

УДК 070

МЕДІАДИЗАЙН ЯК НАПРЯМОК ФАХОВОЇ ПІДГОТОВКИ ЖУРНАЛІСТІВ

Шевченко В.Е.

Інститут журналістики
Київського національного університету ім. Тараса Шевченка, м. Київ

Стаття присвячена новій галузі журналістикознавства – медіадизайну, його функціям, особливостям підготовки студентів, навчальним дисциплінам.

Ключові слова: медіадизайн, технології, журналістика

Медіадизайн – це художнє оформлення інформації, носіїв інформації за допомогою новітніх електронних технологій з метою привернення уваги, покращення сприймання та запам'ятовування. Це поняття, що поєднує в собі графічне втілення всього видового розмаїття масової інформації – від листівки до книги, від банера до електронного видання.

Постановка проблеми. Найчастіше термін «медіадизайн» застосовується для позначення діяльності зі створення повідомлень в електронному цифровому середовищі, тобто сучасні комунікаційні технології (інтернет, телебачення). Але це дуже обмежує галузь діяльності: медіадизайн включає підготовку друкованих видань (газет, журналів), веб-сторінок, рекламної продукції на будь-яких носіях, зображень як окремого виду інформації.

Модифікація функцій медіадизайну цілком зрозуміла. Адже ми маємо справу з традиційним процесом наступності технологій: кожна наступна віднімає, «привласнює» у попередньої цілий ряд можливостей (але не всі 100 %): кіно не скасувало ні радіо, ні фотографію; фото не скасувало живопис, і так далі. Але кіно і фото позбавили живопис реалізму (через непотрібність), а радіо привласнило більшість функцій газет, літератури і музики. Інтернет завдяки технологіям став найоперативнішим ЗМІ (новини і коментарі з'являються на кілька годин раніше, ніж у газетах, на телебаченні і радіо), але не змінив суті медіа: тепер це інтернет-газета, інтернет-тв і радіо. Телебачення як носій інформації й емоцій залишається телебаченням і в рамках мережного протоколу. Нове в Інтернеті – можливість peer-to-peer, однорівневого спілкування між людьми. І це диктує нові потреби в медіадизайні, що не існували колись.

Розширення інтерактивних технологій у всіх сферах життя, які суттєво впливають на наше сприйняття, вимагає критичного перегляду освітньої системи, що затвердилася. Глобалізація, що спостерігається в економіці, вимагає нових стратегій і концепцій розвитку. Для того, щоб фахівці, які створюють графічне середовище інформаційних продуктів, не були лише виконавцями чужих ідей, вони

мають отримати відповідну освіту, що включає не тільки вузькоспеціалізовані предмети, але і знання з різних галузей культури.

Метою статті є з'ясування місця медіадизайну у навчальному процесі під час підготовки професійних журналістів.

Сьогодні можна стверджувати, що потреба у медіадизайні виникла ще напередодні появи писемності, для ефективної реалізації якої необхідно було дотримуватися жорстких графічних норм та неписаних правил. Це робилося з єдиною метою – полегшити розуміння повідомлення, зробити його доступним для широкого кола людей. В інформаційному суспільстві попит на інформацію щоденно зростає, посилюється конкуренція в сфері мас-медіа, а отже, медіадизайн активно розвивається.

Дизайн носіїв інформації і способів подачі цієї самої інформації – величезна галузь із суттєвим впливом на цивілізацію. У певному сенсі, без медіадизайну не було б медицини, машинобудівництва, хімії тощо, вони не могли б існувати без грамотних, структурованих, зручних у користуванні текстів з картинками. Будь-яка писемність уже сама по собі вимагає порядку в розміщенні інформації з урахуванням естетичних норм, властивих певній культурі. Завдання медіадизайну можна звести до естетичного рішення практичних медіазавдань, що включає:

- розробку фірмового стилю;
- створення зручного середовища (навігація, пошук інформації, чіткі акценти);
- привернення уваги приємним естетичним рішенням, що відповідає смакам аудиторії.

Медіадизайн є надзвичайно популярним на заході, часи його бурхливого розвитку змінилися періодом його якісного та стабільного росту. У нас медіадизайн тривалий час ототожнювали з веб-дизайном, потім він розширився до дизайну для телебачення, таким чином звужуючи не тільки саме поняття, але й власний професійний світогляд. Медіапродукція, що є результатом медіадизайну, зводиться до рухомої та статичної. Статичною є:

- всі види друкованої продукції (газети, журнали, листівки, реклама тощо);
- електронні видання, веб-сайти (сайтобудівництво, електронні графічні об'єкти);
- фірмовий стиль, логотипи різних ЗМІ (телеканалів, газет, журналів);
- теледизайн простих елементів (телеформати, телепередачі, реклама, плашки, заставки, текстівки тощо);
- оформлення медіастудій (телевізійних, фото).

До динамічної відносяться:

- рухомі картинки, заставки на телебаченні;
- анімовані банери в інтернет;
- веб-дизайн на основі флеш-технологій.

Нині відкриваються широкі можливості для розвитку медіадизайну в будь-якому аспекті. У західних країнах медіадизайн викладається як окрема дисципліна в університетах, засновані численні школи медіадизайну, які за своїм статусом подібні до наших курсів. В них вже підготовлені слухачі за короткий термін отримують спеціальні знання.

В Інституті журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка дисципліни з назвою «Медіадизайн» не існує, але цього року було відкрито навчальну лабораторію «Студія медіадизайну», і в різних блоках викладаються дисципліни, які у сукупності дають знання з медіадизайну. Але ці курси не виокремлені в окремий блок. Отже, найбільше предметів, які формують у студента знання з медіадизайну на спеціальності 6.030303 «видавнича справа та редагування», – 69 кредитів, або 2484 години (із розрахунку 1 кредит=36 годин):

- основи культури видання – 1 кредит;
- реклама – 1 кредит;
- системи і технології верстки – 20 кредитів (системи верстки, верстка, комп'ютерна графіка);
- цикл професійних практичних дисциплін (редакторсько-видавничий фах) з особливостей видань різних видів – 47 кредитів.

На спеціальності 6.030301 журналістика (17 кредитів):

- фотожурналістика – 4 кредити;
- газетно-журнальне виробництво – 2 кредити;
- телевиробництво – 2 кредити;
- газетно-журнальна навчальна практика – 3 кредити;
- телевізійна навчальна практика – 3 кредити;
- телепрограми (на вибір) – 4 кредити;

Спеціальність 6.030302 реклама і зв'язки з громадськістю (15 кредитів):

- макетування і верстка в рекламній і ПР-діяльності – 1 кредит;
- дизайн у рекламі – 2 кредити;
- копірайтинг – 2 кредити;
- мас-медійна реклама – 4 кредити;
- рекламна газетно-журнальна навчальна практика – 3 кредити;
- рекламна телевізійна навчальна практика – 3 кредити.

Звісно, програми названих дисциплін включають, крім аспектів медіадизайну, ще велику кількість спеціалізованих тем.

Спробуємо окреслити основні модулі, які у сукупності давали б можливість готувати журналіста-дизайнера, або медіадизайнера: «Основи дизайну», «Типографіка», «Семіотика», «Макетування», «Інтерактивні засоби». Основи дизайну включають знання з історії мистецтва, культури видання, семіотики, філософії, етики, основ дизайну, композиції, виробництва різних видів медіапродукції, розвиток професійних здібностей. Вивчення типографіки дає студенту знання з видів і еволюції шрифтів, їх застосування для конкретних цілей і конкретних видів медіапродукції, сполучення гарнітур, правила складання текстів і їх структура. Важливим аспектом цього модулю є знання комп'ютерних технологій: розробка шрифтів, друкарські символи, структурування тексту тощо, типографіка інтерактивних засобів, створення шрифтових ефектів. Семіотика розглядає всі види знакових систем: від символу, логотипу до абстрактних зображень та фотографічних монтажів. Цей курс потребує художніх, фотографічних і комп'ютерно-технічних знань, вивчає візуалізацію абстрактних змістів, види ілюстрацій, комп'ютерну графіку, художні символи, семіотичний аналіз змістів зображень, роботу з

фотографіями. Дисципліна макетування дає уявлення, як зробити друковані або інтернет-видання, рекламу прийнятними з погляду поліграфічних вимог, від розробки художніх концепцій, створення сітки, комп'ютерного шаблону до одержання оригінал-макета. Під час розгляду різних варіантів сітки практично застосовуються закони дизайну і композиції: симетрія, ритм, перенесення, пропорційність, масштабність, контраст, нюанс, рівновага. Дисципліна інтерактивні засоби відводиться під роботу з відео, кіно, рухомою рекламою, банерами й особливо з комп'ютером, що є основним інтерактивним засобом (сайти, електронні видання). Модуль включає вивчення відеодокументації, цифрове відео, роботу у фото і телестудіях.

Особлива увага під час навчання приділяється практичним роботам, практиці, під час якої студенти роблять власні медіапродукти, в яких два стрижня – шрифт та зображення. Журнал, рекламу, web-дизайн поєднує саме шрифт, і навіть дитяча мальована книжка стає книгою тільки тоді, коли на її сторінках з'являються колонцифри. Другий найважливіший напрямок – ілюстрація. Робота з фото, мальована ілюстрація в історичному діапазоні жанрів і технік.

Навчання медіадизайну у різних навчальних закладах може відбуватися за різними програмами. На факультетах журналістики, у поліграфічних інститутах більше уваги надається слову, написаному чи сказаному, оскільки журналіст – інтерпретатор тексту, гуманітарій. Студенти із легкістю сприймають текст, відчувають напрямок думки, метафору, концепцію, образну аналогію. У художніх інститутах, на комп'ютерних факультетах напрямок більш практичний, матеріальний, студенти вміють аналізувати виконані роботи, пропонувати власне практичне втілення заданому матеріалу (ситуаційно-предметне мислення), будувати формально-композиційній схеми графічних об'єктів, всі завдання переважно технологічного характеру.

Випускник-медіадизайнер, крім фахової професійної підготовки, має володіти рядом особистісних якостей: творчий підхід та ініціативність, бажання постійно навчатись; відповідальність, знання психології сприйняття інформації; володіння знаннями в сферах графічного дизайну, журналістики, кодування та програмування, знання реклами; сприймання критики; комунікабельність; широка обізнаність в різних сферах життя; знання комп'ютерних програм і іноземних мов. Все це необхідно, аби спілкуватися з якомога ширшим колом ЗМІ, із мистецькими колами, іншими дизайнерами; ходити на тренінги, семінари, конференції, спілкуватися на дизайнерських форумах, через пошту, обмінюватися досвідом, брати участь у фестивалях і конкурсах.

Медіадизайн, на відміну від дизайну інтер'єрів, моди, транспортних засобів чи архітектури, безпосередньо й агресивно впливає на емоції і характер людини, визначаючи його поведінку в суспільстві. Соціальна відповідальність медіадизайнера вище, ніж у проектувальника будинків, хоча з практичної точки зору здається протилежне.

Висновки. Нові технології вимагають від суспільства все нових фахівців, здатних працювати з інформацією, правильно її оформляти і подавати суспільству у зручній і естетично привабливій формі, з необхідними посиланнями, цікавими

фрагментами. Крім цього, медіадизайнери повинні вільно володіти новітніми технологіями, комп'ютерними програмами, які і є засобом реалізації оформлення медіапродукту.

Список літератури

1. Брингхерст Р. Основы стиля в типографике. – М.: Издатель Аронов, 2006. – 432 с.
2. Кнабе Г.А. Энциклопедия дизайнера печатной продукции. – М., Спб, К., 2006. – 736 с.
3. Франк Я. Дневник дизайнера-маньяка. – М.: Изд-во студии А. Лебедева, 2006. – 256 с.
4. Яцок О.Г. Компьютерные технологии в дизайне. – СПб.: БХВ-Петербург, 2002. – 464 с.

Шевченко В.Э. Медиадизайн как направление профессиональной подготовки журналистов

Статья посвящена новой области журналистского знания – медиадизайну, его функциям, особенностям подготовки студентов, учебным дисциплинам.

Ключевые слова: журналистика, медиадизайн, технологии

Shevchenko V.E. Mediadesign as direction of professional preparation of journalists

The article is devoted to a new industry of journalism – Mediadesign, its functions, features of preparation of students, educational disciplines.

Key words: journalism, Mediadesign, technology

Пост упила до редакції 12.09.2008 р.