

**ВНЗ «Український католицький університет»**

**Факультет суспільних наук**

**Кафедра журналістики**

*Пояснювальна записка  
до магістерської роботи*

освітньо-кваліфікаційний рівень – магістр

**на тему «Революція Гідності в роботах українських та закордонних  
фотожурналістів: семіотичний інструментарій»**

Виконала:  
студентка 6 курсу, групи СЖУ 17/М  
галузі знань  
06 «Журналістика»  
спеціальності  
061 «Журналістика»  
Джуфер К.І.

Керівник – Бабенко В.В.

Рецензент – Опока Ю.В.

**Львів – 2019 року**

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	3	
<b><i>РОЗДІЛ 1. Особливості візуального контенту: технології і стиль</i></b>		
1.1 Роль фотографії у візуальній комунікації.....	7	
1.2 Фотографія у цифрову добу.....	13	
1.3 Сучасний стан фотожурналістики та її особливості.....	20	
<b><i>РОЗДІЛ 2. Семіотичні засоби візуальної комунікації</i></b>		
2.1 Знак і символ як основні семіотичні елементи зображення.....	26	
2.2 Колір у візуальних повідомленнях .....	35	
2.3 Потенціал композиції у візуальній практиці.....	39	
<b><i>РОЗДІЛ 3. Революція Гідності: імідж війни у світлинах</i></b> .....		45
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	83	
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	89	
<b>ДОДАТОК</b> .....	95	

## ВСТУП

Візуальна комунікація займає одне з найважливіших місць в житті людини. Маючи здатність запам'ятовувати тільки 10% інформації, яку ми сприймаємо на слух, та 20% під час читання, все інше ми сприймаємо виключно за допомогою візуальних засобів. В порівнянні із іншими типами комунікації вони швидко сприймаються і, таким чином, економлять час, чітко транслюють необхідний меседж та закарбовуються в пам'яті на довгий період часу. Людський мозок має здатність опрацьовувати зображення в декілька разів швидше, ніж текстову інформацію, тому саме фотографія стає одним із найбільш поширених засобів комунікації.

Щодня людина стикається з великою кількістю зображень, багато з яких несуть в собі приховані меседжі або стають засобом розповсюдження пропаганди та покликані дезорієнтувати людину в інформаційному просторі. **Актуальність дослідження** полягає в тому, що в ситуації, коли наша дійсність переповнена візуальними засобами, важливим знанням стає вміння «читати» візуальний контент та розуміти його справжні сили. Для цього насамперед необхідно навчитись визначати семіотичні засоби, які відіграють важливу роль в інтерпретації зображень та допомагають викривати їхні глибинні сенси та значення.

**Мета дослідження** – дослідити образ Революції Гідності за допомогою семіотичного аналізу в практиці українських видань.

Мета передбачає виконання наступних **завдань**:

- простежити стан вивчення проблеми, описати джерела, які живлять візуальну творчість;
- виявити комунікативні особливості фотографії як інтерактивного засобу взаємодії;
- визначити елементи знакового інструментарію;
- розкрити роль семіотичних технологій для консолідованих зусиль втілення теми;

- виокремити тематичні напрямки візуального супроводу Революції Гідності;
- показати іміджеві особливості Революції Гідності у національній та закордонній практиці.

**Об'єкт дослідження** – фотографії Революції Гідності як репрезентант соціальної комунікації. **Предмет дослідження** – знакові системи візуальних повідомлень, виявлення взаємодії кодів, дослідження семіотично ускладненого тексту.

**Методи дослідження:** Використано методологію американського філософа та семіотика Чарльза Пірса для аналізу зображень. В роботі широко застосовано метод декодування зображень, які пропонують та розкривають Гунтер Кресс та Теодор Джейкоб ван Лувен у своїх працях «Color As a Semiotic Mode» та «Reading Images: The Grammar of Visual Design». Також використано принцип історизму, який допоміг прослідкувати розвиток та зміни, через які пройшла фотографія. Зіставний метод дав можливість порівняти образи Революції Гідності в українському та закордонному інформаційному просторі, виокремити їхні головні відмінності та специфіку.

**Наукова новизна** роботи полягає в погляді на Революцію Гідності через призму семіотичних інструментів, за допомогою яких маємо можливість виокремити її найголовніші риси та маркери, які ідентифікують цю подію та визначають її унікальність.

**Джерельна база:** для виокремлення семіотичних засобів важливими джерелами стали семіотичні праці Чарльза Пірса [12; 51], роботи Гунтера Кресса та Теодора Джейкоба ван Леувена, які досліджують значення кольору та елементів композиції в інтерпретації візуального контенту [38; 39], а також праці Артура Бергера, що покликані дослідити роль окремих елементів зображення у візуальній комунікації [21; 24].

Важливу роль у визначенні сьогоденного статусу фотографії та її розвитку в цифровий час відіграли статті письменників Адама Мануела та Шона О'Хагана, в яких автори розмірковують щодо змін, які торкаються

зображення в епоху цифрового перевантаження, а також наголошують на ризиках, яким піддається фотографія, перебуваючи доміантною частиною у соціальних мережах [44; 49; 50].

**Теоретичне та практичне значення роботи:** Семіотичний аналіз візуальної комунікації Революції Гідності сприятиме фіксуванню певних образів, на прикладі яких пояснимо механізми «прочитання» та інтерпретації складових елементів та глибинних значень світлин. Елементи семіотичного аналізу та їхнє застосування сприятиме кращому розумінню авторського повідомлення фотографії. Теоретична база, викладена в роботі, разом із власним аналізом фотографій наочно демонструє потребу та важливість розуміння значень та ефекту, які несуть в собі зображення та представляє собою основу для подальших досліджень інших аспектів цієї теми. Також це дослідження стане корисним прикладом того, як семіотичний аналіз може застосовувати для окреслення головних особливостей та ознак подій, зафіксованих у фоторепортажах.

**Обсяг і структура роботи.** Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, додатку та списку використаних джерел, який включає теоретичну базу. Перший розділ «Особливості візуального контенту: технології і стиль» розповідає про історію фотографії, її становлення та розвиток, а також особливості її функціонування в наш час. Зокрема, подано перші роки функціонування фотографії та її вплив на тодішнє суспільство, також проаналізовано шлях до її визнання, як незалежного жанру образотворчого мистецтва. Окреслено виробничі зміни, які відбуваються із світлинами в маркетинговій сфері та різноманітних інтернет-платформах. Досліджено метаморфози, які відбуваються у фотожурналістиці в наш час, а також наголошено на таких гострих питаннях, як стрімкий розвиток громадянської фотожурналістики, проблема верифікації та широке використання світлин в цілях пропаганди.

У другому теоретичному розділі «Семіотичні засоби візуальної комунікації», представлені способи дешифрування та аналізу зображення.

Зокрема, досліджуються елементи семіотичного аналізу, такі як знак, символ, код та інші складові зображення, які мають здатність підлягати інтерпретації: колір та його вплив на емоції та сприйняття глядача, композиційні елементи (ракурс, масштаб, ритм, використання світла та тіні, симетрія/асиметрія, розташування композиційного центру, та інші), їхній взаємозв'язок та ефект, який вони справляють на інтерпретацію зображень.

Третій розділ «Революція Гідності: імідж війни у світлинах» містить детальний аналіз світлин Революції Гідності, із застосуванням семіотичних засобів, досліджених у Розділі 2.

# РОЗДІЛ 1. ОСОБЛИВОСТІ ВІЗУАЛЬНОГО КОНТЕНТУ: ТЕХНОЛОГІЇ І СТИЛЬ

## 1.1 Роль фотографії у візуальній комунікації

Візуальна комунікація – найважливіший інструмент, за допомогою якого людина отримує інформацію, адже більшу її частину ми сприймаємо за допомогою органів зору. Український дослідник комунікаційних технологій Георгій Почепцов говорить, що близько 80% інформації, яку людина отримує із навколишньої дійсності, стосуються візуальної комунікації [15].

Слово «комунікація» має латинське походження (*communico*) та означає «робити спільним, спілкуватися». Існує декілька типів комунікаційних каналів: усне мовлення, жести та міміка, візуальне спілкування. Винайдено більше 100 різноманітних способів комунікації, тому загально вона визначається як «всі процеси, за допомогою яких люди впливають один на одного» [17].

Фотографія стала незамінним атрибутом в медіях і важливим елементом нашого повсякденного життя, тому ми навіть не замислюємося про її численні форми, функції та вплив. В цифрову добу ми сприймаємо фотографію як належне, не враховуючи її впливу на нас та наше життя, але водночас вона стає одною із найважливіших складових сьогодення.

Фотографія має багато аспектів: створює простір, в якому ми живемо, та за допомогою різноманітних форм наповнює його і визначає його візуальну складову. Із розвитком і розповсюдженням фотографії у нашому просторі стає все більше образів, символів і знаків.

Найбільшого поширення та популярності світлина набувають саме тепер, водночас її історія та довгий шлях розвитку доволі тривалі. Етимологія пояснює походження слова фотографії двома грецькими словами: *phos* (світло) і *graphé* (малюнок). Отже, через визначення фотографії як «малюнка за допомогою світла», ми упереджено сприймаємо і оцінюємо її на основі механізму, відомого як художній живопис. Однак, це лише спроба винести судження та систематизувати щось невідоме за допомогою перевіреного

суб'єкта, оскільки фотографія сама по собі є індивідуальним фактором, яку не потрібно порівнювати з іншими аспектами мистецтва.

Фотографія виникає в 1839 році, коли у Парижі та Лондоні відбуваються два процеси, які мають на меті зафіксувати швидкоплинні зображення, відображені в камері-обскурі. Вони базуються на загальновідомих оптичних і хімічних принципах, але у всьому іншому докорінно відрізняються один від одного. Результатом першого процесу стає монохромне дзеркальне зображення на металевій пластині, що отримує назву «дагеротип» на честь його винахідника, французького художника та хіміка Луї Дагера. В підсумку іншого процесу створюється зображення на папері, яке також є монохромним та дзеркально відображеним – негатив. Під час обробки іншою хімічною речовиною та під впливом сонячного світла негативне зображення набуває реальних просторових та кольорових характеристик. Результат цієї процедури називався фотогенічним малюнком і перетворювався на калотип, або талботип, названий на честь його винахідника, англійського хіміка та фізика Вільяма Генрі Фокса Талбота [54, р. 15].

Парадоксально, але спочатку негативно-позитивний процес отримання зображень Вільяма Талбота був менш популярним, ніж дагеротип його французького колеги, але саме система англійського винахідника стала основою для всіх істотних розробок у сфері фотографії [47, р. 87].

Ще до того часу, як ця подія стала відомою у світі, західне індустріальне суспільство вже було готове до змін, які мала спричинити фотографія. Зображення задовільнили культурні та соціологічні потреби людей, яких неможливо було досягти за допомогою малюнків, які створювалися вручну. Фотографія стала кінцевою відповіддю на соціально-культурний апетит, який вимагав більш точного і реального уявлення про навколишню дійсність. Ідеалізовані уявлення про духовний всесвіт, які турбували та надихали середньовічний розум, більше не цікавили людей і тому вони прагнули отримувати зображення, які б з максимальною правдоподібністю відображали реальність [54, pp. 15-17].



Але, незважаючи на істотну відмінність між фотографією та живописом, довгий час фотографічне мистецтво не розглядалося як окрема практика. Спроби виокремити фотографію і зробити її незалежною від живопису відбуваються ще у 1898 році, коли британський письменник і фотограф Пітер Емерсон публікує третє видання "Натуралістичної фотографії", яке майже не відрізняється від перших двох за винятком останнього розділу, назва якого змінюється із "Фотографія: живописне мистецтво" на "Фотографія – не мистецтво". Його смілива заява щодо статусу фотографії стає радше питанням семантики, ніж естетики, оскільки для Емерсона "мистецтво" і "живопис" – синоніми [47, р. 110].

Британський фотограф та історик Джон Шарковській також розмірковує щодо ролі фотографії у мистецтві. Він наголошує, що винахід фотографії започаткував радикально новий процес створення зображень, який був заснований не на синтезі, а на відборі. Ця відмінність стала вирішальною, оскільки картини створюють (за допомогою традиційних схем, умінь і технік), а фотографії роблять (англ.: «Paintings are made ... but photographs are *taken*») [58, р. 6].

Саме ця відмінність між фотографією і живописом ставить питання: як цей механічний і бездумний процес може створювати зображення, які є значущими за своєю природою? Відповідь на це запитання не можуть дати прихильники старих форм зображального мистецтва, оскільки фотограф – це митець, який позбавлений старих художніх традицій [58, р. 7]. Розповідаючи про фотографію, французький поет та літературний критик Шарль Бодлер наголошує: «Ця індустрія увірвалась на територію мистецтва і стала його найзапеклішим ворогом» [46].

За словами Джона Шарковського, цими новаторами, які починають практикувати мистецтво фотографії, стають здебільшого люди, які не є послідовниками спільних старих традицій, не об'єднані жодною академією або гільдією, та походять із різних середовищ (наукового, мистецького, або розважального). Також вони не цікавляться роботами один одного, віддаючи

перевагу індивідуальній роботі. Таким чином, ті, хто винайшли фотографію, були вченими і художниками, але ті, хто професійно почав практикувати та розвивати це мистецтво, належали до різноманітних сфер людської діяльності [58, pp. 6-7].

Невдовзі після свого виникнення та розповсюдження фотографія починає набирати шалену популярність та справляти глибокий вплив на демократизацію громадського смаку і знань та змінює суспільне сприйняття візуальної культури [54, p. 209].

У 1853 році американська газета *New York Daily Tribune* підраховує, що впродовж того року було вироблено близько трьох мільйонів дагеротипів. Оскільки ця практика була ще досить новою і вимагала навичок та глибокого вивчення, багато тодішніх фотографій стали продуктом імпровізації та емпіричного експерименту. Але це не мало жодного значення, чи вони були створені за правилами мистецтва або завдяки вдачі фотографа, адже кожна нова світлина стала викликом традиційним засадам візуального сприйняття [62].

Ще одна унікальність фотографій полягає в тому, що вони докорінно відрізняються від всіх попередніх зображень, різноманітність їхньої візуальної складової є надзвичайною. Кожна найтонша варіація ракурсу або світла, швидкоплинність моменту, різноманітність тональностей кольорів створюють істотно нове зображення. Професіональний художник міг намалювати голову або руку людини з близько десятих перспектив, фотограф же виявив, що жести людини різноманітні до безкінечності та щоразу унікальні [58, p. 7].

Унікальність та неповторність фотографії також відзначає французький семіотик Ролан Барт: «Те, що вона до нескінченності відтворює, мало місце лише один раз; вона має властивість знову й знову повторювати те, що вже ніколи не зможе повторитися в плані екзистенційному» [1, с. 10].

Американська письменниця Сьюзен Зонтаг вбачає відмінність фотографії від інших форм зображального мистецтва у тому, що світлина – це не тільки відображення (на відміну від картини) та інтерпретація реальності, вона – «слід, відбитий на реальності, матеріальний залишок предмета, яким не може бути

картина». Таким чином, за словами дослідниці, фотографія «здатна узурпувати реальність» [56, р. 201].

Деякі з нових зображень стають пам'ятними, і набувають сенсу та значення, незважаючи на їхню умовну «обмеженість» (англ. *limited intention*). Ці зображення допомагають людям відкривати для себе нові грані реального світу та помічати його «невловимі» деталі [58, р. 7].

Але йдеться не лише про те, що фотографія змогла відкрити відомі всім речі з іншого ракурсу, але й про те, які саме речі вона відображала. Фотографи знімали "... предмети всіх видів, розмірів і форм ... і ніколи не зупинялись, щоб запитати себе, чи те, **що** вони відображають – мистецтво?" [27]

Картини були дорогими та недоступними для більшості людей, і тому вони відображали тільки те, що на думку людей, було дійсно значущим. Фотографія натомість була легкою у використанні, відносно дешевою і широко розповсюдженою, і вона могла «запам'ятати» все що завгодно: вітрини магазинів і дерев'яні дома, домашніх тварин і звичайних перехожих. І як тільки ці незначні та тривіальні речі були сфотографовані, вони увіковічувалися і внаслідок цього одразу набували значення [58, pp. 7-8].

Люди навчалися мистецтву фотографії різними шляхами: інтуїтивно та методом спроб і помилок, використовуючи в різних спосіб свої інструменти і матеріали та надихаючись і вивчаючи інші фотографії. Незалежно від того, чи фотографія носила для конкретного митця комерційний чи мистецький характер, його традиція була сформована всіма тими фотографіями, які вразили його свідомість [58, pp. 8-9].

Тривалий час найбільша увага приділялася вивченню виключно текстової інформації. Виникнення фотографії та кінематографа спричинило істотні зміни в характері візуальної культури.

Дослідник в сфері дизайну та реклами В'ячеслав Курушин визначає візуальну комунікацію одним зі способів обміну інформацією і взаємодії між людьми, який відбувається за допомогою візуальних образів, які ми маємо здатність сприймати [9]. В наш час саме цей тип комунікації найбільше впливає

на життя людей, одночасно в значній мірі полегшуючи сприйняття інформації та допомагаючи орієнтуватися в інформаційному просторі.

Американський спеціаліст із графічного дизайну Райан Хембрі зазначає, що для досягнення більшого ефекту візуальна комунікація повинна об'єднувати усне мовлення, писемну мову та образи, щоб, за словами автора «створювати естетично приємні для погляду глядача повідомлення, які також будуть сприйматися аудиторією одночасно на інтелектуальному та емоційному рівнях і зможуть донести до глядачів потрібну інформацію» [35].

За допомогою багатьох традиційних (фотографія, кінематограф, архітектура), а також нових соціальних практик (дизайн), сьогодні формується одна з найважливіших ролей візуальної комунікації. Наприклад, з точки зору соціології культури будь-яка продукція, яка містить наочно-видовищну властивість – інструмент візуальної комунікації [19].

Візуальна комунікація представлена не лише статичними зображеннями, але й відеоматеріалами, серіями фотографій, різноманітними слайд-шоу. Вона має здатність здійснювати політичний та економічний вплив на життя людей, а також допомагати їм моделювати їхні інтерпретації та оцінки стосовно навколишньої реальності та подій. Цьому сприяють друковані та онлайн ЗМІ, що поширюють різноманітні повідомлення, кінематограф, який транслює необхідні настрої та має здатність впливати на сприйняття історичних подій, сьогодення та майбутнього, а також телебачення та останнім часом здебільшого соціальні мережі. Візуальні комунікації розповсюджують необхідні меседжі за допомогою рухомих і статичних зображень, візуальних образів, семіотичних знаків та символів, кольорів тощо.

Сучасний світ переповнений образами, які впливають на людину навіть без її усвідомлення цього процесу (зважаючи на швидкість їхнього впливу). Таким чином, візуальні образи набувають власного звучання та володіють символічним значенням та кодами, які розшифровуються людьми. Дослідники в області семіотики Чарльз Пірс і Чарльз Вільям Морріс відносять зображення до категорії іконічних знаків, що також вимагають декодування. Італійський

семіотик Умберто Еко послідовно називає зображення іконічним знаком, проте наголошує на його істотній відмінності в порівнянні з іншими знаками, тому що його можна інтерпретувати нескінченну кількість разів [18].

В наш час фотографія займає особливу позицію в процесі візуальної комунікації. Її вплив досяг рекордно високого рівня з появою цифрових та соціальних маркетингових медіа, якими користуються сучасні маркетологи для просування своїх товарів та брендів. В результаті цього, фотографія стає одним із найважливіших засобів, за допомогою яких продають продукти або послуги.

Поява дешевих та відносно легких у використанні цифрової камери і смартфона означає, що ми живемо в епоху техно-аматорства. Це безсумнівно змінює світ фотографії: щодня з'являються сотні мільйонів нових зображень, які одразу потрапляють в соціальні мережі та зберігаються там [49].

Головна особливість фотографії в тому, що вона зображує об'єкт реальності на папері або цифровому носії. Як зауважує Сьюзен Зонтаг: «найвеличніший результат фотографічної діяльності полягає в наступному: вона дає нам відчуття, що ми здатні тримати в голові увесь світ – як антологію зображень» [56, р. 271].

## **1.2 Фотографія у цифрову добу**

На сьогодні фотографія – твір мистецтва, товар арт-ринку, а також один із найпоширеніших інструментів процесу візуальної комунікації. Після багаторічних дискусій щодо свого статусу, вона нарешті вважається самостійним та незалежним жанром образотворчого мистецтва. Також вона створює нові способи нашого ставлення до навколишньої дійсності. Через активне використання зображень в сфері маркетингу, питання впливу фотографії на наше життя та її місця в ньому звучить все частіше.

Є декілька причин, чому саме фотографія стає одним із вирішальних факторів впливу на наше сприйняття (на прикладі її використання в сфері маркетингу):

- *Швидко привертає увагу*

Через великі обсяги інформації, що розповсюджуються за допомогою Інтернету та інших каналів, відбувається пошук нових засобів привернення уваги людей. Саме тому фотографію здебільшого використовують в сфері маркетингу. Наявність візуальних елементів в рекламі збільшує шанс того, що люди прочитають її вміст, до 80%.

- *Прискорює процес обробки інформації*

Мозок людини має здатність обробляти лише обмежену кількість інформації в конкретний момент часу. Тому інформація, яка може бути опрацьована людиною набагато швидше (наприклад, приваблива фотографія), завжди матиме перевагу.

- *Покращує невербальне спілкування*

Оскільки більше 90% всього людського спілкування є невербальним, поєднання візуальних елементів із якісним текстом – хороший спосіб привернути увагу потенційного покупця.

- *Допомагає правильно транслювати меседж*

Коли бренди використовують в своїх повідомленнях зображення, це допомагає аудиторії краще зрозуміти і оцінити послання компанії.

- *Впливає на емоції*

Незважаючи на великий відсоток раціонального аналізу, який використовують люди під час покупки товарів, емоції також мають здатність впливати на їхні рішення. Завдяки своїй властивості справляти на людину емоційне враження фотографії здатні впливати на вибір споживачів.

- *Заохочує до дій*

Ми перебуваємо в новій ері маркетингу, в якій бренд визначається своїми клієнтами. Близько 40% онлайн-користувачів отримують позитивне враження від комунікації із брендом, якщо звернуть свою увагу саме на візуальний контент, аніж на звичайний текст.

- *Збільшує залучення*

Люди краще споживають фотографії, аніж текст. Наприклад, компанія Facebook за допомогою візуальних засобів збільшує залучення до власних постів на 65%, а також аналогічні повідомлення отримують на 35% більше репостів.

- *Створює позитивне сприйняття*

Люди схильні приймати швидкі рішення на підсвідомому рівні. Професійна подача продукту в поєднанні із вдалою фотографією, що відображає основні його меседжі, здатна створити довіру до компанії.

- *Покращує рівень продажів*

В маркетинговій практиці існує прямий зв'язок між використанням якісних зображень та зростанням рівня продажів. Фотографії допомагають споживачам уявити себе користувачами конкретного продукту, та дозволяють їм фантазувати, як цей продукт зможе покращити їхнє життя [31].

З появою соціальних мереж фотографія змінює свій формат та переживає нову хвилю популярності. Сьогодні вона все більше розвивається в мобільному форматі. Щодня у Facebook, Snapchat та Instagram завантажуються мільйони фотографій та ця статистика щороку зростає. Блогери за допомогою професійних та яскравих зображень збирають мільйонні аудиторії та заробляють на власних курсах навчання фотознімання та обробки зображень. Фотографія повільно набуває комерційних рис, тому фотографи починають переосмислювати свою діяльність та розширюють свої вміння та навички.

Найбільша соціальна платформа світу Facebook стає одним із провідних джерел реклами поряд з мережею Instagram. У звіті Facebook за четвертий квартал 2018 року був зафіксований дохід від реклами у розмірі 16,6 мільярда доларів, що на 30% більше, ніж у попередньому році. Сюди входять оголошення у Facebook та Instagram (feed та stories), та реклама у безкоштовній версії Messenger [26].

80% профілів в Instagram стежать хоча б за одним бізнес-аккаунтом, тобто вісім із десяти активних користувачів. Також, близько 200 мільйонів користувачів цієї платформи активно відвідують бізнес-профілі щодня. Цим користуються різноманітні світові бренди, які створюють власні ком'юніті

також і у соціальних мережах і таким чином збільшують свою клієнтську базу [60].

Окрім реклами, ці мережі також є найпопулярнішими площадками для творчості та самовираження професійних фотографів та любителів, а також для людей, які діляться своїми фотографіями із рідними та друзями, не переслідуючи творчі та комерційні цілі. Загалом, згідно з останніми статистиками, у Facebook щодня завантажуються 350 мільйонів фотографій, в Snapchat – 188 мільйонів, а в Instagram – 95 мільйонів (але водночас ця мережа щороку демонструє збільшення показників завантажень щонайменше на 5 мільйонів) [26].

В епоху соціальних медій, панівна роль в яких відводиться зображенню, деякі фотографи діляться власними хвилюваннями та страхами за майбутнє цього мистецтва, а інші митці захоплюються тими метаморфозами, яким воно піддається. Водночас, коли технології справляють все більший вплив на формування того, як ми бачимо і ділимося світом, фотографія змінюється також.

В статті «Фотографія: форма мистецтва, що постійно розвивається» її автор, ірландський письменник Шон О'Хаган, який пише для The Guardian і The Observer розмірковує щодо змін, що торкаються характеру фотографії в епоху безпрецедентного перевантаження зображення. Він констатує, що із такими платформами, як Facebook, а також орієнтованими на зображення Flickr, Pinterest і Instagram, людство почало входити в реальність, де кількість зображень настільки велика, що вони починають втрачати свій сенс [49].

Адам Мануел, американський письменник та режисер, у статті «Фотографія: форма вмираючого мистецтва, яка стає все більш популярною», також визнає, що через тотальне перенасичення зображеннями, люди приділяють все менше і менше уваги їхньому змісту. Він говорить про те, що революція мобільної фотографії порушила баланс, стерши лінію між тим, що вважалося професійним та аматорським. Для автора захоплення людьми посередніми світлинами із Instagram або Pinterest вважається дивним



парадоксом: «фотографія зараз популярніша, ніж будь-коли, але водночас ця форма мистецтва вмирає швидкою і болісною смертю» [44].

Американський художник і письменник Кріс Уайлі вбачає прямий взаємозв'язок між пост-цифровим перенасиченням зображень і сьогодишньою кризою фотографії: «Безсумнівним є те, що ми зараз живемо в світі, переповненому фотографічними зображеннями і їхніми цифровими двійниками. І кожен на Землі і певно за її межами вже зберігається у цифровому вигляді десь в бібліотеці Борхеса\*, яка стає все більшою і більшою, і яку ми самі побудували для себе. Іронічно, що момент найбільшої фотографічної поширеності та розквіту підштовхує фотографію до її повного виснаження» [61]. (\*відсилка до твору аргентинського письменника Хорхе Луїса Борхеса «Вавилонська бібліотека»)

Бум цифрових технологій майже зруйнував все те, що ще десятиріччя тому люди сприймали за належне: рулони плівки, кінокамери, темні кімнати та лабораторії для обробки зображень, контактний друк, полароїди та кодахроми. Фотографія неминуче перетворюється з матеріального світу в нематеріальний [49].

Адам Мануел також підкреслює сучасну безтілесність фотографії: «Ми живемо в безпаперовому світі. Pinterest – це наша сучасна дошка для нотаток, Facebook – наш сучасний фотоальбом, Instagram – наша сучасна темна кімната для обробки зображень, і кожні дві хвилини ми робимо більше фотографій, ніж ціле людство впродовж усього 19 століття. У сучасному цифровому світі, створення паперових фотографій здається марнотратною справою, яка з'їдає як час, так і банківські рахунки» [44].

Також письменник говорить про те, що фотографія змінилася не лише на функціональному, але й на естетичному рівні. За його словами, це яскраво проявляється в сучасній obsesії людей публікувати контент, який нікого не буде цікавити. Сюди він відносить хаотичні фотографії їжі, нескінченні селфі або такі кадри, як ноги на фоні піску або моря, перше опале листя осінню та дощові краплі. За словами автора, всі ці зображення за замовчуванням претендують на

вміст елемента творчості, але насправді не є творчими, тому вони не можуть вважатися мистецтвом. Однак, можна подивитись на це з іншого боку, та припустити, що мета мистецтва – не зображувати і транслювати сенси та почуття, а викликати та пробуджувати їх разом із цікавістю в людині. Тоді можна зробити висновок, що мета нехудожньої фотографії в цьому випадку повністю виправдовує себе [44].

Варто також згадати, що, хоча наша сучасна фотокультура є безпрецедентною з точки зору її масштабів та нескінченної появи нових фотографій, історії відомий ще один момент, коли технологія створення зображень викликала резонанс у суспільстві. Ще на початку 1960-х років досягнення в області аналогової фотографічної технології дозволили людям отримувати майже миттєві фотографії за допомогою камери Polaroid. У 1960 році обсяг продажів досяг 100 млн. на рік. До 1964 року було вироблено 5 мільйонів камер Polaroid. Поширення полароїдних фотокарточок стало першою хвилиною демократичної фотографії, але в той час це не викликало масової тривоги у тодішнього покоління фотомитців, у тому числі американських всесвітньовідомих фотографів Діани Арбус і Гаррі Віногранда [50].

Феномен Polaroid сформував імідж тодішнього покоління фотомитців, а також зміг надати більшого значення повсякденним і випадковим речам, які потрапляли в об'єктив цієї фотокамери, а також сприяв їхньому глибокому та ретельному аналізу.

Американський художник, один із засновників поп-арту та яскравий представник сучасного мистецтва Енді Уорхол також інстинктивно усвідомлював вплив Polaroid на мистецтво і розвиток фотографії, про що свідчать його фотографічні портрети (серія Andy Warhol Polaroid, що стала однією із його найвідоміших проектів, включає в себе портрети багатьох відомих особистостей другої половини ХХ століття). Для нього полароїдні фотокарточки його знаменитих друзів або його самого були не зображенням банальності повсякденної Америки у всьому її штучному гламурі, але її інкапсулюванням [33]. Шон О'Хаган пропонує подивитися на камеру

смартфону та соціальні медіа з боку того, як вони впливатимуть на формування нової генерації фотографів, базуючись на досвіді компанії Polaroid [50].

Однак, незважаючи на свої попередні песимістичні заяви щодо руйнації старих традицій та засад фотографії, письменник говорить, що навіть впродовж всіх цих потрясінь, фотографія, у всіх її формах, продовжує процвітати. Впродовж останнього десятиліття у світі відбувається зростання зацікавленості людей так званою традиційною фотографічною культурою. Як доказ, автор наводить приклади різноманітних фотофестивалів, ярмарок та інших подій для поціновувачів цього виду мистецтва: «Щорічно у світі відбуваються більше 100 фестивалів, а також кілька великих фото-ярмарків, таких як «Paris Photo» у Франції, «Miami Photo Fair» в Сполучених Штатах Америки, «BredaPhoto» в Нідерландах, «Image Vevey» у Швейцарії, «Organ Vida» у Хорватії, а також нещодавно заснований «Unseen» в Амстердамі. Тим часом у Лондоні та Нью-Йорку протягом останнього десятиліття було відкрито цілий ряд нових фотогалерей. В 2012 році Галерея фотографів (головний виставковий центр сучасної фотографії у Великобританії) знову відкрилася в новому переобладнаному будинку в центрі Лондона» [49].

В Україні фотографічне мистецтво також набирає популярності останніми роками. На початку 2019 року в Києві відбувся перший український фестиваль фотокнижок, де фотографи з різних міст України презентували свої альбоми та книги [40]. Щороку в Києві проводиться відкритий міжнародний фестиваль сучасної фотографії: фотографи мають можливість змагатися в різних номінаціях, а шанувальники – відвідати заходи за участі провідних українських та закордонних фотохудожників. Також в Україні вже декілька років поспіль проводиться міжнародний фотофестиваль Odesa Photo Days: впродовж п'яти днів учасники події відвідують фотовиставки, вечірні фотопокази та різноманітні майстер-класи [48].

Фотокнига продовжує виступати найяскравішим вісником фотокультури, розповсюджуються малі та незалежні видавництва фотокниг, а різноманітні незалежні журнали та преса для фанатів (fanzines) з фотографічного мистецтва

приваблюють молоду та обізнану аудиторію. «Offprint» – ярмарок-виставка фотографії, щорічно приваблює велику кількість, здебільшого, молодих людей до своїх книжкових ринків у Парижі та Лондоні. Незважаючи на непереборний потік цифрових зображень в Інтернеті, традиційна культура фотографії продовжує своє «життя» і поширюється за допомогою як фотокниг, так і фотоархівів – матеріальних речей, які можна переглядати, збирати, обмінюватися, таким чином надаючи фотографії більшого значення. Отже, за словами автора, фотографія переживає потенційно термінальну кризу, яка водночас є яскравою, захоплюючою та інноваційною [50].

### **1.3 Сучасний стан фотожурналістики та її особливості**

Однак, криза фотографії торкається також фотожурналістики і жанру документальної фотографії, які теж переживають метаморфози в час цифрової ери. Ми – свідки безпрецедентного потоку цифрових зображень і найголовніші питання сьогодні – чи дійсно традиційний статус фотографії як спосіб документування світу безповоротно змінюється? Чи можлива документалістика в епоху пост-правди? Або портретистика в час, коли селфі зводить традиційну ідею автопортрета до випадкового нарцисичного рефлексу (в 2016 році в мережі Instagram були опубліковані рекордні 282 мільйони селфі)? Але найголовніше питання – яке майбутнє чекає на жанр фоторепортажу в епоху, коли будь-яка драматична подія може бути сфотографована на камеру мобільного телефону, яким володіє будь-який перехожий, і миттєво завантажена в Інтернет, який транслюватиме зображення без кордонів? [37] Таким чином, сьогодні будь-хто може вважатися потенційним фотожурналістом, якщо опиниться в епіцентрі події і зможе її зафіксувати. Як говорить редактор американського журналу «Pacific Standart» Джаред Келлер: «В наш час потужні образи світових кризових подій миттєво потрапляють безпосередньо до ноутбуків і смартфонів людей по всьому світу» [52].

Прикладом цього може слугувати наступний інцидент: 20 червня 2009 року 26-річна іранська протестувальниця Неда Ага-Солтан була розстріляна

провладним снайпером біля місця протесту проти уряду. Напередодні Іранська держава оголосила протест незаконним і заборонила іноземним ЗМІ висвітлювати його. Але камери мобільних телефонів протестуючих людей попри заборону змогли зафіксувати зображення кривавого обличчя застреленої жінки і протягом декількох хвилин ці фотографії та відео стали вірусними. Через кілька годин ці відеоматеріали, які стали підтвердженням її смерті, були анонімно розміщені на YouTube та переглянуті американським президентом. Таким чином, саме мобільна фотографія стала єдиним матеріальним свідченням цієї події та зробила її найбільш широко освітленою смертю в історії [53].

Зміни у фотожурналістиці, які ми спостерігаємо сьогодні, спровоковані не лише інноваційними технологіями і появою нових способів поширення інформації, але скороченням бюджетних витрат редакцій, мультимедійними можливостями та наявністю величезної кількості цифрових зображень [43].

В час соціальних мереж люди мають можливість витратити мінімум часу на новини: їм більше не потрібно відвідувати сторонні сайти або витратити гроші на паперову пресу, оскільки єдиним джерелом новин для більшості людей сьогодні часто стає Facebook. «Цілий світ фотожурналістів, як аматорів, так і професіоналів, доступний для світової громадськості завдяки соціальним мережам», – наголошує Джаред Келлер [52].

Таким чином фотожурналістика, як і багато інших традиційних медій, стикається з кризою, але вона не припиняє свого існування. Не зважаючи на популярність та віральність зображень з місць подій, існує велика різниця між добре зробленою професійною та аматорською фотографією, зважаючи на те, за допомогою якої техніки і ким вона була зроблена [52].

Але, не зважаючи на очевидну прерогативу професійних фотографій (в плані якості), інші переваги нових засобів масової інформації стають вирішальними для фотожурналістики. Весь світ фотожурналістів, як аматорських, так і професійних, стає доступним для громадськості за допомогою соціальних мереж. Це дозволяє новинним агенціям висвітлювати важливі історії, використовуючи інструменти, що виходять за рамки існуючих

технічних можливостей. «Якщо говорити про Twitter, це дуже корисний інструмент для того, щоб допомогти журналістам в пошуках потенційних подій та історій»,- говорить Сантьяго Ліон, директор з фотографії в Associated Press, одного з найбільших міжнародних інформаційних агентств. Associated Press, разом з Reuters та Getty Images (американське фотоагенство, що володіє близько 70 млн зображень), пропонує переважну більшість фотографій для використання американськими інформаційними організаціями. «Коли є шокуюча історія, неважливо миттєва або довготривала, ми починаємо дуже активно сканувати соціальні мережі для пошуку влучних зображень: ми перекопуємо весь Twitter і Facebook, намагаючись отримати цінну інформацію. У рамках Associated Press вже існує досить надійний механізм для виявлення та отримання цінних кадрів за допомогою громадянської журналістики. Як тільки ми знаходимо щось цікаве та цінне, наш обов'язок як спеціалістів подбати про це та донести до нашого читача. Будь-який контент, який потрапляє до нас, проходить через певний відділ перевірки. Ми бачимо, перевіряємо, використовуємо та посилаємось» [37].

В цифровий час, коли щохвилини виникають тисячі нових зображень, з'являється інша проблема – верифікація. Досить часто цей процес може бути проблематичним, і первинний контекст і авторство часто втрачаються в процесі ретвітів та шерів в Facebook. Внаслідок цього виникає багато питань: як новинній агенції перевірити, що вони мають справу зі справжнім фотографом або власником авторських прав на світлинах? Як домовитися щодо розповсюдження контенту? Чи потрібно заключати фінансову угоду? Навіть елементарний пошук справжнього власника фотографії часто стає проблематичним процесом. «Це дуже складно, тому що те, що відбувається в соціальних мережах, нагадує ефект ехокамери»,- говорить Сантьяго Ліон. «Будь-який контент подорожує аккаунтами тисяч людей, які в кращому випадку репостять його, а в гіршому додають до своєї сторінки без жодних посилань» [37].

Ця проблема породжує ще одну – в наш час зображення часто стають засобом пропаганди та поширення фейків. Найчастіше це спостерігається в політичній сфері та в гарячих точках під час активних бойових дій з метою дезорієнтації опонента. Однак пропаганда не завжди стосується політики. І хоча на сьогоднішній день, цей термін використовують саме в цьому значенні, насправді пропаганда - це будь-який вид цілеспрямованої інформації, яка транслюється із метою принесення користі саме відправнику, а не одержувачу. Таким чином, сюди можна віднести будь-який рекламний контент, та інші види візуальної інформації, що переслідують мету навіювання конкретних ідей суспільству або окремим категоріям населення [63].

В наш час зображення мають здатність розповсюджуватись по всьому світові в один клік. І сьогодні ми оточені величезною кількістю різноманітної рекламної, або комерційної, пропаганди, і навіть не підозрюємо цього. «Інтернет і соціальні мережі істотно впливають на цей процес», - розповідає Колін Мур, американський письменник та автор книги «Propaganda Prints». «Щодня ми стикаємося із сотнями зображень, як всі являють собою пропаганду в тій чи іншій мірі. Пропаганда допомагає визначати наше життя, і зараз вона оточує нас всюди: ми просто не називаємо її пропагандою» [63].

Однак, використання візуальної пропаганди під час сутичок, війни та інших бойових дій, апріорі є частиною будь-якого зображення. Сьюзен Зонтаг розмірковує про це у своїй роботі «Дивлячись на біль інших» та доходить наступного висновку: «Фотозображення, навіть якщо це фіксація реальності, а не її реконструкція з різних елементів, не може бути простим відображенням події. Це завжди картина, побачена кимось: фотографувати - значить ставити рамки, а ставити рамки - значить виключати» [57, р. 46].

Оскільки фотограф стає частиною цього процесу і саме він налаштовує кадр та інші композиційні елементи, він вкладає своє бачення у власну роботу і таким чином, він також транслює цю подію глядачам разом зі світлиною. Таким чином, він певною мірою пропагує власну точку зору на цю подію. Саме через

цю деталь, часто одні й ті самі події висвітлюються з різних сторін, демонструючи подеколи протилежні аспекти того, що відбувається.

Зокрема, якщо говорити про Революцію Гідності, ми спостерігаємо відмінності у її висвітленні різними світовими медіа. Наприклад, для аналізу цих відмінностей візьмемо: The New York Times, The Washington Post, Reuters, Радіо Свобода та Українська Правда. Перші три створювали імідж Революції у світі, наступні два транслювали цей образ в Україні.

Революція Гідності найповніше та ширше була представлена аудиторії саме через національні медії, оскільки в той час вона була на всіх перших шпальтах, а події з Майдану Незалежності транслювалися українськими телеканалами майже цілодобово. В цьому полягає головна відмінність між баченням цієї події українськими та закордонними ЗМІ: для ілюстрування своїх матеріалів Революції іноземні агенції обирали батальні сцени, що майже завжди містили зображення вогню, одного або декількох мітингувальників в момент якоїсь дії, а також часто обирали зображення сутичок майданівців із беркутівцями. Найповніше цей образ запеклої та відчайдушної Революції розкрився у матеріалах The New York Times. Натомість The Washington Post розкривало ще один аспект Революції, а саме транслювало своїм читачам емоції суму та розпачу, які яскраво розкривалися на світлинах із загиблими бійцями, або біля саморобних меморіалів із квітами на Майдані. Також вони часто використовували зображення, які не містили активних бойових дій або сутичок, але показували їхній результат, наприклад, згорілі дома або перепочинок мітингувальників серед вигорілої території.

Українські медії свої матеріали також часто ілюстрували сценами із вогнем, що зображували епіцентр боротьби. Але водночас, поряд із ними вони висвітлювали інші аспекти Революції. Наприклад, сцени із священиками, медперсоналом та кухарями траплялись у матеріалах Української Правди. Окрім них, там були опубліковані моменти перепочинку мітингувальників та їхнє дозвілля – що в певній мірі глибше розкривало їхні характери та



зображувало їх не в звичному амплуа героїв, але як будь-яку людину, яка має свої страхи та бажання.

Таким чином, якщо світова спільнота бачила тільки яскраву обгортку цієї події, українці мали змогу зазирнути під неї та пересвідчитись, що навіть за найяскравішою перемогою могла йти найбільша поразка, але водночас навіть в час розпачу та втрат люди не забували про кохання, віру, та мали в собі надію, яка допомагала їм йти вперед.

### *Висновки до розділу*

За час свого існування фотографія зазнала великих змін – від найпершого зображення на металевій пластині вона перетворилася на мільйони цифрових зображень, які щодня з'являються у всесвітній мережі. Ці зміни не обійшлися без втрат – багато дослідників вважають, що сенси, які вкладалися у фотографію на початку її існування сьогодні повільно зникають та вона перетворюється на беззмістовну форму відтворення реальності. Однак, інші знавці вбачають у цьому її розквіт та наголошують на популяризації паперових зображень в той час, коли їхні цифрові аналоги перевантажують соціальні мережі.

Фотожурналістика, в свою чергу, також відходить від старих засад та норм і за рахунок стрімкого розвитку та поширення громадянської журналістики, стає більш функціональною. Однак, разом із тим, вона також переживає невідворотні зміни та стикається із такими проблемами, як труднощі із верифікацією, поширення фейків та використання зображень із метою пропаганди. Оскільки зображення – одне із найпоширеніших засобів візуальної комунікації та впливу, необхідно навчитись розуміти процеси та механізми декодування елементів фотографії, щоб «читати» зображення.

## РОЗДІЛ 2. СЕМІОТИЧНІ ЗАСОБИ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

### 2.1 Знак і символ як основні семіотичні елементи зображення

Комунікація – важлива основа життя людини. Потреба у взаємодії з іншими та необхідність отримання інформації супроводжували людину та підштовхували її до винайдення нових, щоразу більш інноваційних способів комунікування. За визначенням Джона Дарема Пітерса, «комунікація – одна з визначальних концепцій ХХ століття» [13, с. 10].

Дослідник панорамно трактує термін «комунікації». Перша з них означає «участь», тобто процес належності людини до «соціального організму через певну виразну дію, яка не потребує ні відповіді, ні усвідомлення». Також комунікація передбачає передачу ідей, думок чи значень. Останньою складовою є обмін, тобто взаємодія між будь-якими носіями інформації. Комунікація набуває розмовного значення та передбачає обмін інформацією між близькими людьми, які перебувають у дружніх стосунках [13, с. 16-18].

Активне зацікавлення теорією комунікації виникає на початку минулого століття. Але історія її вивчення та розвитку сягає часів античності. Зокрема, Сократ вважав, що комунікація між людьми допомагає розкрити характер кожного з індивідів, що беруть участь у цьому процесі, та водночас є важливим засобом самопізнання. Аристотель став автором найпершої схеми процесу спілкування. У його розумінні, за допомогою процесу комунікації людина, що виступала в ролі джерела інформації, мала змогу вплинути на співрозмовника та допомагала переконати його. Однак філософ обходив увагою реципієнта процесу комунікації, тому його ідеї не знайшли достатньої підтримки [45].

Нідерландський філософ Бенедикт Спіноза та інші мислителі 18 століття вбачали у комунікації невід’ємну властивість кожної людини. Великий наголос вони робили на емоціях та обміну думками, що супроводжували процес спілкування. Німецький філософ 19-го століття Георг Гегель вперше пов’язав трудову діяльність та потребу в комунікації та дійшов висновку, що саме праця формує навички спілкування [16].

У 1920-ті роки поняття комунікації посідає центральне місце у філософії, психології та соціології. Такі автори як Мартін Гайдеггер, Зігмунд Фройд, Чарльз Огден, Гарольд Лассвел, Волтер Ліппманн та інші присвячують свої праці визначенню її можливостей та властивостей [13, с. 20]

Автор одної із найвідоміших моделей комунікації – американський політолог Гарольд Лассвелл. Його теорія лінійної комунікації ґрунтується на п'яти запитаннях, які найповніше репрезентують процес спілкування:

- Хто повідомляє?
- Що саме повідомляє?
- За допомогою яких каналів?
- Кому повідомляє?
- З яким ефектом? [42]

Артур Бергер, американський дослідник з мовленнєвих та електронних комунікацій, пропонує власну модель спілкування, яка фокусується на відносинах між твором мистецтва; аудиторією, яка його сприймає; засобах, що передають цей твір; його авторові і суспільством. Дослідник визначає ці складові ключовими моментами комунікації. Артур Бергер наголошує на схожих рисах між власною моделлю та вищезгаданою теорією Гарольда Лассвелла, за винятком термінів, які він використовує. Відтак у Бергера в ролі першоджерела інформації виступає художник (передавач), який за допомогою твору мистецтва транслює її аудиторії (одержувачу) та в результаті отримує конкретний соціальний вплив [22].

Артур Бергер розглядає ефект, про який згадував Гарольд Лассвелл у своїй теорії, як здатність розуміти (декодувати) інформацію, і таким чином, дозволити їй генерувати особистий або соціальний вплив на її одержувачів. Наприклад, щоб зрозуміти іноземну мову, її потрібно знати. В цьому випадку, мова – це код, який допомагає розшифрувати повідомлення, яке вона транслює. Саме тому, за словами дослідника, іконічні знаки широко використовуються в аеропортах та інших громадських місцях. Вони передають повідомлення не за допомогою слів, а зображень, які можуть декодувати майже всі люди [24, рр.

24-25]. Таким чином, знаки відіграють велику роль у процесі сприйняття людиною інформації із навколишнього світу.

Австрійський історик та мистецтвознавець Алоїз Рігль розрізняє два протилежні способи візуального сприйняття навколишньої дійсності: оптичний (базується на скануванні обрисів об'єктів) і гаптичний (зосереджує увагу на поверхні об'єктів). На рівні художнього сприйняття оптичний тип ставить на перше місце лінії та кути, тоді як гаптичний фокусується виключно на поверхні [32, р. 74].

Клод Гандельман говорить про те, що оптичний вид носить метафоричний характер, тому що при такому сприйнятті погляд сканує не пов'язані один з одним елементи. Гаптичний вид, в свою чергу, можна розглядати як метонімічний, оскільки він звертає увагу виключно на якомусь окремому елементі об'єкта (наприклад, кольорі) [32, р. 75].

Інтерпретація людиною всього, що її оточує, відбувається без розуміння механізмів цього процесу. За допомогою наступних шляхів здійснюється наше осмислення навколишньої реальності:

- схожість (фотографії);
  - знак (сльози означають смуток);
  - узгодження (взаємозв'язок об'єктів із їхніми символічними значеннями);
  - взаємозв'язок «причина-наслідок» або логічний висновок (дим завжди позначає наявність вогню, навіть за відсутності останнього у полі зору)
- [3].

Вивченням законів та процесів декодування навколишньої реальності займається семіотика – наука про знаки. Семіотика – набагато ширша сфера, в порівнянні з іншими способами аналізу, оскільки вона вивчає життєдіяльність всіх знаків, які існують всередині суспільства. Вона набула найбільшого поширення в академічних колах протягом 1960-х і 1970-х років, особливо у Франції та Італії [20].

Міжнародна семіотична асоціація була заснована в 1969 році, як внаслідок з'явилося кілька наукових журналів, зокрема «Semiotica», «Versus» і

«American Journal of Semiotics». Іншими журналами, які включали статті зі сфери семіотики були «Communication», «Tel Quel», що видавався в Парижі, «Cultural Studies» (Бірмінгем) і лондонський «Screen» [59, p. 137].

Слово «семіотика» походить від грецького слова «semeion», що означає «знак». Спочатку у Європі термін "семіологія" вживався частіше аніж "семіотика", але згодом останній став панівним. Багато мислителів використовували цей термін у своїх працях та дослідженнях: Джон Локк у XVII столітті, Чарльз Пірс і Фердинанд де Соссюр наприкінці XIX століття. Однак більшість семіотичних досліджень побачили світ у другій половині XX ст. Отже, знак може означати те, що існує, але водночас є відсутнім (те, що має справжнього референта, наприклад, фотографія живої людини), або те, що існує тільки в людському розумі (наприклад, казкові створіння) [59, pp. 138-139].

За умови, якщо об'єкт позначає або символізує щось, він може вважатися знаком. Вищезгаданий кейс про використання знаків в аеропортах слугує прикладом опосередкованої комунікації, яка здійснюється не вербально, але з використанням семіотичних елементів.

Будь-який процес комунікації містить в собі знаки. Саме тому семіотичні дослідження широко використовуються під час вивчення таких явищ візуальної комунікації, як жести і вирази обличчя, комікси, фотографії, фільми, тощо.

Українська журналістка та доцент кафедри мови засобів масової комунікації ЛНУ ім. Івана Франка Людмила Павлюк також досліджує матеріальну природу знаків: «Вони можуть бути не лише вербальними, а й невербальними, зокрема статично-візуальними (архітектура), кінестично-візуальними (фільми) та звуковими (музика)». За її словами, все, що оточує людину у навколишній дійсності, підлягає семіотичній інтерпретації [11, с. 6].

Що стосується використання семіотики в області фотографії, то фахівці виокремлюють два підходи щодо її вивчення. Перший базується на класифікації знаків американського дослідника і філософа Чарльза Пірса. В цьому випадку головний акцент падає на знаковому характері фотографії [51].

Другий підхід представляє собою мистецькі та історичні аспекти вивчення фотографії, а також семіотичні погляди французького мовознавця та філософа Альгірдаса Жульєна Греймаса. В цьому разі світлину дорівнюють до тексту, яку так само можна прочитати. Виходячи з цього, вивчаються різноманітні шляхи, за допомогою яких можна створювати фотографічні тексти та водночас досліджуються підходи до їхньої інтерпретації та декодування [8].

Американський дослідник і філософ Чарльз Пірс виокремлює три типи знаків: ікона, індекс та символ [12].

Людмила Павлюк у книзі «Знак, символ, міф» пояснює природу кожного з них: «Іконічний знак – це зображення, що зберігає схожість до реального об'єкта. Візуальні зображення є найбільш очевидними прикладами іконічних знаків. Вони піддаються операціям зменшення, збільшення, спрощення, стилізації. Зокрема, фотографії, малюнки, скульптури, пам'ятники, карти належать до іконічних знаків. Індексальний знак – характеристика об'єкта через вказівку на спосіб його прояву. Наприклад, дим може означати «вогонь», біль – це симптом хвороби, сльози – вияв туги і страждання, мамина усмішка для дитини – знак комфорту та захищеності. Семіотичний зміст індексального знака полягає у його причетності до стратегій каузальної репрезентації – розкриття внутрішньої сутності через зображення результату, наслідку, деталі. Символ – «немотивований знак», репрезентація об'єкта на основі матеріальної форми, яка є довільною щодо зображуваного. Знак-символ не зберігає прямого предметного зв'язку із об'єктом чи концептом, які репрезентує, і тому слугує узагальненню, відкриває логічний простір для метафізики у пірсеанському сенсі – думок про думки, мислення про мислення. Символи – це найчисленніша група знаків: цифри, власні імена, назви предметів і понять» [11, сс. 8-9].

Логіко-семіотична концепція Ч. Пірса представляє символ найбільш раціонально та наділяє його абстрактною властивістю. Науковець говорить, що результат будь-якої ментальної роботи має знакове оформлення і наголошує, що ця умова визначає цей феномен. Отже, символ-абстракція позначає об'єкти і

поняття засобами, які не мають до них прямого відношення, але стосуються їх опосередковано [11, с. 58].

У книзі «Методи аналізу медіа» Артур Бергер окреслює знаком те, що має здатність замінювати собою конкретні об'єкти [23]. Синхронно Людмила Павлюк основною логічною характеристикою знака називає його здатність бути тим, чим він не є [11, с. 8].

Жорж Жан велику увагу приділяє визначенню взаємозв'язку між знаком і символом: у символі він бачить абстрактну реальність, яка втілюється в конкретному знаку [6].

Водночас американський мовознавець і філолог Роман Якобсон зазначає, що «поділ виключно на три типи знаків - це умовність, велика натяжка, тому що в реальності кожен окремий знак має здатність одночасно нести в собі характеристики декількох типів» [14].

Італійський семіотик Бассо Фоссалі, ґрунтуючись на класифікації знаків Чарльза Пірса, розглядає їхній взаємозв'язок із фотографією:

- в ролі якісного знаку фотографія розглядається як набір геометричних фігур або кольорів, які на ній зображуються. Найяскравіше це спостерігається у випадках світлин, що мають неоднозначні тлумачення (наприклад, абстрактна фотографія). В цьому випадку кожна інтерпретація такої світлини – якісний знак;
- кожна світлина – унікальна та неповторна, тому кожен варіант фотографії має властивість репрезентувати собою одиничний знак. Також фотографія – це матеріальний об'єкт, який володіє власною ідентичністю;
- для фотографії також властиві риси загального знаку. У процесі використання фотографії, між варіантами її застосування та культурною ідентичністю зображення виникає тісний зв'язок. Як загальний знак, фотографія пов'язується із об'єктом, який зображує;
- також фотографія може набувати рис іконічного знаку. Завдяки своїй подібності із зображуваним об'єктом, ікона може зосереджувати в собі

- його властивості. Наприклад, зображення скла, що запотіло, має здатність транслювати людині відчуття холоду;
- в ролі індексу фотографія привертає увагу глядача (індекс має здатність мотивувати до дії). Також вона завжди є свідченням чогось, що відбулося в минулому, хоча і віддаляє ці події від глядача просторовими і часовими рамками;
  - як символ, фотографічне зображення взаємопов'язується із соціумом. В залежності від ситуації, пози або жести, які зображуються, можуть набувати конкретного символічного значення, тому фотографії мають здатність репрезентувати символи;
  - фотографія може мати безкінечну кількість можливих інтерпретацій, оскільки з точки зору семантики, одною з її головних особливостей залишається невизначеність;
  - фотографія часто трактується наступним чином: вона не стверджує, але здатна стверджувати. В цьому проявляється її текстуальність та інші особливості;
  - в ролі аргументу фотографія часто проявляє свою метатекстуальність. В цьому випадку вона виконує роль носія культурних кодів, які створює соціум [30].

Використовуючи семіотичний квадрат та розглядаючи фотографію з одного боку, в ролі документу з її історичним значенням, а з іншого, як продукт мистецтва, французький семіотик Жан-Марі Флош говорить про 4 варіанти її перцепції. Використовуючи такі категорії, як мета, яку переслідує фотографія, варіант її вживання (світлина як історичний документ або згадка) та естетична цінність (краса), він накладає ці семантичні критерії на семіотичний квадрат. В результаті цього він отримує наступні концепції фотографії: світлина як історичний документ, (практична та критична цінність), та як джерело естетики (в цьому випадку наголошується суто краса) [29].

Фердинанд де Соссюр – прихильник подвоєності знака, виділяє частину, яка означає (звук, об'єкт, образ), та яка означається (поняття). Те, що означає,



здатне викликати певні асоціації, які людина пов'язує із цим словом. В своїй теорії де Соссюр наголошує на умовності цього взаємозв'язку. В цьому випадку розуміння того, що можуть означати деякі знаки відбувається за допомогою кодів. Їх можна розглядати як один з варіантів осмислення знаків та систему звичаїв, з якими ми виростили або які ми спостерігаємо в культурі. Водночас сама культура – сукупність кодів [5].

В деяких випадках ці коди систематизуються, наприклад - як правила дорожнього руху, які люди вивчають, щоб отримати дозвіл на водіння машини. В цьому випадку коди – це збірка вказівок та правил, які допомагають нам орієнтуватися в конкретних ситуаціях на дорозі. Таким чином, ми знаємо, що на червоному світлі ми повинні зупинитися, а зелене – знак того, що ми можемо рушати [21, р. 19].

Також існує інший тип кодів, який ми набуваємо за допомогою осмосу (поступового або несвідомого процесу засвоєння ідей, знань тощо) впродовж життя у певній культурі. Цей тип включає в себе цілу низку переконань (багато з яких існують поза нашою свідомістю), які інформують нас про значення окремих речей або підказують нам, як діяти в різних ситуаціях. Наприклад, ми маємо певні уявлення щодо блондинок, людей із надмірною вагою і т.д. У нас навіть є конкретні уявлення про те, що означають певні види їжі і коли їх потрібно їсти. Наприклад, якщо у Сполучених Штатах салат їдять перед основною стравою, то в європейських країнах – після. Коли людина перебуває в суспільстві, в якому звичні для неї коди відсутні, вона переживає культурний шок. Тому важливо усвідомлювати, що часто коди інтерпретуються в різний спосіб. Це відбувається через різні рівні освіти, проживання в різних регіонах, приналежність до певних класів і т. п. [24, pp. 37-40].

Майже всі коди взаємопов'язані із візуальною перцепцією людини. Під час процесу сприйняття символів та знаків ми використовуємо асоціації для їхнього декодування. В ролі цих асоціацій виступають метонімії, метафори та аналогії [21, pp. 23-24].

Відмінності між ними Артур Бергер пропонує розглянути у наступному прикладі:

1. Моя любов – це червона квітка.
2. Моя любов схожа на червону квітку.

В першому прикладі між цими двома поняттями можемо поставити знак рівності: це – метафора. У другому випадку ми припускаємо, що наша любов подібна до червоної квітки: ця фігура мови – порівняння. В обох випадках значення створюється за допомогою аналогії [21, р. 25].

Зазвичай метафору розглядають як мовну характеристику, яка стосується виключно слів, а не мислення або діяльності. З цієї причини більшість людей не надають їй великого значення. Однак, метафора широко розповсюджена в повсякденному житті, оскільки концептуальна система мислення і діяльності людини має суто метафоричний характер [24, р. 43].

Американський лінгвіст Джордж Лакофф та професор гуманітарних наук Марк Джонсон у книзі «Метафори, з якими ми живемо» говорять про те, що концепції, які керують нашими думками стосуються не тільки інтелекту: «Вони також регулюють наше щоденне функціонування аж до найпростіших дій. Ці концепції структурують те, що ми бачимо, наше сприйняття цього світу та ставлення до інших людей. Таким чином, наша концептуальна система грає вирішальну роль у визначенні нашого повсякдення» [41].

Отже, метафори також займають важливе місце у процесі нашого осмислення навколишньої дійсності і нашого функціонування в ньому, оскільки вони допомагають нам сформуванню сприйняття цього світу. Діяльність метафор і порівнянь не обмежується лише словами і письмовою мовою - вони також є частиною нашої візуальної комунікації і використовуються на зображеннях. Оскільки метафора і метонімія відіграють дуже важливу роль у нашому спілкуванні, їхня присутність в образотворчій формі – цілком логічна. Водночас властивість знака або символу володіти одночасно метонімічними та метафоричними аспектами – цілком природня (тобто комунікувати за допомогою як асоціацій, так і аналогій) [24, р. 43].

## 2.2 Колір у візуальних повідомленнях

Кожен колір в різних країнах, культурах та традиціях може означати щось інакше, тому існує проблема кольорової систематизації. Наприклад, хоча конкретного значення червоного кольору неможливо встановити, його пов'язують із теплом, енергією та виразністю, а синій із холодом, спокоєм, відстанню і фоном [38, р. 357]. Також кольори здатні відчувати вплив інших кольорів, які їх оточують, і таким чином рефлексувати. Тому холодні кольори ще більше підкреслять властивості теплого кольору, за умови, якщо вони будуть зображені разом [10].

Фабер Біррен, американський теоретик кольорів, припускає, що різні типи особистості схильні до вподобання певних кольорів - активні люди люблять червоний, дружні – помаранчевий, інтелектуали надають перевагу жовтому, а вибагливі вибирають синьо-зелений. Дослідник також припускає, що інтровертні скандинавці більш схильні до холодних кольорів (відтінки зеленого та синього), а екстравертні латиноамериканці, як правило, люблять теплі кольори (відтінки червоного і оранжевого) [25].

Американський історик Мейєр Шапіро у книзі «Слова, рукописи і зображення: Семіотика візуальної мови» також наголошує на складній природі кольору. Він говорить, що колір не обмежується однією характеристикою, а має цілий комплекс властивостей, які виражаються в певний спосіб в залежності від конкретного середовища і відповідно до досвіду людини та її настрою. Він наводить приклад, коли синій колір може виглядати м'яким та теплим на одному зображенні (як колір неба), але здатися холодним і глибоким на іншому (як колір пекла). За словами автора, такі самі властивості можна віднайти в будь-якому іншому кольорі [55].

Британський професор семіотики з Департаменту культури, комунікацій і медіа Університетського коледжу Лондона Гунтер Кресс та голландський лінгвіст і один із головних розробників напрямку соціальної семіотики Теодор Джейкоб ван Леувен в своїй книзі «Колір, як семіотичний метод» розмірковують про можливість єдиного визначення кольору. Також вони

торкаються питання можливості його введення в семіотичну теорію і семіотичний опис. За їхніми словами, частина цієї проблеми може полягати не в кольорах або кольорових термінах, а з нашими інтерпретаціями їхніх значень, або, в цьому випадку, граматику. У своїй роботі вони намагаються використовувати «граматику» стосовно кольору [38, pp. 344-345].

Досліджуючи значення кольорів та їхній вплив на наше сприйняття, автори доходять висновку, що кольори – метафункціональні. У лінгвістичній галузі, за метафункціональною теорією британського лінгвіста Майкла Холлідея мова одночасно виконує три функції: ідеаційну функцію (набуття уявлень про навколишню дійсність), функцію міжособистісного спілкування (взаємодії, які можна схарактеризувати специфічними соціальними цілями і відносинами); і текстову функцію (трансформація комунікативних актів в комунікативні події або тексти, які реалізують такі соціальні практики, як розмови, лекції, доповіді тощо) [34].

Спираючись на цю теорію, Гунтер Кресс та Теодор Джейкоб Ван Леувен застосовують її для визначення функцій кольору. За їхніми словами, ідеаційна функція в кольоровій граматиці полягає в позначенні конкретних людей, місць і речей спеціальним забарвленням. Наприклад, кольори державних прапорів завжди асоціюються із конкретними країнами, а світові корпорації все частіше використовують певні кольори або кольорові схеми для позначення своїх унікальних рис та таким чином підкреслюють власну ідентичність [38, p. 347].

Водночас колір може використовуватись для передачі "міжособистісного" значення. Мова дозволяє нам реалізовувати мовленнєві акти, водночас колір дозволяє нам реалізувати «кольорові акти»: «Він може використовуватися з метою вразити або залякати глядача (наприклад, за допомогою «power dressing» – стилю одягу жінок, орієнтованих на кар'єрні досягнення) або попередити про перешкоди та інші небезпеки, пофарбувавши їх в помаранчевий колір» [38, p. 348].

Також конкретні забарвлення мають здатність робити окремі частини фотографії більш значущими. Цей прийом використовується з метою

акцентування уваги глядача на головному об'єкті світлин. Спостерігаємо це на ілюстраціях 1.1, 3.3, де цю роль виконують помаранчевий та жовтий колір.

Німецький письменник Йоганн Вольфганг фон Гете у своїй праці «Теорія кольорів» першим охарактеризував підхід до визначення змісту кольору як "ефект". Він говорив, що кольори можуть "збуджувати", "надихати на сентименти", "турбувати" і так далі [64].

У дослідженні художника Василя Кандинського колір має два види значення: пряме значення - фізичний вплив кольору на глядача, який виникає внаслідок безпосередніх властивостей кольорів, і асоціативне, коли колір впливає на нас за допомогою асоціацій (ми пов'язуємо червоне з полум'ям, кров'ю або іншими символічними явищами високої емоційної цінності) [7].

Подібно Кандинському, Гунтер Кресс та Теодор Джейкоб ван Леувен виділяють два типи виникнення значень кольорів. По-перше, походження – звідки колір походить, якими є його культурні та історичні витоки, де ми його бачили раніше: «Це «де» може бути певною речовиною, певним об'єктом, одягом конкретної людини, періоду або регіону і т. д., і очевидно, що будь-який колір має велику кількість подібних асоціацій у свідомості кожної людини». Другий тип – це не стільки фізичний вплив, про який говорив Кандинський, але здатність кольору існувати у різних відмінних відтінках. Ці відтінки систематизуються за допомогою кольорових гам (шкал). Одна шкала демонструє відтінки від світлого до темного, інша – від насиченого до ненасиченого, і так далі. Будь-який колір можна проаналізувати як комбінацію значень на цих шкалах, що надасть йому комплексного і композиційного значення [38, р. 355].

Насиченість кольору – це шкала від його найінтенсивніших та насичених (чистих) проявів до найбільш блідих або пастельних, аж до повної десатурації (чорно-білого зображення). Ключова функція насиченості полягає в її здатності виражати «емоційні температури». Ця шкала демонструє перехід від максимальної інтенсивності почуттів до максимально приглушених, пом'якшених та нейтралізованих почуттів. У контексті це дає змогу передати

більш точні і навантажені значення. За словами Гунтера Кресса та Теодора Джейкоба ван Леувена, максимальна насиченість може бути символом позитиву, бурхливості та авантюризму, але водночас виражати вульгарність або жалюгідність. Низька насиченість позначає ніжність, але в той самий час – холод і пригніченість [38, р. 356].

Якщо говорити про семантику кольорів, то найбільш поширені з них, що використовуються для аналізу в третьому розділі, мають наступні значення:

- білий – асоціюється із відкритістю. Колір, що надихає до дружності та прихильності до всього різноманіття навколишнього світу. Колір чистоти, що не викликає жодного негативу;
- чорний – допомагає зануритись в себе та сконцентруватись на власній проблемі, відгородившись від всього. Колір меланхолії та зневіри, що символізує ізоляцію та самотність;
- червоний – колір рішучості, має властивість надихати людей на дії. Цей колір – найпотужніший з точки зору привернення до себе уваги;
- оранжевий – колір оптимізму, що здатний викликати в людини друге дихання та додати їй сил. Цей колір асоціюється із активністю, водночас він позначає внутрішню рівновагу та гармонію;
- жовтий – символізує відкритість і товариськуність. Він врівноважує емоції та допомагає віднайти спокій та подолати стрес і хвилювання;
- синій – допомагає виокремити найголовніше та сконцентруватися на ньому. Також, в порівнянні із червоним, він не має здатності викликати негативні емоції у глядача;
- блакитний – асоціюється із прихильністю та спорідненістю та позначає гармонію. За його допомогою будь-яке питання або справа набуває глобальності та налаштовує на успішний результат;
- зелений – колір заспокоєння. Він допомагає покращити самопочуття та подолати хвилювання;

- рожевий – відсилка до любові та інших аспектів в сфері кохання. Також він має здатність підсилювати це відчуття та наголошує на важливості піклування одне про одного [10].

### **2.3 Потенціал композиції у візуальній практиці**

Окрім кольорів, на наше візуальне сприйняття та трактування зображень також великий вплив має композиція. Композиція – це «об'єднання окремих елементів твору в єдине художнє ціле, в якому найбільш яскраво розкривається його зміст» [10].

В її основі лежать супідрядні відносини головного сюжетно-тематичного центру із всіма іншими елементами побудови. Головні елементи композиції:

- лінії;
- штрихування;
- лінійна, кольорова або повітряна перспектива;
- світло та тінь;
- колір;
- точка і момент зйомки;
- ракурс та інші акценти [10].

При аналізі мультимодальних текстів (будь-який текст, значення якого реалізуються за допомогою декількох семіотичних кодів є мультимодальним), виникає питання, чи слід аналізувати їхні частини окремо або інтегровано; чи слід розглядати значення цілого як суму значень частин, або ж розглядати їх як взаємодію одного з одним. Ці питання Гунтер Кресс та Теодор Джейкоб ван Леувен намагаються застосувати для аналізу зображень, які складаються із декількох візуальних елементів та семіотичних кодів. За словами дослідників, «композиція – це поєднання репрезентативних та інтерактивних елементів, та спосіб їхньої інтеграції у змістовне ціле» [39, р. 176].

Також вони зауважують, що інформаційне значення елементів композиції відносно один одного залежить від їхнього розташування [39, р. 176]. Деякі елементи зображення можуть отримати сильніший або слабший акцент, ніж

інші в їхній безпосередній близькості, і тому стають більш або менш важливими інформаційними деталями композиції. Наприклад, цього можна досягти за допомогою розміщення центрального елемента зображення на його передньому плані, або за допомогою великої кількості світла на необхідному елементі [39, pp. 177-178].

Також, в композиції можна використовувати інші способи для виділення центрального елемента: наприклад, ізолювати його, протиставивши всім іншим елементам за допомогою такого інструменту, як колір [10]. Наприклад, на світлині 1.1, використаній в Розділі 3, спостерігаємо акцентування на центрі світлин за допомогою контрастного кольору іграшки.

Визначення центру композиції є першочерговим кроком при її побудові. Після цього навколо нього починають розташовувати всі інші допоміжні елементи. Визначальним у зображенні вважається смисловий і зоровий композиційний центр, адже він транслює найголовніший меседж і одночасно виконує свою основну функцію – привертає до себе увагу. Є декілька способів виділити композиційний центр: додати на нього світла, або навпаки, затемнити його (в залежності від бекграунду), акцентувати на ньому увагу за допомогою кольору (особливо це працює з контрастними кольорами), а також збільшити його розмір [10].

Зображення також може містити розділові лінії, що умовно поділяють його на декілька смислових блоків (звичайні графічні лінії або умовні: стіна будинка, горизонт, люди, які вишикувалися). Гунтер Кресс та Теодор Джейкоб ван Леувен називають це «кадруванням», коли з'єднуються або розділяються елементи композиції [39, p. 176].

Водночас італійський психолог і художник Гаetano Каніжа говорить, що у формуванні таких уявних ліній велику роль відіграють точки, які стають центральним елементом їхнього формування: «Коли ми розглядаємо три точки, рівновіддалені одна від одної, а не розташовані на прямій лінії, наша візуальна система спонтанно організовує їх в трикутник. Крім того, наш візуальний досвід «домальовує» прямі лінії між цими точками. Ці лінії називаються



віртуальними» [36]. На фотографіях функції цих точок можуть виконувати будь-які предмети. Наприклад, на світлинах 1.7, 6.1 та 6.2 це люди, які в такий спосіб формують своєрідні лінії.

За допомогою ліній можна створювати форми. Трикутник, квадрат і коло – найважливіші з них. Всі інші фігури можна розглядати як варіації цих трьох форм. Дизайнерка Доніс Дондіс припускає, що кожна з них має свій характер: «Кожна з основних форм має свою унікальну характеристику, і кожна має глибоке значення: через асоціацію, довільно набуте значення, або через наші власні психологічні та фізіологічні перцепції. Квадрат асоціюється із чесністю і прямоотою, трикутник транслює дію, конфлікт та напругу, а коло – нескінченність, теплоту і захист» [28].

Велику роль у композиції відіграє масштаб. Зазвичай важко сказати, наскільки великим чи малим є зображений на світлині предмет. Семіотика говорить, що поняття мають сенс лише тоді, коли ми протиставляємо їх іншим поняттям (найчастіше протилежним). Аналогічна ситуація з формами і об'єктами: їхній розмір залишається невизначеним, поки ми не бачимо їх поряд із іншим об'єктом, розмір якого нам відомий [10].

Масштаб також може справляти емоційний вплив. Відчуття, які ми переживаємо, коли перебуваємо в маленькому приміщенні, відмінні від тих, коли ми перебуваємо в гігантському просторі. В другому випадку, на відміну від першого, ми здаватимемось незначними та нездатними протистояти зовнішнім обставинам [24, pp. 52-54].

Як приклад, на світлинах 7.19 і 7.20 цей контраст у масштабі яскраво виражений за допомогою розміру людей: перша фотографія демонструє їх маленькими та беззахисними на фоні вогнища, коли на другій глядач вже сприймає їх як людей, які здатні боротися із загрозою.

Таким чином, композиція пов'язує репрезентативне та інтерактивне значення зображення за допомогою трьох взаємопов'язаних систем:

- інформаційна цінність: розміщення елементів зображення у конкретний спосіб (центрального елемента разом із супідрядними) надає їм

специфічної інформаційної цінності, прикріпленої до різних «зон» зображення;

- характерна особливість: елементи зображення привертають увагу глядача за допомогою їхнього розміщення на передньому плані або бекграунді, їхнього розміру, кольорових контрастів, різниці у різкості елементів та інших факторів;
- обрамлення: наявність або відсутність засобів кадрування (елементів, які репрезентують розділові лінії кадру) розриває або з'єднує елементи зображення [39, р. 177].

Впродовж різних епох художники користувалися правилом симетрії під час створення картин. Це підкреслювало велич та наголошувало на значущості того, що на них зображувалося. Окрім симетричного балансу (осьового) також існує асиметричний. Якщо в першому випадку, елементи розташовані однаково з обох сторін уявних осей в композиції, то в другому – жодного балансу не спостерігається, зображення не врівноважується за допомогою дзеркального розташування елементів. За словами Артура Бергера, симетрія – формальна і статична, а асиметрія викликає стрес та візуальне збудження [24, рр. 56-57].

Важливо враховувати такий елемент, як врівноваженість, оскільки вона істотно впливає на загальну композицію. Маленькі об'єкти можуть врівноважувати великий (за умови достатньої їхньої кількості), колір та тон також можуть відігравати в цьому процесі велику роль. Значущий елемент композиції (або центральний серед представлених) завжди розташовується в безпосередній близькості до краю [10].

Ритм – ще один важливий інструмент побудови композиції. На відміну від інших елементів, він має властивість надавати змістові зображення емоційного забарвлення. Ритм створюється за допомогою ліній, світлотіні, кольорів [10]. Можна створити ритм за допомогою чергування однакових елементів (наприклад, на світлинах 1.7, 6.1, представлених у Розділі 3, цю роль виконують фігури беркутівців). В деяких випадках, ритм базується на контрастах об'ємів.

Якщо в композиції спостерігаємо відчуття руху або бачимо його кульмінаційний момент, це – динамічні зображення. Коли ми, дивлячись на ритмічну композицію, ведемо погляд з одного елемента до іншого, ми відчуваємо момент руху. Наявність на зображенні діагональних ліній робить композицію динамічною. Коли перед об'єктом (джерелом руху) бачимо вільний простір, він також допомагає підсилити відчуття динаміки [39, р. 189].

Світлини 1.5, 6.4, 7.6 – також динамічні за своєю природою, до того ж фотографія 7.6 демонструє нам кульмінаційний момент руху, що допомагає глядачу максимально відчути цей момент.

Якщо фотографу вдається зробити декілька послідовних зображень, що відтворюють один момент якоїсь дії (тобто розкласти її на своєрідні фази), це також додає композиції динамічності. Розмитий бекграунд також сприяє підсиленню цього ефекту. Оскільки природньо людина читає текст зліва направо, так само вона зазвичай «прочитує» й зображення. Таким чином, рух, що має таку дирекцію, буде сприйматися нами краще і навіть сприятиме «прискоренню» об'єкта [10].

Американський дослідник із комунікацій Герберт Цетл використовує термін «вектор» для позначення напрямку і наголошує на його потужній ролі у всіх візуальних медіа. Автор визначає вектор як «силу, що рухається у конкретному напрямку» і припускає, що ми повинні використовувати поняття векторних полів для розуміння механізмів не тільки фотографій, але й телебачення, що представляє нам рухомі зображення [65].

### *Висновки до розділу*

Кожна світлина – це своєрідний текст. Людина інтерпретує візуальні образи в залежності від свого досвіду в минулому, тому одне зображення може мати безмежну кількість інтерпретацій. Таким чином, важливо також зважати на історію створення зображення, оскільки вона може глибше розкрити контекст та сенс світлини.

Фотографічне зображення – це колекція знаків і символів, що мають нескінченну кількість інтерпретацій, які напряду залежать від цінностей, переконань, поглядів та ідей, якими володіють люди. Оскільки властивість тлумачити ці коди не природня, але набута, людина повинна навчитись їх «читати». Зображення – це сукупність знаків із власними інтерпретаціями, тому доцільно говорити про їхню багатозначність.

Водночас фотографія – це відбиток певного моменту, який вона назавжди закарбовує в собі. Але оскільки саме фотограф «закарбовує» цей момент за допомогою камери, він також є важливою складовою процесу. В цьому випадку фотографія і фотограф тісно взаємопов'язані і тому важливо під час аналізу та дешифрування зображень зважати на мову фотографа. Отже, якщо світлина характеризується об'єктивністю, сюди примішується також суб'єктивізм автора. Сьюзен Зонтаг також говорить про те, що фотографії мають здатність поєднувати в собі дві протилежні властивості: «У них вже є закладена здатність бути об'єктивними. У той же час вони завжди обов'язково відображають точку зору автора. Безперечно, вони фіксують реальне життя так, як цього не може зробити жоден словесний опис, яким би безстороннім він не був. І це зрозуміло – адже для цього використовується фотоапарат. Одночасно світлини свідчать про те, що відбувається, оскільки для того, щоб їх зробити, була необхідна присутність фотографа» [57, р. 26].

Водночас, зображення може мати велику кількість інтерпретацій (подеколи прямо протилежних) і трактуватись в інший спосіб від бачення самого фотографа. Таким чином, фотографії нерідко використовуються в цілях пропаганди та різних маніпуляцій. Часто одна й та сама світлина пропонується та сприймається по-різному, в залежності від політичної ситуації або ідеології. Саме тому дуже важливо зважати на знаки та коди, та вміти дешифрувати їх.

Зображення мають властивість справляти на людей сильні емоційні враження: за допомогою кольорів вони можуть вплинути на емоційний стан людини, а за допомогою елементів композиції дають людині змогу інтерпретувати зображення так, як це задумував автор.

### РОЗДІЛ 3. РЕВОЛЮЦІЯ ГІДНОСТІ: ІМІДЖ ВІЙНИ У СВІТЛИНАХ

Революція Гідності стала вирішальним моментом в новітній українській історії, тому що об'єднала людей у спільній боротьбі і стала осередком нової України. Цей час ознаменувався великими змінами, які відбувалися не тільки в столиці та інших містах країни, але й в свідомості кожного її громадянина. Коли Революція спалювала і руйнувала Майдан Незалежності, водночас вона будувала та зміцнювала нові цінності і пріоритети в людях. Ці зміни в свідомості торкнулися не лише тих, хто фізично мав можливість бути присутнім в центрі подій 2014-2015 років, але й тих, хто спостерігав за ними за допомогою відео- та фотоматеріалів. Світлини, використані в цьому розділі, сформували імідж Революції не лише в Україні, але й в цілому світі, і стали своєрідним доказом подій, що сколихнули світове суспільство. Як писав Ролан Барт: «Вплив фотографії на мене полягає не в тому, що вона відновлює знищене часом, відстанню і т. д., але в моїй впевненості в тому, що те, що я бачу, дійсно колись було». [1, с. 123] Деталі Революції Гідності, що створили образ цієї події, дали можливість виділити наступні блоки світлин: **діти, кохання, віра, їжа, моменти затишшя, беркутівці, мітингувальники**. Далі детальніше зупинимося на кожному із них та проаналізуємо їхній вплив на формування образу протесту.

#### Майдан і діти

Діти – це символ майбутнього, а також натхнення для того, щоб робити його кращим. Саме тому вони зіграли велику роль у ставленні Революції та стали її ідейними натхненниками. В цьому блоці зібрані світлини, що містять як зображення дітей, так і різноманітні відсилки до них.

Найперше, що асоціюється із дитинством – іграшка. На світлині (іл. 1.1) – це символ безтурботності, щирості та віри в найкраще. Колір іграшки помаранчевий, вона єдиний яскравий предмет серед синього монохромного.

Композиційно все навантаження в центрі кадру, доповнене розфокусом.



*ілюстрація 1.1*

Оскільки колір іграшки «теплий», на контрасті із «холодним» синім кольором бекграунду, увага глядача одразу спрямована на неї. Також спостерігаємо глибинний контраст – веселий, безтурботний дитячий світ стикається із дорослою холодною та похмурою реальністю. Іграшка «усміхається», та «дивиться» в протилежний бік від барикад, що символізує віру в перемогу.



*ілюстрація 1.2*

На Майдані іграшки стали символом майбутнього і підтвердження цього – ілюстрація 1.2. Композиційно кадр розділений на дві частини: беркутівці, що стоять за огорожею дивляться на десятки розкиданих на землі іграшок. Це – символічний бар'єр, адже те майбутнє, за яке виступають мітингувальники відрізняється від того, яке захищає Беркут. Вони не підуть на компроміси і ці щити – знаки їх рішучості та відмови йти на компроміс. Хлопці дивляться на плід своєї праці, на «ліквідоване майбутнє України». Спостерігаємо ампліфікацію – нагромадження іграшок порівнюється із кількістю людей, які протистоять режиму. Чорна уніформа беркуту контрастує із різнокольоровим розмаїттям іграшок, тому хлопці нагадують неживих бездушних роботів, аніж людей.

На відміну від ілюстрації 1.2, на цій світлині (іл. 1.3) переважає монохромна кольорова гама. Фото зроблене з нижнього ракурсу – спроба наголосити на цінності і важливості цієї дитини, а також на її значущості. Її поза підкреслює впевненість. Дитина не посміхається, разом з елементами її одягу, це робить наголос на серйозності та важливості подій, що розгортаються: діти поводять себе як дорослі. Кольори кадру ненасичені, здебільшого це відтінки сірого.



*ілюстрація 1.3*

Позаду дівчинки барикади із мішків та автомобільних шин – символічних елементів Майдану. Прочитуємо, що за барикадами щось відбувається, оскільки збоку ми бачимо людей, що тримають українські прапори.

Хлопчик, одягнутий в балаклаву, костюм з військовим принтом та зі зброєю в руках

асоціюється із військовим, що воює за власну країну. Він є центральним об'єктом фотографії (іл. 1.4) завдяки кольоровому контрастові: його темний одяг виділяється на фоні прозорої плівки, що відображає світло, а також на фоні мокрого асфальту, що також підсвічується нею. Навколо багато людей, але жоден з них не дивиться в бік камери, ми не бачимо їхніх облич. На світлині майже немає яскравих кольорів, все витримано в сіро-синіх тонах. Одним з небагатьох яскравих елементів залишається прапор України на бекграунді – символ України, що живе всередині кожного, навіть найменшого її громадянина.



*ілюстрація 1.4*



*ілюстрація 1.5*

На двох наступних світлинах (іл. 1.5, 1.6) спостерігаємо як діти допомагають дорослим у спільній боротьбі. На ілюстрації 1.5 бачимо, що хлопчик має дуже зосереджений погляд та рішучу ходу – знак впевненості у власних діях. Одяг хлопчика здебільшого сірий, за винятком жовтого та помаранчевого акцентів.

Кольори бекграунду так само темні, єдина яскрава пляма – це жовто-гарячий вогонь, що палає збоку від хлопця. Він символізує





*ілюстрація 1.6*

відвагу та безстрашність. Дитина розділяє кадр на дві частини: позаду нього немає вогню, а попереду він ще палає. На обох світлинах композиційно хлопці розташовані саме на межі розгоряння вогню. На ілюстрації 1.6 позаду дитини можна побачити стіну, на яку падає сонячне світло, а попереду все з'їдає і затуляє чорний дим і вогонь. Цей кадр – секунда до того, як хлопець кине цей камінь, що символізує його «зброю» та внесок в цю революцію, в цей дим, в тих, хто стоїть за ним. Ми не бачимо, хто там і що відбувається по той бік барикад, а ця чорнота і дим ніби підкреслюють цю невідомість та приховану загрозу.



*ілюстрація 1.7*

Відчуття прихованої загрози також виникає від образу беркутівців на наступній світлинці (іл. 1.7). Фотографія зроблена з-за спин дітей, тому ми ніби спостерігаємо за цим їхніми очима. На цьому фото відчутна динаміка: беркутівці проходять повз, а глядачі відчувають траєкторію погляду дітей, які проводжають їх поглядом. На цьому фото превалюють знакові синій та жовтий кольори. Діти перебувають в затінку, водночас беркутівці – під штучним освітленням вуличних ліхтарів. Жоден з них не звертає уваги на дітей. Стовпці, розташовані уздовж майданчика, своєрідний кордон, що відділяє дітей від дорослих. Це – метафоричне бачення ситуації, де дитячий безтурботний світ стикається із реальністю дорослого життя.

Протистояння демонструє фото (іл. 1.8) з Івано-Франківську перед початком трагічних подій в Києві. На передньому плані бачимо ледь палаючий вогонь. Дівчинка замислено в нього вдивляється. Зображення вогню на світлинці знакове, він пророкує майбутні трагічні події та вогонь, який розгориться до набагато більших масштабів всього за декілька тижнів.





*ілюстрація 1.8*

Рожевий колір контрастує із темним одягом людей навколо. Ми не бачимо скільки їх, тому що від вогню йде дим, який огортає дитину – натяк на те, що ці події стосуються кожного і від них не сховатися. Таким чином, спостерігаємо, що діти намагалися зробити власний внесок в Революцію Гідності та навіть ставали поряд із дорослими перед лицем небезпеки. Своєю поведінкою вони проявляли сильний характер та рішучість, а також сміливість взяти на себе «дорослі ролі». Факт, що жодна з попередніх світлин не демонструвала усміхнену дитину, доводить їхнє глибоке розуміння тодішніх подій і бажання стати частиною цього.

### **Майдан і кохання**

Герої наступних світлин також приїхали на Майдан, щоб долучитися до Революції разом, або знайшли своє кохання безпосередньо у вирі подій. Зафіксовані в момент емоційного єднання, вони символізують силу почуття, яке зміцнюється та випробовується навколишнім світом.



*ілюстрація 2.1*

Як зазначає Сергій Воркачов: «Любов виникає в «стресових» ситуаціях - ситуаціях крайнього щастя або крайнього нещастя, ... за часів великого процвітання і великого лиха». [4] У фокусі цієї світлини (іл. 2.1) – хлопець і дівчина в центрі кадру. Всі інші навколишні предмети та люди нечіткі та смазані, і слугують для підсилення уваги глядача до центрального образу. Цей прийом розфокусу також застосований для того, щоб зобразити кохання у плинному, швидкому та ненадійному світі: все змінюється, але ці дві людини та їх почуття залишаються незмінними. Світлина зроблена з-за спину

іншого чоловіка, що підсилює ефект підглядання. Очі пари заплющені, вони мовчать – знак того, що наразі їм не потрібно говорити і вони розуміють почуття один одного без слів. Це тихе кохання і ця світлина справляє відчуття тиші – не зважаючи на очевидний галас навколо, але концентруючись на образі молодих людей, все навколишнє зникає і залишаються лише вони.



*ілюстрація 2.2*

На світлині 2.2 у фокусі метушливого світу – закохана пара з чітко вираженою роллю чоловіка, як захисника. Рука, якою він обіймає дівчину і притискає її до себе, є одним з центральних образів світлини. Вона є символом захисту, опіки та заспокоєння. Цей жест асоціюється із мамою, яка гладить дитину по голові, коли тій страшно. Його погляд спрямований вперед, він впевнюється у наявності загрози, щоб мати змогу відвернути її. Татування на його пальцях перекладається як «бруд, щось нечисте та непристойне» (англ. foul) і це суперечить тому, що транслює нам зображення. Ця контroversійність підкреслює силу почуття любові та її непідвладність жодним законам і правилам.



*ілюстрація 2.3*

Відчуття безпеки спостерігаємо на світлині 2.3. Парасоля – символ захисту для закоханих. Тут чоловік знову бере на себе роль захисника, бо саме він тримає парасолю в руці, коли жінка обіймає його, таким чином демонструючи свою підтримку з однієї сторони, і шукаючи додаткового захисту з іншої. Кольори контрастують між собою: чорний колір верхнього одягу чоловіка символізує стабільність і надійність, натомість веселкове забарвлення одягу жінки – мрійливість та емоційність. Головною темою світлини є поєднання на перший погляд непокєднуваних речей в коханні, і знову виринає мотив непідвладності цього почуття системі та правилам.

Спостерігаємо на світлині метафору веселки, що з'явилася після дощу. Куртка жінки є симулякром, що репрезентує цей природний феномен. Присутність цих кольорів у поєднанні із парасолею символізує впевненість у відродженні та перемозі.



*ілюстрація 2.4*

Обійми також спостерігаємо на ілюстраціях 2.4 і 2.5. Не зважаючи на свою схожість, вони мають декілька відмінних рис. По-перше, ракурс згори робить перше фото інтимним та таємничим, коли при перегляді другої світлини глядач ніби спостерігає за сплячою парою з боку. Їхні пози також демонструють дещо відмінні речі: перший чоловік майже повністю закриває руками жінку, коли другий лише трішки огортає її однією рукою.



*ілюстрація 2.5*

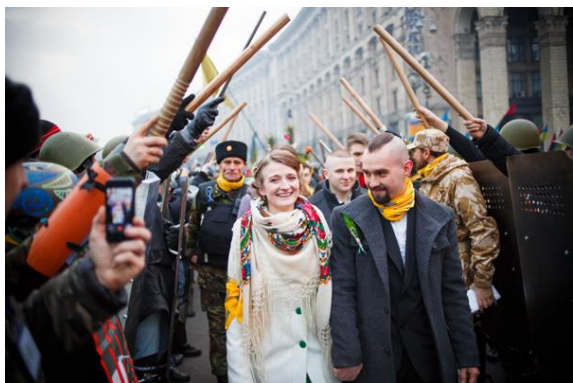
Таким чином, чоловік з першої світлини є яскравішим образом захисника своєї жінки та глибше проявляє свої почуття до неї. Також на світлині 2.4 ми знову можемо бачити руку на голові жінки, що є жестом заспокоєння та турботи (як на іл. 2.2). Темна кольорова гама першого кадру також підсилює відчуття загадки та таємниці, коли білий колір другої світлини викриває її.



*ілюстрація 2.6*

На чорно-білому контрасті побудована наступна світлина (іл. 2.6). Композиційно вона розділена на дві частини: гості весілля та молодята. Саме молода пара є центральним образом, що підкреслений також за допомогою світла. Образ України представлений на світлині за допомогою прапора на бекграунді: для молодят він знаковий, бо події, за яких вони

вирішили створити сім'ю, тісно пов'язані з майбутнім України. Це два паралельні початки, що переплітаються один з одним: початок (або відродження, пробудження нової України) та початок спільного життя двох людей. Вони є репрезентом нової держави, бо також зазнають змін в своєму житті. Знаковим тут є розташування димоходу, що розділяє людей, які спостерігають за поцілунком молодят та власне пару. Він символізує межу, що розділяє ситуацію на до/після, стара/оновлена Україна.



*ілюстрація 2.7*

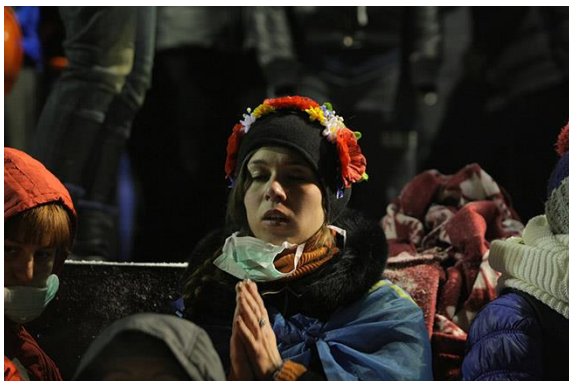
Момент ініціації молодят, що зображений на світлині 2.7, також є символом входження України в новий етап її життя. Молоді люди – символ нації, що відроджується, цей процес ще не завершився. Палиці в руках людей, що зробили живий коридор, асоціюються із складнощами, які проходила держава, а також агресію, з якою вона стикається під час подій Майдану. На відміну від світлини 2.6, тут більше білого кольору, що символізує віру в світле майбутнє. Синьо-жовті хустини, пов'язані навколо шиї молодого та деяких інших присутніх чоловіків та аналогічна хустина на руці нареченої – знаки, що вказують на приналежність до української держави. На її шиї також пов'язана хустина з українським орнаментом. Всі ці деталі показують наскільки важливе місце в житті цих людей займає Україна та її унікальність. Вибір саме таких аксесуарів для весільного вбрання підкреслює їх бажання транслювати це світові та ідентифікувати себе виключно як українців.

Світлини, використані в цьому блоці, об'єднує тема сили кохання в його найвразливіші моменти. Кожна пара протиставляється світові, який вороже до них налаштований, і саме ця невідомість перед майбутнім робить зафіксовані на фотографіях моменти щирими та цінними для цих людей. Водночас Революція закаляє їхнє кохання та випробовує його на міцність. Тому, в момент, коли світ навколо не може гарантувати їм спокою і затишку, вони знаходять їх один в одному.



## Майдан і віра

Коли одні люди знаходили заспокоєння у своїх почуттях, інші зверталися за допомогою до Бога. Світлини 3.1, 3.2 демонструють молитовний момент (єднання людини з Богом): складені руки, відстороненість від інших, занурення



*ілюстрація 3.1*

в себе. Однак, через деякі деталі вони сприймаються по-різному. На світлині 3.1 весь акцент падає на дівчину. Заплющені очі, складені руки, напіврозтулені губи та статична поза говорять нам про те, що вона сконцентрована на молитві і занурена в цей процес принаймні на якийсь час. Ми бачимо, що навколо неї є люди, але це лише своєрідне обрамлення, єдиний вартий уваги образ - дівчина. Семіотичний ансамбль демонструє незламність людини.



*ілюстрація 3.2*

На світлині 3.2 – нижній ракурс фото акцентує на постаті чоловіка – він возвеличується на фоні натовпу і його очі, зведені вгору, підкреслюють піднесеність над всіма іншими. Образ вже не сприймається як символ незламності окремої людини, а узагальнює весь український народ. Чоловік, що проходить повз, тримає в руках український прапор, тому цей натовп є уособленням української нації. Бачимо напрям натовпу, і цей чоловік у своїй молитві просить благословення для їхніх подальших кроків. Не обов'язково перебувати у храмі, щоб віднайти зв'язок із Богом, про це свідчить перша світлина. Але зображення церкви на другій є символічним: розташована за спиною чоловіка, вона є нагадуванням, що Бог поряд і оберігає кожного, що він так само ненав'язливо і не явно, але також присутній там. Світло від ліхтаря з правого краю є маленькою, але важливою

деталлю: чоловік розвернутий якраз в його напрямку і це світло, що пронизує чорне нічне небо – уособлення вищої сили, що також світить тому, хто промовляє до неї у молитві.



*ілюстрація 3.3*

Мотив незламності людини присутній і на цій світлині (іл. 3.3). Верхній ракурс фото покликаний підкреслити уразливість та крихкість цієї людини, що протистоїть хаосу навколо, але водночас, завдяки цьому ракурсові, ми маємо можливість побачити весь масштаб барикад, що уособлюють випробування, з якими ця людина зіштовхнулася. Цей простір над чоловіком давить на нього, але він продовжує впевнено стояти. Його віддзеркалення в калюжі робить його більшим, вищим. Яскраві кольори акцентують на постаті і в контрасті із брудними мішками та асфальтом уособлюють чистоту та близькість до чогось вищого.

Священик зливається із беркутівцями, що вишикувались позаду нього. Контраст цього кадру (іл. 3.4) в іншому: люди в темній одежі перебувають під сліпучим білим небом, будинки у віддаленні розчиняються в цьому світлі. Священик стоїть за декілька кроків попереду міліції: він як провідник, людина, що приносить світло навіть в найтемніші часи. Його поза, на відміну від беркутівців, відкрита: їхні руки зчеплені, коли руки священика опущені.



*ілюстрація 3.4*

Він дивиться на мітингувальників, ознаменовуючи символ миру, який стоїть на заваді сутичці. Беркут – це стіна, що не посунеться і вони налаштовані рішуче. Респіратори на шоломах – це натяк на їхню налаштованість на жорсткі дії до мітингувальників та безкомпромісність.



*ілюстрація 3.5*

Наступна світлина (іл. 3.5) саме демонструє перехід беркутівців до жорстких дій: вони вже не пасивні. Священик розвернутий лицем до мітингувальників, ми бачимо їхні силуети на передньому плані. Його рука, простягнута вперед є символом миру, він просить людей зберігати спокій і не

гарячкувати, щоб не наробити помилок. Налаштованість беркуту відповідати вогнем на наступ – беззаперечна, священик це розуміє, і стримує натовп, щоб уникнути жертв. На світлині переважають відтінки сірого, і тільки елемент вбрання отця жовтого кольору. Священик між мітингувальниками і міліцією – межа, перехід якої будь-якою з цих сторін, буде початком кровопролиття.



*ілюстрація 3.6*

Революцію робили люди зі всіх куточків України. Вони залишали свої сім'ї, якщо не прибували туди разом, і світлина 3.6 зафіксувала момент розмови священика із близькою людиною. Він відійшов подальше від вогню, де гріються люди, щоб ніхто йому не заважав, не зважаючи на сніг та

вітер усмішка на його обличчі робить це фото теплішим. Він тримає у руці дерев'яний хрест та притискає його до себе – на фоні його чорної одежі він стає центральним елементом його образу. Вогонь на цій світлині асоціюється із Майданом, з подіями, що відбуваються навколо. Ці декілька кроків, що віддаляють священика від вогню, демонструють відстань між його домом та місцем, де він перебуває зараз. Телефонна розмова тут виражає метафору – це своєрідне короткочасне повернення в рідний дім. Люди, що стоять біля вогню, також приїхали до Києва, на прапорах біля них – написи населених пунктів. Цей вогник з декількома хлопцями репрезентує різні міста України, що зустрілися в центра Києва.



Священики на Майдані були не лише ініціаторами миру та стримували вогонь,



*ілюстрація 3.7*

також вони були психологами. Світлина 3.7 демонструє наскільки важливою для людей була духовна підтримка. У віддзеркаленні образу Божої матері ми бачимо багато людей, які чекають на благословення священика. Одежа чоловіка поряд із священиком темного кольору,

натомість одежа отця яскрава, біло-червона. Темний колір тут асоціюється зі смутком, тривогою, що всередині цих людей, і вони шукають розради у того, хто несе спокій і умиротворення. Ми бачимо намети та вогонь вдалині, священик рухається назустріч людям, що прямують в епіцентр подій. Священик тут вже не стримує мітингувальників від конфлікту, а стає з ними єдиним цілим та їхньою підтримкою.



*ілюстрація 3.8*

Символи віри ставали знаками надії та натхнення. Центральний образ цієї світлини (іл. 3.8) – хрест. Натопи та інші предмети ніби розчиняються навколо, коли обриси самого хреста чіткі і його темний силует яскраво контрастує на світлому фоні. Ця світлина зафіксувала одну з

сутичок беркутівців із мітингувальниками – хрест розташований між цими сторонами протистояння. Дим на світлині позначає невідомість, що стоїть перед людьми. Ніхто не може передбачити, чим завершаться ці події. Спостерігаємо метафоричний підхід: люди майже наосліп намагаються протистояти міліції в цій конкретній сутичці, і так само наосліп продовжують йти вперед до своєї мети. Хрест на цій світлині – це знак для них, на який вони покладаються і який підтримує їхній дух і скеровує на правильний курс, навіть коли вони не знають, який крок повинен бути далі. Образ прапора – символ майбутнього. Коли барикади і люди навколо потопають в диму – прапор



натомість височіє на всім, що відбувається внизу. Україна нарешті знайде свій шлях і вийде з цього лабіринту, яким блукає. Якщо дим – це невизначеність і пошук, то його відсутність – символ того, що правильний шлях обраний.

Образ Бога був одним із центральних елементів Революції Гідності. Віра допомагала людям віднайти сенс у випробуваннях, через які вони проходили та надихала до подальших дій. На цих світлинах яскраво виражена потреба людей в захисті, який давала їм віра у всевишнього покровителя. Саме тому вони зверталися до Бога в молитві, мали із собою символи віри (хрести) та відчували потребу у спілкуванні зі священниками. Перебуваючи в центрі жорстких та складних подій, важко залишатися стійким та зберігати мужність – саме тому так важливо вірити в того, хто допоможе здолати всі перешкоди та завжди буде поряд.

### **Майдан і їжа**

Люди відчували потребу не тільки в духовній їжі. Впродовж всієї Революції на Майдані працювали кухарі та їхні помічники, робота яких не зупинялася ані на хвилину.

Світлини 4.1 і 4.2 демонструють цю іншу сторону революції, а саме працю людей в тилу. На перший погляд кадри містять схожий сюжет, але дещо контрастують між собою. Розуміємо, що чоловік на першій світлині готує їжу



на вулиці, тому що в нього на голові закріплений ліхтар, а також ми бачимо яскравий відблиск прожекторів. Через об'єкти навколо нього (казани, палатка позаду, металевий дашок), що виконують роль своєрідного обрамлення, вся увага одразу спрямована на чоловіка. Вуличне світло падає на його руки та на казан, в якому він готує їжу, коли його лице залишається в тіні. Це підсилює наголос не на самій людині, а на її праці. Водночас, пар із казану

*ілюстрація 4.1*

закриває від глядача майже всього чоловіка, залишаючи перед очима тільки його лице і частину руки, в якій він тримає черпак. Це – образ людини, щиро відданий своїй праці.



*ілюстрація 4.2*

Друга світлина представляє нам більш семіотично ускладнену композицію. Акцент зміщується і ми бачимо вже не лише людину, що так само робить свій внесок в загальну справу, але й робить це в екстремальних умовах. На цій світлині вже ніщо не заважає побачити середовище повара, в якому йому доводиться працювати: серед вогню просто неба. Символічним є поєднання диму від вогню, що палає поряд, із паром, що йде з казана: ця людина також є частиною революції, хоч вона тримає в руках не зброю, а черпак. Ці світлини також підкреслюють багатогранність Революції, демонструючи різні ситуації.

Світлина 4.3 також має обрамлення: це тент, який символізує своєрідну безпеку, в якій люди мають можливість допомагати передовій. Віконце, через яке чоловік простягає термос – метафора, яка розкриває роль цих людей в Революції: навіть якщо вони не беруть безпосередньої участі в сутичках та не виступають відкрито проти Беркуту, вони також є важливою ланкою в цьому ланцюзі.



*ілюстрація 4.3*

Тінь чоловіка, що падає на палатку, є образом мітингувальника, який приймає цю допомогу з тилу. Саме взаємозв'язок тилу і передової – центральний на світлині, бо вона не містить жодних інших елементів, що б могли відволікти увагу глядача. Композиційно чоловік із термосом розташований в центрі кадру, завдяки цьому кадруванню інший чоловік залишається невідомим, ми бачимо тільки його тінь – ще один наголос

на тому, що кожен робив важливий внесок у революцію, не зважаючи на те, яку роботу він виконував.



*ілюстрація 4.4*

Центральним мотивом наступної світлини (іл. 4.4) також є зв'язок між контрверсійними образами, що поєдналися на Майдані. Тут вони ще підкреслюються за допомогою кольорового контрасту. Чорна шкіра рук говорить нам про те, що нещодавно ця людина перебувала в самому центрі запеклих подій, серед вогню і смерті. Але тепер цей чоловік хоче спробувати кусочок торта і тут знову робиться важливий наголос на тому, якими були герої Революції: не ідеалізованими безстрашними солдатами, а людьми зі своїми слабкостями і бажаннями. Також чорно-біла гама фотографії є метафорою чорних/білих моментів життя: після невдач і падінь завжди має статися щось хороше, що знову поверне віру в життя і щастя. І цей торт є знаковим елементом світлини – це маленький момент радості і спосіб забути про те, що відбувається хоча б на декілька хвилин.

Ілюстрація 4.5 ще глибше розкриває характери героїв Революції. Центр



*ілюстрація 4.5*

зображення – емоція. На цій світлині спостерігаємо уособлення дитинства і через сміх автор транслює глядачеві безтурботність і радість від маленьких речей, в цьому випадку, від смачної їжі. Його зовнішній вигляд говорить про складнощі та важку працю, які долає чоловік, але навіть в жорстких умовах, він дозволяє собі відкинути всі турботи і бути веселим та радіти простим речам.

У свідомості більшості людей при словах «герої Революції» виникає образ людини із коктейлем Молотова, яка кидається в бій. Насправді, героєм

цієї Революції був кожен, хто вкладав частинку себе і своєї праці в спільну справу. До таких людей, належали й повара, медперсонал та інші, хто, не будучи на передовій, приносив незамінну допомогу з тилу. З попередніх світлин можна побачити складні умови, в яких доводилося працювати кухарям: під відкритим небом, серед вогню, вдень і вночі. І також можна впевнитися в тому, наскільки результат їхньої праці був важливий для людей з передової. Ці маленькі моменти радості, коли вони мали можливість покуштувати смачної їжі, розбавляли їх сіру та важку буденність та повертали усмішки на їхні обличчя.

### Моменти затишшя на Майдані

Розкривали і показували з іншого боку героя Революції світлини з наступної серії. Коли активні дії двох сторін Майдану припинялися, люди мали можливість приділити час для своїх потреб: для когось це могла бути коротка мить перепочинку, для іншого – час для улюбленої справи. Так чи інакше, ці світлини допомагають за обкладинкою героя побачити людину, яка так само має свої слабкості і бажання.



*ілюстрація 5.1*

На світлині 5.1 Революція Гідності є світлом, що пронизує темряву. Конкретний чоловік стає уособленням кожного, хто виступає на Майдані. Він стоїть на вершині барикад, піднесено над всіма, хто перебуває поряд з ним. Наразі він в очікуванні, споглядає за тим, що відбувається навколо. Його зосереджений погляд також виказує готовність діяти в будь-який момент. Темний силует чоловіка чітко промальовується на фоні світла прожекторів. У віддалені позаду нього ми бачимо український прапор. Кольори на світлині приглушені, єдине джерело світла б'є з-за спиною мітингувальника, тому ніщо не відвертає увагу



від його постаті. Це символічний кадр, що зображує героя, народженого революцією.

Схожий образ людини в Революції бачимо на наступній світлині (іл. 5.2). Цей чоловік так само вдягнутий в балаклаву, хоча його поза говорить більше не про



*ілюстрація 5.2*

готовність до дій, а про втому. Він тримає в руках гарячий напій, і прямує до місця, де зможе перепочити. Навіть в моменти відпочинку революція все ще триває: хлопець вдягнутий у захисний шолом, на барикадах бачимо напис білою крейдою:

«Тут кується воля, там кайдани. Ми переможемо, навіть якщо загинемо!» Ці слова – знаковий елемент зображення. Через ракурс світлини, глядач не бачить того, що відбувається за барикадами, але завдяки цьому написові, може це уявити. Ця світлина демонструє нам інший бік героя Революції: він також людина, що може відчувати слабкість і втому, і якій потрібен час на перепочинок. Це робить його образ ще ближчим і зрозумілішим для глядача.

Те саме демонструє нам світлина 5.3: чоловіки відпочивають біля



*ілюстрація 5.3*

бруківки. Один з них вже готується до сну, поза інших двох свідчить про їхню налаштованість продовжувати свою роботу. Каміння перед чоловіками асоціюється із ношею, яку вони несуть впродовж Революції. Це не тільки фізична виснаженість, але й моральна. Вони

розвернуті обличчями до цього каміння, що говорить про їх готовність продовжувати свою справу і йти до кінця. Саме бруківка – центральний образ світлини, водночас це і зброя мітингувальників, і репрезентація їхнього внутрішнього стану.



*ілюстрація 5.4*

Обличчя людей на цій світлині (іл. 5.4) вже не ховаються за масками, але їхні голови нахилені. Основна увага зосереджується на їхніх позах – вмостившись з комфортом, який тільки можливий на стільцях, вони намагаються спати. Це дуже мінімалістичний кадр – в центрі світлини, на стіні позаду цих людей, висить плакат з написом «This is about our freedom» (англ.: «Це стосується нашої свободи»). На ньому бачимо намальовану поверх напису чорну траурну ленту, що в цьому контексті є знаковою і означає загрозу. Через цю деталь весь кадр пронизує депресивний і гнітючий характер, пози людей це підкреслюють ще більше.

На відміну від світлини 5.4 цей кадр (іл. 5.5) відтворює живий процес. Тут немає чіткої композиції, кольори радше розсіюють увагу, ніж привертають її до



*ілюстрація 5.5*

конкретних елементів, важко зачепитись за щось конкретне. Але це зображення не потрібно розбивати на складові, а читати його повністю. Це образ, який знову показує нам іншу сторону Революції, де мітингувальники не зображені як герої у вогні, але як звичайні люди. Цей момент показує нам їхню вразливість і нагадує, що революція багатогранна. Схоже бачення про це має автор світлини, Брендан Хоффман: «Зображення зроблене всередині будівлі міської адміністрації, яку демонстранти захопили як місце для сну, їжі, медичної допомоги та просто для зігрівання. За цим зображенням немає конкретної історії, окрім того, що воно створене рано вранці, приблизно о 6:45 ранку, коли багато людей все ще спали. Я обрав цей образ, оскільки він показує щось, що сильно відрізняється від драматичних картин вогню і льоду на барикадах, які знайомі всім, і, можливо, допомагає показати інші аспекти

Революції. Врешті-решт, протести досягли свого через мільйони маленьких внесків та жертв людей, не тільки тих, які протистояли Беркуту» [2].



*ілюстрація 5.6*

Світлина 5.6 також показує інший бік Революції, а точніше, наскільки близькою вона була до «життя поза Майданом». Революція Гідності не була чимось відірваним, окремим. Вона співіснувала із звичайним життям, тісно вплітаючись в нього. Мітингувальники влаштували барикаду із різноманітних речей посеред київської вулиці. Це – невеликий осередок Революції. Це місце – їхній дім, адже вони мають крісла та саморобне ліжко, щоб перепочити та невеликий стіл, на якому бачимо їжу. І вони дійсно почувуються там, ніби вдома, судячи з пози чоловіка в кріслі. Навколо багато перехожих, що повертаються в -свої домівки, адже це вечір. Ніхто не звертає уваги на цю барикаду, настільки звичним став образ для людей. Саме цей контраст «революція – мирне життя» є центральним на цій світлині. Вони співіснують, але це два зовсім окремі світи, адже якщо розділити цей кадр і прибрати або барикаду, або бекграунд (вулицю), це могли б бути дві повноцінні світлини. Ця маленька барикада є символом України (ми бачимо прапор, що майорить над нею), коли життя навколо асоціюється із рештою світу: вони бачать і знають, що відбувається, але це все проходить повз них.



*ілюстрація 5.7*

Ця світлина (іл. 5.7) також відображає контраст Революції із мирним життям. Це лише її початок, ми бачимо маленький прапор із символом Європейського союзу у одного із чоловіків і вогонь, що палає в перевернутій бочці. Це – знакові елементи світлини. Композиційно вогонь розташований в центрі кадру. Він – символ майбутніх подій на Майдані, коли



він стане зброєю в руках мітингувальників і коли палатиме все навколо. Наразі він просто зігріває їх під час поки що мирного протесту.



*ілюстрація 5.8*

Ця світлина (іл. 5.8) вже демонструє майбутні події, про які йшлося в попередньому зображенні (іл. 5.7): вогонь займає вже половину кадру. Він став частиною життя мітингувальників: вони відпочивають в безпосередній близькості від вогню. Всі чоловіки вдягнуті в теплий одяг та різноманітні захисні маски. Один з чоловіків грає на гітарі – асоціація з домівкою та хорошою компанією, що зібралася під одним дахом. Ця гітара – символ надії та сильного духу, що не дає людям опускати руки та змушує бачити позитивне в темряві навколо. На цій світлині переважають два кольори: сірий та жовто-оранжевий. Але тут між ними немає контрасту, а є певний взаємозв'язок, бо вогонь завжди залишає після себе спалену пустку.



*ілюстрація 5.9*

Мітингувальники знаходять час для своїх хобі зовсім в нетипових для цього умовах. Поза людини на ілюстрації 5.9 розслаблена, вона занурена у читання. Складається відчуття, що це остання людина, яка читає книжку, щоб чимось себе зайняти. Це фото досить холодне, в ньому превалюють відтінки сірого. Завдяки позі людини, відсутності інших об'єктів (ненавантаженості), та монохромній палітрі ця світлина виражає спокій. Єдиний предмет, що дає зрозуміти, що Революція продовжується – це респіратор на обличчі людини. Саме він є знаком того, що це – всього лиш коротка мить перепочинку. Ми бачимо, що десь далеко позаду палає вогонь, відбувається сутичка, але не тут. Мить спокою всередині хаосу – саме це є центральним мотивом цього кадру.



Ця світлина (іл. 5.10) демонструє інший бік Революції: тут немає вогню, плачу, криків, втоми, а просто усміхнені хлопці, що скористалися миттю



*ілюстрація 5.10*

спокою, щоб перепочити. Навколо майорять синьо-жовті прапори, позаду дуже символічним є зображення готелю Україна – все навколо є нагадуванням, чому ці хлопці зібралися зараз на барикадах під цим мостом. Всі вони вдягнуті в захисний одяг: дехто в каски, хтось в бронежилети.

Скоро мить затишшя скінчиться і вони знову підуть в бій. Ця світлина показує мить життя людини найціннішим, чим вона може володіти. Ці чоловіки не знають, що чекає на них за декілька годин, але насолоджуються моментом спокою.

На світлині 5.11 також зображена мить спокою. З ситуації навколо розуміємо, що це – мирний протест початку Революції. Навколо чоловіка є



*ілюстрація 5.11*

багато людей, але саме він центральним образом, завдяки близькості до вогню, що підсвітлює його обличчя. Він вдивляється у вогонь і вираз його обличчя асоціюється із моментом просвітлення, так ніби він бачить там щось, чого не бачать інші.

Чоловік вдягнутий в темний одяг, більша частина його тіла перебуває в тіні, і тільки вогонь є єдиним джерелом світла поблизу нього. Зображення вогню – знаковий елемент світлини, зовсім скоро маленькі вогні на Майдані переростуть у суцільне пламя. Тож цей погляд чоловіка у вогонь асоціюється із поглядом в майбутнє, він є своєрідним пророком, що передбачає прийдешні події. На світлині переважають темні кольори, крім вогню, єдиним джерелом світла є підсвічена будівля вдалині, яку обступають люди. Завдяки цьому, штучне світло не переманює увагу глядача від переднього плану. Ми бачимо яскраво виражену символіку України: на

світлині багато предметів жовтого і синього кольору, які не тільки представлені разом на прапорах, але й на окремих речах: сині вогники та жовті папірці на одній з колон.

Ці світлини чітко дають зрозуміти, що життя на Майдані не обмежувалося тільки однією Революцією. Воно продовжувалося і надихалося маленькими речами та хвилинами спокою і перепочинку. Ці миті врівноважували життя мітингувальників та допомагали їм розкритися з іншої сторони. Завдяки цим світлинам ми маємо змогу побачити в них кожного з нас: із книгою або гітарою в руках, за бесідою із друзями, або просто під час відпочинку наодинці із собою. Саме тому центральним образом кожної з цих світлин – є людина, яка може відчувати, бути втомленою або радіти миті як в останній раз.

### Майдан і Беркут

Іншою стороною Майдану, на протипагу мітингувальників, був Беркут. Безликий і численний натовп однакових поліцейських – образ, що транслюється майже із кожної фотографії в цьому блоці. Він став символом жорстокості і безкомпромісності, і це можемо прочитати вже з першої світлини (іл. 6.1).



*ілюстрація 6.1*

Декодуємо взаємозв'язок Беркута із наслідками їхньої «роботи», адже саме вони стали причиною кровопролиття на Майдані. Вони, маючи захищати громадян, стали їхнім катом – і ця фотографія найповніше ілюструє цю подвоєність. Композиційно світлина

поділена на дві частини: беркутівці вишикувались навпроти червоної плями на асфальті (пряма асоціація із кров'ю). На шоломах також спостерігаємо елементи червоного кольору, це метафора, що вказує на їхню провину в трагічних подіях Майдану. Оскільки інших елементів на світлині немає, все

навантаження зосереджується лише на цих двох протиставленнях. В зафіксований момент Беркут стоїть в очікуванні та налаштовується йти в наступ. Вони розвернуті обличчями до червоної плями на асфальті, хоча жоден з хлопців не дивиться безпосередньо на неї. Дорожня розмітка розташована якраз між міліцією та червоною плямою, ознаменовуючи бар'єр між ними, який не переступили жоден з хлопців.



*ілюстрація 6.2*

Форма беркутівців – синя, холодна, контрастує із червоним кольором на землі, символізуючи їхні настрої.

Схожа композиція світлини 6.2 зосереджує увагу на беркутівцях та наслідками протистояння. Маски символізують їхню вразливість. Більшість кадру займає

зображення вигорілої території з акцентом на автомобільних шинах. Якщо придивитися уважніше, серед щитів можна помітити вогнегасник, який метафорично ілюструє спробу беркутівців зупинити повстання. Яскрава деталь – маленький догораючий вогник на тлі сірості. Цей вогник засвідчує незламність, і продовжує палати прямо перед ворогом, є викликом беркутівцям. Це – символ відваги і нескореності мітингувальників, які продовжують йти



*ілюстрація 6.3*

вперед, хоч і покроково. Головний акцент світлини спрямований на атмосферу опору. Зображення «маленьких» беркутівців символізує силу протесту та нездатність поліції протистояти їй.

Деталь, яку ми бачимо на світлині 6.3 також має велику виражальну силу і додає метафорики подіям, що відбуваються. Темний силует беркутівця чітко виділяється на світлому фоні позаду нього, а червона троянда привертає увагу яскравим кольором, контрастуючи з чорною формою чоловіка. Будинки,

розташовані від дороги, заходять у фронтальну перспективу і розчиняються в білому світлі. Квітка на цій світлині може мати декілька значень, часто полярних. Приміром, з цим образом пов'язували радість, водночас в Греції, Римі, Китаї роза є символом смерті, її нерідко пов'язують з похоронами. Найпоширеніше тлумачення образу троянди – кохання. Однак на цій світлині він символізує мир. Адже Беркут на Майдані став символом хаосу, жорстокості, війни. Таким чином образ троянди урівноважує цей кадр, уособлюючи надію на перемогу справедливості і миру, та на перемогу добра над злом всередині кожного з беркутівців. Троянда закриває обличчя чоловіка, залишаючи лише його силует – це не конкретний беркутівець, це лише образ людини, що виступала проти миру, справедливості і добра.

Ілюстрація 6.4 демонструє активний наступ мітингувальників, які вже не бояться відкрито протистояти владі. Екскаватор асоціюється із серйозними



*ілюстрація 6.4*

намірами протестуючих боротися та відстоювати свої права та свободу. Композиційно машина розташована з лівого краю, а Беркут – з правого, тому глядач ніби відчуває її рух. Поряд з екскаватором палає вогонь, тому темний силует машини яскраво виділений на

цьому фоні та асоціюється з небезпекою. Біля беркутівців же навпаки, вогню майже немає. Вони притискаються один до одного та відступають. В їхніх чорних шоломах та від одягу відблискує світло вогню, вони відчувають цей жар і він наздоганяє їх. Фотографія зроблена ввечері, в сутінках, вогонь яскраво виділяється на темному загальному плані кадру. Також переважний простір на світлині займає машина із вогнем, а Беркут відтиснений майже впритул. Цей кадр ілюструє повільну перемогу.

На світлині 6.5 елемент відбивання не є центральним. Похмурий і впертий погляд чоловіка на передньому плані промовляє: «Наказ мусимо виконувати». Верхній ракурс фото робить беркутівців меншими, не такими





*ілюстрація 6.5*

значущими і так само, завдяки цьому ракурсу, ми маємо змогу побачити весь «масштаб» цієї операції. Ленін, водночас, не здається на фото більшим, навпаки, він ніби зменшується в розмірах. Таким чином, тут працює оксюморон та висміюється абсурдність ситуації: цілий натовп поліції захищає маленького, крихкого та далекого від людей Леніна.

Ефект відбивання характерний і для цієї світлини (іл. 6.6). Це кадр в кадрі. Нахилена донизу голова беркутівця демонструє нам повнішу картинку мітингу, що розгортається біля нього. Погляд



*ілюстрація 6.6*

чоловіка спрямований в бік. Глядач бачить тільки одне його око, і це сприймається як прихована загроза, ми не знаємо, чого очікувати від цієї людини. Його погляд також пронизливий, вичікувальний. На світліні продемонстровано бінарну позицію: натовп мітингувальників проти

одного беркутівця. Також це – яскрава ілюстрація того, що Революція була в кожному, навіть якщо вона лише віддзеркалювалася від шолому, вона була всюди і від неї неможливо було сховатися. Прапори у відбитті – це символ української незламності. Також велику роль тут грає кількість людей: один беркутівець – на противагу натовпу мітингувальників. І хоча беркутівців було набагато більше, ми також розуміємо, що революція примножувалася в кілька разів, відбиваючих від кожного з їхніх шоломів.

Наскрізний мотив цієї світлини (іл. 6.7) – протистояння та контраст між беркутівцями та протестуючими, зображене з іншого ракурсу. Композиційно кадр розділений. У фокусі кадру – увага на зброї, яка є центром того, що відбувається. Цей кадр покликаний показати, що саме міліція була налаштована порушити мир. Мітингувальники, розвернуті до них спинами доводять те, що



*ілюстрація 6.7*

вони не мали на меті йти в атаку. Беркутівець зі зброєю – є символом агресії та ворожнечі, адже він є ініціатором початку стрілянини. Його обличчя ховається за балаклавою: ця людина – уособлення жорстокості. Саме з метою наголосу на цьому беркутівці перебувають у фокусі кадру.

У більшості світлин з цієї серії спостерігаємо ампліфікацію: беркутівці майже ніколи не зображуються поодиночі, але у великій кількості.

Вкупі із щитами та масками це підкреслює їхню вразливість, невпевненість у собі та нездатність протистояти більшій силі, яку для них представляють мітингувальники. Також бачимо протиставлення цих двох світів, яке транслює кожна зі світлин. Навіть якщо не всі фотографії зображують беркутівців та мітингувальників разом, на кожній з них відчувається присутність одне одного. І хоча на деяких кадрах чітко можна побачити, що перевага на стороні мітингувальників, перемогу ще не здобула жодна зі сторін.

### **Майдан і мітингувальники**

Саме цей час, коли боротьба не зупинялась ані на хвилину, в центрі Києва палав вогонь та протистояння досягало апогею зображується в цьому блоці. Наступні світлини найяскравіше ілюструють Революцію Гідності, адже саме під час цих подій творилася нова історія та змінювався хід подій, за якими спостерігала Україна та цілий світ.



*ілюстрація 7.1*

Пам'ятник засновникам Києва Кию, Щеку, Хориву та Либіді під час Революції Гідності став одним із головних осередків мітингувальників. Зі світлин 7.1 і 7.2 можна побачити наскільки органічним

доповненням він став до навколишніх реалій. Світлини демонструють як кольоровий контраст, так і фокусний. Фокус світлини 7.1 спрямований на мітингувальників, що стоять обличчям до чорного диму та кидають туди коктейль Молотова. Цей густий дим закриває від нас тих, хто за ним ховається: він символізує приховану небезпеку. Коктейль Молотова – знаковий елемент.



*ілюстрація 7.2*

Це крихітне світло, за яке йде боротьба у світі сповненому темряви. На відміну від світлини 7.2 тут ми бачимо цілий натовп мітингувальників – наголошується на кількості людей, засновники Києва водночас зливаються із ними. Завдяки їхнім войовничим позам та зброї вони

стають частиною цього натовпу живих людей. Таким чином в цій боротьбі символічно беруть участь не лише люди, але й знакові споруди та пам'ятники.

Фокус світлини 7.2 зміщується з мітингувальників на пам'ятник у вогні. На цьому зображенні засновники столиці уособлюють українців, що стоять у підніжжі і борються із Беркутом. Навколо пам'ятника бачимо синьо-жовті та червоно-чорний прапори, символи українського духу та незламності нації. Вони прив'язані до окремих елементів монументу. Із розкинутими в сторони руками та натягнутим луком кам'яні засновники Києва «оживають» у вогні. Маленький вогник з попередньої світлини переростає у суцільне вогнище, яке асоціюється із впевненим рухом до перемоги. Жовто-гарячий колір, що переважає на світлині, символізує славу, велич та гідність. В поєднанні з



*ілюстрація 7.3*

чорним кольором він набуває відтінку небезпеки і це означає, що боротьба ще продовжується, і саме зараз відбувається кульмінація Революції. Темні силуети Кия, Щека, Хорива та Либиді, а також декількох мітингувальників у підніжжя пам'ятника



контрастують на фоні гарячого кольору вогню. Розвернуті спинами до нього, герої минулого захищають цей вогонь та перемогу, яку повільно здобувають. Зображення Тараса Шевченка, прикріплене до пам'ятника, також є знаковим, воно вказує на мотиви та цілі людей на Майдані: вони прагнуть незалежності та створення сильної держави.

Нижній ракурс світлини 7.3 підкреслює велич української держави в образі засновників Києва. Прапори, прикріплені до елементів пам'ятника майорять за напрямком вітру, так само як металеві елементи одяжі, тому це «оживляє» героїв. На фоні сірого монохромного єдиними кольорами залишаються синій та жовтий, покликані акцентувати увагу на меті цієї боротьби. На контрасті із чорним димом, прапори – символ України, що проходить через темні та сумні часи. Жовта тканина на тілі одного з братів поєднується із синім дощовиком, в який вдягнута людина, що дереться догори. Таке символічне поєднання минулого з теперішнім говорить про незламність та довгу боротьбу українського народу. Один з прапорів зображений на фоні маленького кусочка



*ілюстрація 7.4*



*ілюстрація 7.5*

неба, що ще не затягнутий чорним димом: надія на відродження і фінальну перемогу. На відміну від сусіднього прапора, забрудненого кіптявою і розірваного, цей залишається майже неушкодженим.

Центральний елемент світлин 7.4 і 7.5 – коктейль Молотова. Він став одним із найефективніших видів зброї, який могли собі дозволити мітингувальники. Під час Революції Гідності він став символом спротиву та боротьби, незламності та витривалості. На першій світлині зафіксовано процес підпалювання вибухового пристрою двома чоловіками на

фоні суцільної чорної димової завіси позаду них. Композиційно пляшка



розташована в центрі кадру, поза рук чоловіків віддалено нагадує зображення рук людини і Бога на фресці Мікеланджело Буонарроті «Створення Адама» (своєрідна алюзія). Спостерігаємо один з елементів створення Революції, де центром є коктейль Молотова. На фоні темних кольорів, що переважають на першій світлині, яскраво виділяються синьо-жовті кольорові акценти. В пляшці з рідиною тканина жовтого кольору, що перев'язана синім скотчем, шолом одного з чоловіків також є синього кольору – перегукування з національними кольорами України. На другій світлині коктейль Молотова зображений на фоні вогню, тобто ми бачимо причину та її наслідки. Зважаючи на те, як чоловік тримає цю пляшку і як погляди цих двох людей спрямовані на неї, цей елемент асоціюється із чимось цінним. На обличчях чоловіків бачимо захисні маски – знак того, наскільки важкими були умови боротьби, а також завдяки цьому акцент падає одразу на пляшку в руках мітингувальника. Саме ця світлина є яскравим підтвердженням того, наскільки важливою зброєю коктейль Молотова був для мітингувальників.



*ілюстрація 7.6*

житті країни» тут демонструється



*ілюстрація 7.7*

Від споглядання – до дії: на світлинах 7.6 і 7.7 ми бачимо момент використання мітингувальниками зброї. Вогонь коктейлів Молотова контрастує із густим чорним димом. Оскільки пляшки все ще є безпосередньо в руках чоловіків, метафора «мітингувальники боролися за світло в прямому значенні. Вогонь перебуває в небезпечній близькості до самих чоловіків, особливо це демонструє друга світлина. Це доведені до відчаю люди, що вже не піклуються про власну безпеку. Самопожертва в ім'я глобальної цілі – те, що прочитуємо із цих зображень. Обидва

чоловіки тримають пляшки з вогнем у високо піднятих руках – символ гордості та рішучості. Цим жестом транслюється фраза «Вперед – до перемоги!».

На зображеннях 7.8 і 7.9 вогонь в руках мітингувальників радше не зброя, а засіб привернення уваги. У першому випадку – це сигнальна ракета, а в другому – підпалений газовий балончик. На другій світлині чоловік привертає увагу людей, що перебувають поза кадром, можемо зрозуміти це, судячи з його



*ілюстрація 7.8*

пози та повороту голови. На першій ілюстрації ми бачимо натовп, що оточує мітингувальника, який стоїть на даху автобуса із сигнальною ракетою. Цей сигнал – останнє попередження поки що мирно мітингуючих людей. Про те, що це початок революції говорить прапор з

символом Євросоюзу та наявність багатьох журналістів та фотографів, зібраних в цьому місці.



*ілюстрація 7.9*

Чоловік із сигнальною ракетою є уособленням людини, що вийшла на мітинг заради європейського майбутнього. Він не відступить назад і вогонь в його руках говорить про його рішучість. Противогаз на обличчі чоловіка з другої світлини говорить про те, що мирний

протест вже далеко позаду: навколо все палає в справжньому вогні. Згорілий зсередини автобус, біля якого зупинився мітингувальник – підтвердження цього. Якщо світлині 7.8 повітря ще чисте та прозоре, то згодом (іл. 7.9) ми бачимо воно перетвориться на суцільний смог. Промовистими є написи на автобусі: «Зека геть, ворог...» - відсилання до колишнього президента України Віктора Януковича, що став однією з причин початку Революції.

Мітингувальник з наступної світлини (іл. 7.10) також використовує щось на кшталт сигнальної ракети. За допомогою пристрою він намагається



*ілюстрація 7.10*

засліпити беркутівців і дезорієнтувати їх. Це вже не статичний кадр, ми розуміємо, що події розвиваються із блискавичною швидкістю. Світло, що випромінюється, є символом добра та миру, що мітингувальник метафорично намагається передати своєму ворогу. Ланцюг під ногами беркутівця – символ кайданів, проти яких повстали українці. Ці кайдани лежать на землі – знак того, що вони впали з людей і більше не стримують їх, люди нарешті почали здобувати свободу. Камінь біля ланцюга також є символом репресії. Збоку мітингувальника із сигнальною ракетою стоять люди, але ми не бачимо їх через густий білий дим. Таким чином, вся увага спрямовується на цього хлопця – він є образом людини, що повстала проти системи.



*ілюстрація 7.11*

Чоловік зі світлини 7.11 також є символом людини, що поодиноці виступає проти системи. Ми не бачимо його обличчя, тому що його силует є уособленням кожного, хто вийшов на Майдан. На даху будівлі він має можливість бачити весь масштаб дій мітингувальників. Його піднята рука – це заклик до боротьби та наступу. Його силует чітко виділяється на світлі, що розсіялось в диму біло-блакитного кольору. Вуличне освітлення фарбує дорогу з мітингувальниками в жовтий колір. Таким чином обидві половини кадру набувають кольорів українського прапора – символічно наголошуючи на тому, що Революція твориться і на землі і в повітрі.



*ілюстрація 7.12*



На світлині 7.12 бачимо образ людини, що кидає виклик системі. Її репрезентує вогонь позаду чоловіка. Через просвіти проглядається біле небо та неушкоджені будівлі. Мітингувальник із прапором розташований з іншого краю кадру, не закриваючи собою вогонь – він асоціюється із його охоронцем, коли прапор, який він тримає в руках – із щитом. Основними кольорами світлини є чорний, білий, жовто-оранжевий та синьо-жовтий. Чорний представляє собою трагічні події, що відбудуться в Україні в наступні кілька місяців та їх незворотність, коли білий уособлює надію на успіх та віру в перемогу. Вогонь є символом запалу та гніву, що штовхав людей вперед, і не дозволяв відступати навіть в найзапекліші моменти. Серед цього державний прапор символізує Україну, що перебуває в центрі боротьби, її майбутнє є метою та натхненням для людей, які не є байдужі щодо її долі. Образом такої людини є чоловік із прапором, він є обличчям нації, інших представників якої ми бачимо позаду нього. На думку фотографа, Макса Левіна це фото символізує якийсь переломний момент: «Це час, коли протестувальники і всі ми подолали свій страх перед силовиками. Коли внутрішня потреба свободи перемогла фізичний страх побиття чи навіть смерті». [2]



*ілюстрація 7.13*

На цій світлині (іл. 7.13) бачимо три найголовніші маркери Революції Гідності: мітингувальник, вогонь та автомобільна шина. Це фото розповідає нам історію створення Революції: саме автомобільні шини першими почали горіти на Майдані і також стали захистом для мітингувальників, коли вони стали використовувати їх як завіси від Беркуту або як елемент барикад. Мітингувальник, вдягнутий у захисний одяг, шолом та маску, є образом людини, який кидає виклик системі і в прямому сенсі проходить через вогонь, щоб очистити себе і свою країну. Вогонь тут є символом як руйнування, так і відродження: коли руйнується стара країна і з попелу з'являється нова, з новими людьми і новими перспективами. Дим, в

якому перебуває чоловік, виконує роль укриття, що охороняє його від навислої над ним «чорної» загрози.

Зображення 7.14 також є мінімалістичним. В центрі кадру, рука чоловіка, що показує непристойний жест. Він – знаковий елемент фотографії. Це – виклик системі та незгода коритися її правилам. Цей жест адресований беркутівцям, що вишикувались напроти чоловіка.



*ілюстрація 7.14*

Вони є уособленням влади, тому є ворогами людей, що виступають на Майдані. Шкіра на руці чоловіка вкрита пилом та кіптявою, вигляд його жесту говорить про втому. На білому бекграунді ця рука стає центральним елементом світлин. Попереду ми бачимо обриси українського прапора, що закріплений високо над беркутівцями. Навколо нього щось горить, бо ми бачимо стовпи вогню, що підіймаються вгору. Це знак того, що революція продовжується і в поєднанні із жестом мітингувальника сторона опору владі не збирається відступати.



*ілюстрація 7.15*

Мітингувальник зі світлин 7.15 закриває обличчя за допомогою балаклави в синьо-жовтих кольорах. Чоловік дивиться прямо в камеру, його губи напіврозтулені, наче він збирається щось сказати. Своім виглядом він уособлює Україну, що запрошує глядача приєднатися до боротьби за свою незалежність. Він є центром світлин, бо перебуває у безпосередній близькості до фотографа, а також тримає із ним зоровий контакт. Однак, судячи з його пози (напівоберту), ми розуміємо, що за декілька миттєвостей він приєднається до своїх товаришів, які несуть нові шини до вогню.



*ілюстрація 7.16*

Мітингувальників, що перебувають в самому епіцентрі вогню, бачимо на світлині 7.16. Вогонь асоціюється із запеклою боротьбою та масштабами Революції: від неї неможливо сховатися, тому що вона оточує зі всіх сторін. Момент, коли мітингувальник закидає шину у вогонь – мить причетності до Революції, наголос на тому, що кожна людина на Майдані була важливою і віддавала частинку себе під час цих подій. Тому Революція Гідності – це пазл, що містить елемент від кожного, хто його складав. На передньому плані кадру бачимо струмінь води - намагання потушити полум'я або застосування брандспойта, щоб розігнати мітингуючих. В обох випадках ця вода не змінює ситуації – ніщо не може змусити людей відступити та ніщо не здатне загасити полум'я протестів.



*ілюстрація 7.17*

Полум'я Революції яскраво палає на контрасті ночі на світлині 7.17. Прапори у натовпі – це не єдиний символ України, який можна тут побачити. Поєднання темно-синього глибокого кольору нічного неба в поєднанні із жовто-гарячим вогнем – це ще один прапор, зображений на світлині. Все навколо було просякнуте Революцією. Через будівлі, що в темноті ночі виглядають занедбаними та покинутими, виникає відчуття, що вогонь і натовп навколо – це єдине життя, що залишилось в цьому місці. Цей кадр зображує масштабність цього дійства: цілий натовп є свідками відродження нової України із вогню. Автор Максим Дондюк розповідає: «Протягом декількох днів не згасало полум'я на барикадах на Грушевського. Протестуючі постійно підкидали нові шини та коктейлі Молотова. Київ, вулиця Грушевського, 23 січня, 2014. Це одна з моїх улюблених фотографій, вона є символічною. Перше, що ви бачите це прапор України, прапор, що у вогні. Це



неначе відродження нової України з вогню, і барикади на задньому плані посилюють це відчуття. Це апокаліптичні образи. Люди з шинами біля вогняної стіни та сотні тих, що стоять позаду, прапори, будинки на задньому плані, чорно-синє небо та яскраве полум'я». [2]



*ілюстрація 7.18*

Прапор на світлині 7.18 так само є символом України, що відроджується. Він зображений на фоні чорного диму і композиційно розташований одразу над полум'ям. Палаючий вогонь та прапор – найяскравіші образи серед сірого монохому, тому вони стають центральним елементом фотографії. Дим символізує непевність щодо майбутнього, важкість сьогодення та трагічність минулого. Яскраві, непошкоджені вогнем кольори прапора символізують незламність, витримку та силу країни та її громадян. Також це віра в яскраве та світле майбутнє, яке прийде, коли вогонь загасне і розсіється дим. Образ української нації, що спостерігає за процесом становлення нової України також присутній – це декілька людей, що перебувають поряд із вогнем.



*ілюстрація 7.19*

На світлинах 7.19 і 7.20 людина протиставлена вогню. На першому кадрі головний акцент падає на масштабність пожежі, і в порівнянні із нею людина зображується маленькою, нездатною протистояти цьому. Чорний дим, що піднімається на багато метрів, закриває все навколо – знак безвиході та фатальності. Композиційно три чверті кадру – це пожежа, і тільки одна чверть – зображення людей. На другому зображенні, наголос зміщується в бік людей, що споглядають пожежу. Це досягається за допомогою двох речей: кількості людей (ми бачимо цілий натовп мітингувальників), і композиції, що вже розділяє кадр на дві відносно рівні





*ілюстрація 7.20*

частини. Людина більше не є безпомічною та безсилою у протистоянні з вогнем. Цей натопт уособлює собою метафору: об'єднання нації перед лицем ворога. Палиці в руках чоловіків є знаком їх готовності зустрітися з ним. Дим вже не є густим як на попередній світліні, він більше не затуляє небо. Це асоціюється із проломами в щиті ворога, який втрачає свою силу та міць та починає скорятися.

Про готовність йти вперед та безстрашність перед лицем небезпеки говорить погляд цього чоловіка на світліні 7.21. Чорний колір його маски та темна шкіра символізують важкі умови боротьби та довгий шлях до перемоги,



*ілюстрація 7.21*

більшість якого вже пройдено. Погляд чоловіка спрямований вгору, це говорить про бажання цієї людини заявити про себе, кинути виклик навколишньому світові. Його світлі очі на контрасті з темнотою шкіри стають центральним образом світліни. Це – заява про небажання коритися та символ внутрішньої незламності мітингувальника. Знак марихуани на його масці є відображенням його життєвих пріоритетів: бажання здобути свободу від всіляких умовностей та намір жити тільки за власними правилами. Також зображення цього знаку є



*ілюстрація 7.22*

символом звільнення людини від будь-якого впливу, цінності якого розходяться із цінностями людини та пошуку нею власного шляху.

Світлина 7.22 демонструє нам людину в критичний момент небезпеки, коли її

життя висить на волосині. Композиційно кадр розділений на дві контрастні частини. Чорно-біла гама символізує злеті і падіння, перемоги та поразки, це метафора, що життя завжди складається із чорних та білих моментів. Одяг чоловіка – чорного кольору, його силует чітко промальовується на снігу. Через напівтемряву важко розрізнити предмети, що розташовані на землі. Ця темрява символізує невідомість та небезпеку, що причаїлася. Тому дах будівлі для чоловіка асоціюється із острівцем безпеки, за який він відчайдушно тримається.



*ілюстрація 7.23*

Найвідоміше фото (іл. 7.23) Сергія Нігояна, який став першою жертвою на Майдані. Саме він став межею, що поділив Майдан на «до» і «після» - коли мирний протест припинив своє існування і сталися події, які забрали ще не одне життя. Автор цих світлин (іл. 7.23, 7.24) – Максим Белоусов. Поєднані в один колаж, вони символізують два стани людської сутності - життя та смерть та тонку грань, що їх розділяє. На першій світлині ми бачимо Сергія, що перебуває у серці мітингу, серед натовпу однодумців та товаришів, коли на другій ми бачимо тільки його зображення на своєрідному меморіалі. Але ця фотографія є знаком його присутності там, хоч і не фізичної. Зображення героя на другій світлині є центральним, саме воно робить його значущим. Ролан Барт називає таку деталь *punctum* і визначає її роль як вирішальну на світлині, що здатна вколоти і ранити глядача [1, с. 65] і водночас, залишаючись маленькою деталлю, вона здатна парадоксальним чином заповнити собою всю фотографію [1, с. 73]. Саме цим *punctum*'ом є фотографія Сергія Нігояна на другій світлині. Також важливою є присутність автомобільної шини біля меморіалу, яка стала одним з найяскравіших символів Революції Гідності.

Кожна світлина цієї серії транслює зображення синьо-жовтих кольорів. Цей рефрен покликаний наголосити на потребі людей, що боролися на Майдані, заявити про свої наміри та цілі. В такий спосіб, завдяки оточенню

себе цими кольорами, вони намагалися споріднитися із своєю країною та ідентифікувати себе із нею. Таким чином, Революція була присутня у всьому, навіть в найменших деталях. Також на противагу світлинам із серії «Майдан і Беркут» тут часто бачимо зображення самотніх людей, які уособлюють рушійну силу Революції. Це підкреслює їхню відвагу та впевненість у своїх силах.

У підсумку можна сказати, що Революція Гідності – це, в першу чергу, люди, які її створювали. За кожною світлиною, використаною в цій роботі, є історія людини, з її болем, радістю, відчаєм та

бажанням досягти своєї мети. І це не тільки мітингувальники, що виступали за власне бачення незалежної від старої влади України, але також і ці, хто стояв на заваді цих прагнень. Як і кожна Революція, вона залишила глибокий слід в свідомості людей. Ці місяці протистояння запустили незворотній процес, адже вони почали формувати цінності та прагнення нового покоління, яке побачило, яку ціну довелося за них заплатити. Зображення української символіки в кожній деталі, тема вічного протистояння свободи та рабства, прагнення до кращого «завтра» та відчай упереміш із відвагою, які штовхали людей вперед – це найголовніші маркери Революції, які створили її імідж.



ілюстрація 7.24

## ВИСНОВКИ

Фотографія – це одне з найбільш поширених явищ нашого часу і один з найпотужніших та найпоширеніших інструментів візуальної комунікації. Але, незважаючи на її величезну популярність та панування в багатьох сферах людської діяльності, в минулому впродовж довгого періоду часу вона намагалася відстояти свою позицію як незалежний жанр зображального мистецтва.

В час, коли виникла фотографія, єдиним засобом відтворення реальності був живопис, тож багато людей розглядали її як один з його різновидів, та відмовлялися надавати їй незалежного статусу. Однак, митці, яким вдалося відійти від звичних засад образотворчого мистецтва, стали новаторами фотографічної справи, та довели її унікальність та відмінність від інших форм образотворчих жанрів.

Популярність супроводжує фотографію протягом всього її життя: в перші роки її існування вона набула блискавичного поширення серед суспільства та спричинила якісні зміни в сприйнятті візуальної культури. Сьогодні фотографія також переживає справжній «бум», завдячуючи появі соціальних мереж (які популяризують зображення) та доступності відносно дешевих фотоапаратів (зокрема смартфонів, оснащених багатопіксельними камерами) для більшості людей.

Разом із іншими каналами візуальної комунікації, зображення має здатність здійснювати вплив на різноманітні сфери людського життя, включаючи політику, релігію, соціальну сферу, а також на те, яким чином люди інтерпретуватимуть події, що розгортаються довкола них. В цьому процесі, окрім графічних засобів, велику роль також відіграють візуальні образи, семіотичні знаки та символи, кольори та композиційні елементи.

Завдячуючи своїй метафункціональності, фотографія, на відміну від тексту – більш зручний засіб транслявання та передачі інформації. Завдяки цій особливості, сьогодні вона є найважливішим інструментом в рекламній сфері. Маркетологи активно використовують зображення для просування брендів,

оскільки візуальна складова має здатність швидко привертати увагу потенційних клієнтів, пришвидшує процес обробки інформації, яку вони отримали та найголовніше, вона має здатність впливати на емоції людини, і таким чином формує у аудиторії позитивне враження про бренд.

Соціальні мережі також спрямовані на популяризацію та поширення зображень, а такі платформи, як Instagram, Pinterest, Flickr та Tumblr взагалі базуються виключно на візуальному контенті. За допомогою блогерської діяльності та великої кількості бізнес-профілів, фотографія набуває комерційних рис та стає одним із найпотужніших способів заробітку.

Водночас деякі дослідники вбачають у подібному візуальному перенасиченні безпосередню загрозу ідеям, які вкладалися в фотографію на початку її заснування, оскільки сьогодні вона стає беззмістовною та втрачає початкові сенси. Але на противагу песимістичним настроям, також висловлюють сподівання щодо її відродження, оскільки сьогодні вона яскраво заявляє про себе на різноманітних фестивалях та фотовиставках, а також за допомогою альбомів та фотокниг, які щорічно публікують у різних куточках світу.

Вищезгадана криза також проявляється в сучасній фотожурналістиці. Найголовніше питання стосується її майбутнього в час розквіту громадянської фотожурналістики, коли кожен, хто стає свідком події має можливість опублікувати зображення будь-якої події онлайн і таким чином стати її ретранслятором цілому світові. Це провокує наступну проблему – серед мільйонів зображень, які, потрапляючи в соціальні мережі, продовжують мандрувати сторінками людей через репости та ретвіти, легко втрачається їхнє авторство. Це ускладнює справу інформаційним агентствам в пошуках першоджерела тієї чи іншої фотографії. А також, це провокує появу великої кількості фейків та стає причиною пропаганди. Таке явище, всупереч загальній думці, не обмежується діяльністю виключно в політичній сфері, але також активно використовується в комерції.

Кожне фотографічне зображення – це набір певних знаків, символів та кодів. Вміння «читати» зображення – означає бачити первинні сенси та значення, які вкладалися в нього в процесі його створення. Велику роль в цьому процесі відіграє семіотика – наука, що вивчає знаки і символи. Оскільки будь-який процес комунікації включає в себе знаки, використання семіотики у процесі дешифрування фотографій допомагає глибше розкрити їх суть та допомагає в їхній інтерпретації.

Окрім знаків, інтерпретації також підлягають інші елементи зображення: кольори та такі композиційні складові, як ракурс, світлотінь, лінії, перспектива, тощо. В залежності від поєднання окремих елементів в єдине ціле, зображення може набувати іншого трактування та сприйматися по-різному або надавати зображенням певного емоційного змісту.

Оскільки аналіз зображення, в більшій мірі, є його інтерпретацією, доцільно говорити про його суб'єктивність. Сприйняття людиною будь-якого візуального контенту на пряму залежить від її попереднього досвіду, а також від її переконань та поглядів. Тому будь-яке зображення має властивість володіти безмежною кількістю інтерпретацій, подеколи навіть відмінних від бачення самого автора.

Фотографії стали головним інструментом формування іміджу Революції Гідності, як в Україні, так і за кордоном. Однак, зважаючи на їхній суб'єктивний характер та вибіркового процес відбору зображень для окремих медіа, вітчизняний образ цієї події відрізнявся від закордонного. Це залежало від елементів зображення та акцентів, на яких прагнули наголосити ЗМІ інших країн.

Зокрема, американські медіа (наприкладі The New York Times, The Washington Post) наголошували виключно на героїзмі та масштабах цієї події. Батальні сцени із вогнем, сутички мітингувальників із поліцією, а також розпач і сльози свідків події становили переважну частину візуалізації їхніх матеріалів. За допомогою таких яскравих зображень вони прагнули привернути увагу читачів до цієї теми та зробити матеріали більш ефектними та привабливими у

візуальному плані. На додачу до цього, використання емоцій суму та розпачу допомагали їм отримати кращий фідбек від аудиторії та наблизити таку «далеку» подію і зробити її «своєю», змусивши читача співпереживати.

Українські ж медії у своїх матеріалах відтворювали всі аспекти та сторони Революції Гідності. На мою думку, на це було дві головні причини: по-перше, очевидно, що саме українські медіа найповніше висвітлювали подію, яка впродовж довгого періоду часу залишалась найгострішою та найважливішою в нашій країні. По-друге, таким чином вони намагалися продемонструвати її масштаби та надихнути людей якимось чином доєднатися до неї та не залишатись осторонь. Саме з цієї причини зображення дітей, закоханих пар та літніх людей, які прийшли на Майдан користувалися такою увагою – вони підкреслювали багатогранність та безмежність цієї події, оскільки вона стерла кордони між віком, статтю та професіями.

Образ Революції формувався за допомогою різноманітних семіотичних елементів, які наскрізно прослідковуємо в багатьох роботах українських та закордонних фотожурналістів. Кольори української держави – найпоширеніші зі знаків, які ми спостерігаємо. Вони презентувалися за допомогою національних прапорів та синьо-жовтих стрічок, елементів одягу, допоміжних засобів (наприклад, елементів скотчу), а на деяких світлинах поєднання темно-синього неба із жовто-гарячим вогнем репрезентували всюдисущність Революції. Синій та жовтий кольори стали одним з найяскравіших маркерів цієї події. Люди намагалися якнайбільше оточити себе ними, тому що прагнули транслювати світові свою українську ідентичність та надихали себе нагадуванням про рідну країну впродовж своєї боротьби.

Символом майбутнього, заради якого спалахнула ця Революція, стали діти. Їхня присутність на багатьох зображеннях стала ознакою масштабності цієї події – вона торкнулась кожного її громадянина. Присутність іграшок на барикадах, а також їхнє використання в акціях на Майдані наголошували на цінностях та ідеях, які люди проносили в «завтра» через сьогодні.



Ще одним фактором, який допомагав багатьом у їхньому прагненні здобути незалежну державу стала віра в Бога. На зображеннях одним із маркерів віри стали священики, присутність яких нагадувала віруючим людям про вищу силу посеред них. Церковні служителі стали символом посередника між людиною та Богом, тому саме через них люди просили благословення та підтримки. Наявність християнської атрибутики (хрести, церкви) також наголошувала на прагненні людей знайти прихисток та заспокоєння в своїй вірі. Молитва, як символічний момент єднання з Богом, також стала одним із найяскравіших образів Революції, оскільки вона зображувала силу, якої шукали люди та їхню надію на перемогу.

Найголовнішим атрибутом Революції Гідності, який допомагав людям здобувати цю перемогу став коктейль Молотова. Він був чи не єдиним засобом протистояння силовикам, тому став символом опору, незламності та рішучості мітингувальників. Ця зброя найбільше асоціюється із Революцією, оскільки вона активно використовувалася протестувальниками на Майдані.

Ще одна яскрава деталь цієї події – шини. Вони виконували дві ролі: захищали мітингувальників у вигляді барикад, а також допомагали їм у протистоянні беркутівцям. Саме автомобільні шини першими почали горіти на Майдані, тому в поєднанні із вогнем вони стали знаковим елементом Революції. Вогонь, в свою чергу, виконував декілька ролей: якщо на початку подій цієї зими він просто обігрівав людей, то згодом він став їхньою головною зброєю та невід'ємною частиною їхнього життя.

Таким чином, завдяки застосуванню семіотичних засобів, нам вдалося дослідити декілька аспектів Революції Гідності, глибше розкрити її вітчизняний та закордонний образ і порівняти їх. Семіотичний інструментарій включає в себе виявлення та інтерпретацію знаків, кодів та символів, аналіз кольорів та їхнє поєднання між собою, а також прочитання таких елементів композиції, як симетрія/асиметрія, ракурс, ритм, використання світлотіні, масштаб і т. д. та значення їхньої взаємодії.

Семіотична інтерпретація Революції Гідності, викладена в цій роботі може стати базою для подальшого вивчення та аналізу цієї події.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Барт Р. Camera lucida. Комментарий к фотографии / Ролан Барт. – Москва: Ад Маргинем, 2013. – 192 с.
2. Беба Ю. 5 років Майдану: Фотографи революції про найважливіші кадри протистояння [Електронний ресурс] / Юля Беба // Inspired. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://inspired.com.ua/practice/people/5-rokiv-majdanu-fotografy-revolyuitsiyi-pro-najvazhlyvishi-kadry-protystoyannya/>.
3. Візуальна комунікація [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://westudents.com.ua/glavy/26385-vzualna-komunkatsya.html>.
4. Воркачев С. Любовь как лингвокультурный концепт / Сергей Воркачев. – Москва: Гнозис, 2007. – С. 51.
5. Де Соссюр Ф. Курс общей лингвистики / Фердинанд де Соссюр., 2016. – (Лингвистическое наследие XIX века; кн. 978). – С. 70.
6. Жан Ж. Знаки и символы / Жорж Жан. – Санкт-Петербург: Астрель, 2002. – С. 5.
7. Кандинский В. О духовном в искусстве / Василий Кандинский., 2016. – С. 113-114.
8. Косиков Г. Французская семиотика: От структурализма к постструктурализму / Георгий Косиков. – Москва: Прогресс, 2000. – С. 294.
9. Курушин В. Дизайн и реклама: От теории к практике / Владимир Курушин. – Москва: ДМК Пресс, 2016. – С. 272.
10. Основы композиции [Електронний ресурс]. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.williamspublishing.com/PDF/5-8459-0995-3/part.pdf>.
11. Павлюк Л. Знак, символ, міф у масовій комунікації / Людмила Павлюк. – Львів: ПАІС, 2006. – 120 с.
12. Пирс Ч. Теории знаков / Чарльз Пирс. – Санкт-Петербург: Алетейя, 2000. – С. 175.
13. Пітерс Д. Слова на вітрі: Історія ідеї комунікації / Джон Дарем Пітерс. – Київ: КМ Академія, 2004. – 302 с.

14. Почепцов Г. Семиотика / Георгий Почепцов // Семиотика / Георгий Почепцов. – Киев: Ваклер, 2002. – С. 125.
15. Почепцов Г. Теория коммуникации / Георгий Почепцов. – Москва: Ваклер, 2001. – С. 264.
16. Философия эпохи Просвещения: хрестоматия по истории философии: учебное пособие для вузов. // Москва: Владос, 1994. – С. 245–247.
17. Шамилов М. Роль визуальных коммуникаций в комплексе маркетинга / Махмуд Шамилов. – Кемерово, 2008. – С. 66.
18. Эко У. Отсутствующая структура: Введение в семиологию / Умберто Эко. – Санкт-Петербург: Symposium, 2006. – С. 201.
19. Юстина Н. Визуальная коммуникация и конструирование социальных представлений / Н. И. Юстина. // Образование. Наука. Инновации: Южное измерение. – 2011. – №16. – С. 77–78.
20. Bal M. Semiotics and Art History / M. Bal, N. Bryson. // Art Bulletin. – 1991. – №73. – p. 174.
21. Berger A. Culture Codes / Arthur Asa Berger. – Scotts Valley, California: CreateSpace Independent Publishing Platform, 2012. – 120 p.
22. Berger A. Essentials of Mass Communication Theory / Arthur Asa Berger. – New York: SAGE Publications, 1995. – p. 32.
23. Berger A. Media Analysis Techniques / Arthur Asa Berger. – New York: SAGE Publications, 2018. – pp. 163–164.
24. Berger A. Seeing Is Believing: An Introduction To Visual Communication / Arthur Asa Berger. – New York: McGraw-Hill Education, 2011. – 288 p.
25. Birren F. Color Psychology and Color Therapy: A Factual Study of the Influence of Color on Human Life / Faber Birren., 2013. – p. 47.
26. Chen J. 15 Facebook stats every marketer should know for 2019 [Электронный ресурс] / Jenn Chen // Sprout Social. – 2019. – Режим доступа до ресурсу: <https://sproutsocial.com/insights/facebook-stats-for-marketers/#FB-ads>.
27. Cohen E. Bad Form In Photography / E. E. Cohen. – New York: E. and H. T. Anthony, 1893. – p. 18.

28. Dondis D. Primer of Visual Literacy / Donis Dondis. – Cambridge: The MIT Press, 1973. – p. 44.
29. Floch J. Petites mythologies de l'oeil et de l'esprit : pour une sémiotique plastique / Jean-Marie Floch. – Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2000. – p. 76.
30. Fossali B. Sémiotique de la photographie / B. Fossali, M. Dondero. – Limoges: Presses Universitaires de Limoges et du Limousin, 2011. – pp. 289–293.
31. Friedman M. 10 Reasons Why Photography Is Crucial In Modern Marketing [Электронный ресурс] / Melissa Friedman // Digitalist Magazine. – 2016. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.digitalistmag.com/customer-experience/2016/10/03/10-reasons-why-photography-is-crucial-in-modern-marketing-04526510>.
32. Gandelman C. Reading Pictures, Viewing Texts / Claude Gandelman. – Bloomington: Indiana University Press, 1991. – 178 p.
33. Gleadell C. Polaroid art: a chance to own the iconic photographs of Andy Warhol and his contemporary Ulay [Электронный ресурс] / Colin Gleadell // The Telegraph. – 2019. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.telegraph.co.uk/luxury/art/andy-warhol-polaroid-pictures-debut-exhibition-new-gallery-bastian/>.
34. Halliday M. Language As Social Semiotic / M. A. K. Halliday. – London: Hodder Arnold, 1978. – p. 78.
35. Hembree R. The Complete Graphic Designer: A Guide to Understanding Graphics and Visual Communication / Ryan Hembree. – New York: Rockport Pub, 2006. – p. 192.
36. Kanizsa G. Readings From The Scientific American: The Mind's Eye / Gaetano Kanizsa. – New York: W.H. Freeman, 1986. – p. 82.
37. Keller J. Photojournalism in the Age of New Media [Электронный ресурс] / Jared Keller // The Atlantic. – 2011. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2011/04/photojournalism-in-the-age-of-new-media/73083/>.

38. Kress G. *Color As A Semiotic Mode* / G. Kress, T. Leeuwen. – New York: Routledge, 2006. – 305 p.
39. Kress G. *Reading Images: The Grammar of Visual Design* / G. Kress, T. Leeuwen., 2006. – 291 p.
40. Kyiv Photo Book. Що варто знати про перший український фестиваль фотокнижок? [Електронний ресурс] // Amuse A Muse. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://amuse-a-muse.com/uk/2018/12/kyiv-photo-book/>.
41. Lakoff G. *Metaphors We Live By* / G. Lakoff, M. Johnson. – Chicago: University of Chicago Press, 1980. – p. 156.
42. Lasswell H. *The Structure and Function of Communication in Society* / Harold Lasswell. – New York: Harper & Bros, 1948. – p. 53.
43. Leach R. *Photojournalism in the Digital Age* [Електронний ресурс] / Ron Leach // 2011 – Режим доступу до ресурсу: <https://www.shutterbug.com/content/photojournalism-digital-age>.
44. Manuel A. *Photography: A Dying Art Form That's Getting More Popular* [Електронний ресурс] / Adam Manuel // The Huffington Post. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: [https://www.huffingtonpost.co.uk/adam-manuel/photography-a-dying-art-f\\_b\\_17764802.html](https://www.huffingtonpost.co.uk/adam-manuel/photography-a-dying-art-f_b_17764802.html).
45. McAnany E. *Saving the World: A Brief History of Communication for Development and Social Change* / Emile G. McAnany. – Champaign: University of Illinois Press, 2012. – (History of Communication). – pp. 25–26.
46. Newhall B. *On Photography: A Source Book of Photo History in Facsimile* / Beaumont Newhall. – New York: Watkins Glen, 1956. – p. 106.
47. Newhall B. *The History of Photography: From 1839 to the Present* / Beaumont Newhall., 1982. – p. 124.
48. Odesa Photo Days 2019 [Електронний ресурс] // Odessa Photo Days. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <http://thephotodays.org>.
49. O'Hagan S. *Photography: an ever-evolving art form* [Електронний ресурс] / Sean O'Hagan // The Guardian. – 2012. – Режим доступу до ресурсу:

<https://www.theguardian.com/artanddesign/2012/nov/16/sean-ohagan-photography-art-form>.

50. O'Hagan S. What next for photography in the age of Instagram? [Электронный ресурс] / Sean O'Hagan // The Guardian. – 2018. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2018/oct/14/future-photography-in-the-age-of-instagram-essay-sean-o-hagan>.

51. Peirce C. What Is a Sign? [Электронный ресурс] / Charles Peirce. – 1894. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/us/peirce1.htm>.

52. Photojournalism in the age of Social Media [Электронный ресурс] // Medium. – 2019. – Режим доступа до ресурсу: <https://medium.com/@Anna36709926/photojournalism-in-the-age-of-social-media-80558aaf9501>.

53. Ravitz J. Neda: Latest iconic image to inspire [Электронный ресурс] / Jessica Ravitz // CNN. – 2009. – Режим доступа до ресурсу: <http://edition.cnn.com/2009/WORLD/meast/06/24/neda.iconic.images/index.html>.

54. Rosenblum N. A World History of Photography / Naomi Rosenblum. – New York: Abbeville Press, 2008. – 712 p.

55. Schapiro M. Words, Script, and Pictures: Semiotics of Visual Language / Meyer Schapiro. – New York: George Braziller, 1996. – p. 93.

56. Sontag S. On Photography / Susan Sontag. – London: Penguin, 1979. – 224 p.

57. Sontag S. Regarding the Pain of Others / Susan Sontag. – New York: Picador, 2003. – 131 p.

58. Szarkowski J. The Photographer's Eye / John Szarkowski. – New York: The Museum of Modern Art, 2007. – 156 p.

59. Walker J. Visual culture: An introduction / J. Walker, C. Sarah. – Manchester: Manchester University Press, 1997. – 240 p.

60. West C. 17 Instagram stats marketers need to know for 2019 [Электронный ресурс] / Chloe West // Sprout Social. – 2019. – Режим доступа до ресурсу: <https://sproutsocial.com/insights/instagram-stats/>.



61. Wiley C. Depth of Focus [Электронный ресурс] / Chris Wiley // Frieze. – 2011. – Режим доступа до ресурсу: <https://frieze.com/article/depth-focus>.
62. Willers A. Poet And Photography / A. C. Willers. – New York: Picture Division, 1963. – p. 46.
63. Williams H. Power to the pictures: The evolution of propaganda [Электронный ресурс] / Holly Williams // The Independent. – 2010. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/books/features/power-to-the-pictures-the-evolution-of-propaganda-2075321.html>.
64. Wolfgang von Goethe J. Theory of Colours / Johann Wolfgang von Goethe. – London: John Murray, 1840. – p. 328.
65. Zettl H. Sight, Sound, Motion: Applied Media Aesthetics / Herbert Zettl // Sight, Sound, Motion / Herbert Zettl. – Belmont, California: Wadsworth, 1973. – (Wadsworth Series in Broadcast and Production; кн. 495802964). – p. 386.

## ДОДАТОК

### Автори використаних світлин

Ганна Грабарська – іл. 1.1; 1.3; 2.5; 3.3; 4.5; 6.2; 6.3; 7.8; 7.14;  
Владислав Мусієнко – іл. 2.6; 3.7; 5.6; 6.4; 6.6; 7.6; 7.7; 7.15; 7.19; 7.21;  
Іраклій Дзнеладзе – іл. 4.4; 7.18; 7.20;  
Влад Содель – 1.4; 2.4; 4.2; 5.2; 7.5; 7.9; 7.13;  
Михайло Петях – 1.7;  
Reuters – 1.5;  
Алекс Казаченко – 1.6;  
Дмитро Ларін – 1.2; 2.7; 3.4; 5.3; 5.7; 6.5; 6.7;  
Agence France-Presse – 1.8; 3.2;  
Константин Черничкін – 2.3;  
Артем Сліпачук – 3.1;  
Ніна Бороєва – 3.8;  
Сергей Супинский – 3.5;  
Обозреватель – 3.6; 5.8;  
Олександр Пілюгін – 2.1; 4.1; 4.3; 5.11;  
Брендан Хоффман – 5.5;  
Ерік Бове – 5.4;  
Максим Кудимець – 5.9;  
Олексій Фурман – 5.10;  
Getty Images – 2.2; 5.1; 7.1; 7.2; 7.4;  
Філіп Зінгер – 6.1;  
Джеф Мітчел – 7.3;  
Денис Діденко – 7.11;  
Зураб Джавахадзе – 7.10;  
Іван Богдан – 7.16;  
Макс Левін – 7.12;  
Максим Белоусов – 7.23; 7.24;

Максим Дондюк – 7.17;

Олександр Ратушняк – 7.22.