

Надія Чернюк,
здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
спеціальність 061 Журналістика,
Луцький національний технічний університет
Науковий керівник –
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри іноземної та української філології
Луцького національного технічного університету
Тамара Николук

НОВІТНІ ПРИЙОМИ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ НОВИН

У сучасному медіапросторі візуалізація новин стала важливим інструментом комунікації, здатним швидко передавати складні ідеї, емоції та факти, а також впливати на аудиторію через емоційний і когнітивний аспекти сприйняття.

Завдяки стрімкому розвитку технологій та медіаплатформ з'явилися новітні прийоми візуального представлення новин, що дозволяють зробити подання інформації максимально динамічною, інтерактивною й адаптованою до різних аудиторій.

Традиційні формати новин – текст, фото, інфографіка – були значно розширені за рахунок інтерактивних графіків, візуальних історій, а також застосування штучного інтелекту у створенні контенту.

Одним із ключових чинників еволюції візуалізації стала адаптація до мобільних платформ. У наш час переважна більшість користувачів споживає інформацію через смартфони. Це зумовлює необхідність створення контенту, оптимізованого для вертикального формату, швидкого завантаження та зручної взаємодії. Візуальні матеріали мають бути лаконічними, яскравими, з чітко виділеними основними меседжами. Тут особливе значення мають мікроформати – короткі відео, каруселі, слайд-шоу, інтерактивні історії, що дозволяють швидко донести новину до аудиторії, не перевантажуючи її інформацією.

Сучасні ЗМІ також активно впроваджують інфографіку, яка поєднує текст, графіку та дані для зручного і зрозумілого представлення складної інформації. Особливо ефективною вона є для подання аналітичного або статистичного матеріалу. Замість великих блоків тексту користувач бачить структурування інформації через схеми, піктограми, діаграми, що значно підвищує швидкість та якість сприйняття.

Ще один сучасний інструмент – інтерактивні графіки, що дозволяють користувачам самостійно змінювати масштаби, фільтрувати дані або переглядати інформацію у зручному форматі. Це надає читачеві відчуття контролю над контентом, а також дозволяє глибше зрозуміти тему.

Справжнім проривом у сфері візуалізації стали відео з елементами віртуальної або доповненої реальності. Відео 360° дозволяють глядачеві «зануритися» в епіцентр подій – наприклад, побувати на місці катастрофи, демонстрації або культурного заходу. Цей формат сприяє глибшому емоційному залученню, що важливо для формування довіри до джерела та активної взаємодії з контентом.

Аналогічно працюють і новини у VR-форматі, хоча їхнє використання ще обмежене через доступність технології для масового користувача.

Візуалізація новин у соціальних мережах орієнтована на виклик емоційного відгуку. Колірні схеми, динаміка зображення, композиційні рішення формують настрій новини й стимулюють користувача до взаємодії – вподобайок, поширень, коментарів. Це особливо важливо в умовах інформаційного перевантаження, коли лише емоційно забарвлений контент може виділитися серед тисячі повідомлень у стрічці користувача.

Крім того, соціальні мережі стали каталізатором змін у візуальній журналістиці. Кожна платформа має свої формати й аудиторії. Наприклад, Instagram орієнтований на візуальний контент з мінімумом тексту, TikTok – на динамічні відео до 60 секунд, Facebook – на змішаний контент, що передбачає текст, і зображення, і відео. Адаптація під алгоритми конкретної платформи, персоналізація контенту та використання трендових форматів стали обов'язковими елементами візуальної стратегії медіа.

Не менш важливим є застосування штучного інтелекту в створенні візуального контенту. Сьогодні вже існують сервіси, які автоматично генерують відео або графіку на основі текстових новин. AI-технології здатні адаптувати контент під інтереси конкретного користувача, передбачаючи, який формат буде найбільш привабливим саме для нього. Це відкриває нові можливості для персоналізації інформації, що суттєво підвищує ефективність її сприйняття.

Загалом, новітні прийоми візуалізації новин змінюють саме уявлення про журналістику. Завдяки цьому інформація стає більш доступною, швидко сприймається та запам'ятовується. За таких умов візуальний контент став не лише доповненням до тексту, а повноцінним засобом комунікації, який має свої закони побудови, психологічний вплив і вимоги до адаптації.

Список використаної літератури

1. Кривуля Н. П. Візуальні комунікації в журналістиці. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2017. 203 с.
2. Кузнецова І. В. Медіатекст та його трансформації в цифрову епоху. Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2020. 156 с.
3. Літвінова С. Візуальна журналістика : посібник. Київ : Алерта, 2021. 192 с.
4. Bradshaw P. The Online Journalism Handbook. London : Routledge, 2018. 336 p.
5. Pavlik J. V. Innovation and the Future of Journalism. *Digital Journalism*. 2013. Vol. 1, No. 2. P. 181–193.