

Синоруб Галина

кандидатка наук із соціальних
комунікацій, доцентка
кафедри журналістики
Тернопільського
національного педагогічного
університету імені
Володимира Гнатюка.

Йордан Ганна

кандидатка технічних наук,
доцентка кафедри
журналістики
Тернопільського
національного педагогічного
університету імені
Володимира Гнатюка

ЕМПАТІЙНІСТЬ ВОЄННОГО ФОТОКОНТЕНТУ (НА ПРИКЛАДІ СВІТЛИН БРИГАДИ “РУБІЖ” НАЦІОНАЛЬНОЇ ГВАРДІЇ УКРАЇНИ В СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ FACEBOOK)

У період повномасштабного вторгнення росії в Україну визріла необхідність у систематичному інформуванні суспільства про події, пов’язані з бойовими діями. Серед великої кількості різноформатного і різножанрового контенту про війну вирізняється фотографія, яка документує дійсність та здатна викликати широкий спектр емоцій, спонукати аудиторію до зворотнього зв’язку. Кожна світлина розповідає конкретну історію, фіксує воєнні злочини, ілюструє правду про те, що відбувається та зберігає спогади. Воєнна фотожурналістика відіграє значну роль в інформуванні як української, так і світової громадськості, дозволяє висвітлити реальну ситуацію на фронті й в тилу. Сьогодні фотокореспонденти жертвують власним життям заради того, аби, зафіксувавши дійсність на фото, якомога більше привернути увагу світової громадськості до війни на території України. Фотограф Девід Лі Сон, який удостоєний найвищої нагороди в журналістиці –

Пулітцерівської премії, вважає, що «є такі фотографії, за які варто померти, і є такі фотографії, які можуть зупинити кровопролиття» [2]. Мова йде про здатність світлин впливати на емпатійність аудиторії – усвідомлення себе на місці тих, хто перебуває у зоні бойових дій, військових, мирного населення.

Емпатія проявляється у формі співпереживання, співчуття, жалю, гордості тощо. Існує 3 основні види емпатії: емоційна (здатність відчувати та розділяти емоції іншої людини), когнітивна (здатність розуміти та усвідомлювати думки й почуття іншої людини, уявити себе на місці іншого, зрозуміти його точку зору, емоції) та співчутлива (проявляється не тільки у розумінні й відчутті емоцій іншої людини, а й пошуку шляхів допомоги їй) [3].

Сьогодні багато військових підрозділів ЗСУ відображають події війни на персональних інформаційних ресурсах: сайтах, сторінках у соціальних мережах і користуються неабиякою популярністю серед аудиторії. Наприклад, сторінка у соціальній мережі Facebook Бригади швидкого реагування Національної гвардії України “Рубіж”, підписниками якої є 89 тис. осіб (https://www.facebook.com/RapidReactionBrigade/about_details) вміщує серію якісних, емоційних світлин, що відображають силу духу та боротьбу українських воїнів.

Медіаконтент зазначеного ресурсу представлений такими жанрами:

– фоторепортаж, що має такі характерні особливості: документальність, наочність, органічність і конкретність, оперативність, емоційність і художність. За допомогою цього жанру людина відчуває себе співучасницею події, проявляє емпатію – співпереживає героям фоторепортажу;

– фотопортрет, основною рисою якого є настроєвість. Такі знімки найбільш пронизані емпатійним фактором сприйняття та

можуть викликати найсильніші переживання аудиторії.

Для визначення прояву емпатії аудиторії до світлин, опублікованих у соціальній мережі Facebook на сторінці Бригади “Рубіж” проведено онлайн-анкетування, на питання якого дали відповіді 48 респондентів із числа студентів-журналістів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка.

Здобувачам освіти запропоновано переглянути фото [1] (Рис.1) та відповісти на питання “Які емоції викликає у Вас це фото?”.



Рис.1. Фото у соціальній мережі Facebook на сторінці Бригади “Рубіж”

Відповіді респондентів були такими: позитивна палітра емоцій (захоплення, гордість, щастя, радість, повага, впевненість, віра, незламність, стійкість) складає 189 голосів (81,8%), негативна (жаль, терпіння, сум, тривога) – 27 (11,7%), а 15 (6,5%) належить емоційному зворушенню, яке може проявлятися радістю навіть коли містить негативні емоції (Рис.2.).

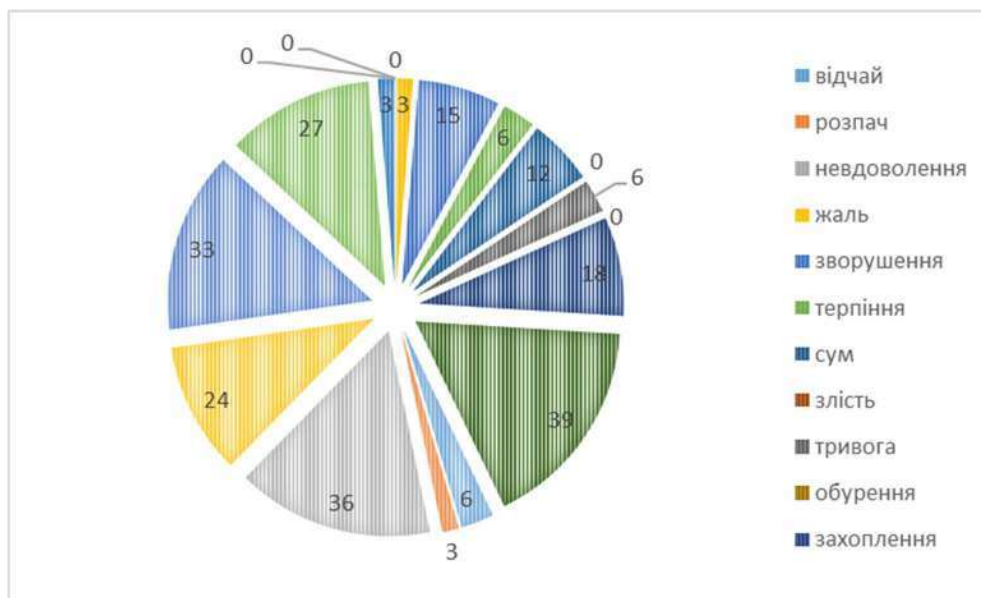


Рис.2. Результати опитування аудиторії

Дослідивши вплив фотопортрету на емпатійність аудиторії можна зробити висновок, що цей жанр фотожурналістики справляє глибоке враження на глядача завдяки емоційному заряду знімків та обсягу інформації, яка в них закладена. Фундаментом кадру портретного фото є емоція, на основі якої вибудовується образ. Такі знімки можуть нагадувати близьких, знайомих, родичів, що посилює емпатійну складову в процесі їх споглядання. Цьому є підтвердження відповідей студентів щодо емоційності світлини (Рис.1.) Бригади швидкого реагування Національної гвардії України "Рубіж" у соціальній мережі Facebook, яка викликає емпатію в реципієнтів та відчуття патріотизму, стійкості, мужності, сили духу, рішучості українців захищати свою землю.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бригада швидкого реагування Національної гвардії України "Рубіж" URL:

https://www.facebook.com/RapidReactionBrigade/about_details

2. Військова фотографія. Відповіді на запитання. URL:

<https://yak.bono.odessa.ua/articles/vijskova-fotografija.php>

3. Коптєв О. Емпатія: що це, види та як розвинути емпатію простими словами. Источник: Емпатія: що це, види та як розвинути емпатію простими словами. *Відкритий*. URL: <https://opentv.media/ua/empatija-shho-ce-vidi-ta-jak-rozvinuti-empatiju-prostim-slovami>.

4. Навички емпатії (короткий опис, приклади). Вчимося жити разом. URL: <http://lt.multycourse.com.ua/ua/page/22/98>