

## ЛІТЕРАТУРА

1. Белинский В. Г. П. В. Анненкову. – 1-10 декабря 1847 р. // Полн. собр. соч. – М., 1956. – Т. 12. – С. 436-442.
2. Белинский В. Г. Сватань / В.Г. Белинский // Собр. соч. в 9-ти томах. – М., 1976. – Т. 4. – С. 416-418.
3. Бессмертний-Анзіміров А. Задушення України як російська національна ідея / Андрій Бессмертний-Анзіміров // День. – 2013. – 20-21 груд.
4. Грабовський С. „Шевченкіана по-жандармському” на оренбурзькому телебаченні / Сергій Грабовський // День. – 2013. – 14 берез.
5. Добрянський-Демкович М. Україна і Росія: історичні нариси на тему російського імперіалізму / М. Добрянський-Демкович. – Рим: Укр. Католический університет ім. Св. Климента Папи, 1989. – 172 с.
6. Зарянка М. С. Спогади Н. І. Ускової про Т. Г. Шевченка / М. С. Зарянка // Спогади про Тараса Шевченка / упоряд. і приміт. В. С. Бородіна і М. М. Павлюка; передм. В. Є. Шубравського. – К.: Дніпро, 1982. – С. 240-244.
7. Кралюк П. Тарас Шевченко: заперечення імперськості / Петро Кралюк // День. – 2013. – 7-8 берез.
8. Кримський С. Під сигнатурою Софії / Сергій Кримський. – К.: Вид. дім „Киево-Могилянська Академія”, 2008. – 367 с.
9. Лазаревський М. М. „Із спогадів про Т. Г. Шевченка” / М. М. Лазаревський // Спогади про Тараса Шевченка / упоряд. і приміт. В. С. Бородіна і М. М. Павлюка; передм. В. Є. Шубравського. – К.: Дніпро, 1982. – С. 185-188.
10. Пахльовська О. Тарас Шевченко – письменник ХХІ століття / Оксана Пахльовська // День. – 2013. – 24-25 трав.
11. Сверстюк Є. Внутрішня свобода / Євген Сверстюк // Літ. Україна. – 2011. – 21 квіт.
12. Франко І. Сухий пень / І. Франко // Мозаїка. Із творів, що не ввійшли до зібрання творів у 50 томах / упоряд. З. Т. Франко, М. Г. Василенко. – Львів: Каменяр, 2001. – С. 278-282.
13. Чернишевський М. Г. Національна безтактність / М. Г. Чернишевський // Спогади про Тараса Шевченка / упоряд. і приміт. В. С. Бородіна і М. М. Павлюка; передм. В. Є. Шубравського, К.: Дніпро, 1982. – С. 330-334.
14. Шевченко Т. Повне зібрання творів: у 6 т. – Т. 6. – Листи. Нотатки. Фольклорні записи / Тарас Шевченко. – К.: Видавництво АН України, 1964. – 640 с.

Д. І. Лисенко

Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка  
(м. Полтава)

## ВІЗУАЛЬНІ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДІЙНОГО ОБРАЗУ ЄВРОМАЙДАНУ

Візуальна культура сьогодні є визначальним складником формування масової свідомості. Сучасна система візуальних медій активізує процеси соціокультурної комунікації і у свою чергу зумовлює динамічні наукові розвідки у цій галузі. Роботи Вальтера Беньяміна, Жана Бодрійяра, Славоя Жижека, Сьюзен Зонтаг, Маршалла Маклюена, Моріса Мерло-Понті, Поля Вірільо, Фрідріха Кіттлера, Джеймса Елкінса та інших окреслюють так званий “візуальний поворот” у філософських, культурологічних та комунікаційних дослідженнях.

Переформатування події в зображення дає змогу активніше тиражувати медіаобрази, автоматизуючи їхнє циркулювання в медіапросторі, а на думку, Георгія Почепцова, “майже все, що сьогодні робиться, буде рано чи пізно перекодовано у візуальні комунікації” [10, с. 91]. Таким чином, реципієнт має справу вже зі зміненою об’єктивною дійсністю, оскільки візуально-емоційний аспект медіаобразу передбачає модифікацію його фактологічних субстанцій. Візуальний простір, “контрольований” медіареальністю, генерує систему соціокультурних образів-кодів, які мають велике значення для формування ідентичності сучасної людини: “Ми вимірюємо достовірність наших дій через відповідність саме візуальній естетиці” [10, с. 87].

Євромайдан як медіаобраз сублімував потенції медійної візуалізації. Транслявання цього медіатопіку по різних каналах ЗМІ супроводжувався обов’язковим наочним кодуванням події. Однак візуалізація будь-якого медійного феномена може маскувати справжні сенси, які потребують спеціального аналізу репрезентації і соціокультурних механізмів формування знакової реальності.

Вивчення візуального поля медіаобразу Євромайдану, яке насичене символами, архетипами, знаками, дозволить визначити систему соціокультурних інтенцій події, модули

трансформації ідентичностей різних рівнів, шляхи декодування мови візуальної комунікації. Основні компоненти, які брали участь у репрезентації Євромайдану, – телебачення, фотографія, кіно, нові медіа, – дають змогу виявити різного роду переформатування технологічного, комунікаційного, ментального аспектів українського медіапростору в контексті сучасних світових тенденцій розвитку медій.

За результатами дослідження “Активність мас-медіа під час подій, пов’язаних з Євромайданом (результати експертного опитування, січень 2014)”, проведеного УАП, незважаючи на зниження рівня довіри до традиційних ЗМІ, телебаченню вдається втримувати роль «основного джерела інформації в Україні в невеликих містах та селах» [1]. Відповідно показник охоплення аудиторії для телебачення – 71%, а інтенсивність його використання майже тотожна ефективності Інтернету – 4,1 бали [1].

Інтенсивний вплив телебачення на масову свідомість пов’язаний з його фотографічністю, завдяки чому перед глядачем постає реальність в об’єктивній чи ілюзорній фактичності, створюючи в реципієнта сконструйовані за нього чи від його імені ефекти співпричетності. Водночас аудіовізуальні ЗМІ, використовуючи розраховані на медіаефекти психотехнології, провокують формування псевдореальності, ілюзорної дійсності, віртуального Я і віртуальних Інших – своєрідних емоційно забарвлених «симулякрів», про що свідчить дослідження УАП: телевізійні канали під час протестних акцій в Україні подеколи зловживали маніпулятивними технологіями. Підганяння об’єктивної дійсності під політичні інтереси (віртуалізація реальності) – наслідок афільованості медійних структур із конфронтаційно спозиціонованими економічними і політичними угрупованнями, що прозоро прочитувалося і без соціологічної експертизи медіаконтенту.

Інтернет, зініціювавши функціонування альтернативних каналів передачі інформації, відкрив невичерпні можливості у розвитку виражальних засобів і механізмів впливу на психоемоційну сферу, мотивації і соціальну поведінку реципієнтів. “Поєднуючи в собі сучасні технології, оперативність та багатофункціональність (мультимедійність, інтерактивність), – вміщуючи все більше каналів медіа (он-лайн радіо/відео трансляції, он-лайн видання) та серед них – соціальні медіа (творцями яких виступають самі читачі), – інтернет-простір стає не лише інформатором, агентом соціальних змін, але й аналогом повноцінного середовища існування сучасної людини” [6]. Особливим соціопсихологічним феноменом є продукування новими медіа властивих тільки інформаційній епосі форм співучасті людини в соціально-політичних процесах: “Людина стає учасником того, до чого вона не має фізичного дотику” [9, с. 130]. Така соціальна активність структурує один із рівнів інтернетизації випробуваних у різних за цивілізаційною ідентичністю політичних середовищах моделей революційних змін («кольорових», «квіткових» революцій), які використовують енергію «теплого океану» (мирного спротиву мас). Яскравим зразком її став Євромайдан.

Найпопулярнішою формою мультимедійної інформації про події на Майдані Незалежності в Києві стали “стріми” – он-лайн відеотрансляції найчастіше у форматі “no comments” або за мінімальної участі коментаторів, якими не раз були далекі від журналістики ентузіасти. Протестні акції зумовили структурно-типологічне і стильове урізноманітнення українського мережевого простору: саме у цей період помітно заявили нові канали Інтернет-телебачення (“Еспресо.TV”, “Громадське телебачення”, “Спільнобачення”, Аронець live, Ukrstream.tv). Більшість із них функціонує завдяки краудфандингу, волонтерам і громадським журналістам, що зумовлює високий рівень довіри до репрезентованої ними “картини” подій. Як зауважує редактор Ukrstream.tv Костянтин Ігнатчук, “мета Ukrstream.tv – дати людям можливість побачити все згори і на власні очі. Інтерпретацій може бути дуже багато. А тут не приховаєш нічого. З трансляцією No comments як ви бачите подію, такою вона і є. Ми не надаємо забарвлення своїм ефірам” [7]. Подібним форматом мовлення в найактивніші фази протесту користувалися і “традиційні” канали українського телебачення.

Ефективність стрімів вимірюється їхнім природним уростанням у ситуацію, документальністю, можливістю простежити рух точки зору оператора, динамічною перспективою, персоналізацією контентарів, що потужно генерує відчуття співприсутності і довіри. У свою чергу ці компоненти он-лайн телебачення стають важливою інстанцією формування суб’єктності глядача, його рефлексій на рівні емоційному, який може

блокувати рівень смислу і значення або надавати перспективи для власних прочитань: "Людина, яка дивитися мій стрім, опиняється всередині процесу. Вона перебуває разом зі мною, разом із людьми на місці події. Для людей важливі живі емоції, живі відчуття. Окрім того стрім-відео не можна цензурувати. Ти можеш коментувати як завгодно, але люди бачать картинку наживо. Вони цю картинку можуть по-іншому сприймати, незважаючи на те, що я коментую" [5]. Стрімство завдяки технологічним можливостям Інтернет змінює парадигму мовлення традиційного телебачення, актуалізує нові комунікаційні принципи і відкриває нові горизонти проникнення в дійсність буття за співучасті комунікаційного посередника.

Однією із соціотвірних функцій нових медіа на час протестних акцій стала організаційна, яка виявлялася у спонуканні і заохоченні реципієнтів, користувачів Інтернет до спільних дій. Колективно генерована медіареальність привносила відчутні енергії на подієве поле, а там знаходила нові ідеї, відкривала нових героїв і тим самим структурувала нові процеси. Це зразок своєрідної глибокого проникнення "ефекту CNN" в українські реалії, оптимізація якого реалізувалась через режим реального часу, паралельні потоки мовлення, нелінійний перегляд програм, довільний час доступу до інформації в Інтернет.

Візуальну образність медіафеномена "Євромайдан" структурують також Інтернет- і теледокументалістика, ігрове та експериментальне кіно, анімація та відео-арт. На думку Дмитра Бондарчука, "для всіх, хто вміє тримати камеру в руках, Інтернет став водночас і кінотеатром, і повною залогом глядачів. Події створили сотні тисяч зацікавлених, які поглинали все нові й нові відеодокументи. А час, на який усе затягнулося, дав можливість не лише цілодобово «стрімити» і публікувати кадри новинного характеру, а й робити справжні осмислені фільми" [4]. Події Євромайдану мали всі ознаки кінодраматургії: конфлікт, динаміка, драма, героїка, смерть. Особливо сильно працювала символіка кінодраматургії у перші дні і в дні переломних подій. Як зауважує Моріс Мерло-Понті, "кінематографічна драма має, якщо можна так висловитися, більш дрібне зерно, ніж драма реального життя, вона відбувається у світі більш точному, ніж світ реальний" [8]. Візуалізація протестних акцій позбавляє їх надмарності матерії, трансформуючи в площину духовності та рефлексій, де "ідеї живуть не окремо, а носять максимально емоційні і особисті реалізації" [10, с. 91].

"Революційний" кіно-вибух (продукція Вавилон'13, БІМБА production) відкрив зарубіжний інформаційний простір, що створило умови для адекватного представлення і сприйняття подій. Пріоритетність візуального документа в глобальному суспільстві пов'язана з особливостями його знакової системи, атрибутивністю образотворчих і формотворчих прийомів, які окреслили нові мисленнєві та перцептивні модуси в масовій свідомості, "врешті-решт ми можемо зрозуміти значення кіно завдяки сприйняттю: фільм не мислиться, він сприймається" [8].

Ще одним візуальним конструктором медіахронотопу феномена "Євромайдан" стала фотографія, образна насиченість якої дозволяє вводити реципієнта в означену систему смислових координат. Перенасиченість інформаційного простору фотографічними зображеннями подій на Майдані ("вони вираховуються тисячами (більше 3000 на одному тільки сайті Reuters) і виглядають одна вражаюче за іншу"» [2]) фахівці пояснюють винятковістю ситуації, специфічною атмосферою війни, прихованою символічністю конфлікту, "видовищністю" і "театральністю" явища (кольористика, динаміка, драматизм тощо): "Для того, щоб стати «прийнятним» (тобто, придатним для публікації), насильство повинно бути «гарним», – стверджує Корантен Фолан. – Це означає, що воно повинне викликати у нас почуття, крім «О Боже, який жах!». Звідси і нескінченний пошук гарного кадру. Інформація йде через смисли. Але як донести журналістський смисл без емоцій?" [2].

Фотографія допомагає верифікувати, перевірити на автентичність схоплену об'єктивом подію, репрезентувати її в часі й просторі. На думку Жана Бодрійяра, "сама вона позбавляє об'єкт руху, звуку, запаху, смислу, сама вона відбирає у нього все ... «реальне», «реальність» існують за певних умов, і фотографія – це саме те, чим дані умови усуваються... У мене є підозри, що наш тривимірний світ не настільки реальний, як ми вважаємо, і що він зовсім не потребує реального для свого існування. Образ – ніщо інше,

як відступ від принципу реальності, і оскільки він виявляється можливим, нам слід визнати: позиції принципу реальності менше стійкі, ніж видається на перший погляд...” [3, с. 169-170, 172]. Усіма своїми енергіями фотографія формує нову символічну систему координат, основними вісями якої є емоції, переживання, рефлексії, що перебувають у площині індивідуального досвіду. З часом багато їх стають і компонентами колективної системи цінностей, спільних соціальних смислів.

Емпатична модель фотообразу формується завдяки присутності своєрідної наративної (смыслотвірної) композиції знімка. Оповідальність без вербалізованої форми їй задають марковані візуальні компоненти (стрічки, прапори, екіпірування, форма одягу тощо), які суб’єктивують ролі, позиції героїв кадру, а головне – символізують його. Сукупно вони постають як своєрідні контури фабули, закладені фотографом у внутрішню структуру знімка. Статичність кадру перекладає функції наратора на реципієнта, оповідь-для-себе якого розгортається між закодованими смислами і доступною для органів чуття символікою, а разом вони апелюють до емоційного і раціонального в людині, роблячи її реципієнтом-наратором-інтерпретатором. У такому разі внутрішній монолог набуває форми рефлексій, переживань (емоцій страху, радості, тривоги), розмислово-оцінних суджень тощо. Персонажі без імен на фотокартках формували колективний образ з різних боків протистояння, вибудовуючи спільну історію для всіх. Так відбувається до моменту обговорення між людьми візуального образу, адже “обговорюючи побачене, вони змінюють значення, які вони приписали” [9, с. 357].

Творячи фотоісторію того драматичного часу, не всі автори вбереглися від надмірних захоплень протестними штампами, стереотипами, перенасичуючи ними інформаційний простір. Унаслідок цього шаблонним ставало потенційно спроможне на унікальність: “Що стосується шаблонів, то, думаю, ЗМІ самі їх формують, а фотожурналісти – відтворюють. Національна символіка, усміхнені обличчя, протистояння із силовиками – ці картини ніколи не зникнуть з перших шпальт. Але не потрібно думати, що такі шаблони – це погано. Фотожурналісту потрібно їх розуміти і знаходити унікальний ракурс для хорошого кадру” [11]. Цілеспрямоване нагнітання таких (стереотипних) образів працювало задля маніпулювання масовою свідомістю, особливо - поширення в Інтернет “сфабрикованих” фото.

Соціокомунікаційні переформатування, постмодерний технологічний розвиток суспільства зумовлюють пріоритетність візуального над вербальним, передусім у новітніх медіях. Не став винятком Євромайдан, який каталізував проникнення України у світовий інформаційний простір. Відсутність належного якісного тексту «про» ініціювала інші шляхи ідентифікації смислів – візуалізацію, мультимедійність, інтерактивність. Нашарування барвистої візуальності інсталюватиме смислові коди медіафеномена “Євромайдан” в історичному хронотопі.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Активність мас-медіа під час подій, пов’язаних із Євромайданом (результати експертного опитування, січень 2014). – Режим доступу : [http://www.aup.com.ua/uploads/Zvit\\_ekspertne\\_oputyvanya\\_sichen.pdf](http://www.aup.com.ua/uploads/Zvit_ekspertne_oputyvanya_sichen.pdf)
2. Арланди Ф. Откуда в прессе столько поразительных фотографий с Украины? («Slate.fr», Франція) / Фанни Арланди // ИноСМИ. – Режим доступа : <http://inosmi.ru/sngbaltia/20140129/216990246.html#ixzz2rmFSSFrD>
3. Бодрийяр Ж. Пароли. От фрагмента к фрагменту / Ж. Бодрийяр [ пер. с франц. Н. Суслова ] – Екатеринбург: У-Фактория, 2006. – 200 с.
4. Бондарчук Д. Кіно: протягом Євромайдану й далі. Частина 1/ Дмитро Бондарчук // Українська правда. Життя. – Режим доступу : <http://life.pravda.com.ua/culture/2014/06/9/171000/>
5. Дуцик Д. Олександр Аронець: «Мій стрім мотивував людей приїхати на Майдан» / Діана Дуцик // Mediasapiens. – Режим доступу : <http://osvita.mediasapiens.ua/material/27370>
6. Інтернет, соціальні мережі зводять нанівець всі спроби замовчувати події в Україні (результати експертного опитування щодо інформування про події на Євромайдані). – Режим доступу : <http://www.aup.com.ua/?cat=main&subcat=Evromaydan>
7. Коркодим О. Редактор Ukrstream.tv Костянтин Ігнатчук: «У ніч 11 грудня наша трансляція допомогла зібрати людей на майдані» / Олена Коркодим // Телекритика. – Режим доступу : <http://www.telekritika.ua/rinok/2014-01-29/89897>
8. Мерло-Понти М. Кино и новая психология / М. Мерло-Понти ; перевод М.Ямпольского // Psychology.ru. – Режим доступа : <http://www.psychology.ru/library/00038.shtml>

9. Почепцов Г. Від Facebook'у і гламуру до Wikileaks: медіакомунікації. – К. : Спадщина, 2012. – 2012. – 464 с.
10. Почепцов Г. Мерлін, Супермен і гаррі Поттер: конструювання нематеріального в масовій культурі. – К. : Спадщина, 2013. – 288с.
11. Сандуляк А. Международный фотопроект «Евромайдан: власна історія» в 8 bit Gallery / Алина Сандуляк // Bit.ua. – Режим доступа : <http://bit.ua/2014/01/mezhdunarodnyy-fotoproekt-yevromaydan-vlasna-istoriya-v-8bit-gallery/>

Г. Б. Листвак  
Українська академія друкарства  
(м. Львів)

## ІЛЮСТРАТИВНИЙ МАТЕРІАЛ ВИДАННЯ ЯК ДОДАТКОВИЙ ЗАСІБ ЙОГО ПРОМОЦІЇ

Окрім змістового навантаження та естетичного задоволення, ілюстративний матеріал у виданні може виконувати й інші, не такі очевидні функції. Наприклад, додатково популяризувати саме видання, його автора, художника і видавця. Тут одразу слід зауважити, що йдеться про ілюстрації та оформлення загалом як про природне продовження змістового наповнення видання, і жодним чином не про нівелювання текстової інформації. І що оформлення це обов'язково має бути якісним та естетичним, щоб виконувати заявлену місію.

Ідея використання ілюстрацій як додаткового засобу промоції видається логічною, враховуючи деякі тенденції, що простежуються у сучасному книжковому світі – українському і не тільки.

Насамперед, суттєві зміни відбулися (і продовжують відбуватися) у сприйнятті тексту сучасним читачем: інтернет та цифрова епоха повністю змінили спосіб, швидкість та рівень сприйняття інформації. Загалом читання стало швидшим, поверховішим і фрагментарним. Оглядач „Дзеркала тижня” М. Караменов зазначає, що виховався новий тип читача, орієнтований суто на візуальне сприйняття, і загалом оцінює це як негативне явище, оскільки незаглиблене сприйняття готового образу не спонукає до осмислення та аналізу. І тому напрошується порівняння сучасного покоління візуальної культури з первісними людьми, а отже від нього „не варто очікувати... наукових відкриттів” [4]. Картина не надто втішна, але це не означає, що цим не варто скористатися, навпаки – можна спробувати через візуальний образ по-новому залучити цю „неопервісну” людину до читання і зацікавити її книгою.

У вересні 2013 року дослідницька компанія „GfK Ukraine” презентувала результати дослідження „Читання книжок в Україні”, здійснене на замовлення „Київстару” та за підтримки „Форуму видавців”. Що цікаво, серед інших позицій, 13% дорослих та 27% дітей-читачів мотивацією для придбання книжки назвали саме оформлення, що сподобалося [2, с. 35]. Це, звісно, не панівна тенденція, але зважаючи на те, що саме у дитячій книзі робиться більший акцент на дизайн та ілюстрації, відсоток все ж доволі показовий. До того ж логічно починати зацікавлювати і „виховувати” читача змалку.

Під час нещодавньої конференції „Державна політика книжкової сфери: новий шанс для України” було представлено ще одну статистичну розвідку „Читання в Україні. Дослідження читацьких звичок та ставлення до читання”, зроблену на замовлення „Форуму видавців” у рамках проекту „Book Platform”. І з огляду на можливості ілюстративного матеріалу, доволі оптимістично звучать висновки соціологів про те, що в „обставинах, коли інформація більше не є дефіцитом, значення фізичного володіння книгою може трансформуватися із змістовного у символічне, натомість значення знань буде підвищуватися і, ймовірно, менше ототожнюватися із книгою” [8, с. 35]. Тобто рівень оформлення та матеріального втілення книги все більше впливатимуть на рішення її придбати.

Цю думку підтверджують і оглядачі „Deutsche Welle” Й. Кюртен і Н. Неділько, які зауважують, що „якісний дизайн і оздоблення – додаткові козири книги в цифрову добу”. І що майбутнє видавничої справи за „турботливо зробленими книгами” [5], кожна деталь яких не випадкова.