

Специфика использования мобильного приложения Instagram в современной фотожурналистике

Богачева Кристина Алексеевна

Выпускник (специалист)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет

журналистики, Москва, Россия

E-mail: kris.bogacheva@gmail.com

Сегодня, когда фотография прочно вошла во все сферы жизнедеятельности современного человека, популярность мобильных приложений и разных программ, в основе которых лежит работа с картинками, необычайно высока среди пользователей. Так, например, одним из самых популярных приложений является Instagram, успех которого начался осенью 2010 года. Приложение соединяет в себе несколько возможностей: моментальную съемку, обработку фото, небольшую подпись к нему и возможность тут же поделиться фотографией с друзьями.

Безусловно, успех такой популярной платформы активно обсуждается фотожурналистами и фоторедакторами. Одним из основных вопросов, вокруг которого идут споры, является использование приложения фотожурналистами, снимающих профессиональными камерами. Во-первых, речь идет о ситуациях, когда съемка камерой небольшого смартфона безопаснее и удобнее для фотокорреспондента. Во-вторых, конечно, об использовании палитры фильтров и инструментов кадрирования в приложении, которые делают из обычных фотографий, снятых на камеру смартфона, более выигрышные, даже художественные снимки. Здесь, на наш взгляд, поднимается вопрос этики в фотографии, где не стоит забывать, что фотография не должна вызывать у зрителей сомнений в ее подлинности. Однако, сторонники приложения Instagram говорят о том, что в приложении легко распознать использование дополнительных эффектов, и в связи с этим речь об обмане идти не может. Некоторые фотокорреспонденты считают, что подобная платформа может служить хорошим помощником в качестве саморекламы и неким мостом между фотографом и аудиторией.

Нельзя не сказать о том, что в последнее время приложение Instagram используют СМИ. Например, такие авторитетные издания как «Тайм» (TIME), «Нэшнл Географик» (National Geographic), телеканал «Раша Тудей» (Russia Today), МИА «Россия Сегодня» (бывшее название РИА-Новости) и другие СМИ (в том числе радиостанции) имеют очень большое количество подписчиков, которое доходит до нескольких миллионов. Создание собственных аккаунтов в Instagram средствами массовой информации набирает популярность, и это говорит о том, что такая площадка позволяет вести удобный диалог между СМИ и читателями, говорить на одном языке, с помощью простого и «доступного средства визуальной коммуникации». Некоторые СМИ создают свои отдельные проекты. Так, например, МИА «Россия сегодня» недавно создала аккаунт @1941_2015, посвященный 70-летию Великой Победы, где публикуются ежедневно архивные фотографии, сделанные одними из лучших военных фотокорреспондентов в Великую Отечественную войну. Количество подписчиков растет с каждым днем, на данный момент подписано около 13.000 человек. Прежде чем создавать подобный проект, агентство хорошо разрекламировало свой основной аккаунт @ria_novosti, где сегодня насчитывается около 181.000 подписчиков.

Таким образом, использование Instagram помогает СМИ привлекать читателей и увеличивать популярность тому или иному изданию. Здесь нельзя не вспомнить об опыте журнала «Тайм» (TIME), когда редакция попросила нескольких фотографов докумен-

тировать с помощью приложения последствия урагана Сэнди, которые обрушился на Северо-Восточное побережье США осенью 2012 года. По словам Киры Поллак, директора фотослужбы журнала, цель была как можно быстрее показать людям фотографии с мест основных разрушений, и удобнее это было сделать через Instagram. Но можно предположить, что помимо скорости, редакция хотела выделиться на фоне остальных изданий, необычным подходом освещения стихийного бедствия. В результате к аккаунту журнала в приложении Instagram прибавилось около 12.000 подписчиков.

Приведенные выше примеры говорят нам о том, что популярная сегодня практика у СМИ создавать свои аккаунты в Instagram помогает не терять контакта с аудиторией, который важен для привлечения внимания к изданиям. Ко всему прочему, приложение является весьма эффективным инструментом в работе фотожурналистов.

Источники и литература

- 1) Визуальная коммуникация: история и актуальные проблемы современности. Часть 2. Сборник научно-практических статей кафедры фотожурналистики и технологий СМИ. – М.: Факультет журналистики МГУ, 2012. – 136 с. 2.
- 2) Дмитрий Костюков: в фотографии может быть чудо, а может быть фокус. Интервью К.И. Рыльцевой. 17 ноября 2012 года. // http://www.journ.msu.ru/about/news/6280/?sphrase_id=129520
- 3) Jeff Bercovici. Why Time Magazine Used Instagram To Cover Hurricane Sandy. - November, 1. - 2012 // <http://www.forbes.com/sites/jeffbercovici/2012/11/01/why-time-magazine-used-instagram-to-cover-hurricane-sandy/>
- 4) <http://instagram.com/press>
- 5) <http://instagram.com/natgeo>
- 6) http://instagram.com/ria_novosti
- 7) http://instagram.com/1941_2015
- 8) <http://instagram.com/rt>
- 9) <http://instagram.com/time>