

УДК 007 : 304 : 070

Горбач В. О.

студ. гр. СН-311 НУ «Запорізька політехніка»

**МОБІЛОГРАФІЯ ЯК ОСНОВА ФРИЛАНС-ФОТОПРОЄКТУ
«МІСЬКИЙ ПУЛЬС: ЗАПОРІЖЖЯ»**

Сьогодні компактні гаджети стали важливим інструментом сучасного журналіста. Мобільні телефони, планшети, смартгодинники та інші цифрові

пристрої допомагають оперативно збирати, обробляти й передавати інформацію в режимі реального часу. Основним інструментом залишається смартфон, який відкриває широкі можливості для роботи з контентом – від запису аудіо та відео до створення якісних фотографій.

Хорошим прикладом використання мобільних пристроїв у журналістиці є мобілографія. Як зазначає Р. Пазюк, «...використання смартфонів та планшетів у професійній діяльності журналістів поступово зміщується від зони обмежень до зони можливостей. За останні роки нівелювався головний недолік – мала деталізація та низька роздільна здатність відзнятого матеріалу». Також науковець дає своє визначення поняттю: «Мобілографія – це спосіб творення візуального контенту, який ґрунтується на одержанні художнього та/або інформаційного фото- чи відеоматеріалу за допомогою камер, убудованих у мобільні комунікаційні пристрої (здебільшого телефони, смартфони, планшети)» [1, с. 127].

Мобільна журналістика – це сучасний підхід до створення та поширення новинного контенту за допомогою мобільних пристроїв. Як зазначає Б. Сташен, термін увели дослідники Іво Бурум та Глен Б. Малкехі, які зробили значний внесок у розвиток мобільного репортажу. На відміну від традиційних телевізійних форматів із їхніми технічними обмеженнями, мобільна журналістика дозволяє репортерам працювати автономно без необхідності повернення до редакції. Це значно підвищує оперативність і ефективність висвітлення подій у динамічних умовах [3, с. 17].

Розвиток інтернет-технологій сприяє використанню соціальних мереж у PR-кампаніях та просуванні брендів. Популярні в Україні Facebook та Instagram відрізняються форматом контенту: Instagram фокусується на візуальних матеріалах, тоді як Facebook поєднує текстові й візуальні елементи. Обидві платформи забезпечують двосторонню комунікацію через коментарі та приватні повідомлення. Соціальні мережі відіграють важливу роль у подієвій комунікації, дозволяючи взаємодіяти з аудиторією як у реальному, так і у віртуальному середовищі [2, с. 291].

Завдяки мобільній фотографії створення якісного контенту стало доступним не тільки професійним фотографам, а й незалежним фриланс-журналістам, які мають на меті фіксувати реальність навколо. Використовуючи ці можливості, ми розробили фриланс-фотопроект «Міський пульс: Запоріжжя», що має на меті через мобільну фотографію показати ритм міста, його унікальність та актуальні соціальні проблеми.

Проект «Міський пульс: Запоріжжя» спрямований на передачу ритму життя міста через мобільну фотографію. Використовуючи смартфони як основний інструмент зйомки, ми прагнемо показати Запоріжжя в усій його динаміці: місто, яке є водночас контрастним, багатим на історію, але й сповненим численних проблем. Основною платформою для реалізації проєк-

ту є Instagram, оскільки ця соціальна мережа орієнтована на візуальний контент і забезпечує взаємодію з аудиторією.

Фотографії, що публікуються на сторінці проекту, висвітлюють актуальні соціальні, екологічні та культурні питання міста. Це можуть бути стрит-фото, зображення забрудненого повітря, аварійних будівель, а також інші моменти міського життя, які відображають його унікальний характер. Дописи супроводжуються аналітичними та емоційними текстами, що може привернути увагу до важливих тем.

Проект орієнтований на журналістів, медіа, а також на місцевих мешканців віком 18-40 років, які зацікавлені в розвитку міста, які стежать за актуальними проблемами Запоріжжя. Частота публікацій 2-3 рази на тиждень, а для залучення більшої аудиторії використовуються хештеги та взаємодія в коментарях.

Отже, Instagram є ефективним каналом поширення новинного контенту, який дозволяє медіа не лише розширювати свою аудиторію, а й адаптувати подачу матеріалів відповідно до сучасних тенденцій цифрової комунікації. Інтернет-медіа в Instagram активно використовують кросмедійні можливості платформи, що впливає на урізноманітнення жанрів та також залученню аудиторії через інтерактивні формати.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Пазюк Р. Мобілографія як інструмент кросмедійної журналістики / Р.Пазюк // Кросмедіа: контент, технології, перспективи: колективна монографія / За заг. ред. д.н. із соц. ком. В.Е. Шевченко. – Київ: КНУ ім. Тараса Шевченка, 2017. – С.125–129.
2. Скалацька О. Подієва комунікація: особливості використання соціальних мереж / О.Скалацька // Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І.Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. – Том 32. – Частина 3. – 2021. – С. 289–293.
3. Сташен Б. Мобільна журналістика: практичний посібник /Б.Сташен; пер. з нім. В.Климченка; за загал. ред. В. Іванова. – Київ: Центр вільної преси, 2021. – С. 15–18.