

УДК 004.738.5



Христина Кулаковська,
студентка магістратури
Інституту журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

Візуальний контент інтернет-ЗМІ: термінологічні засади дослідження

Висвітлюються термінологічні засади поняття візуального контенту в інтернет-ЗМІ. Досліджується мультимедійна структура і місце візуального контенту в ній, розробляється мультимедійна ієрархія форматів.

Ключові слова: мультимедійність, контент, візуальний контент, візуальні комунікації, класифікація візуального контенту.

Нині відбувається процес становлення фахової термінології, що стосується такого новітнього явища, як інтернет-ЗМІ. Її об'єктом стають усі аспекти цього феномену — від змісту до форми, від моделей просування на ринку до взаємодії зі споживачем. У цьому сегменті термінології спостерігається багато запозичень з англійської мови.

Візуальний контент: підходи до термінологізації.

Огляд фахової довідкової літератури українських і зарубіжних авторів у галузі медіа, ЗМІ та інтернет-журналістики не виявив терміна "візуальний контент". Опираючись на визначення контенту, мультимедіа та інших понять, ми намагатимось дати його тлумачення за допомогою дедукційного методу. Почнемо з контенту.

Політематичний, багатожанровий зміст в інтернет-ЗМІ називається контентом. З цього виходить, що *контент* у веб-просторі — це інформаційне наповнення. "Словник медіатермінів", підготовлений компанією "Медіа Ресурси Менеджмент", пропонує таке визначення: "Контент — зміст, наповнення інформаційного ресурсу. У сфері засобів масової інформації — це будь-який аудіовізуальний твір (фільм, програма, заставка, серіал) або інформація в доступному вигляді (репортаж, інтерв'ю, новина), а також текст, відео, аудіо та зображення, доступні для публічного перегляду. Загалом, терміном "контент" можна описати всю доступну інформацію, яку користувач може отримувати, аналізувати і обробляти. Термін має відношення як до мультимедійних ЗМІ, так і до друкованих або інтерактивних носіїв" [10, с. 45].

Звернемося до Вікіпедії: "Контент — змістова частина даних документа (на відміну від атрибутів), яка містить текст, зображення, відео, звук, сценарії, програми або будь-який інший матеріал аналогічно вмісту твердого носія". Тобто контент складається не тільки з текстової інформації, а ще й з мультимедійної [3].

Поняття "контент" головним чином використовується для опису змісту, тобто це переважно змістова категорія. Але з подальшим розповсюдженням мультимедійності інформації значення почало розширюватися — і на сьогодні в практиці стали застосовувати поняття "візуального контенту". В "Енциклопедії електронних мас-медіа" (І. Мащенко) є лише трактування терміна "візуальний" (лат. *visuals* — зорове спостереження) — "той, що належить до безпосередньо зорового сприйняття (неозброєним чи озброєним оком)" [7, с. 65].

Зазвичай контент веб-ресурсів поділяють на два види: вербальний (текстовий) і той, що передається за допомогою системи знаків (мультимедіа). Оскільки *предмет* нашого дослідження — візуальний контент, який є частиною мультимедіа, з'ясуємо його трактування у науковій фаховій літературі.

Дослідник І. Мащенко у своєму визначенні звертає увагу на технічні особливості використання цього терміна: "Мультимедіа — комп'ютерно орієнтований метод, оснований на використанні текстових, графічних і звукових можливостей комп'ютерних пристроїв в інтерактивному режимі" [7, с. 241].

Б. Потятиник наголошує на знаковій природі складових частин поняття: "У перекладі з латинської *multum* — багато. Отож термін *multimedia* — буквально означає "багатомедійність". У сучасному розумінні — це поєднання різних медіумів, які тісно взаємодіють один з одним. Переважно йдеться про текст, аудіо, відео, анімацію та нерухомі образи (малюнок, фото, діаграми тощо). У новинно-аналітичних ресурсах зазвичай базовим є текст, який ілюструють, застосовуючи вищезазначені можливості" [10, с. 63].

Л. Марчук акцентує на комбінуванні різних медіа з використанням звуку, образів, тексту, підкреслюючи, що мультимедіа є взаємодією візуальних і аудіоефектів з інтерактивним програмним забезпеченням. Зазвичай означає поєднання тексту, звуку і графіки, а останнім часом все частіше — анімації та відео [6, с. 83].

Авторський колектив німецьких дослідників у енциклопедії "Публіцистика. Масова комунікація", окрім структури, чітко описує канали комунікації: "Мультимедіа — інтеграція усіх можливих модальностей комунікації, усної мови, тексту, відео, аудіо, телекомунікації, розважальної електроніки та комп'ютерної техніки. Зникають наявні до цього часу межі між масовою комунікацією та індивідуальною" [2, с. 461].

"Мультимедійність, — вважають російські вчені М. Лукіна та І. Фомічова, — це можливість передавання повідомлень у різних знакових системах — вербальній, графічній, звуковій, фото, відео, анімації". Тобто інформація набуває нових форм відображення, зберігання, вона трансформується у різні цифрові формати. "Основа сучасних мультимедійних систем становить комп'ютерна техніка комбінування інформаційних текстових даних, звукових сигналів й образів

у цифрових форматах, що допомагає їхньому відтворенню у дисплейному, друкованому чи іншому відображенні, зберіганню, копіюванню і трансмісії без втрати якості через різноманітні канали й мережі інформаційних швидкісних зв'язків" [4, с. 56].

Проаналізувавши всі ці визначення, ми можемо дійти висновку, що мультимедійної одиниці як такої не існує. Мультимедіа — це поєднання, комбінування інформаційних одиниць, якими є візуальний, аудіальний і аудіовізуальний контент.

Візуальний контент формується за допомогою наповнення візуальним змістом, це є продукуванням та споживанням інформації у візуальній формі; процес обміну, зв'язку, спілкування між адресатом, каналом та реципієнтом на рівні зорових рецепторів.

Якщо побудувати повне визначення, то воно матиме такий вигляд: "Візуальним контентом є інформаційне наповнення засобу масової комунікації (у нашому випадку це веб-ресурс), виражене за допомогою візуальної мови: зображення, знаки, інфографіка, відео тощо". Цей контент формує новий канал комунікації, який у ХХ столітті отримав назву "візуальні комунікації". Не варто забувати й про зорове сприйняття, що відіграє неабияку роль у цьому процесі.

Класифікації візуального контенту. Існує багато класифікацій різних видів інформації, проте для визначення поняття "візуальний контент" актуальними залишаються дві:

1. *За способом сприйняття людиною.* Залежно від того, яким шляхом надходить інформація, розрізняють п'ять її видів: візуальну (або зорову), аудіальну (або слухову), нюхову, смакову, тактильну.

2. *За способами опрацювання* інформація поділяється на числову, текстову, графічну та звукову.

За *характером інформації* візуальний контент може бути комерційного (банери, анімації), розважального (фотографія, ілюстрація) та інформаційного (інфографіка, відеорепортаж) змісту, вираженого у різних форматах одночасно. За приклад можна взяти інформаційно-аналітичний портал ua.korrespondent.net. На головній сторінці в центрі — логотип з меню сайту; праворуч — рекламний банер; трохи нижче — розділ мультимедіа, винесений в окреме табло; ліворуч — фото важливої події дня тощо. Це типовий поділ змісту, характерний для всіх інформаційних порталів.

У контексті видів мультимедіа в інтернет-журналістиці дослідник В. Рябічев розробив таку класифікацію [9, с. 67—70]: Аудіо (WAV, MP3, RAM); Відео (MPEG, AVI, MOV); Графіка: анімація (GIF), зображення (JPEG), Flash-презентації (складний об'єкт, розроблений у 1986 році компанією FutureWave з використанням векторної графіки).

Як бачимо, розробник у своїй класифікації відштовхувався від формату мультимедійного контенту. Проте тут не згадано про текст як частину мультимедіа, що її називає Б. Потятиник у своїй мультимедійній ієрархії форматів, вона має такий поділ: текст (доповнений графікою і фото), відео, аудіо [10, с. 47]. Графіку і фото науковець вважає доповненням до текстової частини, а не самостійними складовими медіа. З цього виходить, що візуальний контент у його інтерпретації — це текст, який доповнює ілюстрація.

Авторка публікації дає свою класифікацію форматів візуального контенту: візуальний: текст, інфографіка, фото, анімація; аудіальний: аудіо; аудіовізуальний: відео, анімація, яку віднесено і до візуального, і до аудіовізуального, оскільки вона інколи супроводжується звуком. Анімація створюється у GIF-форматі. "GIF, — на думку В. Рябічева та Є. Каранова, — 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 почергово кількох статичних зображень-кадрів. Для кожного кадру вказується час його висвітлення на екрані. Послідовність кадрів може бути зациклена. Часто цю технологію бачимо серед рекламних повідомлень у мережі" [9, с. 68].

"Комп'ютерна анімація, — зазначає І. Мащенко, розкриваючи суть цього методу відображення інформації, — спосіб створення мультиплікаційних (мальованих) кіно- і відеофайлів за допомогою комп'ютерів. Використовуючи програмне забезпечення, а також банки даних (архіви, образотворчу інформацію) і малюнки, виконані на електронному планшеті, можна отримати на екрані дисплея пейзажі, сцени, у які можна постійно вносити зміни (щодо масштабу зображення, ракурсу, перспективи, характеру освітлення тощо)" [7, с. 190].

Висновки. У більшості випадків нині люди сприймають інформацію візуально. Це пов'язано з природньою побудовою їхнього організму, а також із розвитком технологічних засобів, орієнтованих на візуальні образи. Логотипне, кліпове сканування навколишнього притаманне нашому сучасникові завдяки глобальному розповсюдженню візуальних образів, створених підприємницькими структурами, головний мотив яких — просування товару чи послуги, отримання прибутку. Інтернет насичений банерами, вулиці — бігбордами, радіо та телебачення — аудіовізуальними роликми. Окрім цього, за допомогою сучасних технічних допоміжних засобів можна створити візуальні продукти й розтиражувати їх.

Візуальний контент є складовою мультимедіа, що разом із текстовим контентом становить частину загального інформаційного наповнення веб-простору. Ця комп'ютерна технологія відображення інформації й визначає особливості інтернет-ЗМІ. Величезний масив тексту в поєднанні з його інтерактивністю та оперативністю й висуває цей засіб комунікації на передові позиції.

У глобальній мережі саме контент становить основний відсоток інформації, яка відображається різними форматами (відео, зображення, фото, анімація тощо). Вони надають ЗМІ нові можливості та переваги для передавання повідомлень до цільової аудиторії.

Якщо говорити про практичне застосування, то візуальний контент досить широко використовується в інтернет-комунікації. Практика випереджає теоретичні розроблення. Є низка проблем із термінологічною основою цього комп'ютерно-орієнтованого методу відображення інформації, що негативно позначається на процесі його вивчення у вищих навчальних закладах, на підготовці потрібної для цього наукової літератури. На сьогодні можна назвати лише з десяток фахових видань, в яких розробляється термінологічна база цієї галузі. Вітчизняній науці потрібна національна термінологія, адже це ознака становлення інформаційного суспільства в Україні.

Список використаної літератури

1. *Бориснєв С. В.* Социология коммуникации : учеб. пособие / С. В. Бориснєв. — ЮНИТИ-ДАНА, 2003. — 272 с.
2. *Вільке Ю.* Публіцистика. Масова комунікація: медіа-енциклопедія / редкол.: Ю. Вільке [та ін.]. — К. : Акад. укр. преси, 2007. — 780 с.
3. *Вікіпедія.* Україномовний розділ відкритої багатомовної мережевої енциклопедії. — Режим доступу: uk.wikipedia.org. — Назва з екрана. — Дата звернення: 11.04.12.
4. *Лукина М. М.* СМИ в пространстве интернета / М. М. Лукина, И. Д. Фомичева. — М. : Фак. журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2005. — 87 с.

5. *Новости@Mail.Ru*. Последние новости России и мира. — Режим доступа: news.mail.ru/economics/3139726/print/. — Назва з екрана. — Дата звернення: 11.04.12.
6. *Марчук Л. М.* Словник термінології сучасної журналістики / Л. М. Марчук, А. С. Попович. — Кам'янець-Подільський : Кам'янець-Поділ. нац. ун-т імені Івана Огієнка, 2010. — 89 с.
7. *Мащенко І. Г.* Енциклопедія електронних мас-медіа: слов.-гlossарій термінів і виразів : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / І. Г. Мащенко ; Київ. міжнар. ун-т. — К. : [б. в.], 2007. — 417 с.
8. *Медіаграмотність*. Медіаосвіта, медіапсихологія, медіаетика, медіаправо та маніпуляції в медіа. — Режим доступа: osvita.mediasapiens.ua/poll/chi-vazhliva-dlya-vas-vizualna-skladovau-drukovanih-ta-internet-vidannyah. — Назва з екрана. — Дата звернення: 10.04.12.
9. *Рябічев В. Л.* Мультимедіа в інтернет-журналістиці / В. Л. Рябічев, Є. О. Каранов // Наукові записки Інституту журналістики. — 2010. — Т. 40. — С. 67—70.
10. *Потятиник Б. В.* Інтернет-журналістика : навч. посіб. / Борис Володимирович Потятиник. — Львів : ПАІС, 2010. — 244 с.
11. *Словарь медиатерминов* : подгот. компанией "Медиа Ресурсы Менеджмент" / Медиа ресурсы менеджмент — Х. : Фолио, 2009. — 415 с. — (Книжная серия МедиаБук).
12. *Словник журналіста* : терміни, мас-медіа, постаті / Ужгород. нац. ун-т ; авт.-уклад. Ю. М. Бідзілля. — Ужгород : Закарпаття, 2007. — 224 с.

Освещаются терминологические основы понятия визуального контента в интернет-СМИ. Исследуется специализированная терминологическая база, разрабатывается мультимедийная иерархия форматов.

Considered the terminological basis of visual content in Internet-media. Investigated the characteristic features of the new media with the classification of ways of presenting content in it.

Надійшла в редакцію 25 квітня 2012 року