

Деталь (група деталей зображення)	1 деталь — сегмент головного об'єкта кадру в 1/3 від висоти об'єкта	Уточнення стану об'єкта в процесі розвитку дії	
	2 деталь — сегмент об'єкта в 1/6 від висоти об'єкта	Конкретизація (візуальне акцентування) на певному сегменті об'єкта для розуміння його стану в процесі розвитку дії	
	3 деталь — сегмент об'єкта в 1/9 висоти об'єкта	«Емоційний удар» — візуальний акцент, спрямований на провокування емоційної реакції глядача на розвиток дії в сцені	

Як пояснення до цієї таблиці можна навести фільм братів Коенів «Ігри джентльменів» (США, 2004), де ця таблиця чудово ілюструється кадрами з цього фільму.

Детермінованість масштабу зображення основного об'єкта в кадрі певними правилами створення композиції кадру є теж доволі цікавим для практичного застосування висновків питанням, яке свідчить про взаємовплив вимог монтажно-виражальності (виражальності екранної оповіді) та проблем композиційного рішення конкретного зображення в кадрі, але це питання потребує окремого розгляду, що, сподіваємось, і буде зроблено.

Поширені в навчальній літературі (як у вітчизняній, так і у світовій) уявлення щодо масштабу зображення основного/головного об'єкта в кадрі є свідченням не лише існування сталих уявлень відносно чогось, а й того, що будь-яке знання з часом застаріває, оскільки не враховує необхідності поглиблення в природу того чи іншого явища, що водночас необхідно для наближення до Істини.

Ю. Літинська

ІНТЕРНЕТ-ПЛАТФОРМИ НА ЗМІНУ ТРАДИЦІЙНИМ ЗМІ: ПЕРЕЗАВАНТАЖЕННЯ МЕДІЙНОЇ СИСТЕМИ

Yu. Litynska

INTERNET PLATFORMS TO REPLACE TRADITIONAL MASS MEDIA: RELOADING THE MEDIA SYSTEM

Аудіовізуальне мистецтво після багаторічного, поступового і подекуди планового розвитку наразі переживає різке, неконтрольоване перезавантаження цілої системи.

З перших днів війни основним джерелом новин та суспільно-значущої інформації для громадян стали «telegram-канали». За статистичними показниками, другу сходинку посів «YouTube». Недавнім лідер аудиторії — «Facebook» опинився на третій позиції.

Справжній інформаційний вибух стався саме в соціальних мережах та в telegram-каналах. Саме на цих платформах методом спроб і помилок відпрацьовуються формати, жанри, стилі подачі інформації. Кількість telegram-каналів регулярно

зростає. Як не парадоксально, але тим, хто прийшов в цей сегмент першими, — читачі довіряють найбільше. Новий досвід у цій площині напрацьовується щодня, але його належить систематизувати та адаптувати під запити суспільства на інформацію та під наявний технічний ресурс.

Ще один виклик для медіа — поширення так званої журналістики лінків. Тобто формату, за яким людина, прочитавши два-три речення, може зрозуміти основну суть новини. Наразі споживач інформації не хоче витратити час на читання довгих аналітичних текстів або дивитись тривалі за хронометражем сюжети. Значна частина аудиторії віддає перевагу отриманню повідомлень у концентрованій формі. Таким чином, спрощується і вся система підготовки та поширення інформації. В інтернет-просторі у великих обсягах простежуються новини, підготовлені «на дивані». Журналістові достатньо професійно об'єднувати повідомлення, уже викладені пресслужбами різних профільних установ та відомств, щоб створити оригінальну новину.

USAID-Internews, водночас, дослідило найпопулярніші джерела інформації. Згідно з отриманими даними, лідером названо соціальні мережі: 76,6% українців, у першу чергу, звертаються саме до них. Телебачення посіло другу сходинку з показником 66,7% голосів. Третя позиція залишилась за Інтернетом (крім соціальних мереж) — це 61,2% користувачів.

Отже, саме в інтернет-просторі точиться війна за аудиторію. Треба визнати, що не всім дається об'єктивна та неупереджена подача інформації. У більшості повідомлень спостерігаються емоційне забарвлення та персоналізованість, як наслідок новини набувають ознак пропаганди.

Інтернет-видання повільно отримують ліцензії на професійну діяльність, до того ж це досі залишається не обов'язковою процедурою. Національна рада з питань телебачення та радіомовлення зареєструвала в серпні 2023 року дев'ять онлайн-медіа. Переважно це інформаційні інтернет-портали. Також регулятор зареєстрував двох провайдерів аудіовізуальних сервісів. Але нині переважна кількість інтернет-платформ можуть на законних підставах продовжувати свою роботу без наявної ліцензії. Саме ця обставина примушує замислюватись, чи несуть автори незареєстрованих мережевих видань відповідальність перед своїми читачами.

Треба визнати, що аудиторія, яка нині має велику кількість медіаресурсів, навчилась вирізняти факти від вже проаналізованої кимось інформації. Громадськість, головню, цікавлять першоджерела, коментарі, а не оброблена модератором інформація.

Ринок традиційних ЗМІ в Україні суттєво скорочується через війну. Основна причина — економічна, а саме втрата інвесторів і рекламодавців. Відповідно, одним з виходів із ситуації може бути дроблення або сегментація за нішевыми, жанровими або іншими показниками. Дрібним ЗМІ, зокрема інтернет-виданням, наразі легше утриматись в аудіовізуальному просторі.

Не залишилося сумнівів, що найближчим часом на українські ЗМІ чекають складні часи, перетворення та перезавантаження. А зміна медіапотреб суспільства й вибір платформ отримання інформації відіграють головну роль у питаннях формування лідерів медійної індустрії.