

10. Sanchez, R. (2023) «The Best Things We Saw At Adobe MAX 2023»

[Посилання](#)

11. Татарко, О. (2023) «Найкраще, що ми бачили на Adobe MAX 2023»

[Посилання](#)

УДК 316.77:070(043.2)

Антоненко Марія,

Єфремова Оксана

/ м. Київ /

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА НА ЗМІНУ ПІДХОДІВ ДО РОЗПОВСЮДЖЕННЯ ТА СПРИЙНЯТТЯ ФОТОЖУРНАЛІСТИКИ

З ростом впливу соціальних медіа на різні сфери нашого життя стає все більш очевидним, що й журналістика не залишається осторонь цього процесу. Фотожурналістика, як важлива гілка журналістики, відчуває значний вплив цифрових медіа-платформ на свою еволюцію. Зі зростанням популярності соціальних мереж, таких як Instagram, Facebook, Twitter, TikTok та інших, відбувається радикальне перетворення в способах створення, сприйняття та поширення фотожурналістських матеріалів. Соціальні медіа надають нові можливості не лише для журналістів, а й для широкої аудиторії, яка може взаємодіяти з контентом, створеним фотожурналістами, шляхом коментарів, публікації власних інтерпретацій та активної підтримки або критики.

У цьому контексті актуальність дослідження впливу соціальних медіа на розвиток фотожурналістики стає беззаперечною. Ця тема вимагає ретельного аналізу впливу цифрових платформ на зміну підходів до створення та розповсюдження фотожурналістських матеріалів. Поруч із перевагами, такими як швидке поширення і залучення аудиторії, існують серйозні виклики, такі як

проблеми пов'язані з маніпуляціями зображеннями, збільшенням фейкового контенту та необхідність забезпечення автентичності та об'єктивності інформації.

Таким чином, розуміння впливу соціальних медіа на фотожурналістику є надзвичайно важливим для вивчення сучасних тенденцій у цій сфері та забезпечення якісного та достовірного інформаційного середовища для громадськості.

Об'єктом дослідження є вплив соціальних медіа на розвиток фотожурналістики.

Це охоплює широкий спектр аспектів, включаючи адаптацію фотожурналістів до вимог цифрової епохи, зміни в способах створення, редагування та поширення фотожурналістських матеріалів через соціальні медіа, а також вплив цього процесу на сприйняття та реакцію аудиторії на журналістський контент.

Дослідження охоплює також взаємодію між фотожурналістами та аудиторією через цифрові платформи, виявлення нових трендів у фотожурналістиці, виклики, пов'язані з вірусними мемами та фейковими зображеннями, а також можливості використання соціальних медіа для залучення уваги до важливих соціальних та політичних питань через фотожурналістські матеріали. Усі ці аспекти об'єкту дослідження взаємодіють між собою, впливаючи на розвиток і трансформацію сучасної фотожурналістики у контексті цифрової культури та соціальних медіа-платформ.

Предметом дослідження є вивчення впливу соціальних медіа на розвиток фотожурналістики. Це означає аналіз того, як соціальні медіа впливають на процес створення, поширення, сприйняття та взаємодію з фотожурналістським контентом, а також зміна підходів до журналістської практики через впровадження соціальних медіа, включаючи нові технології, формати та стратегії взаємодії з аудиторією.

Метою дослідження є ретельне вивчення і розуміння впливу соціальних медіа на фотожурналістику з ціллю виявлення позитивних та негативних наслідків цього впливу. Основні завдання дослідження полягають у розкритті нових можливостей, які надають соціальні медіа фотожурналістам у контексті взаємодії з аудиторією, швидкого поширення інформації та зміни підходів до створення фотожурналістського контенту.

Завдання дослідження включає в себе ретельний аналіз впливу соціальних медіа на фотожурналістику з орієнтацією на досягнення певних конкретних цілей:

1. Аналіз сучасного стану використання соціальних медіа в фотожурналістиці: огляд та систематизація вже існуючих досліджень, публікацій та практик, що стосуються використання соціальних медіа в фотожурналістиці.
2. Вивчення впливу соціальних медіа на методи та технології створення фотожурналістського контенту: дослідження нових технік фотографування, редагування та презентації фотожурналістських матеріалів через соціальні медіа.
3. Аналіз взаємодії фотожурналістів з аудиторією через соціальні медіа: дослідження ролі відгуків та коментарів аудиторії у соціальних медіа у формуванні фотожурналістського контенту та взаємодії з читачами.
4. Виявлення етичних та професійних викликів, пов'язаних з використанням соціальних медіа в фотожурналістиці: аналіз можливих проблем, таких як маніпуляція зображеннями, втрата об'єктивності та проблеми конфіденційності, а також пошук шляхів їх подолання.
5. Формулювання рекомендацій та пропозицій щодо ефективного використання соціальних медіа в фотожурналістиці: розробка конкретних стратегій, які допоможуть фотожурналістам ефективно використовувати соціальні медіа для підвищення якості своєї роботи та забезпечення взаємодії з аудиторією на етично відповідальному рівні.

Вирішення поставлених у роботі завдань здійснювалося на основі застосування наступних **методів дослідження**: структурно-типологічний метод, метод аналізу, метод класифікації, метод опису, метод реферування літератури, метод графічного подання інформації.

Успішне дослідження впливу соціальних медіа на фотожурналістику може внести значний внесок у сферу медіа та журналістики шляхом привнесення **нових підходів** та унікальних відкриттів. Наукова новизна даного дослідження полягає в наступних аспектах:

1. Аналіз нових тенденцій у використанні соціальних медіа в фотожурналістиці: Ретельне вивчення найновіших підходів та стратегій, що використовуються фотожурналістами для взаємодії з аудиторією через соціальні медіа, може виявити нові можливості для покращення якості та ефективності роботи в цій галузі.
2. Виявлення впливу соціальних медіа на формування громадської думки: дослідження взаємозв'язку між фотожурналістикою в соціальних медіа та формуванням громадської думки може привести до нових висновків щодо того, як ці платформи впливають на сприйняття важливих подій та тем в суспільстві.
3. Етичні та професійні аспекти використання соціальних медіа в фотожурналістиці: розгляд етичних проблем, що виникають у зв'язку з використанням соціальних медіа в фотожурналістиці, може привести до розробки нових стандартів та рекомендацій для фотожурналістів у цифровій ері.
4. Створення нових стратегій взаємодії з аудиторією: вивчення ефективних методів взаємодії з аудиторією через соціальні медіа може сприяти розвитку нових стратегій для залучення уваги глядачів до важливих тем та проблем, які висвітлюються фотожурналістами.

Ці аспекти наукової новизни дослідження можуть сприяти розвитку та поглибленню розуміння впливу соціальних медіа на фотожурналістику та на

практичне застосування цих знань для покращення професійних стандартів у сфері медіа.

Дослідження впливу соціальних медіа на фотожурналістику базується на теоретичних концепціях та публікаціях відомих дослідників та практиків у сфері медіа та журналістики. Деякі з авторів, чиї роботи можуть бути включені до теоретичної бази дослідження, включають: Джеймса Кері (James Carey) [1] – автор концепції «комунікаційної культури», його роботи можуть відображати теоретичні засади взаємодії між медіа та суспільством; Джейн Сінгер (Jane B. Singer) [2] – її дослідження в галузі цифрових медіа та журналістики можуть внести вагомий внесок у розуміння впливу соціальних медіа на фотожурналістику; Джозефа Туроу (Joseph Turow) [3] – його роботи стосуються дослідження споживацької поведінки в цифровій епохі, що може бути важливим для аналізу впливу соціальних медіа на сприйняття фотожурналістики аудиторією; Ніка Юхаса (Nik Juhasz) [4] – автор досліджень у галузі візуальних культур та соціальних медіа, його праці можуть відображати важливі аспекти використання зображень у цифрових платформах; Джона Павліка (John Pavlik) [5] – його дослідження в сфері цифрових медіа та інновацій у журналістиці можуть відображати ключові аспекти змін у фотожурналістиці у зв'язку з розвитком соціальних медіа.

Ці автори та їхні дослідження можуть становити теоретичну базу дослідження впливу соціальних медіа на фотожурналістику та допомогти у формулюванні ключових аспектів аналізу у даній області.

Практична значимість дослідження впливу соціальних медіа на фотожурналістику полягає в ряді ключових аспектів, які можуть сприяти розвитку сучасної журналістики та підвищенню якості фотожурналістського контенту. Деякі з цих аспектів включають:

- розвиток нових стратегій взаємодії з аудиторією: дослідження може допомогти фотожурналістам розробити більш ефективні стратегії

залучення та взаємодії з аудиторією через соціальні медіа, що дозволить створювати більш змістовний та впливовий контент.

- покращення етичних стандартів у фотожурналістиці: розуміння етичних викликів, пов'язаних з використанням соціальних медіа в фотожурналістиці, може сприяти розвитку нових етичних стандартів та практик у цій галузі, що сприятиме забезпеченню об'єктивності та достовірності інформації.
- збільшення впливу фотожурналістики на формування громадської думки: вивчення впливу соціальних медіа на сприйняття фотожурналістського контенту може допомогти фотожурналістам залучити більше уваги до важливих тем та проблем у суспільстві та сприяти підвищенню громадської свідомості.
- використання новітніх технологій та інструментів у фотожурналістиці: дослідження може сприяти впровадженню нових технологій та інструментів, які дозволять фотожурналістам більш ефективно та креативно використовувати соціальні медіа для створення вражаючого та впливового контенту.
- підвищення професійної компетентності фотожурналістів: результати дослідження можуть бути використані для навчання та підвищення кваліфікації фотожурналістів, що дозволить їм краще розуміти та використовувати соціальні медіа для досягнення своїх професійних цілей.

На підставі проведеного дослідження можна зробити кілька ключових висновків, які відображають важливі аспекти впливу соціальних медіа на фотожурналістику.

Соціальні медіа змінюють підходи до створення та споживання фотожурналістського контенту. Вони дозволяють фотожурналістам швидше дістатися до аудиторії, але разом з тим ставлять нові виклики, пов'язані з обробкою інформації та підтримкою її об'єктивності.

Взаємодія з аудиторією через соціальні медіа вимагає нових стратегій та підходів. Вона дозволяє створювати більш глибокі та значущі зв'язки, але потребує уваги до етичних аспектів та взаєморозуміння з аудиторією.

Використання соціальних медіа може бути ефективним інструментом для підвищення впливу фотожурналістики на суспільні процеси. Воно сприяє поширенню важливої інформації та привертає увагу до актуальних проблем.

Етичні стандарти у фотожурналістиці повинні адаптуватися до нових реалій цифрової епохи. Це означає, що фотожурналісти повинні бути свідомими впливу соціальних мереж на формування громадської думки та забезпечувати достовірність інформації.

Необхідно продовжувати дослідження в цій галузі, адже це може служити основою для подальшого розвитку фотожурналістики в умовах швидкозмінного цифрового середовища та для забезпечення високої якості та етичної стандартів у журналістській практиці. Розвиток технологій та зміна вподобань аудиторії потребують постійного аналізу та вдосконалення стратегій використання соціальних медіа в фотожурналістиці.

Література

1. Carey, J. W. (1989). *Communication as culture: Essays on media and society*. Routledge.
2. Singer, J. B. (2013). Journalism ethics amid structural change: A needs-based approach. *Digital Journalism*, 1(1), 19-37.
3. Turow, J. (2017). *The aisles have eyes: How retailers track your shopping, strip your privacy, and define your power*. Yale University Press.
4. Juhasz, N. (2014). *Picture freedom: Remaking black visibilities in the early nineteenth century*. NYU Press.
5. Pavlik, J. V. (2013). Innovation and the future of journalism. *Digital Journalism*, 1(2), 181-193.