

## ФОРМЫ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ФОТОКОНТЕНТА СМИ В INSTAGRAM

Е. А. Гуртовая

*Белорусский государственный университет,  
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,  
gurtovaya@bsu.by*

Цель исследования состоит в выявлении особенностей и потенциала различных форм репрезентации фотоконтента СМИ на платформе Instagram. Определены структурные элементы, новые приемы организации фотографий в рамках распространенных форматов публикаций Instagram. Исследование проведено на основе изучения публикаций ряда белорусских и зарубежных СМИ в Instagram. Хронологические рамки исследования: 2021–2022 гг.

**Ключевые слова:** фотография; фотожурналистика; фотоконтент; фотомонтаж; Instagram.

## FORMS OF REPRESENTATION OF MEDIA PHOTO CONTENT ON INSTAGRAM

Ye. A. Gurtovaya

*Belarusian State University,  
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus  
Corresponding author: Ye. A. Gurtovaya (gurtovaya@bsu.by)*

The purpose of the study is to identify the features and potential of various forms of media photo content representation on Instagram. Structural elements, new methods of organizing photos within the framework of common Instagram post formats are defined. The study was conducted on the basis of the publications of a number of Belarusian and foreign media on Instagram. Timeline of the study: 2021–2022.

**Key words:** photography; photojournalism; photo content; photomontage; Instagram.

Наиболее распространенной формой репрезентации фотоконтента белорусских СМИ в Instagram является пост, содержащий одно или несколько изображений, а также ссылку на соответствующий материал сайта. Вместе с тем публикация фотографической информации СМИ в этой социальной сети может осуществляться в более разнообразных формах.

Один из форматов публикаций СМИ в соцсетях – это *подборка фотографий* на определенную тему. В Instagram такие подборки традиционно оформляются в виде «карусели», которую можно пролистать в прямом и обратном порядке. При кажущейся простоте этого формата следует обратить внимание на то, что отбор фотографий на определенную тему – это всегда идеологическая процедура, отражающая взгляд редакции на ту или иную проблему, тему. Поэтому одним из элементов качественной подборки фотографий (и этим она отличается от подборок, опубликованных, например, в личном аккаунте) является подводка – краткий текст, объясняющий, из какого корпуса изображений, за какой период и по какому принципу сделана выборка. Важно также указание названий изображений и другая контекстная информация, которая помещает выборку снимков в определенную систему координат.

Подборку фотопортретов с размещенными поверх фотоизображения высказываниями запечатленных людей можно рассматривать как адаптированный для Instagram жанр опроса, распространенного в печатных СМИ. В Instagram этот жанр приобретает принципиально иную форму, так как фото становится равноправным, а не дополнительным элементом публикации, поэтому подборка фотографий требует стилистического единства. Как правило, подборки с высказываниями соответствуют повестке дня, что значительно отличает их от мотивирующих цитат, распространенных в пабликах. Характерный пример – религиозные деятели высказываются о том, чему их научила пандемия коронавируса (@nytimes, 10.04.2022).

Журналистским подборкам фотографий присуща драматургия, достигаемая актуальным на любой медийной платформе сочетанием разных планов (общего, среднего, крупного). Но возможна организация изображений по принципу символического развития сюжета. Как, например, в подборке фотографий, опубликованной The Guardian в связи со смертью американского фотожурналиста Стива Шапиро. Сделанные им профессиональные фотографии собраны в первой части публикации таким образом, что символизируют жизнь человека от ее начала до завершения (@guardian, 23.02.2022).

Усиливает аналитическую составляющую подборок фотографий монтаж в рамках одного публикуемого кадра нескольких изображений (кадр разделяется вертикально или горизонтально на несколько частей). Популярные форматы сопоставительных подборок – «было/стало», «до/после».

*Статья в карточках* – еще один характерный формат репрезентации контента СМИ в соцсетях – по сути не является статьей, а тезисным изложением журналистского материала, опубликованного в СМИ. На отдельных кадрах (карточках) размещается короткий текст, расположенный на одно-

родном фоне и опубликованный в виде «карусели» (такие публикации можно оперативно подготовить по шаблону, и их используют в том числе белорусские журналисты).

Реже СМИ помещают на карточки фотографии, которые используются в качестве фона для текста или как иллюстрации, сопутствующие тексту. Верстка статьи в карточках, которую демонстрирует в 2022 г. The Washington Post, отсылает к принципам оформления печатной книги, что значительно выделяет публикации этого издания в ленте Instagram. На «нулевой» карточке, выполняющей роль обложки статьи, часто располагается лаконичный по форме фотомонтаж, суть которого быстро схватывается, что отвечает специфике социальной сети. Важная особенность фотомонтажа в таком формате – минимализм и однозначность визуального сообщения. Элементом фотопубликаций, которые делает в Instagram The Washington Post, является текст, маркируемый изданием как «image description». В этой части поста после фрагмента статьи размещается краткое вербальное описание опубликованного изображения, что позволяет избежать разночтений. Это касается не только журналистских фотографий, но и используемого в иллюстративных целях фотомонтажа. В описании изображения указано, фрагменты каких фотографий использованы, а также повторно (вероятно, для возможности применения автоматического перевода поста) воспроизводится текст с карточки.

Важным элементом организации фотоизображений в подборке, статье в карточках являются переходы (в терминологии киномонтажа) между соседними изображениями в «карусели». Как правило, границы соседних изображений хорошо видны. Однако ряд изданий использует формат панорамы или так называемой «бесшовной карусели», в которой при перелистывании сохраняется цельность изобразительной плоскости. Это достигается за счет расположения фотографий и текста на одинакового цвета поле, а также за счет того, что границы фотографий смещены относительно стандартной разбивки на кадры. В таком виде статья в карточках или подборка фотографий разворачивается по принципу китайского/японского свитка, позволяя зрителю плавно перемещаться между частями визуального повествования.

Таким образом, при репрезентации фотоконтента СМИ в Instagram каждое из публикуемых изображений может быть подвергнуто разделению на несколько частей для усиления аналитического характера публикации; содержание и форма фотомонтажа упрощается до однозначной идеи, которая быстро усваивается читателем при скроллинге; для сужения значения визуального сообщения может быть использовано вербальное описание изображения; реактуализируется использование элементов киноязыка [1, с. 382],

что позволяет варьировать формат репрезентации фотоконтента от набора фактов до целостного визуального высказывания. Все это усложняет структуру фотопубликации и процесс ее подготовки, но вместе с тем способствует более эффективному воздействию на читателя, выхватывающего сообщения из потока визуальной информации Instagram.

### **Библиографические ссылки**

1. *Манович Л.* Язык новых медиа. М.: Ад Маргинем Пресс, 2018. 402 с.