

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-516-7-11>

PHOTOJOURNALISM IN THE ERA OF SOCIAL MEDIA: CHALLENGES AND NEW FORMS OF EVENT REPRESENTATION

ФОТОЖУРНАЛІСТИКА В ЕПОХУ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА: ВИКЛИКИ ТА НОВІ ФОРМИ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ПОДІЙ

Lohvinenko K. O.

*Assistant at the Department
of Philosophical Anthropology,
Philosophy of Culture,
and Cultural Studies
Educathional and Research Institute
of Philosophy and Educathional Policy
of Drahomanov Ukrainian State
University
Kyiv, Ukraine*

Логвіненко К. О.

*асистент кафедри філософської
антропології, філософії культури
та культурології
Навчально-науковий інститут
філософії та освітньої політики
Українського державного
університету
імені Михайла Драгоманова
м. Київ, Україна*

Фотожурналістика як один із провідних інструментів медіа, продовжує трансформуватись у цифрову епоху, набуваючи нових форм у соціальних медіа. Традиційно основним майданчиком для «життя та існування» фотожурналістики була газета. Якщо ми звернемо увагу на історію розвитку телебачення та проаналізуємо новини наприкінці ХХ століття та початку ХХІ століття, то прийдемо до висновку, що в новинних етерах насамперед переважали відеосюжети для трансляції подій. Розвиток соціальних медіа на початку ХХІ століття сприяв формуванню нових платформ для функціонування фотожурналістики як унікальної та особливої форми журналістики.

У сучасному інформаційному просторі соціальні медіа стали новими платформами для фотожурналістики, трансформуючи її унікальну форму журналістики. Якщо історично газетні видання були первинним середовищем для поширення фотожурналістики, а телебачення зміщувало акцент на відеоконтент, то сучасні цифрові платформи змінюють як саму природу візуальної комунікації, так і способи репрезентації подій. Соціальні мережі, зокрема Instagram, формують нові моделі архівування подій, надаючи їм водночас миттєвості та історичної вагомості.

Поняття «подія» набуває нових значень у сучасному культурологічному дискурсі, особливо в умовах розвитку соціальних медіа. Подія перестає бути лише зафіксованим фактом, перетворюючись на динамічний процес смислотворення, де візуальні репрезентації стають ключовим інструментом її осмислення та впливу. Сама «подія»

у медійному контексті виявляє себе не лише як інформаційна одиниця, але й як феномен, що переосмислює дійсність через соціокультурний вимір. Значна увага приділяється новим формам взаємодії аудиторії з подіями через візуальний контент. Учасники подій, журналісти та глядачі стають співтворцями цих подій, що виводить фотожурналістику за межі традиційних жанрових рамок. У цьому контексті соціальні медія створюють можливості для багатоголосої репрезентації подій, забезпечуючи не лише їхню документальну фіксацію, але й сприяючи осмисленню їхнього впливу на соціум [2].

У сучасну епоху соціальні медія трансформували фотожурналістику, наділивши її більш помітними рисами візуального наративу. Зображення більше не є ізольованими об'єктами, а стають частиною інтерактивного й динамічного потоку новин. Фотографії на платформах, таких як Instagram, Twitter або Facebook, виходять за межі статичної документальності. Завдяки хештегам, геолокації, репостам користувачів та описам вони формують багатозарову розповідь, яка поєднує візуальний та текстовий контекст.

Instagram, попри те що створювався передусім як інструмент для публікації фотографій, зроблених на мобільні телефони, став важливим катализатором для розвитку громадянської фотожурналістики. Ця платформа дає змогу будь-якому користувачу транслювати події в реальному часі, створюючи унікальну хроніку сучасності. Водночас Instagram активно використовує професійні фотожурналісти для демонстрації своїх робіт, адже завдяки широкому охопленню ця мережа дозволяє значно розширити аудиторію.

Зауважимо, що цільова аудиторія соціальних медія є надзвичайно широкою, оскільки ці платформи охоплюють практично всі соціальні групи завдяки своїй доступності, універсальності та різноманітності контенту. Особливо це стосується молоді, яка значною мірою відмовляється від використання традиційних засобів масової інформації, таких як друковані газети, журнали або телебачення. Наприклад, акаунт Української асоціації професійних фотографів (UAPP), який публікує фоторепортажі, що висвітлюють суспільно значущі події, включаючи документування війни в Україні. Як показує приклад документування подій у Бучі після її звільнення від російських військових у 2022 році, фотографії руйнацій та жертв агресії стали потужними символами не лише трагедії, а й боротьби за правду. Ці зображення, поширені через соціальні мережі, доповнені свідченнями очевидців, хештегами #BuchaMassacre і геолокацією, сформували глобальний наратив, що привернув увагу міжнародної спільноти та сприяв активізації громадської підтримки України.

Ролан Барт у своїй книзі «Camera Lucida» розмірковує над подвійною природою фотографії, вводячи поняття *studium* і *punctum*. Він пише: «Фотографія здатна відтворювати до безкінечності те, що мало місце лише один раз: вона механічно повторює те, що ніколи б не змогло повторитися екзистенційно» [1, с. 13]. У контексті фотографій з Бучі, ефект *punctum* – це момент, що пронизує свідомість глядача, викликаючи глибокий емоційний резонанс і змушуючи його відчутти безпосередній зв'язок із трагедією, яку було зафіксовано.

У своїй праці «Regarding the Pain of Others» Сьюзен Зонтаг досліджує емоційний зв'язок фотографії із глядачем та формування його сприйняття реальності. Вона зазначає, що фотографії страждань і трагедій не тільки документують події, а й впливають на моральну реакцію аудиторії. У контексті соціальних медіа ці спостереження С. Зонтаг набувають нового значення. Зображення, які відображають біль, насильство чи соціальну несправедливість, мають ще більший вплив завдяки миттєвому доступу до глобальної аудиторії. Наприклад, фотографії, зроблені після ракетного удару по багатоповерхівці в Дніпрі у січні 2023 року, на яких був зображений зруйнований будинок, пошуки постраждалих серед завалів і розпач людей, що втратили близьких, стали символом масштабів трагедії та злочинів проти мирного населення супроводжувані хештегами #DniproAttack та #StandWithUkraine в соціальних медіа. Фотографії викликали широкий резонанс, привертаючи увагу як пересічних користувачів, так і міжнародних ЗМІ. Це, своєю чергою, стимулювало збір гуманітарної допомоги для постраждалих та посилило тиск на уряди країн-партнерів України з метою посилення військової й фінансової підтримки.

Сьюзен Зонтаг зазначає, що суспільство занурене в постійний потік зображень. Проте саме фотографія здатна змусити зосередити увагу на подіях, зафіксованих у момент зйомки. Фотографія затримується в свідомості людини як своєрідний «стоп-кадр» [3, с. 19]. У соціальних медіа це явище особливо яскраво проявляється, оскільки платформи алгоритмічно підсилюють візуальний контент, який провокує емоції. Ця «естетика шоку» може викликати не стільки активні дії, скільки відчуття безпорадності. Фотографії російсько-української війни, супроводжені текстовими дописами та реакціями спільноти, стали об'єктом колективного інтерпретаційного процесу, який вплинув на формування пам'яті про подію.

Одним із ключових викликів фотожурналістики в епоху соціальних медіа є проблема верифікації інформації. На нашу думку, соціальні мережі сприяють поширенню контенту, який викликає сильні емоційні реакції у споживачів. Через таке емоційне сприйняття виникає ефект «вірусного» поширення фотожурналістських матеріалів, що значно

мірою ускладнює їх перевірку. Фотографія за своєю природою нагадує цитату, афоризм чи прислів'я – це своєрідний «стоп-кадр», який фіксується у свідомості глядача, викликаючи сильний емоційний відгук, зокрема почуття трагічності чи несправедливості. Однак саме така швидкість поширення контенту, обумовлена його емоційним впливом, часто перевищує можливості його ретельної верифікації. Це, у свою чергу, призводить до поширення фейкових новин і маніпуляцій через фотографії, які можуть бути вирваними з контексту або бути сфабрикованими.

Отже, фотожурналістика в епоху соціальних медіа стає потужним, але водночас суперечливим інструментом. З одного боку, соціальні медіа створюють можливості для розширення аудиторії, швидкої трансляції подій і формування нових наративів через інтерактивні елементи, але з іншого – вони ускладнюють процес верифікації та сприяють поширенню маніпуляцій. Це ставить перед фотожурналістами нові етичні та професійні виклики, які потребують ретельного підходу до змісту, перевірки інформації та контролю за тим, як зображення впливають на сприйняття реальності в умовах глобалізації і миттєвого доступу до інформації. Соціальні медіа стали середовищем, де фотожурналістика не лише виконує інформативну функцію, але й працює як інструмент формування колективної пам'яті та соціальних змін. Відтак, майбутнє фотожурналістики безпосередньо пов'язане з розвитком нових стандартів верифікації, етики та критичного споживання інформації в епоху соціальних медіа.

Література:

1. Барт Р. *Camera Lucida*. Нотування фотографії. Харків : МОКСОР. 2022. 176 с.
2. Русаков С. С. Подія як ціннісно-смысловий чинник розвитку арт-ринку. *Культурологічна думка*. 2020. № 17. С. 178–187.
3. Sontag S. *Regarding the Pain of Others*. Farrar : Straus and Giroux, 2003. 131 p.