

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций
Факультет журналистики

На правах рукописи

СПАЩАНСКАЯ Олеся Олеговна

ФЕНОМЕН МОБИЛЬНОЙ ФОТОГРАФИИ

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
по направлению «Журналистика»
(творческий проект)

Научный руководитель –
Старший преподаватель,
Беленький А.И.
Кафедра медиадизайна и информационных технологий
Очно-заочная форма обучения

Вх. № _____ от _____
Секретарь _____

Санкт-Петербург
2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ЭМПИРИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ МОБИЛЬНОЙ ФОТОГРАФИИ КАК ВИЗУАЛЬНОГО ФЕНОМЕНА	6
1.1. Понятие «мобилографии», возникновение и развитие феномена	6
1.2. Фотожурналистика и социальные сети: взаимодействие	10
1.3. Роль мобилографии в социальной практике	18
1.4. Социомедийная зависимость	21
1.5. Мобилография как форма репрезентации идентичности	23
ГЛАВА II. АНАЛИЗ «МОБИЛЬНОГО» КОНТЕНТА В СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАСРЕДЕ	26
2.1. Обзор и описание медиаплатформ	26
2.2. Анализ тематических фотопроектов в социальных сетях	29
2.3. Анализ тематических фотопроектов в СМИ	32
2.4. Описание собственного проекта.....	34
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	35
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	38
ПРИЛОЖЕНИЯ	41

ВВЕДЕНИЕ

Сегодня во всём мире наблюдается тенденция к увеличению количества фотографических изображений, полученных не любительскими или профессиональными камерами, а смартфонами и мобильными телефонами. И если изначально количество мобильного фотографического контента было незначительным и хаотичным, то со временем мобильная фотография превратилась в новый способ коммуникации, с массой поклонников и со своим особенным визуальным языком. Так в начале нынешнего века зародился жанр мобильной фотографии, который сегодня становится всё более популярным.

Изначально камера на телефоне была неотъемлемым атрибутом лишь фотолюбителя. Ещё 10 лет назад мобильная фотография считалась «полуфабрикатом», неспособным конкурировать с фотографией профессиональной. Однако улучшение качества изображения, получаемого камерой мобильного телефона, привело к тому, что общество начало активно пользоваться этими гаджетами для «документирования» окружающего мира. Благодаря конструкции современных мобильных устройств и соединению с сетью Интернет, появилась возможность мгновенной публикации и распространения визуального контента. И данный факт является, возможно, одним из поворотных для фотожурналистики.

Сегодня рынок журналистской фотографии находится в условиях жёсткой конкуренции и финансового прессинга. Причина сложившейся ситуации на медиарынке кроется в нескольких факторах. С одной стороны, пресса, бумажные СМИ, можно сказать, умирают, с другой стороны, развитие Интернета и смартфонов со встроенными камерами оказывают давление на действующих фотожурналистов возможностью моментальной публикации снятого фотографического контента.

Всё чаще мы видим, что штатные фотожурналисты и фрилансеры снимают на мобильные телефоны профессионально. Ввиду доступности мобильной техники, грань между профессиональной и любительской фотографией зачастую стирается.

Тем не менее, сегодня в России отсутствует Интернет-ресурс, где бы широко и систематизировано освещалась практика мобильной фотографии.

Актуальность данного исследования заключается в том, что феномен мобильной фотографии недавно возник и очень мало изучен. Обладая большим потенциалом, он только недавно начал существенно влиять на медиарынок и, следовательно, заслуживает дальнейшего исследования, выявления особенностей мобильного контента, прогнозирования развития и влияния на разные сферы деятельности людей. Пока что в России отсутствует ресурс, в котором были бы полно и систематизировано представлены знания о мобилографии.

Новизна работы заключается в создании первого в России онлайн-ресурса для размещения фото- и текстовых материалов о мобильной фотографии, который основан на изучении данного феномена.

Цель: выявить особенности мобильной фотографии как визуального феномена и представить результаты исследований в рамках тематического онлайн-проекта.

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие **задачи:**

- 1) изучить теоретическую базу вопроса возникновения и развития мобильной фотографии;
- 2) выявить особенности мобильной фотографии как визуального феномена;
- 3) проанализировать публикации в СМИ и социальных сетях, сделанные с помощью мобильного телефона;
- 4) разработать тематический онлайн-проект, посвящённый феномену мобильной фотографии.

Объектом исследования станет мобильная фотография в современной медиасреде.

Предмет исследования – тематическая концепция онлайн-проекта, посвящённого мобильной фотографии.

Теоретической базой исследования станет литература, посвящённая феномену мобильной фотографии, а также экспертные интервью, взятые для написания работы.

Эмпирическую базу работы составят фотопубликации на медиаплатформах, сделанные при помощи мобильного телефона.

В исследовании применяются следующие **методы**: культурно-исторический, структурно-функциональный, сравнительный, визуальный анализ, экспертное интервью.

Работа состоит из введения, двух глав и девяти параграфов, заключения, библиографического списка литературы и приложений.

ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ЭМПИРИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ МОБИЛЬНОЙ ФОТОГРАФИИ КАК ВИЗУАЛЬНОГО ФЕНОМЕНА

1.1. Понятие «мобилогграфии», возникновение и развитие феномена

На сегодняшний день в мировом медийном пространстве чётко обозначилась тенденция к информатизации общества. Благодаря техническому прогрессу расширяется коммуникативная основа функционирования социума, появляются новые способы общения. Одним из современных инструментов невербальной коммуникации является мобильная фотография. Пожалуй, в 21 веке встроенная в телефон камера входит в перечень самых популярных изобретений. Ежедневно на платформу Instagram выкладывается свыше 80 миллионов фотографий¹, и большинство из них сделаны при помощи мобильных устройств. Однако, прежде чем «мобильное» творчество стало массовым явлением, гаджетам с камерами пришлось пройти недолгий, но интенсивный путь развития. Давайте рассмотрим некоторые этапы их эволюции.

Более 10 лет было потрачено на разработку мобильного телефона, и в 1983 году компания Motorola представила первое сотовое устройство «DynaTAC 8000X». Функционал устройства был очень ограничен: телефон был способен принимать входящие и исходящие вызовы и имел одну мелодию. Аккумулятора хватало всего на час при условии активной эксплуатации телефона. Существенным минусом являлись и внушительные размеры устройства: так как «DynaTAC» был очень габаритным, его нельзя было положить в карман. Спустя 5 лет эта же компания начинает производить компактные и более удобные в использовании мобильные телефоны.

И лишь в 2001 в Японии создаётся первый сотовый телефон «Sharp J-SH04» со встроенной камерой размером 0,1 мегапикселя. Вскоре другие

¹ Инстаграм в цифрах — полезные данные, факты и фишки // Javdele.com. [s. a.]. URL: <http://javdele.com/instagram-v-cifrax/>.

компания по производству техники, не желая отставать от конкурентов, выпускают мобильные устройства с функцией съёмки. Так в 2007 году Apple презентует свой первый iPhone с удобным интерфейсом и 2-мегапиксельной камерой. Позже другие компании по производству мобильной техники начали представлять телефоны с высокими техническими показателями камер.

Улучшение качества изображения привело к тому, что общество начало активно пользоваться мобильными гаджетами для «документирования» окружающего мира. И если изначально оно было единичным и хаотичным, то со временем оно превратилось в новый способ коммуникации, имеющий свой визуальный язык. Так в начале века зародился жанр мобильной фотографии, который сегодня становится всё более популярным.

Итак, введём в данное исследование понятие «мобилогграфия» (от лат. *mobilis* – «подвижный», и греч. *γραφή* – «писать»). Этот термин «мобилогграфия» ввёл в употребление российский художник Дмитрий Резван в 2004 году². Единого определения мобилогграфии не существует, что обусловлено относительной новизной явления. Поэтому стоит обратиться к работам некоторых теоретиков и практиков фотографии и посмотреть, какие толкования данного феномена ими предложены.

В научной статье «Феномен мобилогграфии как новая форма репрезентации идентичности» авторы Т. С. Паниотова и М. В. Митрохина определяют понятие как «новую форму репрезентации идентичности с помощью фотографий, сделанных на устройство, не предназначенных для профессионального фотографирования»³. В интервью для журнала Photo&Video Дмитрий Резван отметил, что мобилогграфия – это «новая медиасреда и искусство коммуникации»⁴. А в одном из выпусков American

²² Борознова А. Мобилогграфия. Твоя часть жизни // Foto&Video. 22 июня 2008. URL: <http://www.foto-video.ru/contest/review/32675/>.

³ Паниотова Т. С., Митрохина М. В. Феномен мобилогграфии как новая форма репрезентации идентичности // Социология и жизнь. Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, 201. С. 146.

⁴ Борознова А. Указ. соч.

Photo фотожурналист Бенджамин Лоуи охарактеризовал феномен как вид демократизации фотографии, возникший из-за развития диджитал-технологий⁵.

Итак, опираясь на трактовки специалистов, дадим более ёмкое определение феномена. Мобильная фотография (или мобилография) – это один из способов получения изображения, отличительной чертой которого является активное использование камеры на устройствах, где изначально она являлась лишь дополнительной функцией. Теперь можно в данной работе употреблять термин «мобилография».

Продолжим изучение развития феномена. Благодаря цифровой революции XXI века мобильные телефоны стали продуктом, доступным практически каждому человеку. Технические характеристики камер значительно улучшились, и сегодня с помощью мобильного устройства можно получить качественные изображения, которые по техническим и композиционным характеристикам попадают в выставочный дискурс и уже используются в современных экспозиционных форматах. В 2002 году в Лондоне была впервые проведена выставка мобилографии. На ней были представлены работы как любителей, так и профессионалов. Экспозиция вызвала большой ажиотаж. Однако многие критики в качестве существенного недостатка отметили низкое разрешение и нечёткость некоторых снимков. Фотограф Том Эриксон так прокомментировал замечание: «Может ли искренняя улыбка быть измерена в мегапикселях? Важно ли вам, когда вы видите смеющиеся глаза, знать, каково разрешение их изображения? Главное – поймать эмоцию и поделиться ею со всем миром»⁶. И если в 2002 году были телефоны лишь с 1-мегапиксельной камерой, то сегодня компания Apple уже презентует мобильную технику с 12-мегапиксельной камерой. В компании отмечают, что последняя версия iPhone может конкурировать с

⁵ Travis Marshall. Photojournalists move to Instagram, from Syria to Sandy // American photo. P. 21. April 3, 2013. URL: <http://www.americanphotomag.com/photojournalists-move-instagram-syria-sandy>.

⁶ Там же.

профессиональными цифровыми зеркальными фотоаппаратами⁷. Такие высокие технические параметры камер некоторых мобильных устройств сегодня позволяют распечатать фотографию с телефона в большом формате без риска потери качества изображения. Так, например, свои фотографии с iPhone, распечатанные в формате метр на метр, представил фотограф Эрмитажа Юрий Молодковец на своей выставке в 2016 году. Экспозиция называлась «Образы музея, снятые мобильным телефоном». На ней можно было увидеть снимки разных уголков музейного комплекса, сделанные автором с помощью мобильного устройства. Сам Молодковец является автором официальной страницы Государственного Эрмитажа в Instagram.

Сегодня выставки по мобилографии проводятся практически в каждом крупном городе. Теперь, в связи с улучшением качества телефонных камер, возникает вопрос: можем ли мы говорить о мобильной фотографии как о полноценном визуальном продукте? Мнения профессионалов на этот счёт расходятся. Например, петербургский фотохудожник Даниил Конторович считает мобильный телефон лишь «тренажёром для глаз». Конторович аргументирует такую позицию несовершенством мобильных камер в техническом плане: «Когда нет под рукой фотоаппарата, то можно поснимать на телефон. Но пока что качество мобильной техники не дотягивает до уровня профессиональных фотоаппаратов»⁸. Куратор РОСФОТО Игорь Лебедев также отмечает, что пока снимки на телефон не могут конкурировать с изображениями, полученными с помощью зеркальных камер. Фотограф соглашается с тем фактом, что мобильная фотография сегодня пригодна для выставочного формата, но главным минусом мобилографии считает неспособность запечатлеть динамику: «По большей части фотографии с телефона показывают нам статику. Мобильное устройство может хорошо

⁷ Мартыненко А. Какие камеры в iPhone 7 и iPhone 7 Plus, сколько мегапикселей и какая апертура // yablyk.com. 13 сентября 2016. URL: <https://yablyk.com/890223-kakie-kamery-u-iphone-7-i-iphone-7-plus-podrobno/>.

⁸ Приложение 12.

запечатлеть неподвижный объект, но если речь идёт о съёмке движения, то тут возможностей гаджета может быть недостаточно»⁹.

Противоположную позицию занимает фотограф Юрий Молодковец. Он подчёркивает самодостаточность снимков с мобильных устройств. Молодковец выделяет такие характеристики мобильной фотографии, как самостоятельность и конкурентоспособность. «Телефон с камерой - это всего лишь инструмент, который, находясь в руках профессионала, становится хорошей возможностью получения качественного изображения. Тут больше важны профессиональные качества самого фотографа, чем устройство, на которое он снимает», – комментирует фотограф¹⁰. Такой же точки зрения придерживается и фотожурналист Сергей Максимишин: «Фотография представляет собой картинку, которая находится у вас в голове. А то, какими способами вы будет её визуализировать, вопрос не первостепенный»¹¹.

Итак, из атрибута любителя-фотографа мобилография превращается в инструмент профессионалов. И если раньше снимок с телефона считали полуфабрикатом из-за низкого качества изображения, то сегодня этот недостаток исчезает. Как показала практика мобилографии, с помощью некоторых моделей телефонов уже можно делать снимки, которые могут быть использованы в выставочных форматах. Одна из особенностей исследуемого феномена заключается в «демократизации» фотографии: она стала массовой и доступной за счёт популярности гаджетов и простоты обращения с ними.

1.1. Фотожурналистика и социальные сети: взаимодействие

«История фотожурналистики насчитывает меньше двух столетий. Начинать отсчёт принято с середины XIX века, когда на страницах Illustrated London News были опубликованы работы Роджера Фентона,

⁹ Приложение 15.

¹⁰ Приложение 11.

¹¹ Приложение 16.

документировавшего сражения Крымской войны»¹². С этого момента репортажная техника прошла много этапов развития, и сегодня она переживает очередную эволюцию. Благодаря техническому прогрессу появились смартфоны и социальные сети. Эти новшества обусловили возможность мгновенного распространения информации, в том числе и визуального контента. Всё это оказало большое влияние на фотожурналистику. Теперь её лицо формируют гражданские активисты, которые первыми оказались на месте события. Кадр может быть снят в любой точке мира и «уже через несколько мгновений он будет опубликован в Сети»¹³.

Пристальное внимание к феномену мобилографии в журналистском дискурсе прежде всего связано с возможностью публикаций снимков с телефона на страницах печатных изданий. Впервые фотография с мобильного устройства была размещена на страницах New York Times ещё в 2010 году. Это была серия снимков из Афганистана. На тот момент программой для обработки снимков был Hipstamatic, ранний аналог Instagram¹⁴.

Продолжим изучение истории публикаций снимков с мобильных устройств на страницах СМИ. 31 марта 2013 года на передовице New York Times была опубликована фотография с мобильного телефона фотожурналиста Ника Лэма. На снимке был запечатлён бейсболист Алекс Родригес. Сама съёмка проводилась ещё в 2012 году, и фотографии делались не только на мобильное устройство, но и на профессиональный фотоаппарат. Тогда фотобанк Getty Images добавил снимки в свой каталог. Мы можем сделать вывод, что тем самым один из самых известных в мире фотобанков авторитетно приравнял статус мобильной фотографии к статусу изображения, полученного с помощью профессиональной аппаратуры.

¹² Кащеева А. Квадратные новости: Как Instagram меняет фотожурналистику // Bird in flight. 11 марта 2016. URL: <https://birdinflight.com/ru/mir/kvadratnye-novosti-kak-instagram-menyaet-fotozhurnalistiku.html>.

¹³ Чапник Г. Правда не нуждается в союзниках / Г. Чапник; пер. с англ. В. Шраги. – СПб.: Клаудберри, 2016. С.16.

¹⁴ На передовицу The New York Times поместили фото из Instagram // Lenta.ru. 1 апреля 2013. URL: <https://lenta.ru/news/2013/04/01/instimes/>.

Сегодня смартфоны стали частью инструментария многих фотожурналистов. Одним из первых мобилографов является Ричард Эрнандес, мультимедийный журналист и доцент Калифорнийского университета в Беркли. Свой первый iPhone он купил ещё в 2007 году. Технические характеристики у телефона были невысокими: 2-мегапиксельная камера. Тем не менее, Эрнандес сразу начал использовать камеру на работе. Сам журналист объяснил это тем, что с телефоном не нужно использовать компьютер и шнуры для передачи фотографий. Мы не можем проигнорировать тот факт, что качество снимков, полученных с помощью ранних моделей iPhone, не очень высокое. Особенно если мы говорим о съёмке в тёмное время суток. Ричард Эрнандес также признавал этот недостаток, но для него наиболее важным был факт оперативного распространения изображения.

Если мы говорим о возможности быстрого распространения визуального контента с помощью мобильных устройств, то стоит также упомянуть, что сегодня функцией передачи изображения через Интернет наделены и многие профессиональные фотоаппараты. Компании по производству цифровых камер не могли проигнорировать такой существенное достоинство мобильных гаджетов, как выход в Интернет и, как следствие, мгновенную передачу изображений. Поэтому в ноябре 2012 года компания Samsung выпустила Galaxy Camera, первую попытку включить ОС Android и сотовую антенну в компактную камеру. Затем Canon представила EOS 6D – полнокадровый фотоаппарат со встроенным Wi-Fi и инструментами для обмена. Некоторые модели зеркальных камер позволяют с помощью интернета моментально отправлять изображения на электронную почту или сразу выкладывать снимки в социальные сети. А на устройствах, работающих на базе Android, пользователь может отредактировать сделанные снимки в специальных онлайн программах. Сегодня такие компании, как Canon, Nikon, Sony, Fujifilm и многие другие выпускают как зеркальные, так и компактные цифровые фотоаппараты со встроенным Wi-Fi модулями.

Однако некоторые фотожурналисты всё же предпочитают телефон профессиональным камерам, и их число растёт. Данная тенденция обусловлена таким качеством мобильных устройств, как компактность. Уместно обратить внимание на профессиональную деятельность фотографа Яна Чунга. В 2012 году на Олимпийских играх в Лондоне Чунг делал репортажные снимки исключительно при помощи своего iPhone. Сам фотограф это объяснил тем, что съёмка на такой компактный гаджет помогает ему найти новые ракурсы и при этом быстро перемещаться в толпе других корреспондентов. При съёмке той части игр, которые проходили в бассейне, Чунг прикладывал камеру телефона вплотную к стеклу. Это помогло ему добиться отсутствия отражений и искажений. Но если проанализировать другие фотографии Дана Чунга с Олимпийских игр, мы заметим, что, например, снимки движущихся объектов несколько смазаны¹⁵. Это обусловлено ограниченными возможностями телефона (в 2012 году Чунг снимал на iPhone 4s).

Наиболее удобным фотоинструментом телефон является при репортажной съёмке в горячих точках. Фотожурналист Деймон Винтер пользуется мобильным телефоном для освещения военных действий. Сам Винтер это объясняет тем, что съёмка на телефон помогает ему максимально приблизиться к предметам. В одном из интервью фотограф сказал, что лучшие из его фотографий американских солдат в Афганистане никогда не были бы сделаны, если бы не было мобильного телефона.

Особое научно-теоретическое значение для анализа влияния мобилографии на журналистику оказывает возникновение и развитие социальных платформ для публикаций фотоконтента. С недавнего времени такая популярная платформа, как Instagram, начала сильно воздействовать на функционирование фотослужб изданий. Важным для исследования является первый случай активного взаимодействия фотожурналистики и социальных

¹⁵ Приложение 1.

сетей: в 2012 году на обложке журнала Time публикуется фотография с мобильного телефона¹⁶. В октябре вышеупомянутого года на северо-востоке США образовался мощный тропический циклон, ущерб от которого был нанесён многим городам. Позже ураган назвали «Сэнди». Руководителю фотослужбы Time Кире Поллак нужно было принять безотлагательное решение о том, как нужно задокументировать грядущую катастрофу, так как ураган быстро перемещался. Тогда команда Поллак связалась с пятью фотографами из разных городов и сообщила им пароль от официального аккаунта журнала в Instagram. Таким образом у фотографов появился мгновенный доступ к платформе и, как следствие, возможность в режиме онлайн публиковать фотографии с телефонов в Instagram Time. Бенджамин Лоуи, который часто сотрудничал с Time и National Geographic, успел снять на iPhone момент, когда шторм достиг полуострова Кони-Айленд. В итоге получилось драматичное изображение, где волны разбиваются о побережье. Именно этот снимок Лоуи и был опубликован на обложке Time. Эксперимент оказался удачным: 29 октября 2012 года у сайта Time был один из самых высоких трафиков за всё время существования электронной версии журнала, а «его Instagram-аккаунт собрал 12000 новых подписчиков за 48 часов»¹⁷. Эта была первая попытка использовать социальную платформу для освещения события подобного масштаба.

Также для исследования важно рассмотреть случаи влияния Instagram не только на политику изданий, но и на то, как данная платформа оказывает влияние на деятельность отдельных фотографов. Можно привести примеры, когда Instagram фотографа становился разновидностью онлайн-СМИ. Лиз Эссвейн, студентка Нью-Йоркского Университета в 2011 году создала в Instagram профиль с именем пользователя @newyorkcity, куда выкладывала свои фотографии с телефона на социальную тематику. Основной целью Лиз

¹⁶ Приложение 3.

¹⁷ Travis Marshall. Photojournalists move to Instagram, from Syria to Sandy // American photo. P. 21. April 3, 2013. URL: <http://www.americanphotomag.com/photojournalists-move-instagram-syria-sandy>.

было создание образа города. Уже спустя несколько месяцев у вышеупомянутого профиля было полмиллиона подписчиков. Так аккаунт Эссвейн стал издательством, который по количеству аудитории соперничал с крупными журналами. Спустя некоторое время многие нью-йоркские бренды готовы были заплатить Лиз, чтобы построить свой мобильный маркетинг и появиться в фото-потоке профиля @newyorkcity. Позже девушка, объединившись с двумя Instagram-блогерами, основала одну из первых консалтинговых компаний в области социальных медиа, построенных почти полностью вокруг Instagram.

Интерес к Instagram связан не только с возможностью оперативного распространения информации. Одной из причин популярности мобилографии стало наличие готовых фильтров и фреймов (рамок) для обработки изображения. Изначально эти опции использовались для маскировки недостатков снимков низкого качества, но сегодня фильтры считаются инструментом, делающим фотографии более эстетичными. Так спортивный фотограф Брэд Мангин сделал серию снимков с бейсболистами во время тренировок и игрового сезона. При обработке изображений Мангин решил использовать чёрные фреймы, которые придавали фотографиям большую выразительность. Эта серия была напечатана на страницах журнала Sports Illustrated в июле 2012 года.

В исследовании феномена центральным становится вопрос состояния современного медиарынка. Если сегодня фотожурналистика представляет собой совместную деятельность любителей и профессионалов, то не получится ли так, что вскоре работа штатных фотографов станет невостребованной? Чтобы ответить на этот вопрос, сначала нужно понять, кто подразумевается под понятием «профессионала». Юрий Молодковец определяет профессионального фотографа как человека, способного создавать качественные снимки, наполненные не только художественным содержанием,

но и синтезом «интеллектуальности и духовности»¹⁸. Он утверждает, что профессиональные фотографы всегда будут нужны, чтобы раскрыть информацию «в более убедительной форме»¹⁹. Влияние гражданской журналистики на качественные СМИ отмечает и фотограф газеты «Коммерсантъ» Александр Петросян: «В любых событиях люди со смартфонами, простые прохожие, оказываются в центре происходящего. И информация мгновенно достигает редакции. Тут простые очевидцы находятся в выигрыше. Но это не значит, что работа профессионала с хорошей камерой больше не нужна. Задача фотожурналиста – дать более глобальное осмысление событию. Пусть он не зафиксирует непосредственно горячую точку, но даст публике другой вариант этого события. Иными словами, профессионал должен снимать «волны» происходящего»²⁰.

Однако представляется невозможным проигнорировать случай, произошедший в мае 2013 года в американской газете Chicago Sun-Times: из редакции издания были уволены 28 штатных фотожурналистов²¹. Среди уволенных сотрудников были люди с огромным стажем работы. Причиной подобного массового увольнения стала попытка улучшения финансового положения: руководство хотело урезать редакционные расходы за счёт привлечения фрилансеров и обучения оставшегося коллектива репортёров фотографии на качественные смартфоны²². Реакция среди фотожурналистов на случай в Chicago-Sun Times была негативной. Алекс Гарсия, фотограф журнала Chicago Tribune, заметил, что совмещение обязанностей может сильно понизить качество работы²³. Специалист по фотографии Фред Ричин так прокомментировал ситуацию: «Есть лишь несколько примеров, когда из

¹⁸ Приложение 11.

¹⁹ Там же.

²⁰ Приложение 13.

²¹ Jeremy Lybarger. Can Photojournalism Survive in the Instagram Era? // Mother Jones. JUL. 18, 2013. URL: <http://www.motherjones.com/media/2013/07/bending-the-frame-fred-ritch-photojournalism-instagram/>

²² Там же.

²³ Там же.

журналиста получался хороший фотограф – слишком различны эти навыки. Я не верю, что этот эксперимент будет успешным до тех пор, пока репортёры не эволюционируют в мультимедиа журналистов: слово, изображение, звук, всё это должно синтезироваться в развёрнутое повествование»²⁴.

Подведём промежуточные результаты исследования. Сегодня журналистика – это «синтез деятельности любителей и профессионалов»²⁵. Происходит сближение фотографии профессиональной и любительской. Это обусловлено тем, что люди устали от «серьёзной информации», публикуемой в новостных изданиях. Многие фотографы, также обратив внимание на эту тенденцию, переключились на протоколирование повседневности, «имитируя привлекательную для зрителя простоту и иногда даже интимность»²⁶. Фотокорреспонденты находятся в поисках новых форм подачи визуальной информации, чтобы поддерживать свой статус и не отставать от гражданских активистов. Такая конкуренция обусловила кризисное состояние медиарынка и привела к сокращению штата фотокорреспондентов.

Высокие технические характеристики камер мобильных устройств и такой показатель, как удобство использования телефонов для съёмки, обусловленное компактностью и простотой, позволяют сделать прогноз, что в скором времени мобильные гаджеты станут основным инструментом фотожурналиста.

Если обратиться к истории развития фотографии с точки зрения способов получения изображения, то Юрий Молодковец выделяет два ключевых момента. В XIX веке Луи Дагер изобрёл дагеротипию. Но дагерротипия умерла в тот день, когда появился коллоидный способ Арчера, потому что второй способ получения изображения был более дешёвым и

²⁴ Jeremy Lybarger. Can Photojournalism Survive in the Instagram Era? // Mother Jones. JUL. 18, 2013. URL: <http://www.motherjones.com/media/2013/07/bending-the-frame-fred-ritchin-photojournalism-instagram/>

²⁵ Travis Marshall. Указ. соч. С. 19.

²⁶ Шахиджанян С. Работа фотослужбы в современном издании // В мастерской фотожурналиста. Сборник статей / Под ред. О. А. Бакулина, Л. В. Сёмовой. – М.: Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2011. С. 112.

прогрессивным. Следующий эпизод произошёл в 1975 году, когда компания Kodak представила первый цифровой фотоаппарат²⁷. Ошибка компании заключалась в том, что она перестала вкладывать деньги в это изобретение как таковое, а продолжала строить заводы по производству аналоговых фотоматериалов: плёнок, фотобумаг и прочего. Развивать цифровую технику стали новые компании. В итоге Kodak уже не является мировым лидером в области фотографии. Опираясь на исторический опыт, мы можем сделать следующий вывод: если новый, более удобный способ получения изображения связан с мобильной фотографией, то есть большая вероятность, что зеркальные камеры скоро умрут.

1.3. Роль мобилографии в социальной практике

Инстамиты.

Возрастающий интерес к мобильной фотографии стал причиной появления такого явления, как инстамиты. Инстамиты – это встречи людей, увлечённых мобилографией. Цель таких мероприятий – обмен фотографическим опытом и создание «комьюнити мобилографов»²⁸. «Люди, заинтересованные в мобильном творчестве, знакомятся, делятся опытом и создают какой-то интересный визуальный продукт»²⁹.

Проведение инстамита всегда анонсирует официальный аккаунт Instagram. Там же задаётся и тематика встречи: это может быть «доброта», «искусство» и др. После того, как была обозначена тема, из разных городов подаются заявки на организацию мероприятия. Заявку может подать любой человек, но, как правило, этим занимаются Instagram-блогеры. Сегодня под понятием «Instagram-блогер» подразумеваются люди, активно размещающие фотографии с мобильного телефона в Instagram и имеющие большое количество подписчиков. Поэтому именно они занимаются организацией

²⁷ История бренда Kodak: Brand Report // BrandReport. 1 мая 2012. URL: <http://www.brandreport.ru/kodak/>.

²⁸ Приложение 14.

²⁹ Там же.

встреч: возрастают шансы на привлечение большого количества участников. Для проведения инстамита выбираются выходные дни, и организаторам рассылаются предметы, содержащие символику Instagram: наклейки, кружки, ручки³⁰. Далее блогеры выбирают площадку для встречи и уже более локально анонсируют инстамит в своих аккаунтах в Сети. Коммерческая основа у подобных мероприятий отсутствует.

Инстамиты делятся на открытые и закрытые³¹. Эта классификация обусловлена составом участников. На открытые встречи может прийти любой человек, а в закрытых принимают участие только Instagram-блогеры.

Закрытые инстамиты подразумевают посещение блогерами закрытых пространств³². Чаще всего это музеи, исторические памятники или любые другие площадки, где обычно в рабочее время находится большое количество посетителей. Как правило, организатор закрытого инстамита договаривается с дирекцией потенциального места проведения, а затем приглашает блогеров. Впервые закрытый инстамит был проведён в нью-йоркском Met Museum. Затем подобные встречи проводились в музеях Лондона, Парижа и Тасмании. В России первый инстамит состоялся в петербургском Эрмитаже. Затем подобные встречи проводились в Главном штабе и на Императорском фарфоровом заводе³³. Организатором этих встреч является Юрий Молодковец. Сам фотограф так объясняет цель инстамитов: «Если что-то хорошее происходит, то об этом нужно докладывать человечеству. И Instagram – это прекрасный канал, чтобы транслировать миру чудесные события. И это не совсем реклама. Ведь мы работаем с духовными сферами и в первую очередь транслируем красоту и гармонию»³⁴.

³⁰ Приложение 14.

³¹ Там же.

³² Приложение 11.

³³ Там же.

³⁴ Там же.

Краудсорсинг и Instagram

Сегодня Instagram активно используется в маркетинговой стратегии многих компаний. Этот фото-сервис – хорошая площадка для презентации брендов и создания краудсорсинговых проектов.

Краудсорсинг – это «мобилизация ресурсов людей посредством информационных технологий с целью решения поставленных задач»³⁵. Для компаний-заказчиков краудсорсинг стал хорошей возможностью привлечения потенциальных клиентов и решения производственных задач. «Конкурсные платформы – это один из видов площадок для краудсорсинга. Здесь заказчик создает конкурс, размещая определенное задание. Исполнители присылают свои варианты решения поставленной задачи, одновременно комментируя и оценивая работу друг друга. Таким образом, отбирается одна или несколько лучших работ»³⁶.

И сегодня Instagram – это хорошая площадка для коммуникации компании и аудитории: ещё в 2016 году количество пользователей Instagram превысило 500 миллионов³⁷. Представим, что некая компания хочет повысить уровень взаимодействия с пользователями. Руководство понимает, что краудсорсинг будет наиболее оптимальным решением для осуществления поставленной задачи. В качестве подходящего формата выбирается конкурс. На странице компании в Instagram публикуется информация о его проведении, описание и условия. Основная цель – побудить подписчиков к действию. В качестве примера можно привести телекомпанию «ABC World News». На официальном аккаунте компании в Instagram появилась информация о проведении конкурса фотографий близнецов. Подписчики должны были

³⁵ Краудсорсинг // Crowdsosing.ru. URL: <http://crowdsourcing.ru/cat/4>.

³⁶ Краудсорсинг: основные площадки в России и их аналоги на Западе // ToWave. 14 сентября 2016. URL: <http://www.towave.ru/pub/kraudsorsing-osnovnye-ploshchadki-v-rossii-i-ikh-analogi-na-zapade.html>.

³⁷ Число пользователей Instagram превысило 500 миллионов // Lenta.ru. 21 июня 2016. URL: <https://lenta.ru/news/2016/06/21/insta500/>.

разместить у себя в профилях изображения с хештегом «wntwins»³⁸. Лучшее фото демонстрировалось в выпуске новостей³⁹.

Проведём промежуточный итог. Сегодня мобилография в дискурсе социальной практики выполняет интегрирующую функцию. Благодаря этому явлению обычные фотолюбители и Instagram-блогеры начали создавать сообщества, целью которых является обмен фотографическим опытом. Подобные коллективы мобилографов с недавнего времени стали привлекаться для съёмок различных культурных пространств с целью пиара.

Также Instagram является инструментом для реализации маркетинговой стратегий многих компаний. Он активно используется в качестве площадки размещения рекламы и краудсорсинговых проектов. Так Instagram коммерциализируется и из средства репрезентации визуального контента превращается в механизм, осуществляющий привлечение потенциальных клиентов.

1.4. Социомедийная зависимость

Глобальная информатизация общества, помимо перечисленных выше плюсов, имеет и большой минус: у большого количества пользователей Интернета стала появляться Интернет-зависимость. Сегодня эта зависимость представляет значимую социальную проблему. И, хотя это тип психического расстройства ещё не был официально признан болезнью, многие психологи приравнивают его к разновидности заболевания. Согласно статистике, 15% своего времени россияне проводят в социальных сетях. А в мире примерно 20-30% населения обнаруживают признаки Интернет-зависимости⁴⁰.

³⁸ Приложение 2.

³⁹ Instagram — фотожурналистика, краудсорсинг и соцсеть // Новый репортёр. 4 апреля 2012. URL: <http://newreporter.org/2012/04/04/instagram-fotozhurnalistika-kraudsorsing-i-socset/>.

⁴⁰ Опасна ли интернет-зависимость: мнения // ИА Рех. 29 октября 2012. URL: <http://www.iarex.ru/news/30614.html>.

Существует несколько типов Интернет-зависимости. И самая распространённая из них – социомедийная. Своей природой она обязана активному использованию ресурсов социальных медиа: страниц Вконтакте и Facebook, различных блогов и приложений.

В свою очередь, самой популярной формой социомедийной зависимости являются селфи (англ. selfie, от «self» – сам, себя) – «разновидность автопортрета, заключающаяся в запечатлении самого себя на фотокамеру, фиксируемую в вытянутой руке, нередко при помощи зеркала или специальных аксессуаров (штатива-монопода)»⁴¹. В сетевом сленге также можно встретить такие варианты термина «селфи», как «себяшка», «селф-шот» или «самострел». Если в поисковом окне в Instagram вбить хештег «selfie», то мы можем увидеть свыше 3 миллионов публикаций⁴². Предшественниками селфи являются первые автопортреты, сделанные ещё на плёночные фотокамеры. «Интернет-автопортреты стали модным виртуальным поветрием, охватившим миллионы пользователей глобальной Сети»⁴³. Своей популярностью селфи обязано появлению и развитию телефонов с камерой.

Психологи выделяют три уровня развития селфи-зависимости⁴⁴:

- 1) начальный-эпизодический;
- 2) острый;
- 3) хронический.

В первом случае человек делает автопортреты до трёх раз в сутки. Во втором – свыше трёх и при этом выкладывает снимки в социальные сети. На последней стадии селфи становится потребностью и принимает

⁴¹ Сосин И. К. Гончарова Е. Ю. Чуев Ю. Ф. Селфи как субкультура и новая форма зависимости: идентификация проблемы // Вопросы психологии. Симпозиум. Восточноевропейский журнал внутренней и семейной медицины. №2, 2015. URL: http://www.internalmed-journal.in.ua/wp-content/uploads/2015/11/Журнал_2_2015_4-12.pdf. С. 4.

⁴² Приложение 4.

⁴³ Сандомирский М. Культ публичности // Дети в информационном обществе. № 21 (май-июль 2015). URL: http://detionline.com/assets/files/journal/21/tema_selfi_cult_publichnosti.pdf. С. 38.

⁴⁴ Там же.

паталогические формы. Несмотря на кажущуюся несерьёзность исследования, в истории было много случаев, когда съёмка селфи влекла за собой летальный исход. Давайте рассмотрим несколько примеров «селфицида», широко освещаемых в СМИ. В 2015 году российская студентка погибла, упав с высоты 15 метров при неудачной попытке снять автопортрет. Румынка Анна Урсу скончалась на крыше поезда, задев штативом-моноподом провода с напряжением. Самолёт в штате Колорадо потерпел крушение из-за попытки пилота сделать автопортрет. И эти происшествия далеко не единичны. Как сообщает информационный портал «Life.ru», только в 2015 году 50 человек погибли в результате неудачных попыток селфи⁴⁵. И такое случается всё чаще из-за возрастающей зависимости людей, особенно подростков, молодёжи от медиасреды, постоянной погони за "лайками" и всё большего ухода в "зазеркалье", неспособности оценить реальную угрозу своей жизни.

Итак, сегодня благодаря развитию камер на смартфонах у среднестатистического пользователя Интернета появляется социомедийная зависимость. Увлечённость съёмкой автопортретов регистрируется во многих работах исследователей как веяние моды. В отдельных случаях съёмка селфи принимает паталогические формы и становится близким к состоянию аддикции (потребности в определённой деятельности).

1. 5. Феномен мобилографии как способ репрезентации идентичности

Рассмотрим феномен мобильной фотографии в рамках современной культуры. Тут следует ввести такое понятие, как культурная идентичность. Американский психолог Эрик Эриксон определяет идентичность как «чувство самотождественности, собственной истинности, полноценности, сопричастности миру и другим людям»⁴⁶. А под культурной идентичностью

⁴⁵ Из-за «смертельных селфи» в мире в 2015 году погибло 50 человек // Life.ru. 4 июля 2015. URL: <https://life.ru/t/новости/156775>.

⁴⁶ Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис. Пер. с англ. – М.: Флинта, 2006. С. 342.

подразумевается «совокупность определенных устойчивых качеств, благодаря которым те или иные культурные явления или люди вызывают у нас чувство симпатии или антипатии»⁴⁷. Сегодня человек относит себя всё к большому количеству социальных групп: к эстетическим, гедоническим, общественно-политическим, идеологическим и др. Индивид становится всё более социализирован и адаптирован к информационной среде.

Уникальность любого человека находит отражение в фотографиях. Размещая фотографии в социальной сети, человек создаёт из визуального контента создаёт себе образ, через который его воспринимают и оценивают другие пользователи социальных онлайн-ресурсов. Любой снимок – это «явление человека в качестве другого, ловкая диссоциация сознания собственной идентичности»⁴⁸.

Фотография давно уже стала явлением массовым, и сегодня среднестатистический обладатель телефона использует камеру для ситуативной фиксации повседневности. Современные пользователи социальных сетей привыкли к наличию возможности визуализировать информацию. Эта тенденция, кроме очевидных отрицательных, имеет ряд положительных факторов, например, психологический: информация лучше всего воспринимается именно через визуальный канал. Мобильная фотография как новый способ коммуникации в Интернете дала толчок развитию культурной и социальной интеграции, а также появлению новых форм репрезентации культурной идентичности⁴⁹. Так фотография, размещённая на Интернет-площадке, становится инструментом трансляции интересов, событий и просто окружающего мира автора.

⁴⁷ Грушевицкая Т. Г., Попков В. Д., Садохин А. П. Основы межкультурной коммуникации: Учебник для вузов (Под ред. А.П. Садохина. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2002. С. 352.

⁴⁸ Барт, Р. (2011) *Camera lucida*. Комментарий к фотографии / пер. с фр., послесл. и коммент. М. Рыклина. М.: ООО «Ад Маргинем Пресс». С. 19.

⁴⁹ Паниотова Т. С., Митрохина М. В. Феномен мобилографии как новая форма репрезентации идентичности // Социология и жизнь. Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, 2016. С. 147.

Instagram трансформируется в инструмент для создания образа пользователя. Даже сам процесс отбора фотографий уже является способом культурной идентичности. Выбирая те или иные фотокарточки, автор создаёт культурный код и отождествляет себя с определённой социальной группой. Например, человек решает, какую фотографию сегодня он хочет разместить в своём аккаунте в Instagram. В памяти его гаджета находится множество фотокарточек. Среди них всевозможные селфи, фотографии архитектуры, животных и др. Но человек выбирает именно фотографию архитектуры, потому что его профиль в Instagram – это профиль человека-путешественника, который обычно транслирует в своём аккаунте красоту из разных уголков земного шара.

В научной статье «Мобилография как новая форма репрезентации культурной идентичности» выделяются следующие смысловые группы фотографий, сформированные «по принципу схожести тематики изображенного, коннотации и характера выражения культурной идентичности»⁵⁰:

- 1) Фотографии родных мест;
- 2) Фотографии объектов исторического, культурного и природного наследия;
- 3) Фотокосплей (фотоинсценировка);
- 4) Фотографии репортажного характера с массовых мероприятий или с других событий, где задействованы группы людей⁵¹.

Таким образом, мобилография выполняет очень важную роль в формировании культурной идентичности. Фотография, опубликованная в Сети, становится инструментом, формирующим образ автора.

⁵⁰ Паниотова Т. С., Митрохина М. В. Феномен мобилографии как новая форма репрезентации идентичности // Социология и жизнь. Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, 2016. С. 147.

⁵¹ Паниотова Т. С., Митрохина М. В. Указ. соч. С. 150.

ГЛАВА II. СПОСОБЫ ПРЕЗЕНТАЦИИ ФОТОКОНТЕНТА В СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАСРЕДЕ

2.1. Обзор и описание медиаплатформ

Сегодня мобильная фотография стала неотъемлемой частью социальных медиа: снимки с мобильных устройств публикуются на различных медиаплатформах. Существует огромное количество социальных пространств, где люди могут публиковать изображения и делиться визуальным контентом с другими пользователями Сети. Дадим в нашем исследовании определение социальным медиа.

Социальные медиа – «это совокупность всех интернет-площадок, которые на основе онлайн-технологий предоставляют пользователям возможность устанавливать коммуникацию друг с другом и производить пользовательский контент».⁵² Иными словами, это виртуальные пространства для осуществления коммуникации.

Такие платформы, как ВКонтакте, Instagram, Facebook и др. давно стали разновидностью социальных медиа, которые транслируют информацию на огромную аудиторию. Они характеризуются быстрой динамикой развития и выполнением набора функций, схожих с задачами традиционных СМИ.

Важной частью социальных медиа является фотоконтент, так как именно ему пользователь уделяет наибольшее внимание. И тут значимую роль играет мобильная фотография, так как она является новым инструментом подачи информации и формирования визуального облика медиа.

Теперь можем рассмотреть некоторые популярные медиаплатформы, на которых пользователи размещают изображения. Ранее в исследовании мы уже пришли к выводу, что мобильная фотография сегодня характеризуется

⁵² Лобанова Е. Стратегия работы в социальных медиа: как выбрать платформу // Практика интернет-маркетинга. Июнь 2015. URL: <http://www.praima.ru/node/296>.

самодостаточностью и конкурентоспособностью с фотографией профессиональной. Отметим, что несправедливо будет рассматривать только те приложения, которые позиционируют себя как площадки для мобильного контента, так как в современной медиасреде визуальный контент наполняется как фотографиями с мобильных устройств, так и с зеркальных камер.

Итак, приступим к описанию. Самым известным и востребованным фотосервисом на сегодняшний день является Instagram. Это бесплатное мобильное приложение, которое предназначено для публикации изображений и обмена визуальным контентом. Количество пользователей Instagram ещё в 2016 году превысило 500 миллионов. Как ранее указывалось в исследовании, ежедневно в новостной ленте приложения публикуется свыше 80 миллионов фотографий. Instagram стал «одним из самых быстрых медиа»⁵³. С помощью хештегов (меток) можно вводить в поисковое окно ключевые слова и искать фотографии на интересующую пользователя тематику. Изначально Instagram использовался для публикаций по большей части снимков с мобильных гаджетов, но сегодня он является площадкой для более широкого представления визуального творчества.

Следующей мы рассмотрим социальную сеть «ВКонтакте». На сегодняшний день это приложение является крупнейшей платформой для коммуникации в Европе. Данная сеть наиболее востребована у российского пользователя. «ВКонтакте» также позволяет публиковать изображения без лицензий. Недавно разработчики интегрировали в приложение новую опцию Stories. Так появилась возможность публиковать фотографии и короткие видеоролики. Стоит отметить, что такая же опция годом раньше появилась в Instagram.

Далее перейдём к описанию Facebook, который также является социальной сетью, но уже более популярной за рубежом, чем в России. По

⁵³ Instagram для медиаспециалиста: как фотосервис поможет проверять факты // Stopfake.org. 25 марта 2017. URL: <http://www.stopfake.org/instagram-dlya-mediaspetsialista-kak-fotoservis-pomozhet-proveryat-fakty/>.

статистике, ежедневно на данной платформе публикуется свыше 400 миллионов новых фотографий. В 2016 году Facebook запустил поддержку панорамных фотоизображений. «Новая функция поддерживает снимки, сделанные с помощью сферической камеры или обычной камеры смартфона в режиме панорамы. Для просмотра фото в формате 360 градусов также можно использовать шлем виртуальной реальности»⁵⁴.

Высоким рейтингом обладает фотохостинг Flickr. Он также предназначен для хранения цифровых изображений и видео. Но всё же наибольший акцент на данном сервисе делается именно на фотографию. Одно из отличий Flickr от Instagram заключается в том, что первый хостинг представляет собой площадку, изначально созданную для компьютеров, а не мобильных устройств. Поэтому на Flickr можно разместить изображение без потери качества. Фотолюбители и профессионалы, которые дорожат авторскими правами, найдут данный ресурс наиболее подходящим для представления визуального творчества: есть возможность защиты фотографий с помощью свободных и несвободных лицензий.

Стоит упомянуть и такие медиаплатформы, как Интернет-форумы и блоги (Live Journal). На них также пользователи часто размещают фотографии. Причём это могут быть как снимки, иллюстрирующие текст, так и самостоятельные фотоистории или фотоочерки.

Однако все вышеперечисленные платформы имеют ограниченные возможности репрезентации фотоконтента, поэтому в рамках данного исследования необходимо рассмотреть ещё и те сервисы, которые предоставляют инструменты для создания мультимедийных лонгридов (длинностраничных материалов). Опишем две самые известные платформы.

Tilda и Readymag – виртуальные пространства, оба созданные российскими разработчиками. Платформы имеют схожие инструменты для представления визуального материала. Они представляют собой площадки,

⁵⁴ Бондарь А. Facebook запустил поддержку панорамных фото // Searchengines.ru. 10 июня 2016. URL: <https://www.searchengines.ru/facebook-zapustil-podderzhku-panoramnyh-foto.html>.

где пользователь может создавать презентации, лонгриды, журналы и пр. Виды визуального контента могут быть различными: фотографии, видео, инфографика. Эти платформы часто выступают в качестве персонального блога автора (при условии, что человек публикует данный проект в сети для публичного доступа).

Итак, сегодня медиаплатформы являются продуктом информационной революции: у пользователя появляется возможность с помощью различных мультимедийных инструментов создавать тематические проекты, рассказывать истории, делать фотогалереи.

2.2. Анализ тематических фотопроектов в социальных сетях

Предваряя анализ, отметим, что эмпирической базой для данного параграфа послужили фотопроекты российских и зарубежных авторов, опубликованные в социальных сетях. Так как ранее мы уже выявили такую тенденцию, как сближение любительской и профессиональной журналисткой фотографии, то сейчас для нас будет важным выявление особенностей любительской мобильной фотографии в Сети как серийного жанра.

Теперь обозначим критерии, на которые мы будем опираться при анализе фотоконтента:

- 1) количество изображений;
- 2) объект съёмки;
- 3) тематическая концепция;
- 4) повествовательная возможность (сюжетность);
- 5) обработка изображения (наличие фильтров или фреймов).
- 6) сопровождение текстовой информацией;

Теперь приступим к анализу. Для начала рассмотрим некоторые публикации в социальной сети «ВКонтакте». В 2013 внутри этой сети была создана группа «Мобильная фотография», в которой до сегодняшнего момента

публикуются изображения, снятые исключительно на мобильный телефон. Рассмотрим несколько публикаций на этой платформе и проанализируем их по ранее обозначенным пунктам.

В среднем, в группе каждый день публикуется по две серии фотографий. Каждая серия состоит из 6 снимков. Объектом съёмки являются люди, архитектурные сооружения и природа. Социальная проблематика, равно как и сюжет, на подавляющем большинстве снимков отсутствуют. Про наличие фильтров на многих фотографиях сказать трудно, но в некоторых случаях чётки видна обработка с использованием эффекта виньетирования. Снимки не сопровождаются текстовыми материалами. Концепция большинства серий заключается в композиционном решении: многие кадры строятся на симметрии⁵⁵.

Далее рассмотрим фотопроекты на площадке Instagram. Простая студентка Салли Уарнинг на протяжении нескольких лет с помощью iPhone и телескопа фотографирует одноклеточные организмы и размещает изображения и видеоролики в своём профиле. На сегодняшний день девушка разместила свыше 378 фотографий и видео о жизни микроорганизмов. Ярко выраженная обработка у снимков отсутствует. Каждая фотография микроорганизма сопровождается небольшим текстовым описанием объекта съёмки⁵⁶. У аккаунта девушки насчитывается около 50 тысяч подписчиков.

Продолжим анализ. Московский дизайнер Алексей Домрачёв вот уже несколько лет снимает людей в метро на iPhone и выкладывает эти фотографии в свой Instagram-аккаунт⁵⁷. Проект называется Memento Metro (помни, что это метро) и сегодня он является одним из самых известных фотопроектов в России. Объектом съёмки являются случайные прохожие в метро и попутчики в поездах. Концепция проекта заключалась в публикации чёрно-белых фотографий (обработанных в мобильном приложении) на своём профиле в

⁵⁵ Приложение 5.

⁵⁶ Приложение 6.

⁵⁷ Приложение 7.

Instagram. Повествовательная линия у всех фотокарточек, рассматриваемых в целом, отсутствует. Но все они связаны отсутствием инсценировки в кадре. Каждый снимок Алексей сопровождает хештегом «mementometro». Интересно, что автор после съёмки печатал фотографии и размещал их в тех местах, где они были сделаны: на стенах вестибюлей метро и в вагонах.

Проанализируем использование мобильной фотографии в проекте на ресурсе Tilda. Частная кондитерская Sisters Bakery создала на данной платформе проект про свой бизнес⁵⁸. Для визуализации своего творчества авторы использовали 7 фуд-фотографий (снимков еды), сделанных при помощи мобильного телефона. Некоторые фотографии в данном проекте выступают в качестве иллюстраций к тексту. Один снимок с мобильного гаджета опубликован на обложке проекта. Концепция заключается в однотипной обработке всех фотографий: используется Instagram-фильтр.

Подведём промежуточный итог. В любительском фото главным становится не способ получения снимка, а предмет изображения, который обретает новый ценностный статус. Мобильные фото, размещённые на социальных платформах, характеризуются своей разноплановостью. Авторы транслируют свои взгляды, интересы, иногда прибегая к помощи дополнительной техники (например, телескоп у Салли Уарнинг). Вольно или невольно фото сразу начинают «работать», выполняя и другие функции, выбирая и попутно расширяя свою целевую аудиторию. В частности, анализируя приведённые примеры, можно говорить о следующих функциях: коммерческой, как у частной кондитерской Sisters Bakery (Tilda), научно-образовательной, как проект о микробах Салли Уарнинг (Instagram), социально-психологической, как проект о метро Алексея Домрачёва (Instagram).

Список можно пополнять бесконечно, ведь предметом мобильной фотографии может стать всё, что угодно, все жизненные грани. Размещение на

⁵⁸ Приложение 8.

медиа платформах даёт новые, огромные возможности для авторов мобильных фото.

2.3. Анализ тематических проектов в СМИ

Большое значение для исследования играют также серии «мобильных» снимков, размещённые в онлайн-версиях многих крупных изданий. Приступим к анализу некоторых проектов, которые, на наш взгляд, наиболее значимы для данной работы.

Итак, в 2014 году онлайн-версия американского ежедневника New York Times опубликовала серию фотографий с iPhone авторства Фархата Манжу. Снимки входили в серию небольшого проекта из категории «до/после» и иллюстрировали основной текстовый материал. Статья была посвящена новым инструментам обработки фотографий в приложении Snapchart, и Манжу своими фотографиями показал, как сильно обработка может менять изображение. Всего в материале были опубликованы 3 фотографии⁵⁹. Каждая из них демонстрировалась до и после манипуляций в приложении.

В этом же издании, но годом раньше, была представлена серия «мобильных» снимков многих маститых фотографов⁶⁰. Суть публикации заключалась в том, чтобы показать, как профессионалы могут одинаково хорошо снимать на любой инструмент.

В 2013 году в печатной версии The New York Times была опубликована фотозарисовка о бейсбольной команде во время игрового сезона. Интересно, что фотографии принадлежали разным авторам. Среди изображений всего одно было сделано при помощи iPhone. И, если сегодня, рассматривая фотоконтент в Сети и на страницах печатных изданий, мы не всегда понимаем, какое из изображений было сделано на профессиональный фотоаппарат, а какое на телефон, то в 2013 году разница между фотографиями была ощутимой. У снимка явно присутствовал ряд характеристик, определяющих

⁵⁹ Приложение 9.

⁶⁰ Приложение 10.

специфику съёмки на мобильное устройство: для обработки изображения автор использовал чёрный фрейм и Instagram-фильтр. Также, если тщательно всмотреться в картинку, то мы заметим, что ей явно не хватает резкости (хотя света в кадре хватает).

2.4. Описание собственного проекта

Представленный здесь тематический фотопроjekt "Мобильные грани: о мобильной фотографии во всех её проявлениях" воплощает собой ряд экспертных интервью и фотографий, сделанных исключительно на мобильные устройства⁶¹.

Проект состоит из пяти частей. Первая называется "Мобилография как произведение искусства: можем ли мы говорить о мобильной фотографии как о полноценном визуальном продукте". Эта часть содержит в себе интервью с Даниилом Конторовичем ("О фотографической самостоятельности") и Юрием Молодковцом, фотографом Государственного Эрмитажа ("Профессиональная принадлежность мобильной фотографии").

Вторая часть посвящена фотожурналистике в эпоху Instagram. В ней фотограф газеты «Коммерсантъ» Александр Петросян рассуждает о путях развития фотожурналистики.

Третья часть – "Мобилография и социальная практика: что такое инстамиты и как в них принять участие". В ней представлены два интервью с Арсланом Невляевым, инстаграм-блогером, организатором инстамитов ("Что такое инстамиты" и "Курсы мобильной фотографии") и ещё раз с Юрием Молодковцом, фотографом Государственного Эрмитажа ("Музейный инстамит: если происходит что-то хорошее, то об этом нужно докладывать человечеству").

⁶¹ Приложение 17.

Четвёртую часть под названием "Мобильные приложения и причины их успешного функционала" составляют экспертные интервью с Алиной Шевченко, Instagram-блогером ("Мёртвые души в Instagram или почему исчезли Suggested Users"), и Олегом Илларионовым, разработчиком ВКонтакте ("Почему умер Snapster").

В качестве платформы для проекта был выбран ресурс Tilda, так как он является максимально удобным для создания материалов, содержащих как текстовый, так и фотоконтент.

Пока что была предпринята только одна попытка запустить проект, целиком посвящённый феномену мобильной фотографии. в 2013 году редакторы журнала British Journal of Photography запустили фотожурнала FLTR. Но главный минус этого журнала был в том, что он был доступен исключительно как приложение для iPhone и, как ещё один недостаток, не являлся бесплатным ресурсом.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Благодаря цифровой революции XXI века мобильные телефоны стали продуктом, доступным практически каждому человеку. Технические характеристики камер значительно улучшились, и сегодня с помощью мобильного устройства можно получить качественные изображения, которые по техническим и композиционным характеристикам попадают в выставочный дискурс и уже используются в современных экспозиционных форматах. Из атрибута любителя-фотографа мобилография превращается в инструмент профессионалов.

Первоочерёдной задачей нашего исследования было выявление особенностей мобильной фотографии как визуального феномена. Итак, уникальность исследуемого феномена заключается в «демократизации» фотографии: она становится массовой и доступной за счёт популярности гаджетов и простоты обращения с ними.

Сегодня смартфоны стали частью инструментария многих фотожурналистов. Пристальное внимание к феномену мобилографии в журналистском дискурсе прежде всего связано с возможностью публикаций снимков с телефона на страницах печатных изданий. Впервые фотография с мобильного устройства была размещена на страницах New York Times ещё в 2010 году. Происходит сближение фотографии профессиональной и любительской. Это обусловлено тем, что люди устали от «серьёзной информации», публикуемой в новостных изданиях. Многие фотографы, также обратив внимание на эту тенденцию, переключились на протоколирование повседневности, «имитируя привлекательную для зрителя простоту и иногда даже интимность». Фотокорреспонденты находятся в поисках новых форм подачи визуальной информации, чтобы поддерживать свой статус и не отставать от гражданских активистов. Такая конкуренция обусловила кризисное состояние медиарынка и привела к сокращению штата фотокорреспондентов.

Высокие технические характеристики камер мобильных устройств и такой показатель, как удобство использования телефонов для съёмки, обусловленное компактностью и простотой, позволяют сделать прогноз, что в скором времени мобильные гаджеты станут основным инструментом фотожурналиста.

Исследование показало, что сегодня мобилография в дискурсе социальной практики выполняет интегрирующую функцию. Благодаря этому явлению обычные фотолюбители и Instagram-блогеры начали создавать сообщества, целью которых является обмен фотографическим опытом. Подобные коллективы мобилографов с недавнего времени стали привлекаться для съёмок различных культурных пространств с целью пиара.

Также Instagram является инструментом для реализации маркетинговой стратегий многих компаний. Он активно используется в качестве площадки размещения рекламы и краудсорсинговых проектов. Так Instagram коммерциализируется и из средства репрезентации визуального контента превращается в механизм, осуществляющий привлечение потенциальных клиентов.

Нельзя не упомянуть о негативном последствии популяризации мобилографии: благодаря развитию камер на смартфонах у среднестатистического пользователя Интернета появляется социомедийная зависимость. Увлечённость съёмкой автопортретов регистрируется во многих работах исследователей как веяние моды. В отдельных случаях съёмка селфи принимает паталогические формы и становится близким к состоянию аддикции (потребности в определённой деятельности).

Сегодня мобильная фотография стала неотъемлемой частью социальных медиа: снимки с мобильных устройств публикуются на различных медиаплатформах. Существует огромное количество социальных пространств, где люди могут публиковать изображения и делиться визуальным контентом с другими пользователями Сети. В любительском фото главным становится не способ получения снимка, а предмет изображения,

который обретает новый ценностный статус. Мобильные фото, размещённые на социальных платформах, характеризуются своей разноплановостью. Авторы транслируют свои взгляды, интересы, убеждения. Вольно или невольно фото сразу начинают «работать», выполняя и другие функции, выбирая и попутно расширяя свою целевую аудиторию. В частности, анализируя приведённые в исследовании примеры, можно говорить о следующих функциях: коммерческой, научно-образовательной, социально-психологической. Таким образом, мобилография выполняет очень важную роль в формировании культурной идентичности. Фотография, опубликованная в Сети, становится инструментом, формирующим образ автора.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Барт, Р. (2011) Camera lucida. Комментарий к фотографии / пер. с фр., послесл. и коммент. М. Рыклина. М.: ООО «Ад Маргинем Пресс».
2. Бондарь А. Facebook запустил поддержку панорамных фото // Searchengines.ru. 10 июня 2016. URL: <https://www.searchengines.ru/facebook-zapustil-podderzhku-panoramnyh-foto.html>.
3. Борознова А. Мобилография. Твоя часть жизни // Foto&Video. 22 июня 2008. URL: <http://www.foto-video.ru/contest/review/32675/>.
4. Грушевицкая Т. Г., Попков В. Д., Садохин А. П. Основы межкультурной коммуникации: Учебник для вузов (Под ред. А.П. Садохина. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2002.
5. Из-за «смертельных селфи» в мире в 2015 году погибло 50 человек // Life.ru. 4 июля 2015. URL: <https://life.ru/t/новости/156775>.
6. Инстаграм в цифрах — полезные данные, факты и фишки // Javdele.com. [s. a.]. URL: <http://javdele.com/instagram-v-cifrax/>.
7. История бренда Kodak: Brand Report // BrandReport. 1 мая 2012. URL: <http://www.brandreport.ru/kodak/>.
8. Кащеева А. Квадратные новости: Как Instagram меняет фотожурналистику // Bird in flight. 11 марта 2016. URL: <https://birdinflight.com/ru/mir/kvadratnye-novosti-kak-instagram-menyaet-fotozhurnalistiku.html>.
9. Краудсорсинг: основные площадки в России и их аналоги на Западе // ToWave. 14 сентября 2016. URL: <http://www.towave.ru/pub/kraudsorsing-osnovnyye-ploshchadki-v-rossii-i-ikh-analogi-na-zapade.html>.
10. Краудсорсинг // Crowdsosing.ru. URL: <http://crowdsourcing.ru/cat/4>.
11. Лобанова Е. Стратегия работы в социальных медиа: как выбрать платформу // Практика интернет-маркетинга. Июнь 2015. URL: <http://www.praima.ru/node/296>.

12. Мартыненко А. Какие камеры в iPhone 7 и iPhone 7 Plus, сколько мегапикселей и какая апертура // yablyk.com. 13 сентября 2016. URL: <https://yablyk.com/890223-kakie-kamery-u-iphone-7-i-iphone-7-plus-podrobno/>.
13. На передовицу The New York Times поместили фото из Instagram // Lenta.ru. 1 апреля 2013. URL: <https://lenta.ru/news/2013/04/01/instimes/>.
14. Опасна ли интернет-зависимость: мнения // ИА Рех. 29 октября 2012. URL: <http://www.iarex.ru/news/30614.html>.
15. Паниотова Т. С., Митрохина М. В. Феномен мобилографии как новая форма репрезентации идентичности // Социология и жизнь. Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, 2016. С. 147.
16. Сандомирский М. Культ публичности // Дети в информационном обществе. № 21 (май-июль 2015). URL: http://detionline.com/assets/files/journal/21/tema_selfi_cult_publichnosti.pdf.
17. Сосин И. К. Гончарова Е. Ю. Чуев Ю. Ф. Селфи как субкультура и новая форма зависимости: идентификация проблемы // Вопросы психологии. Симпозиум. Восточноевропейский журнал внутренней и семейной медицины. №2, 2015. URL: http://www.internalmed-journal.in.ua/wp-content/uploads/2015/11/Журнал_2_2015_4-12.pdf.
18. Чапник Г. Правда не нуждается в союзниках / Г. Чапник; пер. с англ. В. Шраги. – СПб.: Клаудберри, 2016.
19. Число пользователей Instagram превысило 500 миллионов // Lenta.ru. 21 июня 2016. URL: <https://lenta.ru/news/2016/06/21/insta500/>.
20. Шахиджанян С. Работа фотослужбы в современном издании // В мастерской фотожурналиста. Сборник статей / Под ред. О. А. Бакулина, Л. В. Сёмовой. – М.: Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2011.
21. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис. Пер. с англ. – М.: Флинта, 2006.

22. Instagram для медиаспециалиста: как фотосервис поможет проверять факты // Stopfake.org. 25 марта 2017. URL: <http://www.stopfake.org/instagram-dlya-mediaspetsialista-kak-fotoservis-pomozhet-proveryat-fakty/>.
23. Instagram — фотожурналистика, краудсорсинг и соцсеть // Новый репортёр. 4 апреля 2012. URL: <http://newreporter.org/2012/04/04/instagram-fotozhurnalistika-kraudsorsing-i-socset/>.
24. Jeremy Lybarger. Can Photojournalism Survive in the Instagram Era? // Mother Jones. JUL. 18, 2013. URL: [http://www.motherjones.com/media/2013/07/bending-the-frame-fred-ritch-photojournalism-instagram?](http://www.motherjones.com/media/2013/07/bending-the-frame-fred-ritch-photojournalism-instagram/)
25. Travis Marshall. Photojournalists move to Instagram, from Syria to Sandy // American photo. P. 21. April 3, 2013. URL: <http://www.americanphotomag.com/photojournalists-move-instagram-syria-sandy>.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Instagram. URL: <https://www.instagram.com/>.
2. Tilda. URL: <https://tilda.cc/ru/>.
3. ВКонтакте. URL: <https://vk.com>.
4. Facebook. URL: <https://www.facebook.com/>.
5. Flickr. URL: <https://www.flickr.com/>.
6. The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/>.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Фотографии Яна Чунга, снятые на iPhone



Dan Chung/iPhone 4S



?ie=UTF8&node=9375388011&taq=dpr_persona-20

Приложение 2

Фотография с мобильного устройства на обложке журнала Time



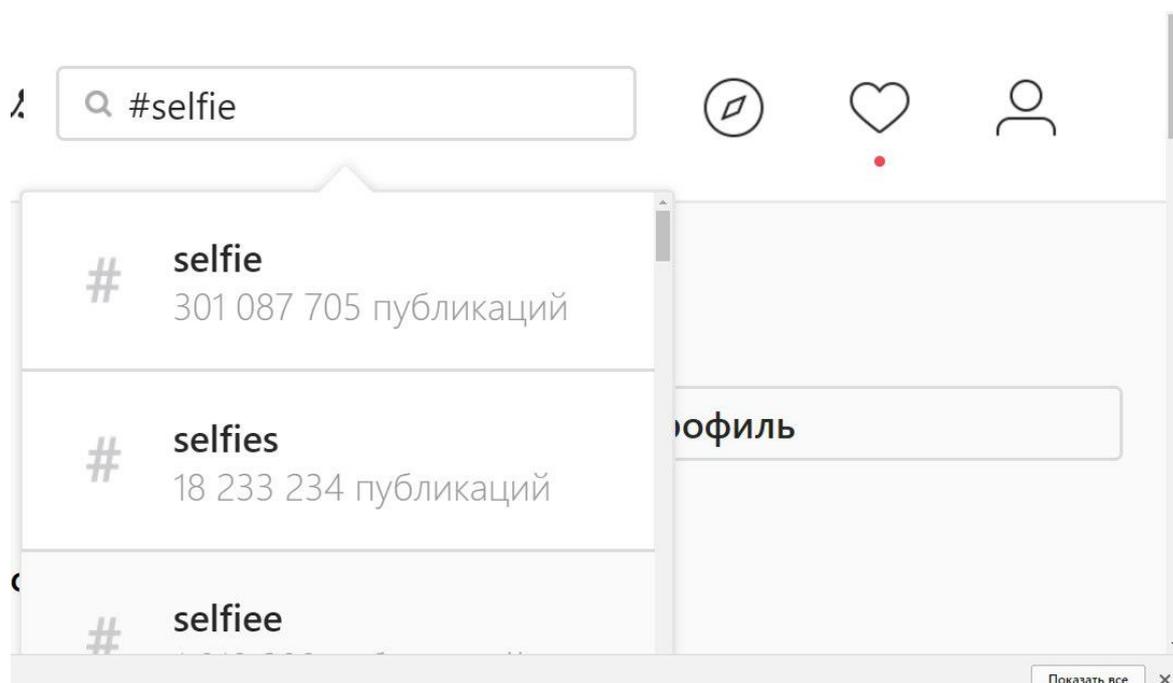
Приложение 3*Фотографии в Instagram-аккаунте телекомпании «ABC World News»*

www.instagram.com/explore/tags/wntwins/

#wntwins

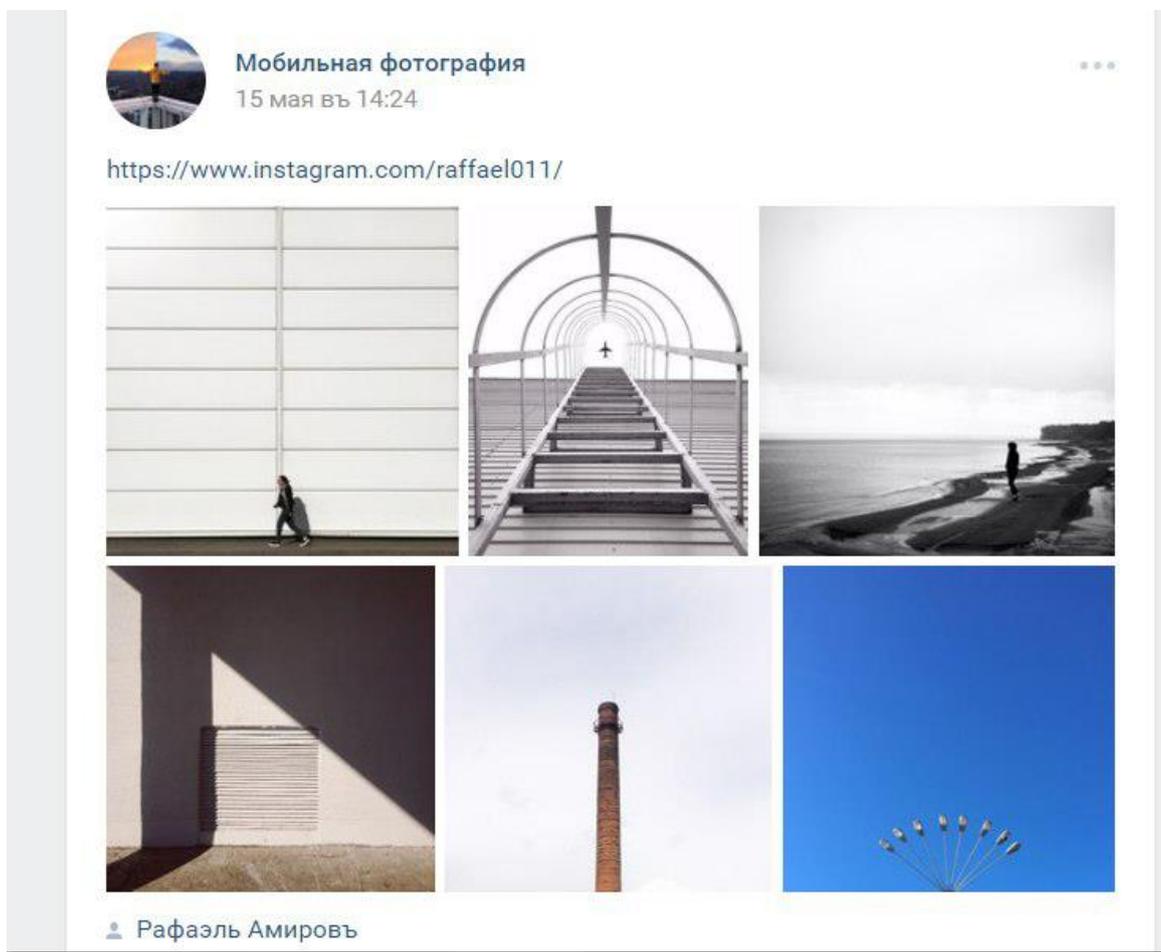
426 публикаций



Приложение 4*Поисковое окно в Instagram*

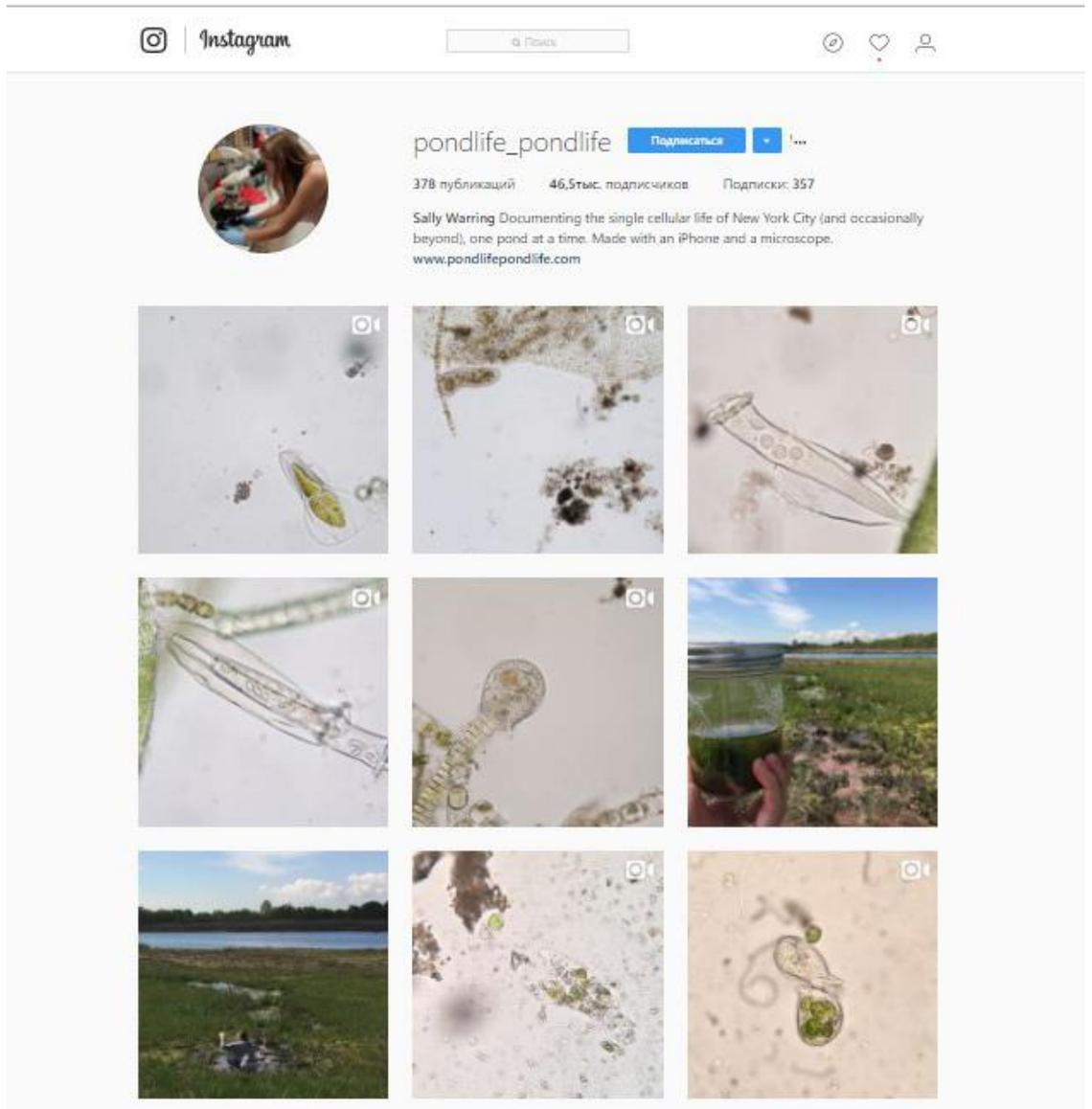
Приложение 5

Фотографии из группы «Мобильная фотография» сайта «Вконтакте»



Приложение 6

Instagram-аккаунт блогера Салли Уарнинг



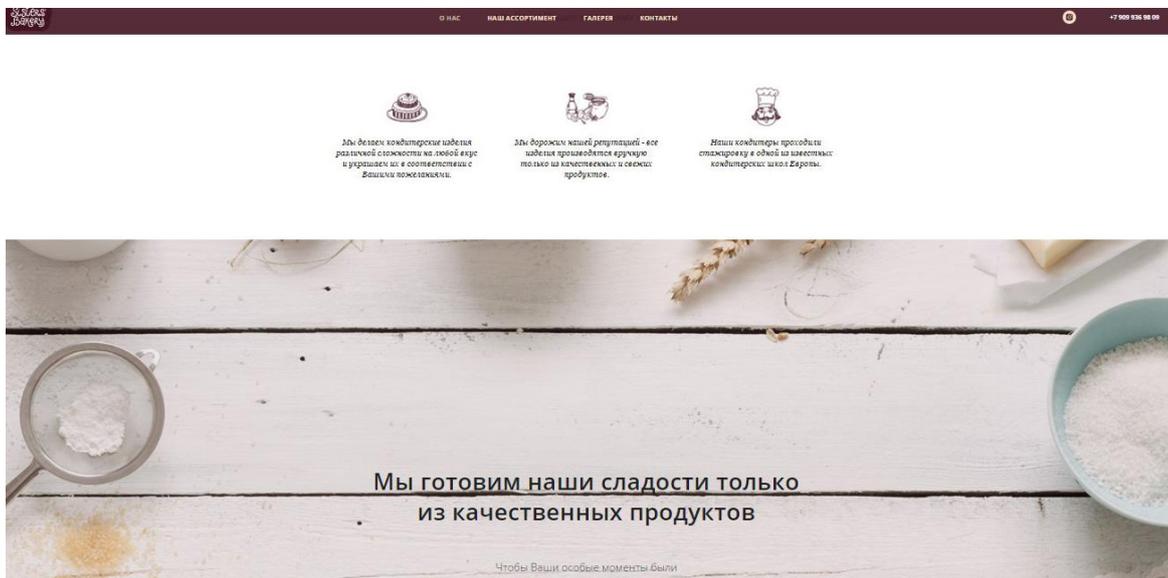
Приложение 7

Фотографии Алексея Дормачёва из его Instagram-аккаунта



Приложение 8

Мультимедийный проект о кулинарии на платформе Tilda



Приложение 9

Фотографии с сайта газеты *The New York Times*



In the Instagram app, you can tap a new imaging panel that offers almost a dozen fine-grained lighting and color adjustments options for your pictures.

Приложение 10

Фотография с сайта газеты *The New York Times*

[photo technology](#), to refrain from posting this picture on Instagram:



Benjamin Lowy also reported in Newtown, Conn. He took this photograph of his son after returning home on Monday. Benjamin Lowy

RECENT POSTS

The Most Romantic K

Here, a few of the most romantic young love to foiled love. Re

Classic Film Kisses, R

Sometimes a kiss in cinema sometimes it signals clear

How Long Before a Ki Hold in the Movies?

Not every kiss is an act of aggression. Read more

Behind the Cover Story: Ellen Langer, Counter and the Relationship Body ■ 1

Bruce Grierson wrote this a Harvard psychologist who involve manipulating environmental perceptions of their own age

Analytics: Run, Mitt, I

In the comments to Mark L. Mitt Romney, readers debate nominee should consider a presidency. Read more...

Приложение 11

Интервью с фотографом Эрмитажа Юрием Молодковцом

– **Добрый день, Юрий. Скажите, можем ли мы сегодня говорить о мобильной фотографии как о полноценном продукте?**

– Добрый. Да, безусловно. Мобильная фотография абсолютно самостоятельна, самодостаточна и конкурентоспособна. Телефон с камерой является всего лишь инструмент, который, находясь в руках профессионала, становится хорошей возможностью получения качественного изображения. Вообще, профессиональная принадлежность мобильной фотографии - очень ёмкое понятие. Давайте сначала разберёмся, кто такой профессионал. Тот, кто зарабатывает деньги фотографией? Очень многие зарабатывают деньги съёмкой, но при этом делают плохие фотокарточки. Поэтому тут не все критерии работают. Если в понятие профессиональной фотографии входит её наполненность неким художественным содержанием, то тогда могу с уверенностью сказать, что такие изображения могут делать любые люди: для которых фотография – профессия, для которых фотография - увлечение, для которых фотография – естественное дыхание. Смартфоны находятся у нас в карманах с утра и до вечера, и мы по любому поводу - даже без повода - фотографируем. И зачастую получают изумительные кадры. А тот, кто этим инструментом владеет в совершенстве, может этим своим смартфоном делать уникальные фотографии, которые абсолютно конкурентоспособны на любых площадках.

– **А вы не считаете, что качество у телефоном ещё не очень высокое?**

– Если мы говорим о качестве фотографии, сделанной на телефон, то с ним всё в порядке. У меня была выставка в Михайловском театре, где я выставлял снимки свои снимки из аккаунта Эрмитажа в Instagram. Эти снимки были распечатаны метр на метр и смотрелись безупречно с расстояния метра. Существуют специальные программы, которые позволяют обрабатывать файлы небольшого размера и печатать их на больших форматах. Сегодня

смартфоны высокого класса делают изображения отличного качества. Фотокарточки с мобильных носителей могут быть выставлены и обсуждаемы. Мы вполне их можем воспринимать как искусство.

– Вы можете рассказать немного об инстамитах?

– Так как Instagram – это мощнейшая социальная сеть, которая сфокусирована на картинках, то появилось большое количество не просто блогеров, а Instagram-блогеров, которые мыслят картинками. Эти люди обладают не только талантом фотографа, но и огромной аудиторией. По сути, сегодня они превратились в некие СМИ. И для таких людей часто проводятся закрытые инстамиты.

Впервые закрытые инстамит был проведён в одном из музеев Нью-Йорка. И назывался он эмпитимит. Такой формат подразумевает посещение блогерами закрытых пространств. Смысл в том, что это любопытный и полезный формат, потому что у человека появляется возможность увидеть пустым пространство, где обычно находится много людей. А первый инстамит в российском музее состоялся в Эрмитаже. Затем подобные встречи проводились в Главном штабе и на Императорском фарфоровом заводе. На заводе мы посещали производство, наблюдали, как делается фарфор и даже его расписывали. Потом мы были в Меншиковском дворце, Гатчине и в Царском Селе. Я, как музейный фотограф, звоню и договариваюсь с дирекцией таких культурных пространств. На самом деле, такие инстамиты в музеях – очень полезные мероприятия, особенно в плане пиара. А в пиаре нуждаются все. Любое учреждение находится в разных плоскостях, в том числе и в информационном. И если что-то хорошее происходит, то об этом нужно докладывать человечеству. И Instagram – это прекрасный канал, чтобы о чудесных событиях транслировать на весь мир. Что мы и делаем. И это эффективно. Чем больше количество подписчиков – тем лучше. И это не совсем реклама. Ведь мы работаем с духовными сферами и в первую очередь транслируем красоту и гармонию.

Приложение 12

Комментарий петербургского фотохудожника Даниила Конторовича

– Даниил, здравствуйте! Не могли бы вы рассказать, почему начали снимать на телефон?

– Я начал рассматривать мобильную фотографию как тренажёр для глаз. Ты не утыкаешься в гаджет или книжку, а постоянно следишь глазами за окружающим миром, наблюдаешь, ищешь моменты. Я знаю много людей, которые на телефон снимают лучше, чем на профессиональную камеру.

Приложение 13

Интервью с фотографом «Коммерсанта» Александром Петросяном

– Александр, добрый вечер! Скажите, мы сегодня можем говорить о самодостаточности снимков с мобильных устройств?

– Да. Знаю примеры ж мирового уровня снимают для Instagram. Тут чисто утилитарный момент – удобство. Если бы я в своё время пристрастился, то тоже вполне мог бы снимать на телефон.

– Давайте поговорим о развитии гражданской журналистики. Не получится ли так, что скоро профессиональные фотографы не будет востребованы?

– Я редко когда снимаю на телефон, по той простой причине, что у него плохое качество. Соответственно, снимки в Instagram идут с фотоаппарата. Профессиональной техникой мне гораздо проще пользоваться. Время от времени я снимаю маленькой зеркалкой. Instagram я завёл только в прошлом году: друг посоветовал. Раньше фотографии размещал только в Facebook или Вконтакте. Бывает, что через Instagram со мной связываются интернет-порталы, берут из моего аккаунта фотографии и публикуют их на различных площадках. Для меня Instagram – это способ расширить виртуальную площадку для показа своих работ. Сегодня медиарынок находится в большом кризисе. В любых событиях люди со смартфонами, простые прохожие, оказываются в центре происходящего. И информация мгновенно достигает редакции. Штатный фотокорреспондент оказывается на месте не сразу. Пока доедет, пока... Тут простые очевидцы находятся в выигрыше. Но это не значит, что работа профессионала с хорошей камерой больше не нужна. Задача фотожурналиста – дать более глобальное осмысление событию. Пусть он не зафиксирует непосредственно «горячую точку», но даст публике другой вариант этого события. Скажем так, снимает волны после происходящего. Это ведь уже другой план визуальной культуры.

Интервью с Instagram-блогером Арсланом Невляевым

– Арслан, здравствуйте! Не могли бы подробно рассказать про такое явление как инстамиты?

– Здравствуйте. Инстамиты – это мероприятия, проводимые 2 раза в год официальным Instagram. Грубо говоря, это встречи любителей мобильной фотографии. Instagram анонсирует тему встречи. И в каждом городе любой человек может подать заявку на организацию инстамита. Сейчас инстамиты проводятся почти в каждом крупном городе. В этом году пройдёт уже 15-й официальный инстамит! В основном организацией занимаются блогеры, потому что у них есть своя большая аудитория. Существует комьюнити мобилографов. Так получилось, что те ребята, которые организуют инстамиты из года в год в Москве и Петербурге – это одни и те же люди. Тематика встречи, то есть предмет съёмки задаётся официальным Instagram. Это может быть еда, а может быть счастье. Для встречи подаётся заявка и выбирается определённый уик-энд. Организаторам приходят всякие вещи с символикой Instagram: наклейки, кружки, стикеры и тому подобное. Блогеры-организаторы выбирают площадку для проведения мероприятия. Лично я был одним из организаторов инстамита в «АРТМУЗЕ». Цель каждого инстамита – это создание комьюнити мобилографов и обретение единомышленников. Люди, заинтересованные в мобильном творчестве, знакомятся, делятся опытом и создают какой-то интересный визуальный продукт. Это колоссальный прорыв вперёд в плане творчества. Участие в таких мероприятиях, если они анонсируются официальным аккаунтом Instagram, всегда бесплатное, в них нет никакой коммерческой основы. По сути инстамитом можно назвать любую встречу любителей мобильной фотографии, даже неофициальную. Существуют открытые и закрытые инстамиты. На открытый может прийти кто угодно, на закрытые приглашаются Instagram-блогеры с целью пиара какой-либо площадки.

Приложение 15

Комментарий куратора «РОСФОТО» Игоря Лебедева

– Игорь, добрый вечер! Мобильники сегодня становятся всё более популярным инструментом для получения изображения. Как вы считаете, не заменят ли скоро телефоны профессиональные аппараты?

– Вечер добрый. Думаю, что если это когда-нибудь и произойдёт (что маловероятно), то это будет точно не в ближайшем будущем. Я всё же считаю, что качества у мобильных устройств пока что недостаточно для серьёзных съёмок. По большей части фотографии с телефона показывают нам статику. Мобильное устройство может хорошо запечатлеть неподвижный объект, но если речь идёт о съёмке движения, то тут возможностей гаджета может быть недостаточно. Не могу отрицать, что сам часто пользуюсь камерой на телефоне. Очень удобный инструмент. И тут ведь даже не отвертишься: если увидел вдруг на улице что-то интересное, то ты просто обязан это заснять. Телефон-то всегда в кармане!

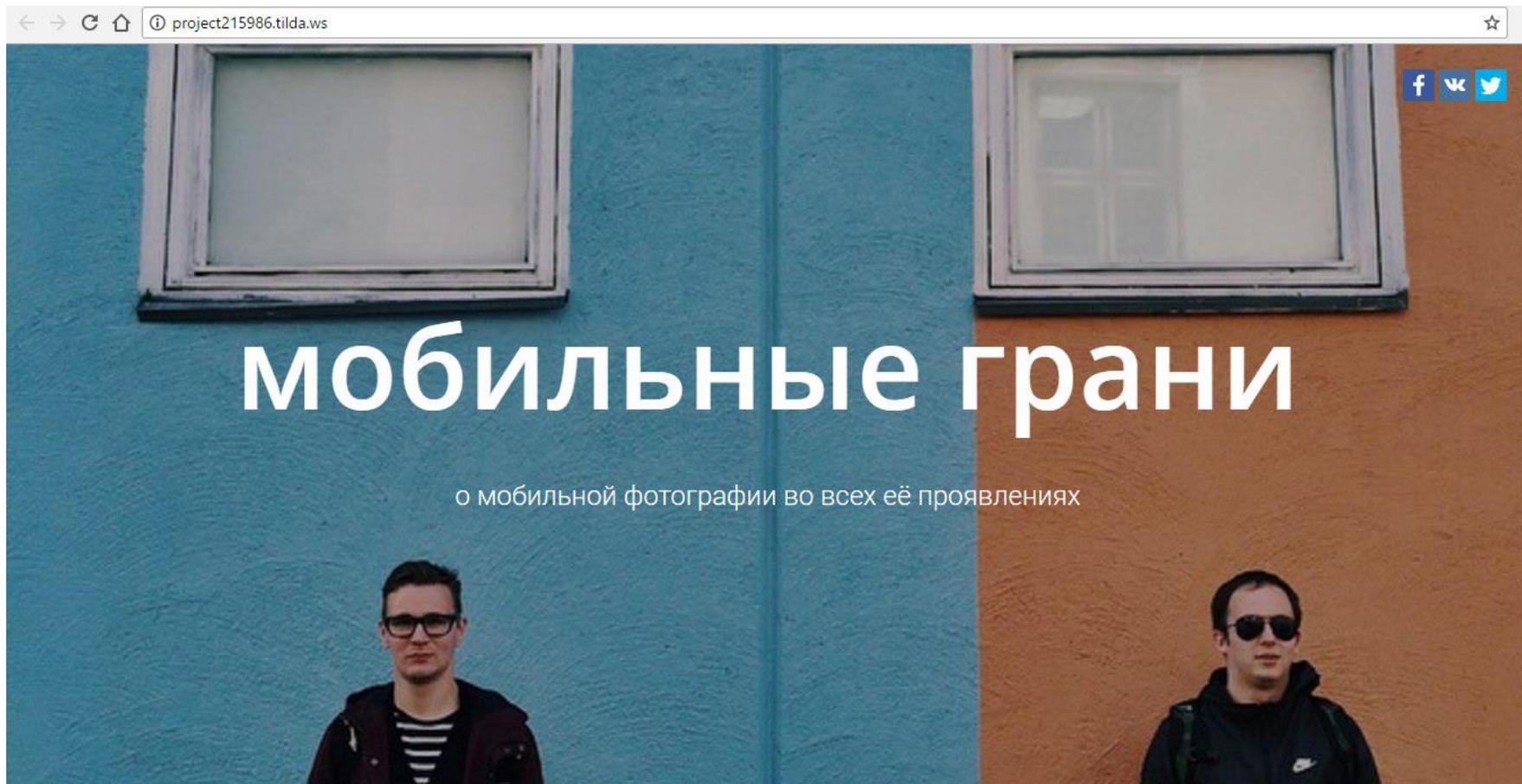
Приложение 16*Комментарий фотографа Сергея Максимшина*

– Сергей Яковлевич, день добрый! Скажите, как часто и почему вы снимаете на мобильный телефон?

– Здравствуйте. Всё просто. Я снимаю потому, что могу снимать. Увидел, например, свою кошку, красиво лежащую в солнечных лучах: взял и сфотографировал. Ведь абсолютно неважно, на что снимать. Важно, как снимать. Фотография – это нечто, что находится у вас в голове.

Приложение 17

Тематический онлайн-проект «Мобильные грани»





Мобилография как произведение искусства

#mobilegraphy#art#photo

Можем ли мы говорить о мобильной фотографии как о
полноценном визуальном продукте

← → ↻ 🏠 ⓘ project215986.tilda.ws 🔍 ☆ ⋮

О фотографической самостоятельности

**ДАНИИЛ
КОНТОРОВИЧ**
Фотохудожник

Ещё два года назад мобильную фотографию вообще не рассматривали как что-то стоящее, свою ценность и художественность она начала приобретать относительно недавно. Конечно, в этом заслуга развития мобильной техники с точки зрения камер. Изначально это было просто фиксированием реальности, чистая документалистика — телефон-то всегда в кармане. Запечатлел, запомнил. Как некая записная книжка для любого человека. И только со временем это заметили фотографы.

Рассматривать мобильную фотографию как «взрослую» не следует. Но при этом нельзя считать, что это неперспективная ветвь в фотоискусстве, потому что телефоном порой можно снять то, что другой камерой не снимешь. Главное — это момент. Какая разница, на что он был снят?

Я начал рассматривать мобильную фотографию как тренажёр для глаз. Ты не утыкаешься в гаджет или книжку, а постоянно следишь глазами за окружающим миром, наблюдаешь, ищешь моменты.

Я знаю много людей, которые на телефон снимают лучше, чем на профессиональную камеру. Потому что камера, если говорить о зеркальных фотоаппаратах, очень расслабляет. При съёмке на телефон всё изображение находится в резкости. Соответственно, чтобы было ощущение глубины, приходится думать. И люди начинают больше работать головой: что включить в кадр и как показать главное? Это хороший тренажёр и двигатель прогресса у фотографа.

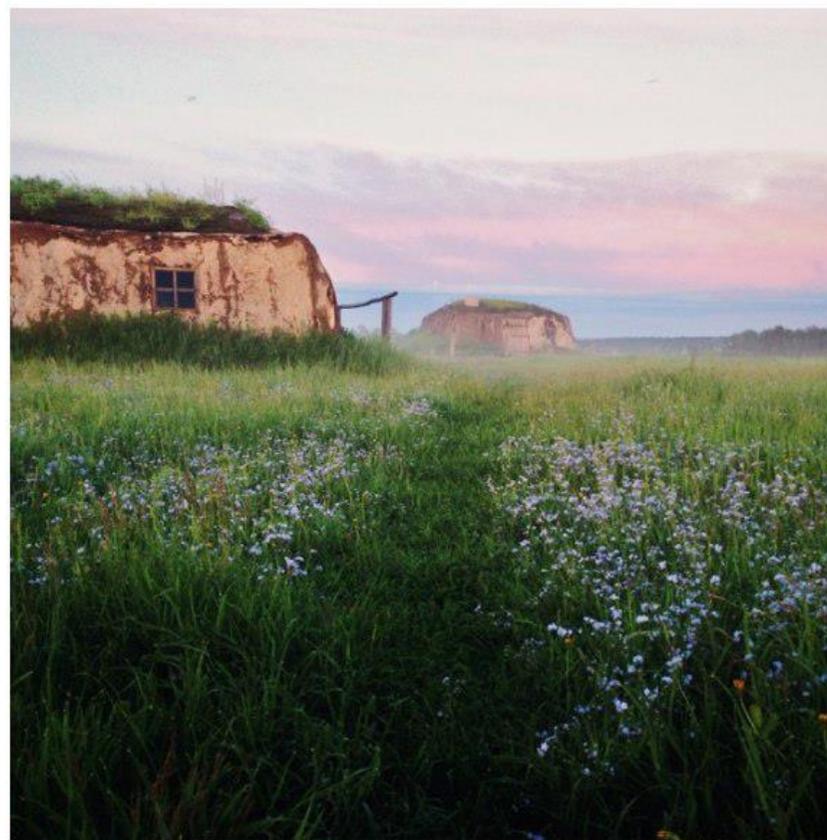


Фото: Даниил
Конторович



Сделать снимок на телефон труднее, чем на камеру, а обработка не сделает фотографию художественной. Наложение фильтров и подлинная художественность – это подмена понятий для аудитории. Хотя для себя я выделяю программу, которая делает гармонизацию света и тональности достаточно приятной. Но от камеры я никогда не откажусь, потому что в реалистичности передачи изображения размер имеет значение.



ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРИНАДЛЕЖНОСТЬ МОБИЛЬНОЙ ФОТОГРАФИИ

ЮРИЙ МОЛОДКОВЕЦ

Фотограф
Государственного
Эрмитажа



Мобильная фотография абсолютно самостоятельна, самодостаточна и конкурентоспособна. Телефон с камерой - это всего лишь инструмент, который, находясь в руках профессионала, становится хорошей возможностью получения качественного изображения. Вообще, профессиональная принадлежность мобильной фотографии - очень ёмкое понятие. Давайте сначала разберёмся, кто такой профессионал. Тот, кто зарабатывает деньги фотографией? Очень многие зарабатывают деньги съёмкой, но при этом делают плохие фотокарточки. Поэтому тут не все критерии работают. Если в понятие профессиональной фотографии входит её наполненность неким художественным содержанием, то тогда могу с уверенностью сказать, что такие изображения могут делать любые люди: для которых фотография – профессия, для которых фотография - увлечение, для которых фотография – естественное дыхание. Смартфоны находятся у нас в карманах с утра и до вечера, и мы по любому поводу - даже без повода - фотографируем. И зачастую получаются изумительные кадры. А тот, кто этим инструментом владеет в совершенстве, может этим своим смартфоном делать уникальные фотографии, которые абсолютно конкурентоспособны на любых площадках. Если мы говорим о качестве фотографии, сделанной на телефон, то с ним всё в порядке. У меня была выставка в Михайловском театре, где я выставлял снимки свои снимки из аккаунта Эрмитажа в Instagram. Эти снимки были распечатаны метр на метр и смотрелись безупречно с расстояния метра. Существуют специальные программы, которые позволяют обрабатывать файлы

ФОТОЖУРНАЛИСТИКА В ЭПОХУ INSTAGRAM

Смерть зеркальных камер



← → ↻ 🏠 ⓘ project215986.tilda.ws 🔍 ☆ ⋮

ЗАДАЧИ ФОТОЖУРНАЛИСТА

АЛЕКСАНДР ПЕТРОСЯН
Фотограф газеты "Коммерсант"   

Я редко когда снимаю на телефон, по той простой причине, что у него плохое качество. Соответственно, снимки в Instagram идут с фотоаппарата. Профессиональной техникой мне гораздо проще пользоваться. Время от времени я снимаю маленькой зеркалкой. Instagram я завёл только в прошлом году: друг посоветовал. Для меня это способ расширить виртуальную площадку для показа своих работ. Раньше фотографии размещал только в Facebook или Вконтакте. Бывает, что через Instagram со мной связываются интернет-порталы, берут из моего аккаунта фотографии и публикуют их на различных площадках. Сегодня медиарынок находится в большом кризисе. В любых событиях люди со смартфонами, простые прохожие, оказываются в центре происходящего. И информация мгновенно достигает редакции. Штатный фотокорреспондент оказывается на месте не сразу. Тут простые очевидцы находятся в выигрыше. Но это не значит, что работа профессионала с хорошей камерой больше не нужна. Задача фотожурналиста – дать более глобальное осмысление событию. Пусть он не зафиксирует непосредственно «горячую точку», но даст публике другой вариант этого события. Скажем так, снимает волны после происходящего. Это ведь уже другой план визуальной культуры.



Мобилография и социальная практика

#mobilegraphy#Instagram#InstagramRussia#Instameet

Что такое инстамиты и как в них принять участие

ЧТО ТАКОЕ ИНСТАМИТЫ

АРСЛАН НЕВЛЯЕВ

Инстаграм – блогер,
организатор
инстамитов.



Инстамиты – это мероприятия, проводимые 2 раза в год официальным Instagram. Грубо говоря, это встречи любителей мобильной фотографии. Instagram анонсирует тему встречи. И в каждом городе любой человек может подать заявку на организацию инстамита. Сейчас инстамиты проводятся почти в каждом крупном городе. В этом году пройдёт уже 15-й официальный инстамит!

В основном организацией занимаются блогеры, потому что у них есть своя большая аудитория. Существует комьюнити мобилографов. Так получилось, что те ребята, которые организуют инстамиты из года в год в Москве и Петербурге – это одни и те же люди. Тематика встречи, то есть предмет съёмки задаётся официальным Instagram. Это может быть еда, а может быть счастье. Для встречи подаётся заявка и выбирается определённый уик-энд. Организаторам приходят всякие вещи с символикой Instagram: наклейки, кружки, стикеры и тому подобное. Блогеры-организаторы выбирают площадку для проведения мероприятия. Лично я был одним из организаторов инстамита в «АРТМУЗЕ». Цель каждого инстамита – это создание комьюнити мобилографов и обретение единомышленников. Люди, заинтересованные в мобильном творчестве, знакомятся, делятся опытом и создают какой-то интересный визуальный продукт. Это колоссальный прорыв вперёд в плане творчества. Участие в таких мероприятиях, если они анонсируются официальным аккаунтом Instagram

Существуют открытые и закрытые инстамиты. На открытый может прийти кто угодно, на закрытые приглашаются Instagram-блогеры с целью пиара какой-либо площадки.



Фото: Арслан
Невляев

плоскостях, в том числе и в информационном. И если что-то хорошее происходит, то об этом нужно докладывать человечеству. И Instagram – это прекрасный канал, чтобы транслировать о чудесных событиях всему миру. Что мы и делаем. И это эффективно. Чем больше количество подписчиков – тем лучше. И это не совсем реклама. Ведь мы работаем с духовными сферами и в первую очередь транслируем красоту и гармонию.



**АРСЛАН НЕВЛЯЕВ**Instagram-блогер,
организатор
ИНСТАМИТОВ

КУРСЫ МОБИЛЬНОЙ ФОТОГРАФИИ

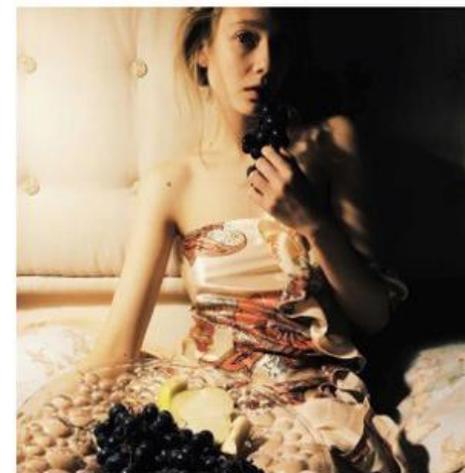
Идея провести курсы по мобильной фотографии появилась из-за бесконечных вопросов в комментариях в Instagram. Люди писали, что, мол, «так просто невозможно снимать на телефон», «это всё ваши фотошопы» и так далее. Ведь на самом деле среднестатистический пользователь Instagram делает не очень впечатляющие фото. И когда уже мне стали напрямую задавать вопросы о том, как научиться лучше снимать на телефон, я решил провести курсы по мобильной фотографии. Первая лекция была прочитана в 2016 году. К этому меня в большей степени подтолкнуло то, что в моём родном городке с небольшим населением молодёжи абсолютно нечем заняться. Мне захотелось сделать для них что-нибудь хорошее, интересное. Она была инициирована несколькими обстоятельствами: в моём родном городе очень маленькое население и молодёжи там абсолютно нечем заняться. Мне захотелось провести что-нибудь интересное. И я понял, что могу рассказать о мобилографии. Ведь это молодое явление и, к тому же, очень популярное среди молодёжи. Я запартнёрился с «Мегафон» и провёл в благотворительных целях свой первый курс по мобилографии.

Сначала я спросил аудиторию, чего они ждут от курса. Кто-то хотел сделать свой Instagram интереснее, научиться интересно и концептуально подавать

более крутыми. В основном люди используют Instagram, чтобы следить за жизнью знакомых и близких. А некоторые хотят транслировать что-то прекрасное и интересное.



Лекция состояла из теоретической и практической части. В теории я рассказал о каких-то базовых для любой фотографии вещах: о композиции, свете и так далее. Затем речь пошла об основных ошибках ведения Instagram, о приёмах улучшения профиля и обработку фотографий. Позже я провёл такой двухдневный интенсив по мобилографии уже в Петербурге.



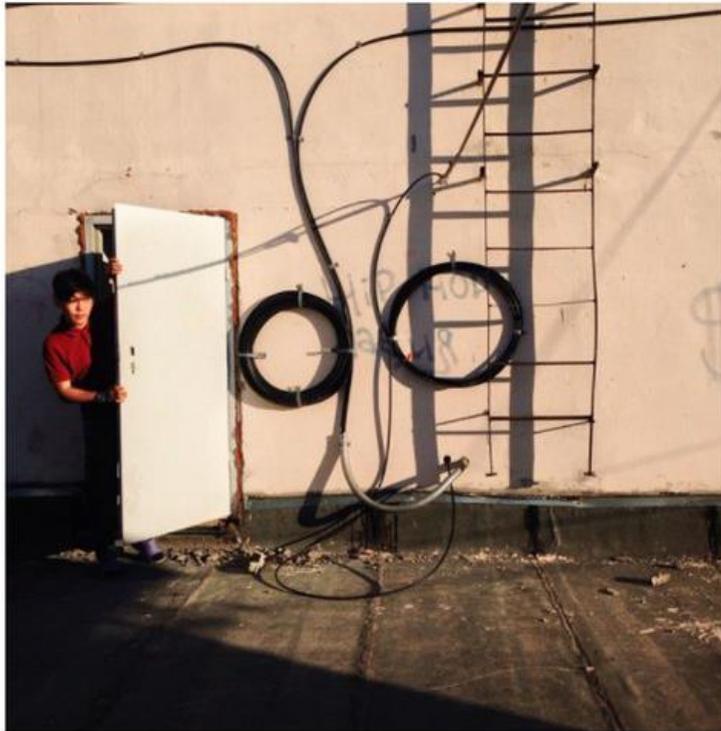


МУЗЕЙНЫЙ ИНСТАМИТ: ЕСЛИ ПРОИСХОДИТ ЧТО-ТО ХОРОШЕЕ, ТО ОБ ЭТОМ НУЖНО ДОКЛАДЫВАТЬ ЧЕЛОВЕЧЕСТВУ.

ЮРИЙ МОЛОДКОВЕЦ

Фотограф
Государственного
Эрмитажа

Так как Instagram – это мощнейшая социальная сеть, которая сфокусирована на картинках, то появилось большое количество не просто блогеров, а Instagram-блогеров, которые мыслят картинками. Эти люди обладают не только талантом фотографа, но и огромной аудиторией. По сути, сегодня они превратились в некие СМИ. И для таких людей часто проводятся закрытые инстамиты. Впервые закрытые инстамит был проведён в одном из музеев Нью-Йорка. И назывался он emptymeet (empty – пустой). Такой формат подразумевает посещение блогерами закрытых пространств. Смысл в том, что это любопытный и полезный формат, потому что у человека появляется возможность увидеть пустым пространство, где обычно находится много людей. А первый инстамит в российском музее состоялся в Эрмитаже. Затем подобные встречи проводились в Главном штабе и на Императорском фарфоровом заводе. На заводе мы посещали производство, наблюдали, как делается фарфор и даже его расписывали. Потом мы были в Меншиковском дворце, Гатчине и в Царском Селе. Я, как музейный фотограф, звоню и договариваюсь с дирекцией таких культурных пространств. На самом деле, такие инстамиты в музеях – очень полезные мероприятия, особенно в плане пиара. А в пиаре нуждаются все. Любое учреждение находится в разных плоскостях, в том числе и в информационном. И если что-то хорошее происходит, то об этом нужно докладывать человечеству. И Instagram – это прекрасный канал, чтобы транслировать о чудесных событиях всему миру. Что мы и делаем. И это эффективно. Чем больше количество подписчиков – тем



Мобильные приложения

#mobilegraphy#Snapster#Instagram

Мобильные приложения и причины их успешного функционала



МЁРТВЫЕ ДУШИ В INSTAGRAM, ИЛИ ПОЧЕМУ ИСЧЕЗЛИ SUGGESTED USERS.

АЛИНА ШЕВЧЕНКО

Instagram-блогер,
организатор
инстамитов



До середины 2016 года в Instagram была опция suggested users. Когда пользователи только регистрировались в Instagram, то им сразу предлагалось несколько профилей, на которые можно было подписаться. Этот список был динамическим: рекомендованные пользователи менялись каждые две недели, и этих людей отбирали редакторы. За несколько недель людям, которые попали в этот список, могло прийти в районе ста тысяч подписчиков. Но проблема была в новых пользователях: они устанавливали Instagram и переставали им пользоваться. И это оказалось большим минусом для ребят, попавших в suggested. То есть у тебя в подписках висит огромная цифра, но на самом деле большинство этих подписчиков – пассив. Конечно, поначалу активность в профилях рекомендованных пользователей возрастала в десятки раз. Но постепенно она начала снижаться. То есть количество подписчиков оставалось, но активная аудитория уходила. Поэтому опцию suggested упразднили.



ГАЛЕРЕЯ

Все фотографии сняты на мобильный телефон



