

**СЕКЦІЯ 15
SECTION 15**

**СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ
SOCIAL COMMUNICATION**

Хлисту́н І. В.

к.філол.н., доцент, доцент кафедри прикладної лінгвістики та журналістики, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ВІЗУАЛЬНИЙ СУПРОВІД НОВИН НА САЙТІ ЗВО

Роль вебсайтів у діяльності ЗВО надзвичайно важлива, оскільки це нині потужні інструменти освітньої, наукової та культурно-виховної діяльності у вищій школі, дієвий засіб представлення унікальних якостей закладу, його індивідуальних і унікальних рис, які демонструють конкурентну перевагу ЗВО на освітньому ринку та формують його імідж.

Сучасні дослідники інтернет-ЗМІ зазначають, що головною властивістю мережевих медіа є видозміна інформаційного контенту: об'єднання тексту, графіки, звуку, відео, тобто мультимедіа. В інформаційних повідомленнях на вебсайтах закладів вищої освіти також використовуються мультимедійні формати. Мультимедійним форматом називають тип знакової системи для передавання інформації [3, с. 204]. Науковці подають різні їх класифікації. Так, німецький дослідник Ш. Ляйдель [2] виділяє такі: фотографії (оперативні, сюжетні, репортажні, фотоілюстрації, фотогалереї, панорамні фото, колажі тощо), аудіо-слайд-шоу, відеоролики й анімація, аудіофайли, Vox Pop, мультимедійні пакети Timeline (хроніки), інтерактивні карти, інфографіка. Дещо повнішу класифікацію наводить Н. Лосєва [1]: статичні ілюстрації, фотострічки, фотогалереї, фоторепортажі, слайдшоу, карикатури; аудіоілюстрації, аудіоверсії тексту, аудіосюжети; відеоілюстрації, відеосюжети, потокове відео з місця подій, відеоколонки, відеонариси, відеокоментарі; синтетичні жанри: аудіослайд-шоу, інтерактивна відеоколонка, інтерактивний відеосюжет, мультимедійне ток-шоу, мультискрипт тощо. ЗМІ використовують різні формати мультимедіа відповідно до власної інформаційної політики й форми мовлення.

Для аналізу візуального контенту було обрано вебсайти Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка; факультету зв'язків з громадськістю та журналістики Київського національного університету культури і мистецтв; факультету філології та журналістики Центральноукраїнського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка; факультету журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка; факультету української філології та журналістики Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка.

В інформаційних повідомленнях сайтів освітніх закладів (як і в більшості онлайн-видань) найбільш поширеним є формат статичної ілюстрації. Здебільшого це одне фото, яке розташоване на головній сторінці стрічки, або графіка, що представляє головний зміст повідомлення. У новинній стрічці більшості сайтів ЗВО після заголовка розміщують світлину, що формує уявлення про подію та спонукає користувача сайту відкрити й прочитати новину. Фото відповідають події чи ситуації,

оскільки фіксують певні моменти їх перебігу.

У самому повідомленні головне фото може розміщуватися кількома способами: перед заголовком; після заголовка перед текстом; після заголовка, але із «врізкою» в текст; після тексту.

У повідомленнях можливе використання кількох фото між частинами тексту, які є зображеннями різних аспектів описуваного. Часто у дописі вміщуються фотографії, які «обтікає» текст замітки. Причому вони розташовані поряд із вербальною інформацією, яку ілюструють.

Поширеними форматами є також *фотострічка* і *фотогалерея* - низка фото, розміщених переважно після текстової інформації. Фотострічки розміщені переважно перед текстом або після нього, це певна кількість фото, що показує розгортання події в хронологічній послідовності. Фотогалереї включають добірку фото відповідно до певної тематики, що можуть бути не пов'язані між собою [3, с. 205]. Перевага цього формату в тому, що зображення зручно переглядати: після натискання на певне фото курсором воно збільшується, а наступні можна подивитися, натискаючи стрілку на моніторі. Подеколи фотострічка є головним зображальним засобом, супроводжується стислою (на один рядок) текстовою. Ілюстрації використовують і для розміщення оголошень та анонсів, афіш.

Менш поширеним на досліджуваних вебсайтах є використання відео.

На вебсайтах ЗВО повідомлення, що містять у своєму складі відеоконтент, мають такі різновиди:

- самостійний відеосюжет на певну тему;
- рекламні та промоційні ролики про діяльність факультету/університету, що можуть супроводжуватися текстовою інформацією;
- новини закладу вищої освіти.

Отже, візуалізація вебсайтів ЗВО включає переважно формат статичної ілюстрації та її різновиди - фотострічку, фотогалерею, листівку й афішу. Відеоформат представлений вужче: самостійними сюжетами, рекламними та промоційними роликами, рідше випусками теленовин.

Список літератури

1. Лосева Н. Конвергенция и жанры мультимедиа. *Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные* / под ред. А. Г. Качкаевой. Москва: Аспект Пресс, 2010. 200 с.

2. Ляйдель Ш. Мультимедийные форматы: Флеш-презентация тренера по сетевой журналистике. *Mediasprut*. 2011. 18 февраль. URL: <http://www.mediasprut.ru/jour/theorie/multimedia.shtml> (дата звернення 01.05.2023).

3. Тонкіх І. Ю. Види мультимедійних форматів на сайтах українських інтернет-ЗМІ. *Сучасний мас-медійний простір: реалії та перспективи розвитку*: матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції (12-13 жовтня 2016 р.) / наук. ред. В. М. Каленич. Вінниця, 2016. С. 203-20

