

Трансформація фотожурналістики у контексті конвергенції медіа

Г.О. Цуканова*

Інститут журналістики, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна

*Corresponding author: anna.ts@me.com

Paper received 29.04.15; Accepted for publication 03.06.15.

Анотація. Новітні технології невинно трансформують систему створення і застосування фотоілюстрацій, форми і саме значення фотографії у конвергентних медіа. Однією із гіпотез дослідження є потреба адаптації фотографічного контенту з огляду не лише на можливості і запити інтернет-медіа, а й на запити сучасного споживача інформації. У публікації розглянуто актуальні методи використання фотозображень у онлайн-ЗМІ та окреслено перспективи мережевої фотожурналістики. Акцентується увага на переході традиційної фотографії до площини мультимедіа. Зроблено спробу систематизувати наявні форми створення і зчитування фотографії у мережевих ЗМІ.

Ключові слова: *фотографія, фотожурналістика, інтернет-медіа, конвергентні медіа, мультимедіа*

Інтернет, як канал комунікації, докорінно змінив принципи зчитування інформації реципієнтами і, відповідно, підходи до створення контенту. Через надзвичайну кількість щохвилино оновлюваної інформації в мережі, читач змушений «сканувати» потік новин, вихоплюючи з нього лише те, що найбільше приваблює увагу. І якщо в традиційних друкованих ЗМІ такими «гачками» для читача завжди вважалися заголовковий комплекс та ілюстративний матеріал, то в процесі дигіталізації паперових медіа та створення онлайн-ЗМІ фотографія не лише посилала свої позиції, а й трансформувалася у окремі новітні різновиди медіа-текстів. Саме потребою у вченні комунікаційного потенціалу фотографії як самодостатнього різножанрового продукту, попит на який в контексті розвитку конвергентних медіа збільшується щодня, обґрунтовується актуальність даного дослідження.

Візуальний медіа-контент є предметом зацікавлення багатьох сучасних як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників. В розрізі нашого дослідження цікавими є окремі розвідки щодо власне сучасної фотографії та публікації, у яких розкрито аспекти функціонування новітніх медіа. Варто виокремити дослідження С. Горєвалова, Н. Зикун, Г. Нері, Д. Кемпбелла, О. Ганюшина, О. Фурмана та інших. Більшу увагу саме питанням конвергентної журналістики і інтернет-медіа в цілому приділяють такі науковці як Б. Потятиник, С. Цимбаленко, Л. Мудрак та ін.

Об'єктом даного дослідження є сучасна фотографія як елемент ілюстрування конвергентних ЗМІ. Предметом – цифрові мультимедійні трансформації, що їй притаманні.

Мета виявити стан та перспективи функціонування фотографії в умовах переходу до конвергентних медіа. Для досягнення даної мети необхідно виконати наступні завдання:

- проаналізувати специфіку візуального медіа-контенту дигіталізованих друкованих ЗМІ;
- визначити нові можливості використання фотографії в інтернет-ЗМІ;
- виявити фактори, що впливають на трансформацію фотожурналістики в умовах функціонування конвергентних редакцій.

Фотожурналістика в контексті конвергенції інформаційного простору оволоділа новими унікальними функціями, особливостями виробництва і сприйняття аудиторією. Специфіка Інтернету, як каналу розпо-

всюдження, дозволяє поєднувати у візуальному контенті традиційні форми подачі інформації з інноваційними підходами.

Сучасні технологічні можливості змінили не лише якість роботи журналіста, а й його темп. Вже за декілька хвилин фотокореспондент може передати до редакції чи розмістити безпосередньо на інформаційному ресурсі високоякісні світлини із місця події. Окрім того, на відміну від традиційних друкованих видань, де нерідко доводилося обмежуватися одним надзвичайно промовистим кадром, Інтернет дає можливість не «економити на площі». На будь-якому інформаційному ресурсі подія може бути проілюстрована якою-завгодно кількістю фотографій.

Фотографія стає домінуючим типом контенту і в так званих соціальних медіа, що за різними класифікаціями включають у себе форуми, блоги і мікроблоги, контент-спільноти, соціальні мережі, віртуальні ігрові та соціальні світи тощо. За статистикою компанії Facebook 70% відсотків часу, що користувачі проводять у соціальній мережі, вони присвячують саме роботі із фотографічним контентом. Це пов'язано ще з однією комунікаційною можливістю, яку надають сучасні особливості мереж і Інтернет – інтерактивністю. Абсолютно кожен, хто має цифрову фотокамеру та доступ до мережі може стати творцем контенту – «одна і та ж особа може бути і виробником, і споживачем інформації. Ця система створила автоматичний зв'язок між створенням інформації та її поширенням. Проста можливість залишити свій коментар під фотографією спонукає глядача переглянути весь фоторепортаж» [7].

У сучасних реаліях фотографія перестала бути прерогативою фахівців. Цей феномен неоднозначно сприймається у фаховому середовищі. З одного боку це розширює можливості ЗМІ, адже вони можуть використовувати фотоматеріали надані очевидцями тих ситуацій, при яких не були присутні фотокореспонденти. З іншого боку втрачається претензійність до якості матеріалу, широта охоплення події, наявність промовистих деталей. Бачення нефахівця здебільшого поверхове.

Такий стан речей породжує чисельні суперечки, як у науковому середовищі, так і серед практиків, щодо подальших перспектив, а інколи і фактичного існування фотожурналістики як фаху.

Український фотокореспондент С. Лукацкий, який працює в одному з провідних світових інформаційно-новинних агентств Associated Press (AP), вбачає майбутнє

фотожурналістики в пошуках і комбінаціях форми подачі графічної інформації. «Фоторепортер більше не робить одне фото, він також пише звук, знімає відео-сюжет. Зараз преса у світі переживає найважчі часи. Схоже, тому паперово-газетному формату, до якого ми звикли, настає кінець» [4]. Цю гіпотезу підтримує й представник молодого покоління вітчизняних фотожурналістів О. Фурман. На його думку «найбільш перспективним і активним за своїм розвитком напрямком в сучасній фотожурналістиці є мультимедіа. Розвиток технологій дозволив комбінувати фото, відео, звук і текст, причому всі ці складові можуть бути не тільки документальними, але і спеціально записаними в студії. У фотографії, як частини мультимедіа, можете рухатися рамка кадру, акцентуючи, таким чином, увагу глядача на тому, що вважається найважливішим; може робитися наближення на певні деталі кадру. Творець такого продукту сам визначає тривалість перегляду. Можна припустити, що мультимедіа йде від фотографії, оскільки воно розвивалося саме як ускладнення звичайних слайд-шоу під музику, а не як включення фотографій, текстів і графіків у відеорепортаж» [8, с. 58].

Мультимедійний вектор розвитку фотожурналістики є об'єктом ґрунтовних наукових досліджень серед західних науковців. Зокрема у період з червня 2012 по квітень 2013 року доктор Д. Кемпбелл під егідою міжнародної організації World Press Photo і за підтримки Асоціації голландських фотографів Fotografen Federatie здійснив дослідницький проект для визначення існуючої ситуації на напрям розвитку мультимедійної фотожурналістики.

Новітні мультимедійні інструменти і можливості платформ сприяють появі нових форматів представлення візуального контенту. При цьому ще не варто говорити про виникнення власне нових жанрів. Адже мультимедійні засоби хоч і дозволяють доставляти споживачеві інформацію у різних «обгортках», однак саму жанрову класифікацію зображальної журналістики вони не розширюють. Утворюється новий простір де співіснують представники фото-, відеожурналістики, документалістики, що розділяють спільну мету створення інформаційного контенту. Кожен з представників може використовувати свої інструменти та їхні естетичні можливості, доповнюючи загальну картину, і при цьому вчитися одне в одного [9]. Ці експерименти із формами подачі значною мірою розширюють можливості для споживача. «Журналісти можуть більшою мірою підкреслити свою авторську позицію, історії набувають ширшого контексту, їхні дійові особи – голосів» [9, с. 49].

Очевидно, що основним рушійним механізмом до нових можливостей цифрової фотожурналістики є розширення її технічного потенціалу. Якщо раніше можна було визначати різницю між газетним і журнальними фотоілюстраціями, зокрема порівнюючи якість зображення (газети, не маючи технічних можливостей друкувати кольорові фотографії високої якості значно програвали перед журналами, наповненими деталізованими знімками), то сьогодні цей критерій встановлює ще вищу планку для мережевої фотоілюстрації. Онлайн-видання отримали можливість не лише публі-

кувати знімки з великою роздільною здатністю, а й «оживляти їх».

Прикладом може слугувати один із нових способів візуалізації – так звана сферична або кубічна 360°-панорама. Це інтерактивне зображення, що утворюється шляхом об'єднання кількох окремих фотографій, знятих спеціальним чином. Завдяки керуванню курсором глядач може рухати зображення на 360°, ніби він озиряється навкруги, обертаючись навколо своєї осі. Такі об'ємні панорами дозволяють глядачеві здійснити віртуальний тур обраною місцевістю, зануритися в її атмосферу, наблизитися до найцікавіших деталей та розгледіти їх. Для посилення ефекту присутності до таких зображень можуть бути додані музичні та шумові ефекти, коментарі чи аудіозаписи з місця події. Такий формат хоч і близький до відеоконтенту, та має певні переваги над ним. Зокрема він займає значно менші обсяги для зберігання інформації на мережевих ресурсах.

Звичайно, така технологія є достатньо трудомісткою, потребує значної технічної підготовки і знання спеціальних прийомів зйомки та подальшої верстки матеріалу. Можливо через це такий прийом поки що здебільшого використовується із маркетинговою метою, однак вони мають вагомий потенціал в ілюструванні онлайн-видань і перші такі приклади вже відомі. У грудні 2013 року, на початку Революції гідності, інформаційний ресурс ЯКорреспондент розмістив посилання на сайт донецького фотографа Сергія Орлика, що створював такі панорами з місць найактивнішого розгортання тодішніх подій. За словами самого автора, його метою було «показати майдан зсередини. ... Матеріал не призначений для «умовляння» якоїсь зі «сторін» – це просто документалістика у вигляді 23 сферичних панорам» [1]. Так фотографувати зокрема вдалося показати Євромайдан у Києві, донецький майдан, мітинг біля адміністрації у донецьку.

Ще один видовищний, але і досить трудомісткий вид мультимедійної панорамної фотографії – гігапанорама, гігапіксельна панорама. Це створення панорамного зображення з надзвичайно високою роздільною здатністю зображення до кількох сотень гігапікселів (гігапіксель – мільярд пікселів). Таке зображення створюється із сотень або тисяч знімків, зроблених фотокамерами, встановленими на спеціальних моторизованих штативах, впродовж багатьох годин зйомки. Потім ці зображення зводяться в єдину картину спеціальними комп'ютерними програмами.

«Така технологія дозволяє журналістам нових медіа розповідати історії по-новому, супроводжуючи сюжет додатковими елементами. І хоча стандартна фотожурналістика і тележурналістика допомагають зосередити увагу на предметі оповіді, за самою своєю природою вони опускають більшу частину контексту» [10]. Переглядаючи зображення глядач може наблизити будь-який його фрагмент та розгледіти найменші деталі. Ще кілька років назад такі можливості сприймалися як розваги – користувачі влаштовували квести, розшукуючи, скажімо, на зображенні Токіо людину в інвалідному візку, чи заклеєне вікно у ммарочосі в центрі Дубаї. Вже сьогодні такі знімки починають проникати у медіа. Фотограф Д. Бергман для інформаційного ресурсу Sports Illustrated створив гігапанорамне зображення

під час церемонії відкриття Олімпійських ігор 2012 року в Лондоні. У підсумку він отримав зображення із роздільною здатністю 81992 x 37520 – більше трьох мільярдів пікселів. Такі знімки значно розширюють можливості ілюстрування не лише зі спортивних подій, а й з концертів, громадських зборів, фестивалів тощо. Надзвичайно цікавим використанням такого прийому може бути у тревел-журналістиці.

Дещо інакший прийом створення анімованого об'ємного фотозображення – це 3D-фото. Воно створюється за децю схожим з панорамною фотографією принципом: обраний об'єкт фотографують або на підставці, що обертається по колу, або камерою, що пересувається навколо об'єкта. Після об'єднання усіх кадрів результатом стає можливість побачити об'єкт з усіх боків, роздивитися деталі у бажаному ракурсі. Нині така технологія вже активно застосовується в онлайн-магазинах, вигідно демонструючи товари покупцям. Але «в журналістиці нових ЗМІ 3D-графіка може забезпечити додатковий цінний інструмент викладу в палітрі репортера. ... Репортер може надати повну візуалізацію центрального об'єкта історії, будь то наука чи репортаж про здоров'я. 3D-модель людського внутрішнього органу, наприклад клапана серця або самого серця, може бути представлена на екрані, і читач може вивчити модель з усіх боків і під будь-яким кутом» [10]. Не менш успішно подібний формат може бути використаний у журналістських оглядах присвячених творам мистецтва, новітнім технологічним розробкам тощо.

Побачити на пласкому моніторі об'ємне зображення дозволяє ще одна технологія – анагліф, або стереофото. Створення і читання таких зображень ґрунтується на специфіці сприйняття оточуючого світу людським оком. У житті кожне око людини бачить зображення під своїм кутом, а вже мозок трансформує ці дві картини в одну об'ємну. На цьому принципі побудовано зйомку і показ фільмів у 3D-кінотеатрах. Зйомка об'єктів проводиться зі зміщенням (утворенням стереопари). Аналогічно створюються і фотоілюстрації для мережевих ресурсів. Складнощі із широким використанням даної технології головним чином полягають у необхідності наявності у глядача спеціальних 3D-окулярів. Та вже сьогодні їхнє широке розповсюдження у зовсім недалекому майбутньому виглядає абсолютно реалістичним.

Не лише нові технології здатні привертати увагу сьогоденішнього вибагливого читача. Попри те, що анімованим gif-зображенням як технології вже понад 25 років, саме тепер відбувається активне залучення

таких зображень до ілюстративної палітри онлайн-ЗМІ. Gif – «це один із багатьох форматів цифрового зображення, який має невеликий розмір, високу чіткість зображення, проте оперує обмеженою кількістю кольорів, а саме: 256. ... Завдяки анімаційним ефектам GIF потрапив до категорії найпопулярніших графічних форматів. Принцип створення цих ефектів побудований на використанні по черезу кількох статичних зображень-кадрів. Для кожного кадру вказується час його висвітлення на екрані» [6, с. 69]. Будь-яке рухоме зображення є більш привабливим для людського ока, аніж статичне. Саме тому gif-зображення найчастіше використовують у рекламі з метою привернення уваги до повідомлення. У мережевій журналістиці ця функція gif-зображень зберігається. До того ж такі ілюстрації можуть бути використані в ілюструванні матеріалів, створених у саркастичних формах.

На основі технології gif-анімації у 2011 році фотограф Дж. Бек і дизайнер К. Бург створили новий вид рухомої фотографії який так і назвали – жива фотографія, або сінематографія. Таке зображення ще не відео, але вже не фото. Сінематографія зв'язує статичну фотографію і динамічне відео (або анімоване gif-зображення) у єдине ціле. В результаті більша частина зображення лишається нерухомою, і лише окремі ділянки рухаються.

Сучасні технології розширюють можливості у роботі фотожурналіста, дозволяють йому створювати матеріал, що може бути використаний як самодостатня репортерська світлина, або як частина майбутнього мультимедійного ілюстративного елемента. Зміст та обставини подій мають підказати, яку саме форму варто обрати для найбільш повного відображення дійсності. Головне при цьому за формою не загубити суть самого повідомлення.

У підсумку зазначимо, що Інтернет і все нові, і нові цифрові технології, які з'являються мало не щодня, продовжують змінювати фотографію, підходи до її створення і читання, а також саму естетику фотографічного зображення. Разом з тим, не всім інтернет-ЗМІ вдається якісно у і в повному обсязі використовувати усі ці можливості, тим самим не надто випереджаючи своїх традиційних друкованих конкурентів. Теоретичні дослідження цього питання також не встигають за практикою і потребують постійного оновлення і доповнення. То ж ми сподіваємося, що дана публікація стане поштовхом до подальших наукових розвідок і обговорення зазначених питань як серед науковців, так у середовищі практиків.

ЛІТЕРАТУРА

- [1] Боев А. «ЕВРОМАЙДАН 360°» (Ексклюзив) / А. Боев // Я-Корреспондент. – 26 декабря 2013. – URL: <http://blogs.korrespondent.net/blog/users/3293829-evromaidan-360ekskluziv>
- [2] Ганюшин А.А. Цифровая фотография в новых медиа / А.А. Ганюшин // Информационный гуманитарный портал «Знание. Понимание. Умение». – 2013. – № 5 (сентябрь–октябрь). – URL: http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2013/5/Ganyushin_Photoigraphy-New-Media
- [3] Горевалов С.І. Фотожурналістика в системі засобів масової комунікації: єдність слова і зображення [Текст] : навч. посіб. / С.І. Горевалов, Н.І. Зикун, С.А. Стародуб; Київ. міжнар. ун-т. – К. : Київ. міжнар. ун-т, 2010. – 296 с. : іл.
- [4] Остапа С. Вырос уровень техники – упал уровень качества / С. Остапа, В. Милосердов // Телекритика. – URL: <http://www.telekritika.ua/media-corp/lyudi/2010-01-05/50255>
- [5] Ромакина М. Фотожурналистика в мультимедийной среде: обретение границ жанра / М. Ромакина // Журналистика в 2013 году: регионы в российском медиапространстве. Сборник материалов международной научно-практической конференции. – МедиаМир; Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова. – Москва, 2014. – С. 238-240.
- [6] Рябічев В.Л. Мультимедія в інтернет-журналістиці / В.Л. Рябічев, Є.О. Каранов // Наукові записки Інституту журналістики. – 2010. – Т. 40. – С. 67-70.

- [7] Тамбинский Я. Фотография в новых медиа: традиции и вызовы времени / Я. Тамбинский // Программа и сборник тезисов VI Международной научно-практической конференции. Казань, 12-14 декабря 2012 года. – Казань: Издательство Казанского университета, 2012. – 87 с. – URL: <http://rud.exdat.com/docs/index-775959.html#3262365>
- [8] Фурман О. Тенденції розвитку фотожурналістики останніх років / О. Фурман // Наукові дослідження українського медійного контенту: соціальний вимір. – № 1. – 2014. – С. 55-60.
- [9] Campbell, D. Visual Storytelling in the Age of Post-Industrial Journalism / D. Campbell // World Press Photo. A research project by Dr David Campbell. – April 2013. – 66 p. – URL: https://www.david-campbell.org/wpcontent/documents/Visual_Storytelling_in_the_Age_of_Post_Industrial_Journalism_World_Press_Photo_Multimedia_Research_Project_by_David_Campbell.pdf
- [10] Pavlic, J.V. New Media Journalism / J.V. Pavlic // 21st Century Communication. A Reference Handbook. Volume 1 & 2. / Ed. by William F. Eadie. Los Angeles, 2009. – P. 643-651.

REFERENCES (TRANSLATED AND TRANSLITERATED)

- [1] Boev, A. «EVROMAYDAN 360°» (Eksklyuziv) / A. Boev // YaKorrespondent. – 26 dekabrya 2013. – URL: <http://blogs.korrespondent.net/blog/users/3293829-evromaidan-360ekscluizyv>.
- [2] Ganyushin, A.A. Digital Photography in New Media / A.A. Ganyushin // Informatsionnyiy gumanitarnyy portal «Znanie. Ponimanie. Umenie». – 2013. – № 5 (sentyabr– oktyabr). – URL: http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2013/5/Ganyushin_Photo-gra-phy-New-Media
- [3] Horevalov S.I. Photojournalism in the system of mass communication: the unity of word and image [Text]: a tutorial. / S.I. Horevalov, N.I. Zykun, S.A. Starodub; Kyiv International University. – K.: Kyiv International University, 2010. – 296 p. : Illustrated.
- [4] Ostapa, S. Grew up levels of equipment – dropped quality / S. Ostapa, V. Miloserdov // Telekritika. – URL: <http://www.telekritika.ua/media-corp/lyudi/2010-01-05/50255>.
- [5] Romakina, M. Photojournalism in a multimedia environment: finding the boundaries of the genre / M. Romakina // Journalism in 2013: regions in the Russian media space. Collected materials of the international scientific-practical conference. – Media world; Faculty of Journalism of Moscow State University. named after M.V. Lomonosov. – Moscow, 2014. – P. 238-240.
- [6] Ryabichev, V.L. Multimedia online journalism / V.L. Ryabichev, E.O. Karanov // Scientific notes of the Institute of Journalism. – 2010. – Vol. 40. – P. 67-70.
- [7] Tambinskiy, Y. / Y. Tambinskiy// Multimedia journalism of Eurasia-2012: International media projects, global Networks and information trends of the East and West. Program and thesis collection of VI International scientific and practical conference. Kazan, 12-14 December 2012. – Kazan: Kazan University, 2012. – 87p.). – URL: <http://rud.exdat.com/docs/index-775959.html#3262365>
- [8] Furman, O. Development trends of photojournalism in the last years / O. Furman // Scientific research of Ukrainian media content: the social dimension. – № 1. – 2014. – P. 55-60.

Transformation of the photojournalism in the context of convergence of media

H. Tsukanova

Abstract. The article deals with the research of the newest technologies incessantly transform the system of creation and application of photo illustrations form and value of picture in convergence medias. One of hypotheses of research is a necessity of adaptation of photographic content from a review not only on possibility and to wash down internet media but also upon requests of modern user of information. In a publication the actual methods of the use of photographs are considered in on-line media and outlined future network photographic's journalistic. Attention is accented on passing of traditional picture to the plane multimedia. Researching of attempt to systematize the present forms of creation and read-out of picture in network media is done.

Keywords: *picture, photojournalism, intrent media, convergence media, multimedia*