиду журналістики, обумовлено суспільною потребою у візуальній інформації, а поле діяльності



фотожурналістики – визначає характер творчості. Фотожурналістика постає як діяльність духовно-практична. Мета творчості фоторепортерів – розкрити візуальними засобами соціально-політичний зміст фактів та подій сучасного суспільного життя.

Будь-яка діяльність характеризується ставленням суб'єкта до об'єкта. Для створення твору фотожурналістики також потрібна наявність об'єкту та суб'єкту. Об'єкт фотожурналістики той самий, що й інших видах журналістики – словесної, радіо- і телевізійної. Це – природа та суспільство. Однак в особливостях і засобах відображення об'єкта виявляються відмінності [40, с.26].

Фоторепортер відображає дійсність, покладаючись насамперед на можливість фотографії. Отже, реальності світу він відтворює з допомогою як мовних знаків, так і іконічних. Об'єкт у фотожурналістиці постає у наочному вигляді. Читач стає ніби очевидцем дійсності, показаної на фотознімку; досягається ефект впливу багато в чому подібний до того, який міг би бути отриманий від безпосереднього спостереження події.

Інша особливість фіксації об'єкта у фотожурналістиці – документальність: показ дійсності в нетрансформованому вигляді, відображення факту, як він є, його точна просторово-тимчасова характеристика. Документальність у фотожурналістиці визначається психологічною установкою: фотографічних знімків нереального, неіснуючого не може бути. Ця особливість відображення характерна і для інших видів журналістики, але у фотожурналістиці вона виявляє себе більшою мірою [2, с.34].

Об'єкт у фотожурналістиці завжди конкретний. Своє завдання фотожурналіст бачить у тому, щоб знаходити та знімати конкретні прояви передового досвіду, а також конкретні недоліки у різних сферах суспільної практики. Твори фотожурналістики можна позначити поняттям привабливості.

Фотожурналістика є потужним способом задокументувати події та передати інформацію так, як це неможливо зробити лише словами. Однією з ключових сильних сторін фотожурналістики є її здатність фіксувати «сирі», невідредаговані моменти. Це надає фотожурналістиці відчуття автентичності та

чесності, чого часто не вистачає іншим формам журналістики. Наприклад, фотожурналіст може зафіксувати акцію протесту чи демонстрацію під час її проведення, даючи глядачам можливість зазирнути в емоції та переживання учасників.

Іншим важливим аспектом фотожурналістики є її здатність висвітлювати важливі проблеми та привертати до них увагу. Роблячи потужні знімки, фотожурналісти можуть допомогти підвищити обізнаність і розпалити обговорення важливих проблем. Наприклад, фотожурналіст може задокументувати вплив зміни клімату на громаду, повернувши увагу до проблеми та надихаючи діяти.

Окрім здатності документувати події та підвищувати обізнаність, фотожурналістика також є чудовим способом дізнатися про різні культури та погляди. Подорожуючи різними частинами світу та документуючи людей і місця, з якими стикається журналіст, читачі можуть краще зрозуміти світ навколо.

Фотопублікація стає свого роду зоровим центром. Як правило, саме зі знімків на смугі починається знайомство зі змістом видання, вони є тим матеріалом, який «прочитується» всіма. Нарешті, фотопублікацію характеризує така особливість, як швидкість сприйняття зображення, що у інформаційному процесі грає значну роль. Швидкість сприйняття може, як «економити» час читача, так і дозволяє досягти особливого впливу на нього [11, с.71].

Суб'єкт завершує портрет фотожурналістики як виду творчості. Суб'єкт, тобто фотожурналіст, знаходить і знімає факт дійсності, проясняє його значущість, показує зв'язок того, що відбувається з іншими фактами. У суб'єктно-об'єктних відносинах виявляються закономірності журналістської творчості. У роздумах науковців про характер відображення дійсності у фотожурналістиці, нерідко перебільшується роль техніки і робиться висновок: світ постає таким, яким бачить його фотокамера. Висновок, безперечно, неправильний.

Відображення дійсності у фотожурналістиці не є актом механічним. Фотопублікація включає відтворення, як об'єктивної реальності, так і суб'єктивного погляду автора неї. Фотокамера в руках репортера упереджена, вона бачить світ таким, яким бачить його репортер. Це виявляється вже у виборі об'єкта. Вибір об'єкта передбачає його оцінку. Дійсність у фотожурналістиці спочатку фокусується через світоглядну призму фоторепортера. Отже, у фотожурналістиці не виключається можливість прояву різних ідеологічних напрямків. Цим самим підтверджується закономірність, властива журналістиці загалом [11, с.72].

На даному етапі розвитку фотожурналістики, існує низка теоретичних робіт у галузі фотожурналістики, ЗМІ, комунікацій, вивчаючи які, можна створити лише узагальнений образ проблеми. Аналіз літератури з фотографії показує, що основна увага приділяється техніці, історії, розвитку теорії та практики фотожурналістики. Теоретичні дослідження творчого процесу у фотографії головним чином стосуються галузі художньої фотографії та значно меншою мірою – фотожурналістики.

Винахід терміну «фотожурналістика» зазвичай приписується Кліффу Едому (1907-1991), який 29 років викладав у школі журналістики в Університеті Міссурі. Там Едом організував першу групу фотожурналістики 1946-го року. Інші називають декана Школи Фотожурналістики Френка Л. Мотта [33, с.108].

Серед досліджень, які стосуються проблем сучасної фотожурналістики, є небагато праць. У дослідженнях Б. І. Чернякова, Ю. Г. Шаповала розкриті поняття фотожурналістики, зображальної природи фотографії, В. В. Пилип'юк досліджував фотомистецтво на західній Україні. З розвитком та вдосконаленням технологій у всіх сферах суспільного життя в тому числі і у фотожурналістиці, можна говорити про те, що здійснюється зближення багатьох царин фотографії.

Науковці зрідка вивчають фотографію в генологічному контексті, йдеться саме про дослідження жанрів, різновидів форм та ознак. У працях Ганни Цуканової зосереджено увагу на нових можливостях цифрової фотожурналістики, які зумовлені розширенням технічного потенціалу [34].

Сучасні мультимедійні інструменти й можливості платформ сприяють появі нових форматів представлення візуального контенту. При цьому авторка переконана що не варто говорити про виникнення нових жанрів, адже мультимедійні засоби хоч і поширюють інформацію для споживачів, однак саму жанрову класифікацію зображувальної журналістики вони не розширюють [2, с.11].

Професор Сергій Горевалов класифікує жанри фотожурналістики за принципом, який ґрунтується на єдності слова і зображення, та виокремлює самостійні й допоміжні жанри [12], а польський професор Казімеж Вольний-Зможинський пропонує та характеризує деякі нові візуальні форми передачі інформації, зокрема – прес-фотографію, фотоесей, фотокаст тощо.

Теоретики журналістики як в Україні, так і за кордоном, а це насамперед Євген Сверстюк, Йосип Лось, Роджер де Век, Макс Лернер, Волтер Кронкайт, давно писали про занепадницькі тенденції у сучасній світовій журналістиці. На їх думку, у гонитві за високими накладками жменька ідеалістів в засобах масової інформації, котрі намагалися змінити світ, поступилася натиску безпринципних циніків, котрих цікавить лише ефектність.

Аналізуючи поведінку журналістів та фотокореспондентів багатьох сучасних видань, важко не погодитися із професором Оленою Кузнецовою, котра акцентує на тому, що «журналіст не повинен маніпулювати громадською думкою, використовуючи засоби масової інформації, не кажучи про пропаганду насильства, жорстокості, війни... що є не тільки аморальним, а й порушує закон» [18, с.42].

Отже, можна стверджувати, що фотографія стала не лише результатом контакту між фотографом і подією, оскільки знімання – подія сама по собі. У журналістиці дедалі безапеляційніше визнається право головного учасника події (фотографа) втручатися у всі наші справи, інші події або свідомо ігнорувати їх. Всюдисущість фотокореспондентів, величезна кількість фотоапаратури і людей, що її обслуговують, вкорінює у свідомість суспільства думку, що час складається лише з подій, гідних бути зафіксованими на фотознімку [29].

Мало що так сильно змінило журналістику як фотографія. Колись газети були суто чорно-білими, а зараз важко уявити репортаж чи розслідування, які б не супроводжувалися яскравими та барвистими знімками. Проте фотожурналістика зазнавала серйозних змін у різні періоди. Не було конкретного переломного моменту, коли видання навчилися працювати з кадрами – все розвивалося повільно та хвилеподібно.

Перші фоторепортажі припали на Кримську війну 1853-1856 років, їх зробили Вільям Сімпсон та Роджер Фентон. Роджер Фентон – військовий фотограф, який зобразив усі наслідки та жахи воєнних дій. Його роботи публікувалися, щоб показати громадськості жорстоку дійсність воєнного конфлікту. Громадянську війну в США теж було добре задокументовано. Фотограф Меттью Бреді отримав дозвіл виїжджати на поле битв та фотографувати війська перед атакою. Так народилася фотожурналістика, хоча в ті дні існувало багато серйозних обмежень – як через велику кількість обладнання для отримання знімку, так і внаслідок обмежень у фотодруці [34].

Проте до 1880 року друкарням не виходило друкувати знімки, тому вони використовували гравюри на основі кадру. Вже потім, у період між 1870 та 1897 роками, фотографії прийшли у видання. З'явилися вибухові порошки для зйомки у приміщенні, а друкарні навчилися друкувати знімки. Але тоді ще не вистачало головного – компактності та зручності.

Фотожурналістика формувала наше сприйняття світу та ставлення до того, що відбувається, ще з середини XIX століття. З того часу технології постійно змінювали цю сферу, вони розвивалися, роблячи фотографію доступною. Це, у свою чергу, дало кожному з нас можливість відображати події, які відбуваються поруч із нами [50].

У 1925 році компанія Leica випустила камеру 35 мм. Потім репортери отримали лампи-спалахи. Звідси і почався золотий період фотожурналістики, який тривав двадцять років: телебачення погано конкурувало з паперовими виданнями, а довкола розгорталася війни, конфлікти та революції. На початку 1900-х значно прискорився процес друку.

У другій половині XIX століття фотожурналістика розширилася і інші сфери життя. Фотографії катастроф і висвітлення військових дій можливо і стали її початком, але такі фотографи, як Джон Томсон і Адольф Сміт, додали їй справді нового сенсу. Водночас Томсон та Сміт запустили проєкт із документування побуту мешканців Лондону. Таким чином, у жанрі з'явився елемент оповідання [50].

Період із 1930-х по 1970-і роки вважається Золотим віком журналістики. То був час, коли технології дозволили легко доносити фотографію до мас, а ті, у свою чергу, з величезним інтересом зустрічали цей жанр фотографії. Великі новинні агенції, на кшталт LIFE, наймали фотокореспондентів та заохочували публікацію фоторепортажів. Саме в цей період з'явилися такі визначні фотографи, як Маргарет Бурк-Уайт та Доротія Ланж, які назавжди увійшли в історію фотографії та фотожурналістики. Тоді народилося і фотоагентство Magnum Photos, яке задокументувало найбільші події століття [45].

У 1970-х Якоб Рііс зобразив життя емігрантів у нетрях і його роботи послужили поштовхом для соціальних реформ. Його робота справді показала, наскільки впливовою може бути роль фотографа і продемонструвала, що фотожурналістика здатна започаткувати величезні соціальні зміни.

У 1990-2000 рр. почався ще один виток змін. Тележурналістика освоїла нові формати, інтернет поєднав любителів та редакції, а видання відкрили для себе соціальні мережі. Але якщо подивитися лише на найкращі знімки, то різниці начебто й немає. Це особливо прослідковується з фотографій з премії World Press Photo 1968, 1992 та 2019 року: фотожурналістика змінювалася зсередини. Через знімки сперечалися і лаялися, переробляли етику, змінювали цензуру та правила у редакціях. І важливо дивитися не на винаходи та нововведення, а на події [45].

Щойно фотографія прийшла у видання, вона перетворилася на інструмент пропаганди. Знімки «режисували» під потреби уряду, знімки ретушували для естетики, знімки перетворювали з документа на картину. Масштаб різних течій у сучасній фотографії вражає, але навіть на цьому тлі репортажна фотографія здається визначальним трендом. Одна з причин, чому ця тема така глибока і

цікава, полягає в тому, що технологічні інновації проклали шлях іншій естетиці, буквально вклавши фотокамеру в руки кожного з нас [17].

Нова репортажна фотографія змушує нас думати та дивитися на речі під іншим кутом. Вона зазвичай використовується для висвітлення якоїсь важливої події. Нова репортажна фотографія, Impact-фотографія (тобто буквально «фотографія впливу»), зовсім не передбачає, що знімок міститиме якийсь шокуючий елемент. Навпаки, така фотографія може мати гумористичний відтінок і досить тонко виражати ідею, що лежить у її основі.

Це той вид фотографії, який інформує нас і водночас змушує замислитися. Крім того, це фотографія, яка ще містить чіткий елемент оповідання. Репортажна фотографія – дитина фотожурналістики. Це знімки, які інформують нас, надихають та змінюють наш погляд на події [41, с.40].

Звичайно, відколи ми увійшли в цифрову епоху, фотожурнали втратили колишню популярність, проте фотожурналістика залишається такою ж актуальною та впливовою, як і раніше. На ранньому етапі розвитку фотожурналістики фотографії приймалися та друкувалися як є, а сьогодні вони легко піддаються різноманітній обробці. Це поставило перед нами серйозну проблему достовірності, адже будь-яку фотографію можна суттєво змінити.

Безумовно, величезний вплив на фотожурналістику мають і соцмережі. У пошуку фотоілюстрацій ЗМІ можуть розраховувати на соцмережі та отримати якісні фотографії з будь-якої точки земної кулі. Видання часто працюють із фрілансерами, а соціальні мережі забезпечують їм швидкий та зручний доступ до знімків. Якщо замислитися, то сьогодні наші телефони мають фотокамери, які забезпечують неймовірну якість фотозйомки.

Один фотограф на ім'я Бенджамін Лові став відомий своїми фоторепортажами, знятими на звичайний iPhone. Його мобільна фотографія у 2012 році потрапила на обкладинку журналу «TIME» [50]. Це ще раз підтверджує тезу про те, що головне мати не якісну камеру, а творче наповнення автора фотографії.

Підсумовуючи, варто сказати, що фотожурналістика є потужною та важливою формою журналістики, яка дозволяє нам побачити та зрозуміти світ по-новому. Це складна та корисна сфера і є багато різних областей фотографії, які варто досліджувати. Фотожурналістика – різновид журналістики, яка основним засобом передачі змістовного наповнення інформації використовує фотозображення, створене в певний момент фіксації факту чи події.

## **1.2. Фотожурналістика на сучасному етапі**

Після дослідження процесу становлення фотожурналістики, доцільно звернутися до її сучасного етапу розвитку та тенденцій, які залишатимуться актуальними ще довгі роки. Вплив новітніх технологій на сучасне життя набуває глобального характеру, поступово змінюючи суспільну свідомість. Фотожурналістика останні десятиліття зазнає значних трансформацій.

Сьогодні критерії відбору фото є значно вищими завдяки розвитку мережевої фотоілюстрації. Раніше аналітики визначали різницю між газетними й журнальними фотоілюстраціями, порівнюючи якість, форму та зміст, але сьогодні існує потреба розглядати ще й мультимедійні платформи. Вони стають універсальними та конвергентними об'єктами, що підвищують вимоги до візуального контенту.

Дослідники фотожурналістики зазвичай описують традиційні медіа, адже розуміємо, що пріоритетним є використання фотоілюстрації в друкованих ЗМІ. Але, на нашу думку, зараз потрібно вивчати сучасні тенденції розвитку саме цифрової фотографії. Адже завдяки технологічним змінам за останні роки розширюються функціональні можливості використання фотозображення. Раптові та визначені технологічні зміни неабияк вплинули на формування жанрової системи фотожурналістики, яка, за нашим спостереженням, перебуває у стані переходу до цифрових форм [35, с.73].

Щоразу, коли йдеться про просування «нових медіа», звучать дуже сміливі прогнози щодо їхнього майбутнього. Але не зайвим буде ще раз задуматися про



роль і долю традиційних медіа, адже театр, кінематограф, як і раніше, існують, дуже успішно видаються книги, газети та журнали, але при цьому мало хто заперечуватиме той факт, що останнім часом електронні засоби масових комунікацій помітно випереджають традиційні.

У сучасному контексті медіа є важливим засобом регуляції «радикальної неодноразності». Від того, до якого покоління належить людина, залежить її інформаційна культура, відповідно, різні ціннісні системи обслуговують різні медіа. Різні інформаційні світи відокремлені один від одного демографічними, політичними і культурними межами. Медіа покоління не мають гомогенної вікової чи соціальної структури, що створює нову когнітивну стратифікацію, духовне класове розшарування.

Медіа – це не просто система ЗМІ та масових комунікацій. Це, надто розпливчате узагальнення, яке приховує за собою цілком конкретну і владну «матрицю» – систему культурно-інформаційних монополій, яка нині стає головною опорою будь-якої держави [7, с.34]. Термін «нові медіа» видається нам коректнішим лише в тому випадку, якщо як одиниця аналізу береться якась сфера функціонування масово-інформаційного дискурсу. Саме він з позицій соціолінгвістичного підходу представляє собою найважливіший вид інституційного дискурсу, адже його агентами (авторами текстів) є редакції ЗМІ, основною метою яких, вважатиметься інформування широких мас про події навколишнього світу.

Термін «нові медіа» містить у своєму складі компонент «нові», але слід зазначити, що в масово-інформаційному дискурсі новизна – річ відносна. Крім культивування нових технологій і того, як вони надалі впливають на процеси комунікації, необхідно враховувати, що трансльовані події носять не тільки медійний, а й суспільний характер. Це знайшло своє підтвердження останніми роками у численних інформаційних приводах, коли публічне ставлення, роль, цілі та мобілізаційні можливості соціальних мереж зазнали нової, вельми суттєвої переоцінки [10, с.18].

Нові медіа характеризуються дуже різноманітним інформаційним, інтерактивним, документним, структурним, мультимедійним дизайном (веб-дизайном), що відрізняється за своїми функціональними характеристиками. Але цим не охоплюється весь спектр принципів їх формування. Серед принципів, які актуальні для спілкування користувачів та розуміння матеріалу в медіаповідомленні, важливе місце займає візуалізація та фрагментація.

Таким чином, медіа як система засобів комунікації мають, переважно, символічний характер. Через неї проходить великий обсяг інформації, в ній люди висловлюють свої почуття, спрямовують свої зв'язки та відносини назовні, фіксують різноманітні моменти прожитого, продуманого чи уявного. У широкому значенні все це можна позначити як знаки медіа. Правда, слід визнати, що в більшості випадків медіа – це лише технічні та апаратні засоби трансляції для збереження або передачі різних видів повідомлень.

Але в контексті їх швидкого поширення на початку XXI ст. все помітніше стає їх диференціація: якщо для побутового розуміння медіа достатнє виділення масово-інформаційних функцій преси, радіо і телебачення і т.д., то нові виклики цієї проблеми націлюють на з'ясування соціальних ролей нового покоління медійних інструментів, впливу на визначення меж нової медійної парадигми [22, с.131].

Таким чином, вся культурна суть нових медіа укладена, насамперед, в способах і засобах (медіа), за допомогою яких нові або модернізовані технології пропонують раніше не відомі форми охоплення та обробки інформації, її збереження, передачі та можливостей доступу до неї. Хоча цілком природно, що для кожної епохи поняття «нові медіа» все-таки буде відносним, адже будь-які медіа були колись новими.

Індустрія нових медіа, що тісно стикається з різними сегментами ринку, пов'язана з майданчиком, що активно розвивається – Інтернетом. Саме на його платформі здійснюється взаємодія з потенційними споживачами інформації та клієнтами ринку і вся ця індустрія успішно використовує нові медіа, насамперед завдяки «інтерактивному» характеру його традиційних інструментів. І слід

визнати, що саме нові медіа все активніше претендують на роль повноцінної індустрії зі своїм власним ринком, професіоналами та сегментацією [43, с.14].

Для сучасної людини характерні фрагментарність мислення і мозаїчність сприйняття, розмитість ціннісних орієнтирів, втрата ідентичності, віртуалізованість свідомості – це руйнує цілісний світ індивіда, є перепорою пізнання реальної дійсності. Для сучасного суспільства більш характерні не економічні проблеми, про які так часто говорять політики і економісти, а духовно-моральну кризу, наслідком якого є деструктивність ціннісних установок, властивих, перш за все, свідомості підростаючого покоління, які вирости в умовах вільного ринку.

Подібна деструктивність свідомості призводить до асоціальної поведінки та способу думки одних і терпимості до даних проявів іншої половини суспільства, що в цілому руйнівню впливає на сімейні та суспільні цінності. У сучасному суспільстві, в своїй більшості, спотворені уявлення про ці цінності і ідеали. І засоби масової інформації стали лакмусовим папірцем, що відзначає ці тенденції в розвитку суспільної свідомості, а також своєрідним індикатором суспільного смаку.

У зв'язку з цим ЗМІ, які виступають так званою «четвертою владою», не тільки не формують позитивні моральні засади суспільства, але виступають як інструменти, що розкладають суспільну мораль. «Потік інформації, яку дають сучасні медіаресурси, дуже потужний» [10, с.56].

На жаль, ЗМІ сьогодні не прагнуть відстоювати право людини на гідну освіту і доступ до справжньої культури, не ставлять питання про культурну політику держави (або про її відсутність), не завжди надають належну інформаційну підтримку культурі. У публіки зберігається ще «ностальгія по справжньому», але серйозні культурні запити чомусь не враховуються в рейтингах.

Аудиторія явно переситилася бездуховною «жуйкою», але ЗМІ далеко не в повній мірі задовольняють її реальні культурно-просвітницькі інтереси. Багато негативних моментів у функціонуванні ЗМІ пов'язані зі складною

соціокультурною ситуацією в країні. Роздуми про культурно-просвітницьку місію журналістики виводять на найактуальніші та очевидні соціальні проблеми сучасного суспільства: рівень культури сьогодні помітно падає, зникає потреба в читанні класичної літератури, не спостерігається прагнення давати дітям додаткову естетичну освіту, різко знижується грамотність населення [9, с.8].

До того ж книги, музеї, театри, концертні зали недоступні багатьом не тільки через брак часу або віддаленості від культурних центрів, а й з матеріальних причин. Все це перетворює ЗМІ в найважливіший елемент культурного просвітництва народу і в значуще засіб формування високорозвиненої соціокультурного середовища. Соціально відповідальна і якісна журналістики покликана гідно відповідати цим завданням.

Глобальні науково-технічні зміни в сучасному світі збільшили можливість масової комунікації впливати на спосіб життя і ціннісні орієнтації людини. Засоби масової комунікації виховують, розважають, навчають, здійснюють досить сильний вплив на стиль поведінки і світогляд особистості.

Мас-медіа як засіб масової комунікації – найбільш дієва форма ефективної трансляції та зберігання інформації про культурну спадщину. Вони створюють зразки культурних цінностей, здійснюють міжособистісну і міжсоціальну взаємодію, яка реалізує завдання соціального спілкування – соціалізацію та самореалізацію особистості. Мас-медіа забезпечують інтеграцію індивідів і сприяють соціально-історичному розвитку суспільства [13, с.56].

Сучасний процес перетворення вітчизняних мас-медіа в сферу «вільного підприємництва» викликав бурхливий розвиток масової культури і зумовив перехід цієї продукції в категорію товару. Це сталося стихійно, без належного наукового обґрунтування, без опори на світовий досвід в теорії комунікації, і найголовніше, без урахування особливостей національної культури.

Зміни в культурі суспільства вже сьогодні знаходять своє відображення в мас-медійній продукції. Вони тиражують нові зразки і моделі поведінки людей, які в буденно-практичній свідомості людини виступають орієнтиром повсякденної діяльності, висловлюють позицію особистості в системі культури.

Однак, різноманіття сучасних мас-медіа і технологій ускладнює процес сприйняття глядачем одержуваної інформації [19].

Людство ще ніколи не стикалося з таким інтенсивним взаємопроникненням культур, обумовленим розвитком не тільки економічних факторів, а й інформаційних технологій. Носії різних культур отримують інформацію про «чужі» культури значно раніше, ніж закінчується період формування їх власної ідентичності, раніше, ніж у них з'являється здатність до відтворення власного культурного коду. Такий якісно новий виток розвитку суспільства, не залишає можливостей збереження традиційних способів захисту від агентів чужих культур, ставить культуру перед новими викликами і необхідністю пошуку своїх моделей і способів збереження історико-культурної ідентичності в умовах глобалізації.

Ще 20 років тому глобалізація розглядалася як процес, результатом якого має стати універсалізація буття світової спільноти і наповнення загальнолюдськими цінностями. Футурологи зазвичай передбачали два варіанти розвитку подій. Згідно з першим сценарієм, глобалізаційні процеси повинні були привести до уніфікації національних культур, організувати ці культури в однорідний простір.

Очікувалося, що постіндустріальна стадія розвитку суспільства посилить процеси нівелювання історико-культурної ідентичності. У найоптимістичніших сценаріях світова культура описувалася як максимально інтегрована і єдина людська цивілізація, де будь-яка людина стане носієм і виразником інтересів всього людства, і як громадянин світу, буде відчувати себе в будь-якій точці земної кулі як у себе вдома [22, с.134].

Сьогодні з усією впевненістю можна сказати, що оптимістичні очікування і прогнози щодо світової культурної цілісності зазнали краху, оскільки реальні наслідки глобалізації, особливо в сфері культури, виявилися більш складними і суперечливими. Все частіше реалізується другий сценарій, згідно з яким культурні відмінності повністю не підлягають ремонту і поряд з процесом глобалізації йде процес «зіткнення цивілізацій». Процес конвергенції культур

має своїм логічним продовженням дивергенцію, що і підтверджується зростанням етнічних і релігійних конфліктів в даний час [29].

Уніфікація і зближення культур, яка ще недавно сприймалася як головна риса культурного прогресу, сьогодні все частіше розглядається як найнебезпечніша для долі цивілізацій, бо втрата цивілізаційного і національного соціокультурного розмаїття різко знижує життєздатність всього людства.

У новому, цифровому медіасередовищі глобальні зміни пов'язані безпосередньо з розвитком техніки та нових технологій, діджиталізацією, зближенням фотографії з сучасним мистецтвом, поширенням аматорської фотографії та іншими факторами. Сьогодні мобільний телефон має кожен, що дозволяє легко робити мобільні фотографії та розміщувати їх у мережі, виявляючи універсальний характер фотозйомки.

Діяльність професійних фотожурналістів у зв'язку з цим стає все більш неконкурентоспроможною. Оцінюючи стан веб-журналістики у світі, можна відзначити, що у постійному інформаційному потоці стає дедалі складніше донести текстову інформацію до споживача. Читач хоче візуалізувати контент, самостійно моделювати картину того, що відбувається, спираючись на «живі» фотографії, оригінальні малюнки, дохідливу інфографіку.

Мозок обробляє візуальну інформацію у 50 разів швидше, ніж текстову. Швидкість реакції на візуальні образи становить 3-4 секунди, тому якщо читач в інтернеті поряд із заголовком бачить привабливу фотографію, він, напевно, зацікавиться новиною. За деякими даними, середньостатистичний користувач читає лише 20% текстового контенту веб-сторінки [12, с.188]. Люди рідко знайомляться зі змістом інтернет-сторінок досконало, натомість вони в першу чергу звертають увагу на заголовки журналістських публікацій, «скануючи» поглядом сайт, відшуковуючи на ньому ключові слова, фрази та візуальні орієнтири.

Споживачі новин все частіше віддають перевагу візуальному контенту – фотографіям, інфографіці, відеороликам, слайд-шоу [42, с.306]. Слід визнати той факт, що фотоілюстрації до журналістських матеріалів ще з самого зародження

фотографічного мистецтва стали невід'ємною частиною ЗМІ. Однак сьогодні в інтернеті візуальний контент затребуваний, як ніколи раніше, що значною мірою зумовлено найновішими технологічними можливостями Інтернет-ЗМІ.

Тепер фотограф може реалізувати практично будь-який творчий задум, він став воістину вільним у створенні фотографії, як витвору мистецтва [39, с.137]. Основні тенденції розвитку сучасної фотожурналістики у медіасфері інтернету, на наш погляд, простежуються досить чітко. Деякі мають вже цілком певні контури, деякі тільки починають формуватися.

Узагальнюючи теоретичний досвід розвитку фотожурналістики та результати його наукового осмислення, можна сказати, що в інтернеті на шляху свого становлення вона пройшла певні етапи, для кожного з яких властивий свій характер, продиктований знаковими подіями та явищами.

Спеціально для інтернету в період 2000-х років ніхто не писав і не намагався адаптувати контент, наприклад газети до сайту. Статті та фото просто переносилися на веб-ресурс. Втім, інтернет у цей період був доступний лише обмеженому колу людей. Після 2000-х рр. розпочалося освоєння мережі традиційною журналістикою [49].

В інтернеті були створені веб-версії друкованих ЗМІ, проте вони здебільшого були «клонами» газет з повним передруком фотографій з видань. Процес перетворення інтернет-ЗМІ на мультимедійні тривав близько 10 років. Лише у 2005–2006 роках прийшло розуміння того, що інтернет – особливе середовище, якому властива мультимедійна подача інформації. Багато редакцій стали реконструювати свої веб-ресурси, створювати контент спеціально для Інтернету, розміщувати на сайтах фоторепортажі.

Багато в чому це стало можливим завдяки збільшенню швидкості доступу до мережі. На етапі з 2006 до 2009 р. інтернет став важливим інформаційним каналом, на сайтах додалися інтерактивні та мультимедійні сервіси. Журналістика зробила значний ривок у розвитку он-лайн-медіа. Період з 2010 по 2012 р. відзначений подальшим розширенням використання візуальних

елементів в інтернет-ЗМІ. У цей час було створено сайти всіх обласних, міських та районних ЗМІ України [49].

Оперативність представлення фотографії у мережі вийшла на зовсім новий рівень. Професійні новинні веб-ресурси почали відчувати конкуренцію з боку соціальних медіа Twitter, Facebook. Набула розвитку мобілографія. Фотографії, зроблені на цифрову камеру мобільного телефону та оброблені відповідними програмами, сьогодні можна зустріти у всіх соціальних мережах.

XXI століття є століттям цифри. На думку ряду дослідників, сьогодні цілком очевидно, що цифра, вміння працювати з цифрою, вміння приймати цифровий потік, є, напевно, невід'ємною частиною вимог до сучасного журналіста [10, с.170]. Сучасні інтернет-ЗМІ неможливо уявити без великої кількості цифрових фотографій. На відміну від газети в мережі, ніхто не обмежує число і розмір фото. Якщо вони здатні якісно і повніше проілюструвати і пояснити, що йдеться у матеріалі, публікація лише виграє від цього.

Традиційна фотожурналістика стикається з такою проблемою, як «фотографи-ентузіасти», напівпрофесіонали, кількість яких зростає. Інтернет дозволив значною мірою розширити поширення фотографічних робіт. Певною мірою розрив між професійною фотографією новин і звичайною фотографією, зробленою любителем, поступово скорочується. Професійні ілюстрації фотожурналістів змушені конкурувати з безліччю фотографій новин, що поширюються непрофесіоналами.

Багато новинних подій широко поширюються через нові медіаплатформи, що також відповідає фрагментації та звичкам швидкого читання цільової аудиторії соціальних мереж та месенджерів в епоху нових медіа. Раніше професія фотожурналіста вважалася складною через вимоги до відповідних професійних навичок, унікальних технічних умов фотозйомки та створення фотопублікацій [17].

У нову еру цифрового медіасередовища ці умови більше не є винятковими для фотожурналістів. Кожна людина, включаючи фотографів та фотожурналістів, може надіслати власний фотоконтент для ЗМІ новин, це стало



звичайним явищем. В умовах формування нового медіасередовища фотожурналісти змушені підвищувати свій професіоналізм, удосконалювати навички, розвиватися у більш диверсифікованому напрямку.

Фотожурналістам потрібно мати почуття соціальної відповідальності. У новому медіасередовищі ця властивість відображає різницю між професійними фотожурналістами та фотографами-ентузіастами. Крім того, непрофесійні фотографи публікують фотографії в момент подій новин, як правило, лише фіксуючи їх, не встановлюючи зв'язку з учасниками подій, що відбуваються.

Професійні фотожурналісти навпаки стежать за новинами, надаючи візуалізацію події. У новому медійному середовищі інформаційні потреби суспільства стають дедалі різноманітнішими. Щоб мати можливість робити більше привабливих робіт, фотожурналістам необхідно не лише фотографувати, а й знімати відео, створювати звукові доріжки, багаті на візуальні елементи та писати текстування.

Мультимедійність подачі інформації стає у цільовій аудиторії затребуваною вимогою до роботи фотожурналіста, оскільки дозволяє отримати більше візуальне задоволення її медіапотреб. Україна перебуває в періоді соціальних перетворень: глибокі зміни політичних, економічних та культурних факторів, а також зміни суспільних цінностей вплинули на поширення інформації [29].

Доступність цифрового медіасередовища ще більше посилює широту і глибину цього впливу, що вимагає від фотожурналістів не тільки привабливої ілюстрації, а й глибокого вивчення соціальних явищ, що відображаються в подіях новин і візуалізації новин з більш далекою перспективою. Щоб бути високопрофесійним фотожурналістом, необхідно постійно самовдосконалюватись, створювати репрезентативні та епохальні фототвори і, зрештою, ставати впізнаваними для широкої аудиторії. На сьогодні фотожурналістика зазнає змін, які зачіпають її суть. Саме тому так актуально виявити та повною мірою усвідомити процеси, які відбуваються, що є неодмінною умовою її подальшого розвитку.

Сучасний медіапростір розвивається завдяки стрімкому розвитку сучасних інформаційних технологій. Надважливим у цьому процесі є вплив візуальної комунікації, найпоширенішою формою якої є фотографія. Зважаючи на історичні передумови розвитку зображальної журналістики та необхідність аналізу відповідних форм відображення, суспільних потреб, уміння ефективного використання в інформаційних війнах, з'ясуємо важливість фотодокументалістики.

Аналізуючи значення фотодокументалізму в розвитку друкованих медіа та зображальної журналістики, можемо окреслити актуальність дослідження, яка зумовлена потребою наукового осмислення поняття фотодокументалізму. Особливі акценти необхідно розставити на специфіці відображення світу через фотографію, що насамперед пов'язане з візуальною комунікацією, без якої розвиток сучасних медіа неможливий.

Через документальне фото автори відображали проблеми світу, а також можливості, через які можна було б поліпшити життя людей. Саме тому експерти фотожурналістики вважають, що документальна фотографія за своєю суттю є унікальним візуальним історико-художнім свідченням, яке, окрім інформаційної функції, відтворює авторський погляд на події і явища, що відбуваються, відповідні коментарі та заклик до дій у суспільстві [49].

Щоправда, незалежно від способу виникнення задуму, в журналіста має бути своє, особисте зацікавлення відповідною темою. Матеріал тоді цікавий, коли запропонована тема збігається і пов'язується з тим, що болить самого автора як людину-громадянина. Тому журналісти зазвичай з більшим задоволенням працюють над темами, які близькі та народжуються з особистого інтересу.

Сьогодні більшість дослідників та фоторепортерів поняття прес-фотографії ототожнюють із документальним фото. Прес-фотографію розглядають як вид фотографії, що передає інформацію широкому загалу глядачів про актуальну подію у суспільстві. Однією із головних функцій, крім

інформативної, є емоційна, тобто безпосередня емоційна реакція реципієнта, який наче відчуває себе свідком певної події, що зображена перед ним [37, с.55].

Ситуації, які медіа зображають завдяки прес-фотографії, не можуть бути «аранжовані», тобто награні чи продумані попередньо. Для підтвердження фактів читач якнайбільше вірить зображенню, тому зазвичай репортаж трактують як протокол, документ історії чи свідоцтво епохи. Відповідно прес-фотографія є правдивим «дзеркалом сучасності» вірогіднішим ніж найбільш докладний опис у текстовому матеріалі [37, с.56].

Передумови успіху фотохудожника закладені в натурі, адже автор створює, вибираючи і комбінуючи те, що бачить. Утім, лише щасливцям вдається знайти кадр, який стає історичним, тобто такий момент і таку ситуацію, що стає своєрідним художнім символом часу, коли сама дійсність творить високої сили узагальнений образ [44]. І все це фотограф моделює у своїй уяві, використовує власне відчуття символізму та художнього сприйняття, та, що найважливіше, – це відбувається за короткий час і без особливих умов.

Сфера діяльності журналістики, це сфера актуального, тому журналістська інформація, так чи інакше, оціночна інформація. Журналістські тексти завжди містять оцінку – явну або неявну (наприклад підбір текстів). За Через це журналістику часто не сприймають, уникають контактів з пресою. Звідси постає конкуренція, особливо в області новинної журналістики. Треба визнати, що для такого сприйняття роботи ЗМІ є реальні підстави. Так журналістика буває підносить читацькій та глядацькій масі готові оцінки, призначені для некритичного сприйняття громадськістю, а це широкі можливості для формування і навіть маніпулювання масовою свідомістю (громадською думкою) з боку ЗМІ і влади у власних інтересах [44].

Однак насправді сутність засобів масової інформації полягає в тому, що їх інформація призначена не для однієї людини, а для всього суспільства. В наш час, через розвиток технологій та велику популярність соціальних мереж (котрих з кожним роком стає все більше і більше), людина звикла мати під рукою «свіжі новини». Більш того, нині фактично кожна людина може сама долучитися до

інформаційного поля. Багато людей розповідають про свої бюджетні чи не дуже подорожі до різних країн світу. Знімаючи відео, або ж пишучу корисну інформацію у соціальну мережу, на даний час люди діляться тим, що відбувається в їх місцевості зараз, обмінюючись інформацією, дізнаються, що зараз відбувається у когось іншого. Тому це свого роду «спілкування», діалог.

Різні ЗМІ орієнтовані не тільки на різну аудиторію, але і володіють різноманітними можливостями впливу на громадську думку. Тому, наприклад, представникам PR-служб для своїх цілей і попереднього відбору ЗМІ необхідно враховувати всебічну інформацію і знання щодо специфіки того чи іншого видання.

Оскільки наш сьогоденній світ настільки взаємопов'язаний за допомогою цифрових пристроїв, новинні видання та медіа-агентства будуть платити найбільші гроші за найкращі, шокуючі та інформативні зображення. Головні новини можуть швидко змінитися, а недовіра та скептицизм не є рідкістю. Слово поширюється швидко і багато хто шукає найбільш надійні джерела інформації, це стосується і фотозображень.

Підсумовуючи, слід зазначити, що фотожурналістика тісно прив'язана до розвитку науково-технічного прогресу. Зміни у фотожурналістиці тісно пов'язані і зі змінами, що відбуваються у медіа, наприклад, поява он-лайн медіа викликала посилену необхідність створення ще більше візуального контенту, адже читачі бажають не лише читати текст, а і роздивлятись фото, які в чомусь можуть навіть більше розказати, ніж кілька рядків. Великим недоліком у роботі фотожурналіста є нечесність та фейковість деяких журналістів, які задля підвищення рейтингів видання часто вдаються до підробки зображень, що в цілому накладає негативне клеймо недовіри читачів до будь-яких фотоматеріалів.

## РОЗДІЛ 2

### ХАРАКТЕРИСТИКА ЖАНРОВИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ФОТОЖУРНАЛІСТИКИ

#### 2.1. Інформаційні жанри фотожурналістики

У словнику літератури і журналістики читаємо: «жанр (фр. genre – рід, вид) – історично створена, стійка різновидність художнього твору [8, с.96]. Принципи поділу на жанри специфічні для кожної з областей художньої творчості. Кожному жанру притаманні визначені, характерні тільки для нього засоби художньої виразності. Це – специфічна якість його форми і змісту.

Жанрова структура фотожурналістики безпосередньо співвідноситься з типами змісту, що їх можна виділити, аналізуючи публікації фоторепортів. Класифікація змісту за типами дозволяє краще зрозуміти об'єктивні моменти у формуванні жанрової палітри фотожурналістики. При розгляді цього питання виявляються два положення:

- 1) тип змісту визначається характером суб'єктно-об'єктних відносин;
- 2) характер цих відносин підпорядкований тим закономірностям, які у журналістиці загалом [5, с.94].

Остання обставина не дозволяє перейти на фотографію взагалі, фіксує увагу на певній сфері творчої діяльності – фотожурналістиці. Зміст фотожурналістського твору залежить від того, яке завдання ставить собі фоторепортер і наскільки творчо підходить до відображення фактів, подій та явищ дійсності.

Можна сказати, що тип змісту пов'язаний з типом мислення фотожурналіста. У журналістиці чітко виділилися три типи змісту: емпіричний, емпірико-теоретичний та художньо-публіцистичний (образний). Виявляються вони також у фотожурналістиці.

Емпіричний зміст у фотожурналістиці представлено найбільш широко. Ми зустрічаємо його практично у кожному виданні. Емпіричний рівень у

фотожурналістиці – це предметний рівень, у ньому дається уявлення про факти, події та явища сучасної дійсності. Він становив групу інформаційних жанрів.

Враження про фотожурналістику у багатьох людей, звичайно ж, пов'язане з фотографією. І це – правильно. Але нерідко вони ототожнюють ці поняття і тим самим допускають неточність. Фотографія використовується в науці, мистецтві, побутовій та багатьох інших сферах, в тому числі і в фотожурналістиці. Кожна зі сфер має свою специфіку, яка накладає відбиток на використання фотографії.

Інакше кажучи, в кожній зі сфер фотограф вирішує різні завдання: фотожурналістика, як і журналістика в цілому – це терени переважно соціально-політичних реалій, мистецтво (художня фотографія) – естетичних, оскільки реальний світ в його естетичному прояві є предметом мистецтва. Як бачимо, творчі установки і прояви відрізняються [14, с.68].

Фотофіксація при проведенні наукових досліджень нерідко ведеться в автоматичному режимі, роль фотографа може нівелюватися заданою програмою. Мабуть, за своїми характеристиками фотографія в науці буде відрізнятися від фотографії в мистецтві, так і інша – від фотографії в журналістиці. Справді, один і той же об'єкт, скажімо, людина, може бути відображений і вченим, і фотожурналістом, і фотохудожником, причому фотокамерами, які не мають принципових відмінностей.

Однак, коли науковці проводять дослідження людини і фотографують її як об'єкт досліджень, їх увагу притягують об'єктивно-соціальні характеристики; для фотохудожника важливими будуть об'єктивні естетичні прояви в людині у формі прекрасного, потворного, трагічного, піднесеного і інших категорій. У результаті в першому випадку буде зроблений етнографічний знімок, в другому – будуть відображені вчинки, дії людини як виразника певних поглядів в контексті соціально-політичної ситуації, в третьому – прояв духовного змісту героя, його художній образ, тобто один і той же об'єкт постане в різних аспектах.

Виявляються відмінності і у вираженні палітри. Для інформативної фотографії про об'єктивну реальність характерне протокольне-натуралістичне відображення, для художньо-образної – в залежності від конкретного творчого

завдання виразний діапазон простягається від протокольного до образного відображення дійсності [6, с.37].

Оскільки фотожурналістика є формою відтворення об'єктивно-соціальної дійсності, етика є центральною. Існує свідомо потреба надати фактично достовірну інформацію і фотожурналісти повинні прагнути передати об'єктивну правду, не змінюючи її таким чином, щоб змінити значення зображення. Оскільки жанр формується відповідно до специфіки творчої діяльності, очевидно, що жанрова палітра фотожурналістики і художньої фотографії буде відрізнятися. Фотохудожник плідно працює, наприклад, в портреті, пейзажі, натюрморті та інших жанрах мистецтва. Фотожурналіст використовує форми, які вироблені практикою періодичної преси, що дозволяють йому відгукуватися на «злобу дня».

У сучасних медіа найчастіше затребувані такі жанри фотожурналістики: фоторепортаж, фотоілюстрація, фотоінформація – жанри, що традиційно відносяться до інформаційних. По одному кадру читач може зрозуміти, що, де, коли, з ким сталося. По суті, це та ж новина, але передається інформація не словами, а зображенням. Якщо не розглядати можливість розміщення сфабрикованих фотографій, то ілюстрація події кадром із епіцентру події – найкраще документальне підтвердження. Подібна фіксація моментів із життя, раніше за інші жанри фотографії, з'явилася в засобах масової інформації [14, с.69].

Особливу нішу серед воєнних фотоматеріалів складають аматорські фото. Через спрощення та поширення технологій фотозйомки розрив між професійною фотографією для медіа і звичайною фотографією, зробленою любителем, поступово скорочується. Професійні знімки фотожурналістів змушені конкурувати з безліччю світлин, що поширюються непрофесіоналами в мережах і звідти потрапляють до медіа[13].

Прикладом фотоінформації останнього часу є фото зі встановленим прапором на острові Зміїний (Рис.1) та звільненого Херсону (Рис.2.). На даних фотографія чітко фіксується факт деокупації територій України. Через військову

загрозу та небезпечність журналісти не завжди мають доступ до можливості фотофіксації, перше фото зроблене військовослужбовцем Арут Папосяном, друге опубліковане офісом Президента України. На Рис.3. показана фотоінформація, опублікована в «The New York Times» щодо саміту великої двадцятки на острові Балі в жовтня 2022 р.



Рис. 2.1. – Фото встановленого прапору України на звільненому острові Зміїний  
Джерело: [21]



Рис. 2.2. – Фото встановленого прапору в де окупованому Херсоні



Джерело: [28]



Рис.2.3. – Фотоінформація про саміт G-20, опублікована в The New York Times

Джерело: [47]

Отже, фотоінформація – найбільш оперативна форма відображення дійсності, яка раніше інших виділилася в особливий жанр фотожурналістики.

Фоторепортаж відноситься до більш ємних жанрів і, по суті, є комунікативним оповіданням. Як правило, він складається із серії знімків. Вони можуть ілюструвати те, що відбувається в конкретний час та в конкретному місці з усіх боків та ракурсів. Таким чином, читачі ЗМІ можуть оцінити обстановку, зробити висновки приблизно на тому ж рівні, якби вони самі там побували. Також фоторепортаж може показувати прогресію якоїсь події, або навпаки [30, с.78].

Фоторепортаж в фотожурналістиці займає особливе місце. До фоторепортажу звертаються в тому випадку, якщо фотографу не вдається зафіксувати в одному знімку ту чи іншу подію і необхідне створення цілої серії фотографій. Становлення даного жанру тісно пов'язане з періодичною пресою. Витоки фоторепортажу вперше виявляються на сторінках журналів ще в XIX

столітті, коли фотографи робили спробу оволодіти зйомкою певних сцен [30, с.78].

Фоторепортаж – більш розгорнута комунікативна дія, яка, як правило, висвітлює багатоскладову подію. Фоторепортаж може складатися із серії знімків, що малюють подію у фазах її змін, її поступальному чи динамічному розвитку, можливо, з показом прогресуючих чи регресуючих наслідків.

Фоторепортаж може відображати мінливі або довготривалі, несподівані або заплановані події: демонстрації, мітинги, фестивалі, конференції, аварії, стихійні лиха, спортивні події, концерти тощо. Використовуючи його, можна правдиво інформувати про найважливіші та найцікавіші події суспільно-політичного, економічного, культурного життя, висвітлювати перебіг спортивних змагань.

Часто дослідники жанрів зображальної журналістики класифікують фоторепортажі лише за двома категоріями, такими як подієві (висвітлюють окремі події в житті суспільства: фестивалі, концерти, свята, спортивні змагання, демонстрації, мітинги, весілля, похорони) і повсякденні (відображають дійсність довкола нас такою, якою вона є насправді: побутові та ситуаційні сюжети).

Насправді ж за суттю фоторепортажі можуть бути:

- подієвими;
- тематичними;
- організованими;
- подорожніми;
- спортивними.

Приклади фоторепортажу в українських та закордонних медіа наведені нижче (рис. 2.4, 2.5).



Рис. 2.4. – Фоторепортаж про різдвяні подарунки у Бахмуті  
Джерело:[27]



Рис. 2.5. – Фоторепортаж про акції підтримки українського народу поляками  
Джерело: [31]

Наступний жанр – фотоілюстрація. Фотоілюстрація – візуальний, вторинний по відношенню до тексту жанр відображення дійсності, що надає її вимий образ на момент здійснення вербальної комунікативної дії. Від жанру фотоінформації він відрізняється тим, що окремо без тексту не може існувати. Фотографія може не відноситися безпосередньо до події, але має максимально відповідати новинам. Наприклад, якщо новина про те, що поліція затримала

небезпечного злочинця. Кореспондент може не мати фотографії з місця арешту, тоді він може ілюструвати матеріал фотографією поліцейської машини або співробітника при виконанні [20].

Звичайно, подібні фотографії потрібно розміщувати лише після згоди правоохоронців. Зазвичай у виданні створюється банк фотографій, який поповнюється зусиллями фотографа та журналістів. Про зйомки домовляються представники ЗМІ, обговорюючи нюанси із співробітниками. Зазвичай вони просять не фотографувати їхні особи, номери службових машин та робити знімки максимально знеособлені. Важливо при виборі фотографій керуватися заголовком та підзаголовком матеріалу.

До особливостей та основних ознак інформаційних жанрів журналістики, які тісно співвідносяться із фотожурналістикою, належать такі:

Достовірність. Інформація повинна не тільки відповідати реальним подіям, а й бути підкріплена фактами, цифрами, свідченнями, фото тощо. Крім того, бажано відокремлювати факти від думок, версій та припущень.

Точність. Передбачає редагування та ретельну перевірку отриманої інформації, уважність під час роботи з джерелами, грамотне цитування, пошук та виправлення помилок.

Конкретність. Передбачає переважання в інформаційному повідомленні конкретних фактів та відомостей, відокремлення головних фактів від другорядних, виключення використання абстрактних та вигаданих описів.

Застосування принципу об'єктивності хоча б на етапі перевірки та уточнення інформації.

Документальність. Має на увазі не лише вказівку джерела інформації, а й прагнення журналіста до повноти та точності опису події, а також вказівку всіх деталей.

Відсутність оцінки в роботі журналіста [20].

Досягти відповідності фотоматеріалів цим критеріям можна в такий спосіб. Достовірність – передається виключно при перевірці правдивості матеріалів з наявними статистичними даними та посиланнями на офіційні джерела

(публікація даних з державних статистичних звітів, прес-служби Президента України, міністерств, відомств тощо. Точність виключає подвійний сенс у змістовому наповненні. Матеріал має бути підкріплений точними формулюваннями без можливості домислювання, відсутності філософських роздумів та неперевіреної інформації. Конкретність матеріалу проявляється у висвітленні фотофактів, які стосуються виключно події чи ситуації, без документування інших неважливих деталей чи об'єктів, які не стосуються теми. Документальність у фотожурналістиці досягається за рахунок висвітлення чіткої, сухої інформації, фіксації образу події, яка максимально наближує до розуміння ситуації чи події.

Загалом зображення у фотожурналістиці не використовуються для створення неправдивого нарративу. Зображення призначені для того, щоб передати правдиву історію про подію, особу чи місце і намагатимуться показати всі сторони історії, незалежно від того, наскільки вони складні, неприємні чи образливі.

Робота фотожурналіста – бути неупередженим, представляючи свої зображення. Вони повинні прийняти чітку та об'єктивну позицію, щоб гарантувати, що зображення не будуть інсценовані для створення неправдивого результату. Натомість усі зображення мають зосереджуватися на представленні реального знімка в режимі реального часу. Кожен глядач повинен мати таку позицію, щоб побачити чесну версію розказаної історії і якщо зображення підривається запитаннями, пропусками чи упередженнями, це означає, що воно не було виконано належним чином [41, с. 29].

Фотожурналістика є журналістикою і вона прагне донести правду. Її мета – відобразити об'єктивну реальність, відповідно фотожурналісти повинні дотримуватися вказівок, подібних до тих, що інформують про роботу їх колег, які пишуть статті. Фотографії – це не просто зображення, а погляд на конкретну ситуацію чи подію. Таким чином, вони мають бути зосереджені не лише на створенні гарного образу, а й на висвітленні обставин, що оточують це зображення [38, с. 11].

Фотожурналісти розповідають історію, яку важко передати одними словами. Зображення, які вони представляють, можуть бути засобами для навчання громадськості. Фотографія повинна передати всю історію, але без слів. Читачі хочуть бачити новини тоді, коли вони відбуваються, як відбуваються і кожне зображення має бути своєчасним. Одним словом, фотожурналістика має показувати щось або когось, про кого зараз говорить світ. Мета полягає в тому, щоб розповісти історію, використовуючи нові зображення, а не текст і кожен повинен працювати, щоб висвітлити значення та повідомлення історії.

Фотожурналістика відіграє важливу роль у сьогоdnішньому циклі новин. Вони можуть бути окремими зображеннями, що пропонують розуміння конкретної історії, або супроводжувати текстову публікацію, щоб надати більше контексту.

Таким чином, інформаційні жанри в фотожурналістиці засвідчують фактичні реальні події чи ситуації, без можливого додумування про ситуацію, прикрашення фактів, художньо-образного наповнення. Фото цих жанрів вимагають чіткої констатації ситуації, виступають в якості підтвердження реальності подій та мають більш діловий, офіційний характер образної передачі факту.

## **2.2. Художньо-публіцистичні жанри фотожурналістики**

Як правило, відображення дійсності не піднімається вище за рівень безпосередніх причинно-наслідкових відносин. Словом, характеризуючи емпіричний зміст, характеризує його «заземленість». Але фотожурналіст не обмежує свою практику лише констатацією фактів, подій та явищ суспільного життя. Нерідко він ставить за мету інтерпретувати дійсність, тобто глибше розкрити сутність відображуваного і досягти вищого рівня впливу на аудиторію [26, с. 55].

Це вимагає залучення додаткових образотворчих засобів, як фотографічних, так і словесних. Іншими словами, метод відображення

модифікується у зв'язку з поставленим творчим завданням. Удосконалення способу веде до глибини, всебічності розкриття соціальної дійсності, до більшої міри узагальнення. Даний рівень відображення сучасної дійсності – це публіцистичний рівень.

Оскільки зображення, наявне у знімку, містить чуттєві орієнтири, то на емпіричному рівні прочитання його можливе настільки, наскільки думка автора піддається образотворчому втіленню. Неабияку роль тут відіграє також текстовий компонент фотопублікації. Вербальний компонент, поєднуючись з візуальним, не повторює його, посилює емоційно-смісловий імпульс, що виходить із фотознімків.

Можна відзначити органічне з'єднання зображення та слова, хоча, як акцент у відображенні події часто робиться на фотографії. Можна виділити фотопублікації емпіричного рівня, у яких візуальний та вербальний ряди рівнозначно утворюють єдиний зміст. Емпіричне відображення виявляється в описовості, чи констатації, наочності зображення, яка притаманна як фотографіям, так і тексту.

Для фотопубліцистики характерне поєднання емпірики з теорією, напрям, у якому раціональне превалює над чуттєвим, поняттєве над образним. Творча настанова автора на інтерпретацію фактів дійсності зумовила виділення у фотопубліцистиці емпірико-теоретичного типу змісту. Можливості фотографії та тексту у розкритті реальностей світу нерівнозначні.

Маючи пріоритет над словом у конкретно-предметній сфері, фотографічне зображення поступається йому абстрактній сфері. Звідси зрозуміло, що у емпірико-теоретичному рівні відображення ролі слова значно зростає, знімаються образотворчі обмеження візуального компоненту за допомогою вербального.

Для емпірико-теоретичного рівня характерна поняттєва форма мислення. Вона переважно використовується у жанрі фотокореспонденції. Тут, щоправда, також можуть виявлятися елементи образності, як виразної деталі, мовних рядків та інших засобів, що поживляють зображення і текст. Проте, провідним у

емпірико-теоретичному напрямі є понятійний. Але фотопубліцист може перенести акцент у розкритті явищ дійсності та на художній образ.

Включення у практику фотожурналістики образних засобів надає їй естетичної значущості. Безумовно, естетична діяльність набуває самостійності у художній творчості. Але будь-який вид діяльності стає естетично значущим в міру того, наскільки він є, по-перше, творчим, по-друге, доцільним, по-третє, вільним. Фотожурналістиці властиві названі якості [12, с. 156].

Серед фоторепортерів є чимало творчих особистостей. Доцільність їх праці виражена відповідно до суспільної потреби. Використовуючи образні засоби, фотожурналістика, не втрачає своєї специфіки. Слід зазначити, що відправний пункт творчого процесу у фотохудожника та фотопубліциста різняться. Вихідним моментом у творчості фотографа-художника є враження. Для фотопубліциста під час зйомки воно також відіграє важливу роль, проте завжди перебуває у «силовому полі» ідеї, перевіряється ідеєю.

Виїжджаючи на зйомку, фотокореспонент нерідко заздалегідь зазначає, у яких фрагментах має втілитись тема. Безперечно, життєва реальність може коригувати програму, проте це не змінює суті журналістської роботи. Емпіричний, емпірико-теоретичний та образний типи змісту у фотожурналістиці дозволяють у сукупності відобразити все різноманіття дійсності та мати ідеолого-політичний вплив на широке коло читачів.

До художньо-публіцистичних жанрів у практиці ділової фотожурналістики найчастіше відносять: фотонарис, фотопортрет, фотопейзаж, фотонатюрморт, колаж. Окремо від них стоять документальна та жанрова фотографії. Розглянемо їх докладніше:

Фотонарис. Серія фотографій (щонайменше 3 знімки), яка розповідає справжню історію. Фотограф повинен вміти розповісти її досить захоплююче та яскраво, не забуваючи при цьому про деталі, інакше вийде загальний та нудний ряд розрізнених картинок. Передача настрою у знімку стала для фотографів лейтмотивом творчості. Усі вітчизняні фотомайстри дуже дбайливо ставилися до учасників тих сюжетів, які вони знімали і це відчувається по фотографіям.



Відразу ж уловлюється довіра людини до фотографа, повага до нього. За такого взаєморозуміння розкривається характер, найповніше проявляється особистість людини [2, с.51].

Суворі ідеологічність не дозволяла жанру розвиватися вільно, вганяла його в рамки певних тем. Фотонарис – жанр фотожурналістики, який відрізняється пильною увагою до людини, що «окреслює» основні етапи її долі, коло проблем, що постають перед нею. Нарис може створюватися про той чи інший колектив, спільність людей, про проблеми, які стоять перед ними, про подорожі, що ними здійснюються і т.д. Звідси виникають і різновиди фотонарису як жанру: портретний, проблемний та дорожній. Фотонариси, що складаються з «малих серій» фотографій, найбільш поширені у фотожурналістиці (це стосується і «малих» фоторепортажів). У випадку зйомки однієї людини, така серія визначається, як портретний фотонарис.

Журналістики зазначають, що так звана соціальна фотографія та фотонарис від бурхливої патетики радянських років останніми роками перейшов до постійного висвітлення певних верств суспільства, еліти та самого його «дна», кримінальних, асоціальних груп та особистостей. На перше місце вийшла тема життя найвищих верств пострадянського соціуму, політичної, фінансової, комерційно-художньої еліти.

Основна частка портретних, нарисових, жанрових знімків, що публікуються в сучасних медіа, падає саме на ці верстви суспільства. Висловлюючи закінчену авторську думку, сюжет фотонарису зазвичай завершується на життєствердній чи драматичній ноті, у чому проявляється його близькість до творів літератури та мистецтва. Співвідношення факту та образу у відображенні реальності, використання при цьому відповідних образотворчих засобів можна застосувати і до жанру репортажу. Для жанрів фоторепортажу та фотонарису характерна та сама типологічна спільність – багатокадровий образотворчий ряд. Створення фотонарису потребує високого професіоналізму. Нижче на рис.2.6 представлено приклад фотонарису.



Рис. 2.6. – Приклад фотонарису про Одеський міжнародний фестиваль степу  
Джерело: [32]

Фотопортрет (фр. – *portrait*, від устар. *portraire* – зображати) – зображення (образ) будь-якої людини чи групи людей, що існують чи існували насправді [8, с.209]. Подібність портрета з моделлю (оригіналом) досягається як правило, не тільки передачею зовнішнього вигляду особи, що фіксується на портреті, а й розкриттям її внутрішнього світу, показом єдності індивідуальних і типових характеристик. Останні відбивають певну історичну епоху, соціальне середовище, національність.

Типологія фотопортрету запозичувала визначення образотворчого мистецтва. Тут різновиди портрету склалися історично, залежно від техніки виконання та особливостей персонажів станкові та монументальні, парадні та інтимні, погрудні та на повний зріст, анфас та у профіль. За кількістю персонажів портрети поділяються на індивідуальні, подвійні, групові. Жанр фотопортрета, як і мальовничого, дуже рухливий у межах, оскільки дозволяє поєднувати зображення певної людини з показом реалій і подій дійсності.

Фотопортрет потрібний не лише для показу зовнішності героїв тексту, але й для ознайомлення з авторами ключових публікацій. Інтерв'ю завжди супроводжується фотопортретом того, хто дає інтерв'ю. Хороші портрети часто виходять під час репортажної зйомки. Якщо є час, фотограф може організувати портретну зйомку в інтер'єрі, із встановленням світла, мізансценування, щоб передати особливості її характеру, темперамент [14, с.70].

Фотопортрет може бути індивідуальним чи груповим. В останньому випадку доводиться збільшувати розміри на смуззі, щоб читач зміг розрізнити обличчя людей, показаних на знімку. У фотожурналістиці можливості портрету ще більше розширюються (репортажний портрет, портрет-нарис, портрет-замальовка), оскільки оперативні завдання зйомки та відповідні можливості техніки дозволяють показати людей в епіцентрі тих чи інших подій, у різноманітності соціальних зв'язків.

Останнім часом виник і особливий вид фотопортрету – політичний. До фотопортрету додається і типологія: епос, лірика, драма, причому драматичне в портреті може поставати і як власне драматичний початок, і як комічний різновид. Остання набула поширення в останні десятиліття в газетно-журнальних політичних портретах. Приклад фотопортрету зображено на рис.7, 8.



Рис. 2.7 – Фотопортрет Президента України В.Зеленського.

Джерело: [3]



Рис. 2.8 – Фотопортрет В.Зеленського на шпальті журналу «Time»  
Джерело: [15]

Фотомонтаж, фотоплакат та фотоколаж – жанри фотожурналістики, що поєднують кілька сюжетів в одному зображенні з метою досягнення певного мистецького чи пропагандистського ефекту. У фотомонтажі ці сюжети виконані фотоспособом, у фотоколажі та фотоплакаті – синтетичним образотворчим способом, за допомогою малюнку, комп'ютерної графіки. Всі ці жанри – синтетичні, у них активно працюють як візуальне зображення, у тому числі і фото, так і ємний, експресивний вербальний текст [9, с.11].

Найчастіше ці жанри фотожурналістики беруться для надання повідомлень про факти та явища дійсності, іміджу тих чи інших непопулярних політиків комічного та сатиричного ефекту. Жанр фотоколажу часто використовує на своїх перших шпальтах газета «Кореспондент». Засновник та класик жанру фотомонтажу Джон Хартвільд. Він розробляв здебільшого антивоєнну, антифашистську тематику. Основоположник жанру колажу в образотворчому мистецтві (з використанням фотографії) був художник Макс Ернст [9, с.12].

Фотопейзаж. Характерний для дорожніх нарисів, публікацій на теми екології. Бізнес розширив свої розміри до світових масштабів, на сторінки

журналів ринули дорожні нариси. Єдине, про що постійно забувають фотографи та редактори: зйомка пейзажів та курортна зйомка – дві різні речі.

Фотонатюрморт, інтер'єрна зйомка – зображення нових електронних пристроїв, модних інтер'єрів, меблів, автомобілів та ін. У світі ділових видань натюрморт безперечно знайшов друге життя. Жанр переважно навчальний, своєрідна рятівна соломинка для молодих художників перед іспитом, натюрморт знову зазвучав на весь голос, відображаючи, рекламує, прославляючи речовий світ бізнесу.



Рис. 2.9 – Приклад інтер'єрної зйомки.

Джерело: [16]

Фоторепродукція – зображення документа, фрагменту газетної чи журнальної публікації. Основні вимоги до фоторепродукції зведені переважно до технічних: різкість, чіткість, контрастність тощо.

Фотореклама – знімки, зроблені за лекалами реклами, все частіше прикрашають інформаційні рубрики, присвячені стилю, культурі [2, с.59]. Поки що фотореклама не включена до жанрового списку, але незабаром вона займе там своє місце. По суті, у цьому нічого дивного.

Документальна фотографія – той самий фотонарис, не укладений у жорсткі часові та редакторські рамки [2, с.64]. Робота над деякими документальними проектами, може тривати десятиліттями. Документальна фотографія – це більше вид мистецтва, ніж жанр фотожурналістики. Середовище існування фотодокументалістики – виставки та альбоми. Іноді документальні проекти

розкручуються за допомогою нових он-лайн медіа; мало які з'являється на сторінках журналів.



Рис. 2.10. – Приклад документальної фотографії, на якій зафіксовано як біженці з Ірпеня ховаються від російських обстрілів під зруйнованим мостом.

Джерело: [1]



Рис. 2.11. – Приклад документальної фотографії, на якій зафіксовано зруйнований житловий будинок у містечку Бородянка, Київська область.

Джерело: [11]

Грань між документальною фотографією та репортажем чи портретною зйомкою буває настільки тонка, що найчастіше точне визначення не можуть дати навіть професіонали. Як правило, у фоторепортажі центральним кадром стає документальна фотографія, де киплять людські пристрасті, емоції, де схоплено цікаві та характерні для героя (або героїв) жести, міміка.

Якщо говорити про документальний аспект фотографії, то будь-яка картинка, що зображує сцену із повсякденного життя, підходить під цю категорію. Вона документує час, надовго зберігає його атмосферу, а деталі роблять історію більш колоритною. Дуже багато означають емоції та настрої, які передає фотограф. Документальну фотографію мало побачити та зрозуміти, її необхідно відчути. Кохання, захоплення, гордість, ревності, заздрість, обурення – вся палітра почуттів перед обличчям художника.

Таким чином, художньо-публіцистичні здатні подавати інформацію узагальнено, служать емоційним відображенням певних явищ соціального життя, розкривають людський характер і саркастично висміюють його недоліки. Художньо-публіцистичні жанри подають інтерпретовану інформацію на основі художнього аналізу явищ та характерів. Як жанрам журналістики, їм властиві політична орієнтація, гострота, актуальність, логіко-раціональна система дослідження.

### **РОЗДІЛ 3. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА ДО ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ «СЕРІЯ ФОТОРЕПОРТАЖІВ «ЛОНДОН. МІЛАН. УКРАЇНА»**

**Опис загальної концепції інформаційного продукту.** Інформаційний продукт “Серія фоторепортажів “Лондон. Мілан. Україна” являє собою 5 фоторепортажів, яких об’єднує одна локація – Західна Європа, а саме: Велика Британія та Італія. У циклі представлено 2 види фоторепортажу – подієвий та нон-стоп. Перші 3 роботи виконані у стилі “втручання”, зйомка відбувалась безпосередньо під час мітингів, які проходили у Лондоні й Мілані.

Перша серія знімків – мітинг до 365 днів війни в Україні, місце проведення – Лондон. Друга робота передає атмосферу святкування Великодня у місті, де зібрались всі українці, які були вимушені змінити місце проживання у зв’язку з війною. Третій фоторепортаж – про мітинг у Мілані, метою якого було зібрати якомога більше українців, щоб тримати прапор України.

Інші два матеріали виконані у стилі нон-стоп. Перша зйомка проведена у Natural History museum, де нам вдалось передати атмосферу місця та емоції від перебування у відомому музеї. Друга зйомка містить фото Лондона, а саме тих об’єктів які асоціюються з містом – червоний автобус, годинник та великі бігборди.

Створена серія знімків є актуальною, адже її об’єднує тематика культурного та соціального просвітництва громадян. Ідея перших трьох робіт – звернути увагу аудиторії на те, що відбувається за межами України, показати, як люди підтримують власну країну, перебуваючи далеко від дому.

Ми намагалися передати таку інформацію й через використання низки символічних елементів. Мета – подати “живі кадри”, на яких є емоції людей та знаки - символи: національний одяг, прапор та плакати з гаслами.

На першій роботі, присвяченій 365 дням війни на території України містить фото з зображенням плакатів з гаслами на двох мовах “сміливі завжди мають щастя” та “war is not over in Ukraine”. Ідея полягала в тому, що на мітингу



присутні не тільки українці, але і жителі Англії. Фоторепортаж покликаний показати, що люди об'єднуються задля вирішення однієї проблеми, саме тому репортаж несе соціальну місію.

Четверта та п'ята роботи розкривають більше культурну та просвітницьку місію. На серії знімків, зроблених у музеї, зображені найяскравіші місця, які повинні привернути увагу молоді, спонукати відвідувати музеї не лише в Європі, а й в Україні. Фоторепортаж з вулиць міста також покликаний привернути увагу туристів до міста та передати атмосферу, в якій зараз перебувають українці в Британії.

Загальна концепція серії фоторобіт – привернути увагу громадськості до актуальних проблем у світі: проблеми війни, проблеми неосвіченості та байдужості. Також мета полягала в тому, щоб привернути й увагу жителів Англії до актуальних проблем сучасності, адже такі мітинги показують не тільки те, що український народ продовжує виконувати просвітницьку місію та просувати свою культуру на території інших країн, але і спробу заручитись підтримкою іноземних громадян.

#### **Обґрунтування актуальності створення інформаційного продукту.**

Фоторепортаж – жанр фотожурналістики, що оперативно повідомляє засобами фотографій (багатокадрового образотворчого ряду) для ЗМІ про якусь подію, очевидцем або учасником якої є фотокореспондент. Фоторепортаж – поняття неоднозначне. У сучасній практиці цим терміном позначають і спосіб зйомки, і окремий інформаційний знімок, отриманий репортажним способом, і кілька фотографій, що відображають розвиток якоїсь події. Очевидно, що в окремому знімку неможливо показати кілька моментів розвитку дійсності, не можна відобразити перебіг події, можна зафіксувати лише його фрагмент [4, с.71].

У фоторепортажній журналістиці закономірності журналістської творчості виявляються у суб'єктно-об'єктних відносинах, тобто фотопублікація включає відтворення не лише об'єктивної реальності, а й суб'єктивного погляду автора на неї. Протягом історії, вивчаючи всі особливості та нюанси фоторепортажу, фотографи навчалися не лише по порядку з'єднувати фотоелементи, а й виражати

своє ставлення до них [4, с.76]. Незважаючи на те, що фоторепортаж відноситься до системи інформаційних жанрів, творча позиція фотожурналістів, прагнучи уникнути протокольного представлення на знімках подій, розвиває в собі можливість більш творчої та інформативної подачі матеріалу. У ньому, як і багатьох інших жанрах, закладено можливість авторського самовираження.

**Обґрунтування унікальності інформаційного продукту.** При роботі було використано навички побудови кадру та редагування фото. Кожен кадр має свою композицію. У роботі зображені емоції людей та загальна атмосфера місця. Під час редагування фото було застосовано такі налаштування як: зміна контрасту та корекція кольорів.

Прикладом, який надихав на створення фоторепортажу стали знімки з проукраїнського протесту у Херсоні, тимчасово окупованому російськими військами, де велика кількість українців тримає довгий прапор, який простягається більш ніж на 5 метрів. Таким чином з'явилась ідея зобразити схожі знімки та показати, що подібні мітинги проходять не тільки на території України. На другому фоторепортажі ми зобразили сім'ю, яка покриває себе українським прапором, а фото з Мілану містить кадр, де 40 людей тримають прапор України.

**Аналіз цільової аудиторії інформаційного продукту.** Аудиторію створеного нами інформаційного продукту можна розділити на 2 категорії. Перша – жителі України, друга – Англії. Вплив на кожну групу буде різний.

Серія фоторепортажів про українців у Лондоні буде нести інформаційний характер для українців. Люди, які не залишили територію України, зацікавлені у тому, як живуть та як підтримують власну країну їх співвітчизники. Це підіймає силу духу та показує українцям, що навіть за кордоном йдуть демонстрації та мітинги на підтримку України.

Інша група є стратегічною, адже це – жителі Англії. Ці фоторепортажі з зображенням гасел, людей, вбраних в національний одяг, та емоції дітей впливають на формування думки про війну, спонукають держави не бути байдужими та продовжувати допомагати боротися з країною агресором.

Таким чином, основними складовими цільової аудиторії є такі соціальні групи:

- переміщені особи (Англія);
- жителі України;
- англійці, які цікавляться тим, що відбувається у світі;
- волонтери, які допомагають Україні;
- представники держави.

Щодо вікової категорії, то виділимо вік від 18 – 60. Аудиторія широка, оскільки тематика репортажу соціальна та охоплює великий діапазон.

Репортаж може бути розміщений у соціальних мережах, так і у друкованих виданнях. Таким чином, вікова категорія аудиторії цих фоторобіт у соціальних мережах буде 18 – 30 років, у друкованих медіа – 35-50 років.

**Аналіз каналів поширення інформаційного продукту.** Основним каналом поширення є групи у фейсбуці та місцеві видання (друковані та онлайн) як на території України, так і Англії. На території України дана серія фоторепортажів покаже жителям, що ті люди, які залишили рідну країну небайдужі до війни та нагадують державам, що Україна все ще потребує допомоги. Для жителів Англії дані фоторепортажі слугують актуальним тригером, який привертає увагу до проблеми. Мітинги з гаслами, прапорами та національним одягом спонукають державу до дій та не дають забути про проблему.

**Аналіз ресурсних витрат на створення інформаційного продукту.** Збір матеріалу для проєкту проходив 4 місяці. Перший мітинг проходив у Мілані 2022 року, грудень. Серія робіт до 365 днів війни була знята у лютому, Великодні святкування 16 квітня. Інші дві роботи зняті у березні.

Під час роботи був використаний як професійний фотоапарат Nikon d3500b, так і камера телефону – Iphone 14.

Усі роботи були виконані авторкою одноосібно. Для більш якісного результату команда повинна нараховувати мінімум 2 людини:

фотокореспондент та редактор. Такий розподіл обов'язків дасть змогу швидше довести проєкт до фінальної стадії.

При створенні продукту вдалось уникнути будь-яких додаткових фінансових витрат, адже камера була в наявності та прохід на локації для зйомок – безкоштовний. Квиток до Мілану був наданий безкоштовно авіакомпанією для громадян України.

**Опис основних етапів створення інформаційного продукту.** В ідеалі при роботі над фоторепортажем, фоторепортер отримує технічне завдання, де детально описується тема та головні особи, яких потрібно знімати. Отримане та уточнене редакційне завдання відповідає на 2 важливі питання: що і коли знімати, що і коли потрібно здати редактору в результаті. Залишається вирішити головне – як? Оскільки журналістика – творча сфера діяльності, то у вас має з'явитися оригінальна ідея, як знімати конкретні фоторепортаж, щоб успішно було досягнуто поставленої мети.

Ідея фоторепортажу народжується виходячи з отриманого редакційного завдання чи знайденої теми.

Етапи роботи над ідеєю:

- уточнення мети фоторепортажу;
- «інтелектуально-інтуїтивний» процес (відбувається суто індивідуально);
- народження ідеї;
- формулювання ідеї;
- обговорення ідеї;
- визначення переліку завдань, які необхідно виконати в ході зйомки для реалізації ідеї [2, с.74].

Форма фоторепортажу має на увазі жанр, у якому має бути виконана зйомка, максимальна кількість та формат матеріалу, що плануються до публікації. Наприклад, спортивний репортаж, репортаж із театральних/естрадних виступів, репортаж «прихованою камерою»,

екстремальний репортаж (військовий, з місця надзвичайної події), «офіційний» репортаж, соціальний репортаж, репортаж із місця подій. Слід зазначити, що подібна градація за жанрами репортажу дуже умовна, але дозволяє триматися у певних жанрових рамках протягом усієї зйомки.

Заплановану кількість фотографій для публікації бажано знати, образно кажучи, для того, щоб зрозуміти – чи потрібно помістити всю подію у 2 фотографії, чи можна розтягнути на 5. Формат фотографій визначає деякі технічні параметри зйомки. Стиль фоторепортажу може бути будь-яким, що відповідає традиції видання та ідеї репортажу: динамічним, експресивним, жартівливим, підвищено-емоційним, легким чи важким, нервовим чи спокійним, трагічним чи оптимістичним тощо. Ті, хто вперше стикається із цим складним поняттям – стиль у фотографії, можуть провести аналогію зі світом моди та кінематографу.

Також є поняття «авторський стиль». Це своєрідний художній почерк творчо зрілого фотографа, оригінальний, легко впізнаваний і робить його роботи цікавішим і значнішим [25]. Коли фоторепортера перестануть лякати всі технічні проблеми зйомки, а голова буде зайнята лише творчими аспектами роботи, треба старатися знімати стильно, враховуючи новітні тенденції зйомки. Крім цього, виходячи з обраної форми та стилю визначається кольоровість – чорно-білі, кольорові чи монохромні фотографії.

Потім фоторепортер прибуває на місце події, знайомиться з приміщенням, де відбуватиметься зйомка, оцінює освітлення і робить кілька технічних знімків, щоб перевірити чи правильний режим зйомки він вибрав [2, с.76].

Головне у процесі зйомки не пропустити цікавих ексклюзивних кадрів спілкування. Щоб створити візуальний текст, потрібен якісний відбір моментів, який інколи здійснюється на інтуїтивному рівні. Для репортажу дуже важливо зафіксувати емоції, погляди, жести, спілкування.

Мета фоторепортажу – висвітлення події за допомогою серії фотографій та невеликого тексту. Сьогодні найчастіше фоторепортаж створюється без описової

частини (тексту). У більшості випадків фотожурналісти дотримуються наступного алгоритму:

1. Зробити кілька кадрів загального плану, показуючи всю локацію.
2. Великий план (як люди спостерігають за подією).
3. Зафіксувати на камеру головних осіб зустрічі.
4. Для того щоб «прив'язати» людей до події – необхідно зняти різні «банери».

Важливо зафіксувати всі моменти, властиві тій чи іншій події. Наприклад, якщо фоторепортер знімає бізнес-зустріч – потрібно зафіксувати рукоштовпання, підписання паперів тощо. Щодо спортивних змагань, важливими моментами під час них є: старт, падіння, фініш. Фоторепортер повинен розчинитись в обстановці, яку він знімає. Йому потрібно довіритися інтуїції, щоб опинитися в потрібному місці та в потрібний час. У фоторепортера немає права на помилку та зволікання. Тут ніхто не буде для нього повторювати емоцію, ситуацію, тут взагалі на нього не звертають уваги. Тому фоторепортер має навчитися передбачати подальші дії виступаючих, заздалегідь розрахувати, де йому стати, щоб зробити свій «золотий кадр».

У роботі над композицією необхідно спочатку спрощувати, узагальнювати. Більше того, саме цими очищеними від зайвих деталей та подробиць формами і треба узагальнено виразити сюжет. Для глядача всі форми та частини картини є живою конкретикою – людьми, будинками, деревами, але для художника на початку роботи – це компоненти, це силуети, це кольорові плями, які при певному поєднанні повинні набути свого змісту та художнього значення [13, с.116].

Виразна, цілісна композиція фоторепортажу комфортна для сприйняття, вона не дає оку вийти із зображення. Зміст у візуальному тексті часом виявляється згодом, на другому етапі сприйняття. На першому етапі первинна саме форма фоторепортажу. Будь-яка форма так чи інакше змістовна, це означає, що свідомість відшукує якийсь зміст у будь-якій, найабстрактнішій, випадково

утвореній формі. Однак у художній, особливим чином організованій формі, зміст цей керований, він виникає не випадково і має цілком певний зміст.

Відносини змісту та форми у візуальному тексті фоторепортажу – центральна проблема у будь-якому мистецтві, не лише образотворчому. Всі знають – зміст і форма нерозривні, але мало хто уявляє собі цю нерозривність як тотожність, повне злиття двох категорій в одне поняття (а не два окремі поняття, нехай навіть пов'язані один з одним пуповиною спільності) [9, с.15].

У мальовничій картині можуть бути зображені десятки, а то й сотні персонажів. І все ж таки жест кожного, його обриси, колір одягу та інше зумовлені художником відповідно до його задуму та основного завдання композиції – цілісністю картини.

Сучасна зйомка репортажу має свої особливості, відрізняється від постановочного фотографічного портрету і від пейзажної зйомки. У зв'язку з цим вимоги до фотоапарата для фоторепортажу є досить специфічними, наявність певних характеристик обладнання відіграє значну роль у процесі зйомки. Особливу важливість репортажної фотокамери становить параметр максимально робочої світлочутливості (інакше – ISO). Не завжди зйомка проходить при сонячному освітленні, коли можна обійтися ISO 100.

Перша зйомка матеріалів нашого кваліфікаційного творчого проекту проходила 24 лютого, мітинг на підтримку України на центральній вулиці Лондона (Додаток А). Обсяг – 6 кадрів. На фото нам вдалось зобразити атмосферу та дух українського народу. На останньому фото зображена дівчинка, яка тримає великий та важкий прапор, що символізує силу духу. Також нам вдалось охопити кількість людей, що були присутні, аби показати, скільки українців приєднались до акції.

Друга робота – святкування Великодня 16 квітня (Додаток Б). Кількість кадрів – 4. Ідея – передати щирі емоції дітей та сімей, які мали змогу святкувати цей день далеко від дому. Велика робота зроблена над композицією кадру та його побудовою. Нам вдалось зафіксувати на фото синьо-жовті кольори та символіку: намальований український прапор на обличчі дівчинки та вишиванка.

Зйомка в Мілані містить всього 3 кадри на яких зображено українців, що стоять в ряд та тримають український прапор (Додаток В). Фото зроблені у самому центрі Мілану біля собору Duomo. Очевидною проблемою фотозйомки стала різниця в освітленості архітектурних об'єктів і площі, де зібралися люди.

Репортаж з Natural History museum виявився найскладнішим у виконанні, адже метою було створити привабливі кадри музею, які в передавали би атмосферу місця (Додаток Г). Велика робота проведена з корекцією кольорів на фото: зміна холодних на теплі та підвищення контрасту. Нам вдалось досягти ефекту фотострічки з фільму завдяки роботі в фоторедактором. Перше фото яскраво відображає ідею роботи – загадкова кімната, через яку проходить світло. Світло може сприйматися як шлях до нового.

П'ятий фоторепортаж був проведений з центру Лондона – 6 кадрів (Додаток Д). Велику роль відіграла саме композиція фото та зйомка нон-стоп. Основна мета – зобразити місто в яскравих кольорах. Серія фото також містить знімки і в нічний час.

Робота над матеріалом продемонструвала, що для фотографування репортажу в приміщенні або в темний час на вулиці потрібна наявність зовнішнього спалаху. Він є дуже важливим аксесуаром. Вбудований спалах, крім прямого освітлення та ефекту «червоних» очей, знижує швидкість роботи фотокамери (вимагаючи час на підзарядку) і створює додаткову значну витрату енергії акумулятора. Зовнішній спалах використовує власні джерела живлення, отже, збільшується кількість кадрів, які можна зробити на одній зарядці акумулятора камери. При зйомці у приміщенні або у вечірній час освітлення найчастіше недостатньо, тому лише спалах може дозволити робити нормально експоновані кадри.

**Рекомендації щодо поширення інформаційного продукту.** Продукт може бути опублікований у місцевих онлайн-ових і друкованих медіа України, як фоторепортаж під рубрикою “Наші за кордоном”. Також прийнятним є поширення відзнятих репортажів у соціальних мережах.





## ВИСНОВКИ

Провівши дослідження актуальних тенденцій розвитку жанрів фотожурналістики можемо зробити такі узагальнюючі висновки:

1. Історія розвитку фотожурналістики має велику протяжність. Фотожурналістика фактично розпочала свій розвиток з появою преси, адже саме в давніх газетах, брошурах та журналах вперше почали друкуватись фотографії. З виникненням преси фотожурналістика поступово проходила ряд етапів, які трансформували її за рахунок змін в суспільстві та науково-технічного прогресу. Вимоги, які висувались до зйомок кілька століть тому, суттєво відрізняються від нашого сьогодення.

Єдиного трактування про те, що таке фотожурналістика серед науковців немає. Виходячи з проведеного аналізу, встановлено, що фотожурналістика – це різновид журналістики, яка основним засобом передачі змістовного наповнення інформації використовує фотозображення, створене в певний момент фіксації факту чи події.

2. На сучасному етапі розвитку фотожурналістики відзначається велика динаміка змін. Новітні технології та інтернет сприяють поглибленому та якісному створенню фотографій, які створюються на більш професійному рівні, ніж раніше. На нашу думку, формування нових медіа фактично підкріплене значним пластом фотографічного матеріалу. Читачі люблять насолоджуватися переглядом гарних зображень та відео, відповідно читання тексту без ілюстративного матеріалу вже відходить на задній план. Сучасна людина має значно менше вільного часу, а відтак і можливостей для перегляду медіа. Відповідно в нагоді стає фотожурналістика, яка може однією фотографією розказати про подію та передати її суть, проблему, наслідки.

3. Жанри фотожурналістики поділяються на інформаційні та художньо-публіцистичні. До інформаційного жанру відносять: фотоінформацію, фоторепортаж, фотоілюстрацію тощо. До художньо-публіцистичного жанру найчастіше відносять: фотонарис, фотопортрет, фотопейзаж, фотонатюрморт,

колаж. Всі жанри мають спільні риси, такі як: точність, достовірність, фактичність, чистота кадру, конкретність, документальність. Ніколи не можна чітко сказати, що фотографія може підпадати виключно під один вид жанру, адже вони всі тісно переплітаються між собою.

4. В роботі було проведено дослідження формування авторського репортажу, виокремлено основні завдання фоторепортажу та особливості його технічної підготовки. Важливо, щоб під час постановки фотограф не нашкодив собі, своїм «акторам» і не набрехав глядачам. Притягнути увагу фотожурналіста може не тільки те, що вперше відбувається, привабливість якого саме в новизні, але і те, що вже в загальних рисах знайоме читачеві. Однак і в цьому випадку оповідання обумовлюється подієвим приводом. Такі фоторепортажі викликають інтерес у мас, оскільки і в них автор розкриває якісь нові штрихи дійсності. Фоторепортаж має будуватися обдумано, а не складатися з випадкових знімків та «чергового» тексту. Таким чином, у фоторепортажі «голос» автора може скласти суттєву частина змісту.

5. Створено інформаційний продукт “Серія фоторепортажів “Лондон. Мілан. Україна”, метою якого було привернути увагу громадськості до актуальних проблем у світі: проблеми війни, проблеми неосвіченості та байдужості. Інформаційний продукт являє собою 5 фоторепортажів, яких об’єднує одна локація – Західна Європа, а саме: Велика Британія та Італія. У циклі представлено 2 види фоторепортажу – подієвий та нон-стоп. Створена серія знімків є актуальною, адже її об’єднує тематика культурного та соціального просвітництва громадян, а саме: звернути увагу аудиторії на те, що відбувається за межами України, показати, як люди підтримують власну країну, перебуваючи далеко від дому. Фотороботи можуть бути опубліковані у місцевих онлайн-медіа і друкованих медіа України, а також у соціальних мережах.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 15 фото війни в Україні, які облетіли весь світ. URL: [https://tvoemisto.tv/news/15\\_foto\\_viyny\\_v\\_ukraini\\_yaki\\_obletily\\_ves\\_svit\\_129390.html](https://tvoemisto.tv/news/15_foto_viyny_v_ukraini_yaki_obletily_ves_svit_129390.html).
2. Балаклицький М. Зображальна журналістика: навч.-метод. посіб. Харків. 2019. 84 с.
3. Біографія Володимира Олександровича Зеленського. Офіційне інтернет-представництво Президента України. URL: <https://www.president.gov.ua/president/biografiya>
4. Вайшенберг З. Новинна журналістика: навч. посіб. Київ: АУП. 2004. 262 с.
5. Василенко М.К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі: монографія. Київ: ІЖ КНУТШ, 2006. 238 с.
6. Волинець Г. Еволюція візуально-зображальних жанрів у тижневику «Корреспондет». Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2018. Ч. 4. С. 37–45.
7. Гарбузова К. Проблематика сучасної фотожурналістики: роль фото на шпальтах друкованих ЗМІ (за матеріалами суспільно-інформаційного видання «Сьогодні»). Матеріали п'ятої науково-практичної конференції «Журналістська освіта на Сумщині: набутки й проблеми»: Збірник наукових праць / Укладач О. Г. Ткаченко. Суми: Вид-во СумДУ. 2009. С.33-36.
8. Гетьманець М., Михайлин І. Сучасний словник літератури і журналістики. Прапор, Харків. 2009. 384 с.
9. Голік О. В. Взаємкореляція та взаємозбагачення жанрів: новітні тенденції розвитку журналістської творчості: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук соціал. комунік.: спец. 27.00.04 «Теорія та історія журналістики» / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. Київ, 2009. 17 с.

10. Голуб О. П. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. Практичний посібник. Інститут масової інформації. Київ: Софія-А, 2016. 184 с.
11. Голуб О. Фотографія: з техногенної стихії у мистецтво. Арт-курсив: альманах. 2008. №1. С.71–73.
12. Горевалов С.І., Зикун Н.І. та Стародуб С.А. Фотожурналістика в системі засобів масової комунікації: єдність слова і зображення: Навчальний посібник, Київський міжнародний університет. Київ. 2010. 296 с.
13. Грунт К.В., Дрешпак В.М. Воєнна тематика у фотоматеріалах українських медіа 2022-2023. Українські та світові медіа під час повномасштабного вторгнення РФ: нові вимоги та виклики: матер. І Всеукраїнський наук.-практ. конф. для молодих учених, Вінниця, 20 квіт. 2023 р. Вінниця: ДонНУ ім. Василя Стуса. 2023. С. 59-72.
14. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості: підручник. Вид. 2-ге, переробл. і допов. Львів: ПАІС. 2004. 268 с.
15. Іващук А.А. Жанрові трансформації фотожурналістики. Модернізація та наукові дослідження: інтеграція науки та практики. Херсон: Видавництво «Молодий вчений», 2020. С.68-71
16. Інтернет-сторінка в Instagram Олександра Чекменєва. URL:[https://www.instagram.com/p/Cc5dqUsMkh4/?utm\\_source=ig\\_embed&ig\\_rid=acd1de74-df52-4e16-919f-79e3dd050a32](https://www.instagram.com/p/Cc5dqUsMkh4/?utm_source=ig_embed&ig_rid=acd1de74-df52-4e16-919f-79e3dd050a32).
17. Кисіль О. Навіщо потрібна інтер'єрна зйомка. URL:<https://www.oleksandrkisil.com/post/navishcho-i-komu-potribna-interierna-fotozyomkka>.
18. Макдональд Ф. Фотожурналістика: правда чи обман? URL:[https://www.bbc.com/ukrainian/vert\\_cul/2015/07/150709\\_vert\\_cul\\_altered\\_images\\_journalism\\_vr](https://www.bbc.com/ukrainian/vert_cul/2015/07/150709_vert_cul_altered_images_journalism_vr).
19. Максимович М. Дослідження фотожурналістики. Телевізійна й радіожурналістика. Львів, 2012. Вип. 11. С. 40–45.

20. Максимович М. Сучасна фотожурналістика: проблеми, виклики, перспективи. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journalpaper/2019/aug/17779/7.pdf>.
21. Максимович М. Фотоілюстрація у газеті: критерії, тенденції, перспективи. URL : <http://www.franko.lviv.ua>.
22. На острові Зміїний встановили державний прапор. ФОТО. Суспільне. Новини. URL: <https://suspilne.media/257964-na-ostrovi-zmiinij-vstanovili-derzavnij-prapor-foto>.
23. Недбай В.В. Еволюція розвитку медіа технологій: від первісного – до інформаційного суспільства. Освіта регіону. Політологія. Психологія. Комунікації. 2009. № 1. С. 130-134.
24. Пазюк Р. Види цифрових камер (фотоапаратів). URL:<https://www.conspectus.online/2017/09/types-of-digital-cameras.html>
25. Пазюк Р. Основи експозиції. URL: <https://www.conspectus.online/2016/05/the-art-of-photography-exposure.html>
26. Підгурний І. С. Сучасні тенденції розвитку технології фотографії Вісник ХДАДМ. 2015. № 7.
27. Прищенко С. Завдання живопису та фотографії. Кольорознавство: навч. посібник. 3-тє вид., випр. і доповн. Київ: Кондор, 2018. 436 с.
28. Різдво в пеклі війни: волонтер привіз дітям подарунки у Бахмут (фоторепортаж). Радіо Свобода. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/viyna-rizdvo-bakhmut-dity/32211049.html>
29. Сітнікова І. У звільненому Херсоні підняли прапор України: ось як це було (фото, відео). Громадське. URL:<https://hromadske.ua/posts/u-zvilnenomu-hersoni-pidnyali-prapor-ukrayini-os-yak-ce-bulo-foto-video>.
30. Табінський Я. Фотографія у системі нових медіа. Вісник Львівського університету. Серія журналістика. 2013. Випуск 37.
31. Табінський Я. Трансформація жанрів у фотожурналістиці: теоретичний та генеалогічний аспект. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2020. Випуск 47. С. 77–87.

32. У Гданську відбулась акція на підтримку України під назвою «Путін, руки геть від України!». Польське радіо. URL: <https://www.polskieradio.pl/398/7856/artukul/2903488,у-гданську-відбулась-акція-на-підтримку-україни-під-назвою-«путін-руки-геть-від-україни»>.
33. Урок 6. Фоторепортаж. СторіМейкер. URL: <https://school-cj.org/courses/photo/lesson-6>
34. Храмова-Баранова О. Л., Зайцева В.С. Історичні аспекти розвитку фотомистецтва: особливості і перспективи. Дослідження з історії і філософії науки і техніки. Том 30.№2. 2021. С.108-114.
35. Цуканова Г. Історичний контекст розвитку фотожурналістики як основа для вивчення її сучасної жанрово-видової кваліфікації. URL: <https://social-science.uu.edu.ua/article/866>
36. Цуканова Г.О. Трансформація фотожурналістики у контексті конвергенції медіа. Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences. III(9). № 53. 2015. С.73-76.
37. Черняков Б. Зображальна журналістика в друкованих засобах масової інформації (від виникнення до середини ХІХ століття) автореф. Київ. 1998.
38. Черняков Б. Зображальна журналістика як предмет і як об'єкт журналістичнознавчого дослідження. Київ: Центр вільної преси, 1998. 78 с.
39. Черняков Б. І. Фотографія в журналістиці від винайдення до початку ХХ ст. Київ. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т журналістики. Київ. 1999. 59 с.
40. Черняков Б. Феноменологічні властивості зображення як категорії культури та журналістичнознавства. Наукові записки Інституту журналістики. 2005. Т. 20. С. 132-139.
41. Черняков Б.І. Основи зображальної журналістики: Програма курсу. Журналістика і перебудова: Програми спецкурсів і спецсеминарів для студентів факультету журналістики / Київ. ун-т ім. Т.Г. Шевченка. Ф-т журналістики. Київ. 1989. С.25-32.
42. Шаповал Ю. Фотожурналістика: навч. посіб. Рівне. 2007. 76 с.

43. Швед О. Інфографіка як засіб візуальної комунікації в сучасній журналістиці. Гуманітарна освіта в технічних вищих навчальних закладах: зб. наук. праць. Київ: Університет «Україна». 2014. Вип. 30. С. 305–313.
44. Шевченко В. Е. Особливості застосування та функціональність зображальної мови медіа. Форми візуалізації в сучасному журналі: монографія. Київ: Паливода А. В. 2013. С. 12 – 18.
45. Good J., Lowe P. Understanding Photojournalism. London: Bloomsbury Academic, 2017. 202 p.
46. History of Photojournalism- Photojournalism History and Timeline. URL: <https://globalassistant.info/history-of-photojournalism-photojournalism-history-timeline/>
47. Kobre K. Fotografia prasowa. Z obiektywem za kulisami niezwykłych wydarzeń. Polish language edition published by Helion S.A. 2011. P. 512.
48. Photos from Day 1 of the summit. The New York Times. URL:<https://www.nytimes.com/2021/10/30/world/g20-photos.html>
49. Research: Is Digitalisation Killing Photojournalism? URL: <https://en.ejo.ch/photography-and-video/research-is-digitalisation-killing-photojournalism>
50. Ritchin F. Bending the Frame: Photojournalism, Documentary, and the Citizen, Aperture, New York. 2013. p. 152.
51. Stewart J. The History of Photojournalism. How Photography Changed the Way We Receive News. URL: <https://mymodernmet.com/photojournalism-history/>



**ДОДАТКИ**

Додаток А. Мітинг з підтримки України. 365 днів з початку війни.  
Лондон. Parliament street. 24.02.23



Додаток Б. Мілан. Мітинг проти війни в Україні. Duomo di Milano.  
05.12.22



Додаток В. Святкування Великодня у Лондоні. Oxford street. 16.04.23



Додаток Г. У Natural history museum. Лондон. 02.03.23



Додаток Д. Центральна вулиця Лондона. 20.01.23

