М. А. Крашенинникова

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

К ВОПРОСУ О СОЦИАЛЬНОЙ МИССИИ РОССИЙСКОЙ ФОТОЖУРНАЛИСТИКИ

Современная российская фотожурналистика как один из важнейших инструментов медиавизуализации в печати и онлайн-СМИ принимает активное участие в социальных проектах. Несмотря на масштабы фотолюбительства, кризис профессии, «размывание» ее границ, снижение стоимости труда, распространение цифровых технологий и рост количества бесплатного пользовательского контента в Сети (User Generated Content), профессиональная фотожурналистика развивается, выполняет важную социальную миссию, которая, в свою очередь, не дает профессии умереть. Специальные проекты в СМИ, фотовыставки, авторские работы – все эти формы подачи визуального материала эффективно работают на привлечение внимания аудитории к существующим социальным проблемам. Профессионалы делают упор на эксклюзивность подачи материала, композиционную насыщенность снимков, остроту затронутых вопросов. В отличие от представителей «гражданской журналистики» редакционные фотографы имеют возможность снимать там, где нет места объективам фотолюбителей, осмыслять, работать над одной и той же темой продолжительное время. С развитием интернет-среды в России набирает обороты такое явление, как краудфандинг (crowdfunding). Если раньше фотожурналист был финансово зависим от своего работодателя в СМИ или коммерческого заказчика, то сегодня спонсорами какого-либо фотопроекта может стать любой человек, заинтересованный в тематике и манере исполнения, предложенной фотографом. Благодаря этому было реализовано много новых социальных проектов, например, «Тайна кукольного театра» фотографа Дмитрия Макарова о людях, работающих над кукольными представлениями и мультфильмами, «переживающих» жизнь своих персонажей. Подобные интернет-проекты, как и выставочная деятельность, активно набирают обороты в России. Социальная миссия российской фотожурналистики тесно связана с общественными интересами.