ЭКОНОМИКА СМИ

Анисимов Игорь Владимирович, преподаватель кафедры фотожурналистики и технологий СМИ, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: igor.anisimov@gmail.com

«МЕДЛЕННАЯ ФОТОЖУРНАЛИСТИКА». ФИНАНСИРОВАНИЕ ПРОЕКТОВ ПРИ ПОМОЩИ КРАУДФАНДИНГА

Статья посвящена современному состоянию фотожурналистики и тем изменениям, которые произошли в ней в связи с цифровизацией медиа. Широкое распространение гражданской фотожурналистики привело к сокращению спроса на профессиональные снимки, вынудило фотожурналистов искать новые источники финансирования. Автор анализирует показатели проектов краудфандинга в фотожурналистике и приходит к выводу, что этот способ финансирования является востребованным инструментом реализации длительных фотопроектов.

Ключевые слова: *фотожурналистика, краудфандинг, медленная фотожурналистика, гражданская фотожурналистика.*

Igor V. Anisimov, Lecturer at the Chair of Photojournalism and Media Technologies, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: igor.anisimov@gmail.com

"SLOW PHOTOJOURNALISM". FINANCING PROJECTS THROUGH CROWDFUNDING

The purpose of this paper is to identify the characteristics of the present state of photojournalism and the changes in this profession in response to media digitalization. The increasing popularity of citizen photojournalism has led to a drop in demand for professional photographs making photographers seek new sources of financing. Having analyzed a number of indicators of crowdfunding schemes in photojournalism, the author concludes that this funding method is an attractive and sought-after tool for financing and implementing long photo projects, primarily for professional photojournalists.

Key words: *photojournalism, crowdfunding, slow photojournalism, citizen photojournalism.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.4.2020.148169

Введение

Развитие технологий радикально изменило не только уклад жизни людей, но и их профессиональную деятельность. В частности, переход от аналоговых к цифровым фотокамерам привлек в процесс фотосъемки большое количество любителей. А появление смартфонов с хорошими камерами привело к глобальному росту количества фотографий, размещаемых в сети Интернет. Так, по данным крупнейшей в мире платформы для размещения фотографий *Flickr*[1], в 2007 г., когда компания *Apple* выставила на рынок первую модель мобильного телефона *iPhone*, объем ежемесячных загрузок фотографий на сайт вырос, по информации из одних источников, с 6 до 13 млн, по другим данным – с 18 до 37 млн (рис. 1).

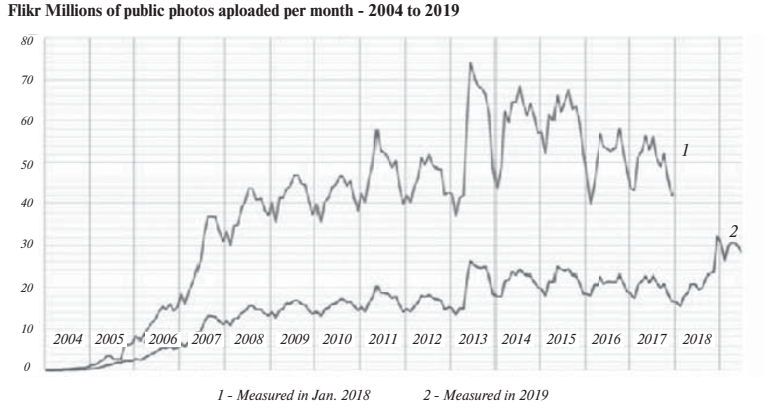


Рисунок 1. Количество загрузок фотографий на фотохостинг Flickr в месяц (2004–2019)

На рисунке мы видим две сильно отличающиеся друг от друга кривые. Кривая 1 демонстрирует показатели, опубликованные платформой *Flickr* до 2018 года. Но уже в следующем году компания *SmugMug*[2] выкупает *Flickr*, после чего появляются обновленные данные за предыдущий период (кривая 2). Официальных причин таких кардинальных расхождений ни одна из сторон не назвала, но в ходе пользовательского расследования, проведенного профессиональным фотографом Франком Мишелем (Franck Michel)[3], было установлено, что самой вероятной причиной является смена политики работы бесплатных учетных записей[4], введенная новым собствен-

ником *Flickr,* что привело к потере порядка 63% загруженных на сайт изображений. В любом случае для нашего исследования важно не точное количество снимков, а динамика роста производимых и загружаемых в сеть фотографических изображений. При этом рост происходит в первую очередь не из-за увеличения количества съемок действующих фотографов, а из-за притока новых людей, начавших снимать благодаря произошедшим технологическим изменениям (Andén-Papandopoulos, Pantti, 2011). Это легко проследить, проанализировав другую платформу для размещения фотографий, главным образом сделанных при помощи смартфона, – *Instagram*. По данным компании *Statista GmbH*, за период с 2013 по 2018 г. количество активных пользователей социальной сети выросло с 90 млн до 1 млрд в месяц (рис. 2)[5]. Столь динамичное развитие онлайн-площадок, предоставляющих фотографам-любителям возможность размещать как отдельные фотографии, так и серии снимков, не могло не повлиять на положение профессионалов (Бакулин, 2014; McChesney, Nichols, 2010).

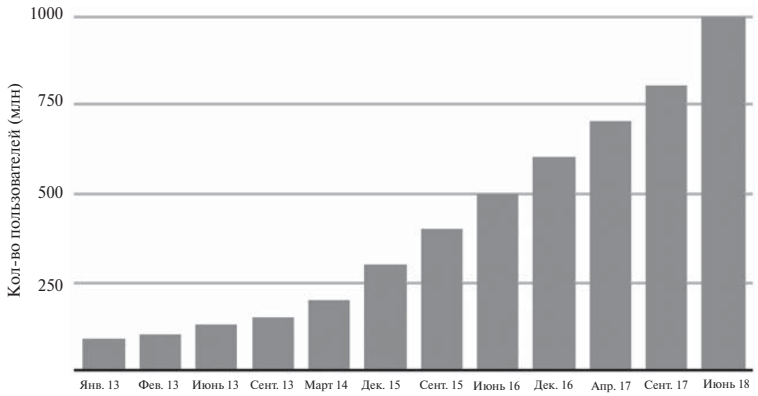


Рисунок 2. Кол-во активных пользователей платформы Instagram в месяц (2013–2018).

Гражданская фотожурналистика. Вызов профессионалам

Одним из результатов описанных изменений стало появление и распространение такого феномена, как гражданская фотожурналистика (Ганюшин, 2014; Yaschur, 2012). В эпоху «визуального депрофессионализма» каждый, кто взял в руки камеру, может счи-

тать себя специалистом (Mortensen, Jones, Keshelashvili, 2015; Панкеев, 2013). В научном сообществе еще не выработан единый подход для определения, что же такое «гражданская фотожурналистика» (Greenwood, Thomas, 2015). Исследователи рассматривают данное явление и как направление в журналистике, и как деятельность любителей в сети Интернет (Хлебникова, 2011). В нашем исследовании мы будем придерживаться той точки зрения, что гражданские фотожурналисты – это любители, не связанные журналистскими кодексами, нормами и стандартами, создающие фото-, видео- и мультимедиаконтент и интегрирующие его в традиционные медиасообщения (Brennen, Brennen, 2015). Также стоит отметить, что мы акцентируем свое внимание на профессиональных качествах и подготовке фотографов, а не на технике, которую они используют в процессе съемки. Это важно, так как все больше профессиональных фотожурналистов используют в своей работе смартфоны: например, в 2012 г. американский журнал *Time* разместил на обложке фотографию, сделанную на *iPhone*. Ее автор, Бенджамин Лови (Benjamin Lowy) – профессиональный фотограф, обладатель большого количества международных премий, победитель конкурсов по фотожурналистике. В 2017 г. в том же издании был реализован фотопроект «Первые» (*First*)[6], состоящий из 12 обложек журнала, где каждая фотография была сделана на *iPhone*. Съемку осуществлял профессиональный фотограф – Луиза Дор (Luisa Dorr), сотрудничающая с такими изданиями, как *Time, CNN, Vogue, Wired New Yorker* и другие.

Гражданская фотожурналистика вышла за рамки социальных сетей и блогов, и все чаще в различных СМИ можно увидеть снимки, сделанные любителями. Одним из самых ярких и впечатляющих примеров можно считать большое количество мгновенно появившихся в средствах массовой информации материалов, которые были сделаны очевидцами террористических атак в Нью-Йорке и Лондоне (Pantti, Bakker, 2009).

Одним из главных преимуществ любительской фотожурналистики является ее оперативность (Guerrero García, Palomo, 2015; Allan, 2015), обусловленная постоянной связью смартфона с Интернетом, то есть возможностью постоянного доступа в социальные сети. «Размытые любительские видео или фото боев и пожаров в новостях и в интернете, снятые на телефон, становятся более убедительными, потому что появляются мгновенно», – писал бывший фотожурналист *Fairfax* Крис Бэк (Chris Beck)[7]. В профес-

сиональной фотожурналистике скорость передачи данных тоже сильно выросла и в ряде случаев может достигать нескольких минут, но с финансовой точки зрения это требует больших инвестиций в оборудование, поэтому не используется повсеместно. Кроме того, чаще всего фотожурналисты-любители оказываются очевидцами происходящий событий (Grayson, 2015) и потеря времени от получения сигнала до прибытия на место съемки сведена к нулю (Guerrero García, Palomo 2015; Pantti, Bakker, 2009).

Вторым преимуществом гражданской фотожурналистики является охват тем, которые игнорируются профессиональными фотографами (Greenwood, Thomas, 2015). Но данную позицию можно назвать спорной, так как большая часть любительских фотоснимков, опубликованная в средствах массовой информации, относится к трем категориям: несчастья, воспоминания и природные явления (Pantti, Bakker, 2009).

Тотальное распространение гражданской фотожурналистики не может не вызывать опасений по ряду причин, среди которых главными являются вопросы этики, фактчекинга и эстетики снимков.

За время становления и развития профессии в фотожурналистике были выработаны этические нормы, которые регулируют как поведение профессионалов во время съемки, так и последующее использование снимков. Примером может служить этический кодекс национальной ассоциации фотокорреспондентов в США[8]. Ассоциации профессиональных журналистов разных стран играют большую роль не только в разработке этических норм, но и в контроле за их соблюдением (Маслов, 2010). В гражданской фотожурналистике соблюдение норм, предусмотренных этическими кодексами как неотъемлемой составляющей профессии, осуществляется далеко не всегда (Pogliano, 2015; Greenwood, Thomas, 2015). Несоблюдение их при использовании фотографий с онлайн-платформ создает проблемы не только для журналистики, но и для других профессий. Так, Стюарт и ДиКампо поднимают вопрос об этичности изображения девушки-подростка в медицинском исследовании, посвященном инфекциям, передающимся половым путем (Stewart, DiCampo, 2019).

Второй острой проблемой для любительских фотоснимков, опубликованных в средствах массовой информации, является вопрос фактчекинга (Бакулин, 2019). Использование различных фильтров для наложения на фотографию, развитие программного

обеспечения, дающего возможность оперативно и без получения специальных профессиональных знаний вносить изменения в снимки, открывают широкие возможности для искажения реальной ситуации. Профессиональные фотожурналисты связаны жестким регламентом постобработки фотоматериалов, а на «гражданском» уровне таких ограничений не существует и правила формируются людьми самостоятельно, в соответствии с их пониманием конкретной ситуации.

Один из самых острых вопросов для фотожурналистов как профессионалов – как наплыв любительских снимков влияет на экономическую составляющую профессии и к каким изменениям это приведет в будущем (Brennen, Brennen, 2015). В условиях экономического кризиса, начавшегося в конце 2000-х гг., сопровождавшегося падением продаж печатных газет и журналов, все чаще издательства с целью сокращения расходов увольняют штатных фоторепортеров, либо заменяя их снимки дешевым *UGC*-контентом (Mast, Hanegreefs, 2015), либо применяя другие способы получения фотоматериалов для публикаций. Так, в 2013 г. издание *Chicago Sun-Times* полностью сократило фотослужбу, поручив авторам новостей использовать *iPhone* для проведения фото- и видеосъемок при написании репортажей (Guerrero García, Palomo, 2015). В 2011 г. из *CNN* было уволено большое количество фотографов, так как появилась возможность получения необходимых материалов от гражданских журналистов (Mortensen, Keshelashvili, 2013). В январе 2015 г. *Sports Illustrated* в рамках реорганизации издательства уволили всех штатных фотографов[9]. Безусловно, все эти издания не перешли на работу исключительно с гражданскими фотожурналистами. В ряде случаев заменой становятся фотоагентства или фрилансеры. Так, в апреле 2017 г. крупнейший австралийский медиахолдинг *News Corp* провел массовое сокращение штата фотослужб, уволив более 140 человек. Такое решение было принято из-за необходимости сокращения расходов: в последнем финансовом отчете компании говорится об убытках в размере 215 млн долларов США. При этом отмечается, что некоторые из уволенных фотографов, возможно, продолжат сотрудничать с изданиями, где работали, но уже в качестве фрилансеров. Другие «фотографические потребности» газет будут удовлетворены покупкой снимков в фотоагентствах. Таким образом, в данном случае мы можем наблюдать использование гибридной схемы для получения необходимого контента[10].

Краудфандинг и «медленная фотожурналистика»

В современных условиях, когда стала возможной практически мгновенная передача данных, когда требования к срокам публикации новостей становятся все более жесткими, фотожурналистика становится более поверхностной, упрощается как эстетическая, так и смысловая ее составляющая (Paschalidis, 2015). У профессионалов больше не остается возможностей и времени для глубокого отображения ситуации и создания полноценных фотопроектов (Grayson, 2015). Стремительно растущий поток новостных изображений часто сравнивают с «фаст-фудом» в журналистике[11, 12]. В противовес этой тенденции в последние годы начинает набирать популярность «медленная фотожурналистика». К такому выводу в 2015 г. пришли эксперты из *BBC News*, проанализировав ряд старых работ Юджина Смита (Eugine Smith) и работы современных фотографов, ставшие знаковыми в последнем десятилетии[13]. Сьюзан Гринберг (Susan Greenberg) противопоставляет «медленную журналистику» новостям, «которые мы получаем на лету»: «И на противоположном конце должен быть растущий рынок эссе, репортажей и других нехудожественных произведений. Их написание занимает время, которое на досконального выяснение деталей, выявление историй, которые упускают другие. Таким образом реализуются высшие стандарты «медленной журналистики»[14]. В нашем понимании, речь здесь идет не о возврате к пленочным камерам и замедлении творческого процесса техническим путем, как это иногда трактуется самими фотографами[15]. Увеличение времени на реализацию проектов связано с более глубокой рефлексией по поводу объекта: рассказ ведется при помощи нарративных методов, а не путем механического отражения происходящих событий (Le Masurier, 2015). Таким образом, «медленная фотожурналистика» основана на глубоком исследовании события, а не на сенсационном его освещении, требует длительного времени на подготовку и реализацию проекта. Данное направление является нишевым, обращенным к ограниченной аудитории и, соответственно, со значительно меньшей долей на рынке. Более того, сам термин в научной литературе встречается редко, хотя в рамках серии «Журналистские исследования: теория и практика» (Journalism studies: theory and practice) в 2019 г. вышло отдельное издание, посвященное «медленной журналистике»[16]. Несмотря на ограниченность применения и недостаточную академическую проработан-

ность понятия, в рамках данного исследования мы можем его принять и использовать, так как он позволяет отделить основной объем производимых и публикуемых в последние годы фотоматериалов от качественных проектов, являющихся важной частью профессиональной фотожурналистики.

Рассматривая изменения, которые произошли в профессии фотожурналиста благодаря цифровой революции, следует отметить ряд положительных новшеств. Например, появилась возможность снимать в самых сложных условиях. Другим важным моментом является развитие краудфандинга (англ. *crowdfunding*, *crowd* – толпа, *funding* – финансирование) как независимого способа реализации собственных фотопроектов (Aitamurto, 2011; Бакулин, 2014). Сама по себе схема финансирования проектов посредством сбора денежных средств от неограниченного числа людей не является новшеством. Так, в 1885 г. издатель Джозеф Пулитцер (Joseph Pulitzer) запустил на страницах своей газеты кампанию по сбору денег на постамент Статуи Свободы[17]. А в начале XV в. в Италии появились своеобразные кассы взаимопомощи, так называемые «горы благочестия», которые складывались из добровольных пожертвований и использовались для выдачи беспроцентных ссуд малоимущим[18], что можно считать прообразом современного краудлендинга.

Но массовое развитие краудфандинг получил уже в XXI в. благодаря развитию Интернета и появлению онлайн-площадок для сбора средств.

ИВ1: Насколько востребованными являются возможности краудфандинга с точки зрения фотожурналиста?

ИВ2: Какие виды проектов с точки зрения времени, требуемого для их реализации при помощи краудфандинга, являются наиболее востребованными среди профессионалов?

Исследуемые краудфандинговые платформы и методика их анализа

Для проведения исследования нами были выбраны три краудфандинговые площадки:

- *Kickstarter.com* – одна из крупнейших платформ для сбора средств путем краудфандинга. Была запущена в 2009 г., и за 10 лет было собрано более 4,7 млрд долларов США от более чем 58 млн инвесторов из разных стран мира[19]. В 2014 г.

Kickstarter.com выделяет журналистику в отдельную тематическую категорию. На текущий момент на платформе также выделена подкатегория фотожурналистики, по которой было запущено уже более 220 кампаний сбора средств;

- *Planeta.ru* – российский сервис для краудфандинга. Был создан в 2012 г. По данным на 2019 г., с его помощью было собрано более 1 млрд рублей на различные проекты. Обладатель «Премии Рунета» 2014 г. в номинации «Экономика, бизнес и инвестиции»;
- *Emphas.is* – специализированная онлайн-платформа для сбора средств на проекты по фотожурналистике. Была запущена в 2011 г. известным фотожурналистом Каримом Бен Халифа (Karim Ben Khelifa), фоторедактором Тиной Аренс (Tina Ahrens) и специалистом по инвестициям Фанюль Дюэвер (Fanuel Dewever)[20]. За два года работы было собрано более 500 000 долларов США[21]. В 2013 г. *Emphas.is* был закрыт.

Выбор платформ для анализа был обусловлен заданными нами критериями:

- география: международные (*Kickstarter.com, Emphas.is*) и региональная (*Planeta.ru*);

- специализация: общая (*Kickstarter.com, Planeta.ru*), здесь размещаются проекты разных типов и направлений, и специализированная, предназначенная только для проектов по фотожурналистике (*Emphas.is*);

- наличие базы проектов, связанных с фотожурналистикой;

- являются крупнейшими в своей категории.

Таким образом, выбранные три площадки позволяют не только провести базовый анализ финансирования при помощи краудфандинга, но и увидеть, есть ли различия в реализации кампаний, запущенных на платформах разного типа.

Как уже было сказано, *Kickstarter.com* выделил отдельную подкатегорию для проектов по фотожурналистике. Мы не ограничивали отбор проектов временными рамками и анализировали все, подходящие по тематике, с момента появления каждой из площадок. Поскольку самой компании *Emphas.is* и ее веб-сайта уже не существует, были использованы кэшированные копии, доступ к которым был получен через портал *web.archive.org*.

Для сбора информации был задействован метод парсинга[22] – при помощи программного обеспечения *ParseHub*[23]. В перечень собираемых данных были включены:

- название проекта;
- информация об авторах;
- гиперссылка на страницу проекта;
- требуемая сумма денег;
- объем полученных инвестиций;
- дата окончания сбора средств – как точка отсчета начала реализации проекта;
- дата начала передачи вознаграждений инвесторам – как точка окончания реализации проекта.

На наш взгляд, выбранные критерии позволят ответить на вопросы о соотношении профессиональных фотожурналистов и любителей при финансировании проектов с помощью краудфандинга, сроках реализации проектов и так далее. В отдельных случаях были использованы данные о реализации фотопроекта, полученные не с краудфандинговых платформ, а с сайтов самих проектов или из комментариев к ним. Например, при сборе денег на проект "Вьюфайнд: помогите нам профинансировать фотожурналистику!" (*ViewFind: Help us fund photojournalism!)* сбор осуществляется в фиксированный период времени. Предусмотренные донорам проекта вознаграждения обусловлены не объектом финансирования, а деятельностью самой организации *ViewFind*, при этом реализация проекта начинается только спустя 180 дней после окончания сбора денег[24]. Другим примером является кампания *Into the Shadows*, реализуемая совместно фотожурналистом агентства *Noor* Пепом Бонетом (Pep Bonet) и журналистом Лайном Хадсбергом. Для определения точных временных рамок реализации проекта была использована информация, размещаемая на официальной странице *Into the Shadows*[25] в социальной сети *Facebook*. Именно там были зафиксированы как дата окончания финансирования проекта, так и дата окончания стадии пост-продакшена.

После проведения парсинга был осуществлен дополнительный отбор *de visu*, в рамках которого были отфильтрованы проекты, попавшие в первоначальную выборку, но *de facto* не относящиеся к интересующей нас категории.

Результаты исследования

Сформированный для анализа корпус проектов состоит из 352 стартапов, запущенных на трех краудфандинговых платформах.

Наибольшее количество кампаний было обнаружено на *Kickstarter.com* (N=239) Впрочем, во многом это обусловлено как длительностью существования самих площадок, так и временем появления на них такого направления, как фотожурналистика. Количество отобранных проектов на *Planeta.ru* и *Emphas.is* составило 42 и 71 соответственно.

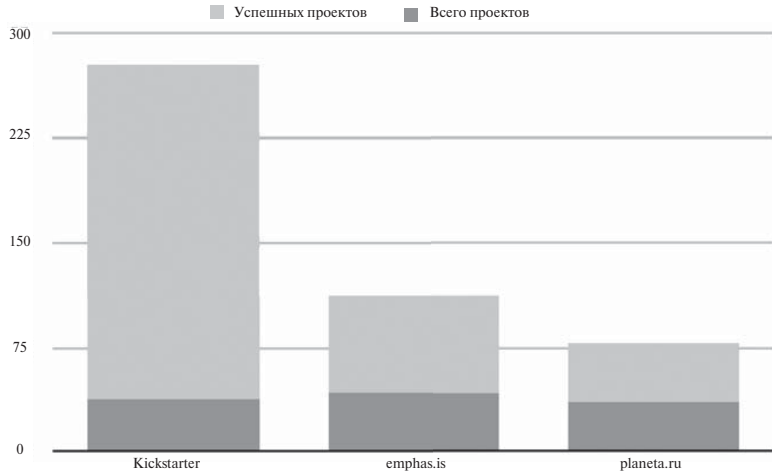


Рисунок 3. Доля успешных проектов в общем количестве запущенных кампаний

Другим важным фактором для получения финансирования является соотношение общего количества запущенных и успешных проектов. Здесь мы можем отметить, что общая доля профинансированных и реализованных кампаний на *Kickstarter.com* намного ниже, чем на альтернативных платформах и составляет порядка 15% от общего количества запущенных проектов (рис. 3). В свою очередь, как на *Planeta.ru*, так и на *Emphas.is* доля успешных проектов составляет более 50%.

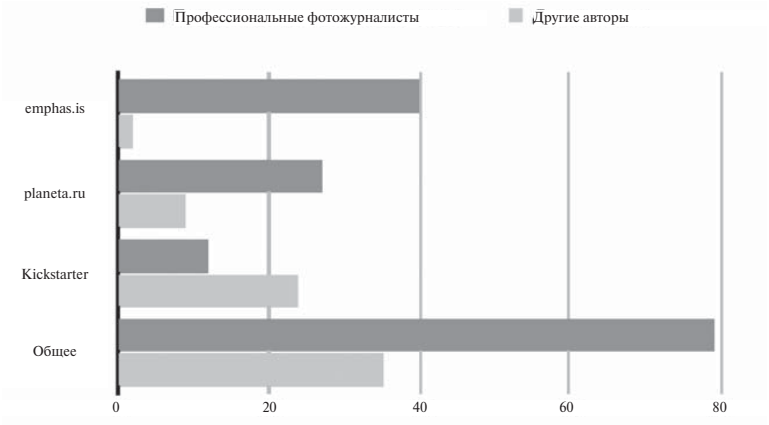


Рисунок 4. Соотношение профессиональных фотожурналистов и других авторов в рассматриваемом корпусе краудфандинговых проектов

Одной из поставленных нами задач было определение степени привлекательности краудфандинга как инструмента финансирования. В качестве критерия успешности проекта использовалось соотношение требуемой и полученной суммы. При этом в случае с *Kickstarter.com* и *Emphas.is* требовалось собрать 100% и более, а для *Planeta.ru* достаточно было получить хотя бы 50% необходимых средств. Разница в критерии оценки определяется алгоритмом работы самих платформ и их политикой в отношении квалификации кампаний как успешно профинансированных. В результате мы получили подтверждение нашей гипотезы о том, что краудфандинг интересен для профессиональных фотожурналистов и они прибегают к нему чаще, чем фоторепортеры-любители (рис. 4). На полученных результатах может сказаться то, что подсчеты были сделаны с учетом только профинансированных проектов. Тем не менее коррекция представляется незначительной, а более детальный анализ особенностей успешных и не собравших средств проектов, а также причин неудач выходит за рамки данного исследования.

Последним вопросом, который ставился нами в рамках данной работы, является определение сроков реализации самих фотопроектов. Для удобства анализа были выделены три типа проектов по срокам исполнения, и полученные данные были сгруппированы согласно этой классификации:

- быстрые проекты – сроком выполнения до 30 дней;
- средние проекты – сроком выполнения от 30 до 180 дней;
- длительные проекты – срок выполнения свыше 180 дней.

Такие временные рамки обусловлены мнением ряда опрошенных нами профессиональных фотографов[26] и позволяют достаточно точно определить требования специалистов к собственным проектам. Как мы видим, среди профессионалов быстрые проекты при краудфандинге не распространены (рис. 5).

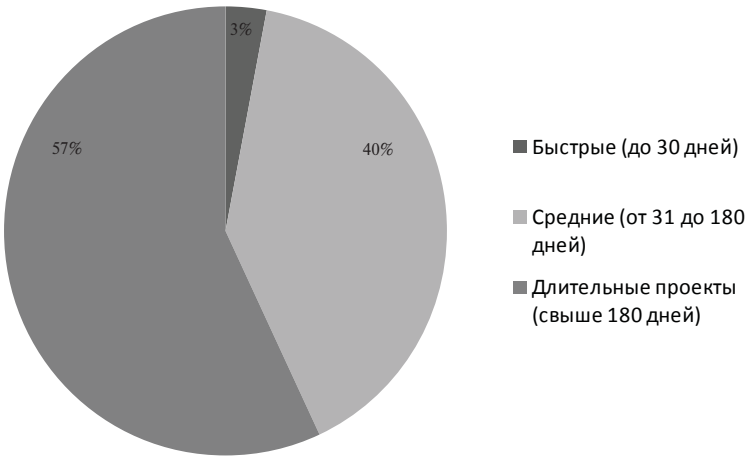


Рисунок 5. Распределение проектов фотожурналистики, финансируемых через краудфандинг по срокам их реализации

Большинство журналистов, прибегающих к краудфандингу, сосредоторчена на длительных проектах, позволяющих раскрывать содержание нарративными методами. Если в полученных нами данных выделить исключительно *Emphas.is* как специализированную краудфандинговую платформу, то мы увидим, что время, запланированное на осуществление фотопроекта, может пре-

вышать 10 лет с медианой, равной двум годам (рис. 6). Здесь возникает конфликт, связанный с тем, что время существования самой площадки *Emphas.is* меньше заявленных сроков. Это обуславливается рядом причин. Например, сбор денег производится на каждый из этапов реализации проекта отдельной кампанией[27] или необходимо получить дополнительное финансирование для съемки, которая уже реализуется автором[28].

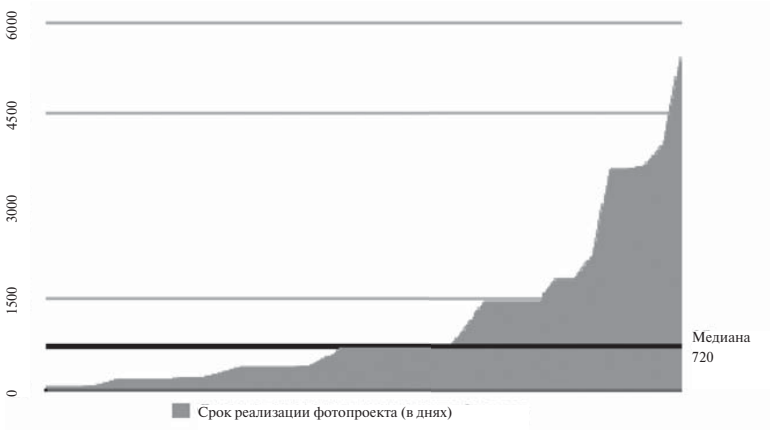


Рисунок 6. Сроки реализации фотопроектов на платформе Emphas.is

Выводы и дискуссия

К дискуссии в нашем исследовании можно отнести выборку только трех, пусть и разных по своему характеру и специализации, краудфандинговых платформ. Тем не менее мы полагаем, что выбор платформ – лидеров в своем направлении – позволяет выявить доминирующие тренды.

Проведенный анализ показал, что, несмотря на небольшое количество проектов, финансируемых на платформах *Kickstarter.com* и *Planeta.ru*, краудфандинг привлекает внимание профессионалов. В свою очередь, доноры предпочитают инвестировать в проекты, создаваемые профессиональными фотожурналистами, среди которых много победителей самых престижных конкурсов, таких как *World Press Photo, Sony World Photography Awards* и другие. Часто ис-

пользуется комбинированная схема финансирования, когда часть денег получена через гранты, а частьм финансируется «толпой».

В условиях все большего распространения в СМИ материалов фотографов-любителей или пишущих репортеров, сокращения штата фотослужб, краудфандинг может стать идеальным способом финансирования длительных и качественных фотопроектов, когда автор сам определяет, сколько ему требуется на реализацию замысла, не оглядываясь на сроки, устанавливаемые заказчиками. Краудфандинг открывает большие перспективы сбора средств для фотожурналистов. Наиболее убедителен в этом отношении пример платформы *Emphas.is*, на которой медианный показатель требуемого на проект времени составил 720 дней, а 57% кампаний, созданных на всех рассматриваемых нами площадках, относятся к категории длительных, т. е. требующих для реализации более 180 дней, что кардинальным образом отличает их от быстрой фотографии, доминирующей в онлайн-пространстве.

Высокий процент авторов кампаний – профессиональных фотожурналистов – позволяет считать краудфандинг не просто разовым или случайным донором для реализации проектов, а признанным способом монетизации деятельности фотожурналиста, пусть и находящимся в стадии становления. Пока остается открытым вопрос, требуется ли появление специализированных площадок типа *Emphas.is*. Тем не менее сам по себе интерес к краудфандингу, на наш взгляд, является очевидным.

Примечания

[1] Flickr – фотохостинг, предназначенный для размещения, хранения и демонстрации фотографий. Был запущен в 2004 г. Является одной из крупнейших площадок такого типа. По данным платформы, на нем зарегистрировано более 75 млн фотографов (на 23.03.2019) и загружено более 10 млрд фотографий (на 07.05.2015).

[2] SmugMug – платный сервис по хостингу фото- и видео материалов, основанный в 2010 г. Также оказывает содействие в организации продажи фотографий как фотографов-любителей, так и профессионалов.

[3] *Flickr may have lost 63% of its photos after being acquired by SmugMug (updated Oct. 2019)*. Available at: https://www.flickr.com/photos/franckmichel/6855169886/ (accessed: 09.12.2019).

[4] Flickr to Delete Millions of Photos as it Reduces Allowance for Free Users (2018) *The Guardian,* 2 November. Available at: https://www.theguardian.com/technology/2018/nov/02/flickr-delete-millions-photos-reduce-allowance-free-users (accessed: 09.12.2019).

[5] *Number of Monthly Active Instagram Users from January 2013 to June 2018 (in Millions)*. Available at: https://www.statista.com/statistics/253577/number-of-monthly-active-instagram-users/ (accessed: 09.12.2019).

[6] First. Women Who Are Changing the World (2017) *Time*. Available at: https://time.com/magazine/us/4931031/september-18th-2017-vol-190-no-10-u-s/ (accessed: 11.12.2019).

[7] When Photographers Were Always Part of the Story at Fairfax (2014) *iqn*. Available at: https://www.crikey.com.au/2014/05/08/when-photographers-were-always-part-of-the-story-at-fairfax (accessed: 12.12.2019).

[8] *NPPA Code of Ethics*. Available at: https://nppa.org/nppa-code-ethics (accessed: 13.12.2019)

[9] Sports Illustrated Lays Off All Staff Photographers (2015) *NPPA*. Available at: https://nppa.org/news/sports-illustrated-lays-all-staff-photographers (accessed: 15.12.2019).

[10] News Corp Australia Sacks Most of Its Photographers and Subeditors to Cut Costs (2017) *The Guardian*. Available at: https://www.theguardian.com/media/2017/apr/11/news-corp-australia-sacks-most-of-its-photographers-and-subeditors-to-cut-costs (accessed: 15.12.2019).

[11] Theme: Photojournalism: Ethics in a Fast-Food World (2016) *TED*. Available at: https://www.ted.com/tedx/events/19928 (accessed: 18.12.2019).

[12] Goldberg D. (1999) *Photojournalism, TV and the Future*. Available at: http://v2.zonezero.com/index.php?option=com_content&view=article&id=380%3Aphotojournalism-tv-and-the-future&catid=5%3Aarticles&lang=en (accessed: 18.12.2019).

[13] Slow Photojournalism: the Rise of Long-Term Assignments (2015) *BBC*. Available at: https://www.bbc.com/news/in-pictures-35039054 (accessed: 15.12.2019).

[14] Greenberg S. (2007) Slow Journalism. *Prospect*. Available at: http://www.prospect-magazine.co.uk/magazine/slowjournalism#.UiahWuDtKfR (accessed: 18.12.2019).

[15] Сергей Гудак о кодексе чести фотографа и вдумчивом фото // Uzhgorod.in. 2019. Режим доступа: http://uzhgorod.in/stat_i/2019/sergej_gudak_o_kodekse_chesti_fotografa_i_vdumchivom_foto (дата обращения: 17.12.2019).

[16] Le Masurier M. (ed.) (2019) *Slow Journalism*.

[17] The Statue of Liberty and America's Crowdfunding Pioneer (2013) *BBC*. Available at: https://www.bbc.com/news/magazine-21932675 (accessed: 18.12.2019).

[18] Денежная «гора благочестия» // Профиль. 2017. Режим доступа: https://profile.ru/culture/denezhnaya-gora-blagochestiya-4837/ (дата обращения: 18.12.2019).

[19] Stats. *Kickstarter.com*. Available at: https://www.kickstarter.com/help/stats?ref=global-footer (accessed: 18.12.2019).

[20] Crowdfunding platform Emphas.is goes insolvent amid internal conflicts (2013) *British Journal of Photography*. Available at: https://www.bjp-online.com/2013/10/crowdfunding-platform-emphas-is-goes-insolvent-amid-internal-conflicts/ (accessed: 19.12.2019).

[21] Q&A: Why is Emphas.is now turning to its own platform to survive? (2013) *British Journal of Photography*. Available at: https://www.bjp-online.com/2013/05/qa-why-is-emphas-is-now-turning-to-its-own-platform-to-survive/ (accessed: 19.12.2019).

[22] Парсинг – метод автоматического сбора данных с веб-сайтов для их дальнейшей обработки.

[23] ParseHub – условно-бесплатное программное обеспечение с графическим пользовательским интерфейсом для осуществления парсинга веб-сайтов.

[24] *The Team and Theme* (2015) Available at: https://www.kickstarter.com/projects/500627651/viewfind-help-us-save-photojournalism/posts/1276776 (accessed: 15.12.2019).

[25] *Into the Shadows*. Available at: https://www.facebook.com/pg/intoshadows/posts/ (accessed: 23.12.2019).

[26] Экспертный комментарий Д. Д. Линникова. 2019. Дек., 19. // Архив автора.

[27] См. например, проект «Shadow of Condor», для которого средства собирались в три этапа:

а) Pina J. (2011) *Shadow of the Condor – Brazil*. Available at: http://web.archive.org/web/20130512070534/http://www.emphas.is/web/guest/discoverprojects?projectID=311 (accessed: 22.12.2019);

б) Pina J. (2012) *Shadow of the Condor - Phase 2*. Available at: http://web.archive.org/web/20121016182411/http://www.emphas.is/web/guest/discoverprojects?projectID=343 (accessed: 22.12.2019);

в) Pina J. (2013) *Shadow of the Condor – Final Phase*. Available at: http://web.archive.org/web/20130511011738/http://www.emphas.is/web/guest/discoverprojects?projectID=707 (accessed: 22.12.2019).

[28] BTC pipeline (2011) Emphas.is. Available at: http://web.archive.org/web/20121219061145/http://www.emphas.is/web/guest/discoverprojects?projectID=342 (accessed: 21.12.2019).

Библиография

Бакулин О. А. Краудфандинг для фотожурналистов: новые возможности творческой реализации // МедиаАльманах. 2014. № 3. С. 22–29.

Бакулин О. А. Дело «Эдуардо Мартинса» в контексте проблем развития современной фотожурналистики: взгляд российских экспертов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2019. № 5. С. 120–134. DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2019.120134

Ганюшин А. А. Перспективы развития визуальной коммуникации средствами цифровой фотографии // Знание. Понимание. Умение. 2014. № 1. С. 301–305.

Маслов А. С. Профессиональные и этические стандарты в фотожурналистике: практика применения // Вестн. ВГУ. Сер.: Филология. Журналистика. 2010. № 1. С. 157–166.

Панкеев И. А. Использование фотографического произведения в СМИ: правовые и этические аспекты // МедиаАльманах. 2013. № 6. С. 46–51.

Хлебникова Н. В. Гражданская журналистика: к истории становления термина // Медиаскоп. 2011. № 3.

Aitamurto T. (2011) The impact of crowdfunding on journalism: Case study of Spot.us, a platform for community-funded reporting. *Journalism Practice* 5 (4): 429–445. DOI: https://doi.org/10.1080/17512786.2010.551018

Allan S. (2015) Introduction: Photojournalism and citizen journalism. *Journalism Practice* 9 (4): 455–464. DOI: https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1030131

And n-Papadopoulos K., Pantti M. (2011) *Amateur Images and Global News*. Bristol: Intellect Ltd. Pp. 9–20.

Brennen B., Brennen J. S. (2015) Taking our pictures: Citizen photojournalism in traditional US news media. *Journalism Practice* 9 (4): 520–535. DOI: https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1030138

Grayson L. (2015) Citizen photojournalism: How photographic practices of amateur photographers affect narrative functions of editorial photographs. *Journalism Practice* 9 (4): 568–579. DOI: https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1030142

Greenwood K, Thomas R. (2015) Locating the journalism in citizen photojournalism. *Digital Journalism* 3 (4): 615–633. DOI: 10.1080/21670811.2015.1034528

Guerrero García V., Palomo B. (2015) The crisis of photojournalism: Rethinking the profession in a participatory media ecosystem. *Communication and Society* 28 (4): 33–48. DOI: https://doi.org/10.15581/003.28.4.33-48

Kopeć K. D. (2017) Crowdfunding scheme in journalism. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas Zarządzanie* 18 (1): 119–130. DOI: https://doi.org/10.5604/01.3001.0010.2885

Le Masurier M. (2015) What is slow journalism? *Journalism Practice* 9 (2): 138–152. DOI: https://doi.org/10.1080/17512786.2014.916471

Mast J., Hanegreefs S. (2015) When News Media Turn To Citizen-Generated Images of War. *Digital Journalism* 3 (4): 594–614. DOI: https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1034527

McChesney R., Nichols J. (2010) *The Death and Life of American Journalism: The Media Revolution that Will Begin the World Again*. New York: Nation Books.

Mortensen T. M., Jones J., Keshelashvili A. (2015) Dear Citizen Photojournalists: Who are you? Studying the motivations and values of citizen photojournalists. *Photographies* 8 (2): 211–230. DOI: https://doi.org/10.1080/17540763.2015.1066651

Mortensen T. B., Keshelashvili A. (2013) If Everyone with a Camera Can Do This, Then What? Professional Photojournalists' Sense of Professional Threat in the Face of Citizen Photojournalism. *Visual Communication Quarterly* 20 (3): 144–158. DOI: https://doi.org/10.1080/15551393.2013.820587

Pantti M., Bakker P. (2009) Misfortunes, memories and sunsets: Non-professional images in dutch news media. *International Journal of Cultural Studies* 12 (5): 471–489. DOI: https://doi.org/10.1177/1367877909337860

Paschalidis G. (2015) Mini cameras and maxi minds: Citizen photojournalism and the public sphere. *Digital Journalism* 3 (4): 634–652. DOI: https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1034529

Pogliano A. (2015) Evaluating news photographs: Trust, impact and consumer culture in the digital age. *Journalism Practice* 9 (4): 552–567. DOI: https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1030141

Stewart J., DiCampo P. (2019) Should use of online photographs be exempt from ethical guidelines? *The Lancet Infectious Diseases* 19 (9): 933–934. DOI: https://doi.org/10.1016/S1473-3099(19)30433-5

Yaschur C. (2012) Shooting the Shooter: How Experience Level Affects Photojournalistic Coverage of a Breaking News Event. *Visual Communication Quarterly* 19 (3): 160–176. DOI: https://doi.org/10.1080/15551393.2012.706575

Notes

BTC Pipeline (2011) *Emphas.is*. Available at: http://web.archive.org/web/20121219061145/http://www.emphas.is/web/guest/discoverprojects?projectID=342 (accessed: 21.12.2019).

Crowdfunding Platform Emphas.is Goes Insolvent amid Internal Conflicts (2013) *British Journal of Photography*. Available at: https://www.bjp-online.com/2013/10/crowdfunding-platform-emphas-is-goes-insolvent-amid-internal-conflicts/ (accessed: 19.12.2019).

Denezhnaya «gora blagochestiya» [Money "Mountain of Piety"] (2017) *Profil'*. Available at: https://profile.ru/culture/denezhnaya-gora-blagochestiya-4837/ (accessed: 18.12.2019). (In Russian)

First. Women Who Are Changing the World (2017) *Time*. Available at: https://time.com/magazine/us/4931031/september-18th-2017-vol-190-no-10-u-s/ (accessed: 11.12.2019).

Flickr to Delete Millions of Photos as it Reduces Allowance for Free Users (2018) *The Guardian*, 2 November. Available at: https://www.theguardian.com/technology/2018/nov/02/flickr-delete-millions-photos-reduce-allowance-free-users (accessed: 09.12.2019).

Flickr May Have Lost 63% of Its Photos After Being Acquired by SmugMug (updated Oct. 2019). Available at: https://www.flickr.com/photos/franckmichel/6855169886/ (accessed: 09.12.2019).

Goldberg D. (1999) *Photojournalism, TV and the Future*. Available at: http://v2.zonezero.com/index.php?option=com_content&view=article&id=380%3Aphotojournalism-tv-and-the-future&catid=5%3Aarticles&lang=en (accessed: 18.12.2019).

Greenberg S. (2007) Slow Journalism. *Prospect*. Available at: http://www.prospectmagazine.co.uk/magazine/slowjournalism#.UiahWuDtKfR (accessed: 18.12.2019).

Into the Shadows. Available at: https://www.facebook.com/pg/intoshadows/posts/ (accessed: 23.12.2019).

Le Masurier M. (ed.) (2019) *Slow Journalism*.

News Corp Australia Sacks Most of Its Photographers and Subeditors to Cut Costs (2017) *The Guardian*. Available at: https://www.theguardian.com/media/2017/apr/11/news-corp-australia-sacks-most-of-its-photographers-and-subeditors-to-cut-costs (accessed: 15.12.2019).

NPPA Code of Ethics. Available at: https://nppa.org/nppa-code-ethics (accessed: 13.12.2019)

Number of Monthly Active Instagram Users from January 2013 to June 2018 (in millions). Available at: https://www.statista.com/statistics/253577/number-of-monthly-active-instagram-users/ (accessed: 09.12.2019).

Pina J. (2011) *Shadow of the Condor – Brazil*. Available at: http://web.archive.org/web/20130512070534/http://www.emphas.is/web/guest/discoverprojects?projectID=311 (accessed: 22.12.2019).

Pina J. (2012) *Shadow of the Condor – Phase 2*. Available at: http://web.archive.org/web/20121016182411/http://www.emphas.is/web/guest/discoverprojects?projectID=343 (accessed: 22.12.2019).

Pina J. (2013) *Shadow of the Condor – Final Phase*. Available at: http://web.archive.org/web/20130511011738/http://www.emphas.is/web/guest/discoverprojects?projectID=707 (accessed: 22.12.2019).

Sergey Gudak o kodekse chesti fotografa i vdumchivom foto [Sergei Gudak About the Photographer's Code of Honor and a Thoughtful Photo] (2019) *Uzhgorod.in*. Available at: http://uzhgorod.in/stat_i/2019/sergej_gudak_o_kodekse_chesti_fotografa_i_vdumchivom_foto (accessed: 17.12.2019). (In Russian)

Slow Photojournalism: the Rise of Long-Term Assignments (2015) *BBC*. Available at: https://www.bbc.com/news/in-pictures-35039054 (accessed: 15.12.2019).

Sports Illustrated Lays Off All Staff Photographers (2015) *NPPA*. Available at: https://nppa.org/news/sports-illustrated-lays-all-staff-photographers (accessed: 15.12.2019).

The Statue of Liberty and America's Crowdfunding Pioneer (2013) *BBC*. Available at: https://www.bbc.com/news/magazine-21932675 (accessed: 18.12.2019).

The Team and Theme (2015) Available at: https://www.kickstarter.com/projects/500627651/viewfind-help-us-save-photojournalism/posts/1276776 (accessed: 15.12.2019).

Theme: Photojournalism: Ethics in a Fast-Food World (2016) *TED*. Available at: https://www.ted.com/tedx/events/19928 (accessed: 18.12.2019).

Q&A: Why is Emphas.is Now Turning to Its Own Platform to Survive? (2013) *British Journal of Photography*. Available at: https://www.bjp-online.com/2013/05/qa-why-is-emphas-is-now-turning-to-its-own-platform-to-survive/ (accessed: 19.12.2019).

When Photographers Were Always Part of the Story at Fairfax (2014) *iqn*. Available at: https://www.crikey.com.au/2014/05/08/when-photographers-were-always-part-of-the-story-at-fairfax (accessed: 12.12.2019).

References

Aitamurto T. (2011) The Impact of Crowdfunding on Journalism: a Case Study of Spot.us, a Platform for Community-Funded Reporting. *Journalism Practice* 5 (4): 429–445. DOI: https://doi.org/10.1080/17512786.2010.551018

Allan S. (2015) Introduction: Photojournalism and Citizen Journalism. *Journalism Practice* 9 (4): 455–464. DOI: https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1030131

Andén-Papadopoulos K., Pantti M. (2011) *Amateur Images and Global News*. Bristol: Intellect Ltd. Pp. 9–20.

Bakulin O. A. (2014) Kraudfanding dlya fotozhurnalistov: novye vozmozhnosti tvorcheskoy realizatsii [Crowdfunding for Photojournalists: New Opportunities for Creative Implementation]. *MediAl'manah* 3: 22–29. (In Russian)

Bakulin O. A. (2019) Delo «Eduardo Martinsa» v kontekste problem razvitiya sovremennoy fotozhurnalistiki: vzglyad rossiyskikh ekspertov [The Case of "Eduardo Martins" in the Context of Development Problems of Modern Photojournalism: Russian Experts' View]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 5: 120–134. DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2019.120134 (In Russian)

Brennen B., Brennen J. S. (2015) Taking Our Pictures: Citizen Photojournalism in Traditional US News Media. *Journalism Practice* 9 (4): 520–535. DOI: https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1030138

Ganyushin A. A. (2014) Perspektivy razvitiya vizual'noy kommunikatsii sredstvami tsifrovoy fotografii [Development Prospects of Visual Communication by Means of Digital Photography]. *Znanie. Ponimanie. Umenie* 1: 301–305. (In Russian)

Grayson L. (2015) Citizen Photojournalism: How Photographic Practices of Amateur Photographers Affect Narrative Functions of Editorial Photographs. *Journalism Practice* 9 (4): 568–579. DOI: https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1030142

Greenwood K, Thomas R. (2015) Locating the Journalism in Citizen Photojournalism. *Digital Journalism* 3 (4): 615–633. DOI: 10.1080/21670811.2015.1034528

Guerrero García V., Palomo B. (2015) The Crisis of Photojournalism: Rethinking the Profession in a Participatory Media Ecosystem. *Communication and Society* 28 (4): 33–48. DOI: https://doi.org/10.15581/003.28.4.33-48

Khlebnikova N. V. (2011) Grazhdanskaya zhurnalistika: k istorii stanovleniya termina [Citizen Journalism: to the History of the Rise of the Term]. *Mediascope* 3. (In Russian)

Kopeć K. D. (2017) Crowdfunding Scheme in Journalism. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas Zarządzanie* 18 (1): 119–130. DOI: https://doi.org/10.5604/01.3001.0010.2885

Le Masurier M. (2015) What Is Slow Journalism? *Journalism Practice* 9 (2): 138–152. DOI: https://doi.org/10.1080/17512786.2014.916471

Maslov A. S. (2010) Professional'nye i eticheskie standarty v fotozhurnalistike: praktika primeneniya [Professional and Ethical Standards in Photojournalism: Practice of Application]. *Vestn. VGU. Ser.: Filologiya. Zhurnalistika* 1: 157–166. (In Russian)

Mast J., Hanegreefs S. (2015) When News Media Turn To Citizen-Generated Images of War. *Digital Journalism* 3 (4): 594–614. DOI: https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1034527

McChesney R., Nichols J. (2010) *The Death and Life of American Journalism*: *The Media Revolution that Will Begin the World Again*. New York: Nation Books.

Mortensen T. M., Jones J., Keshelashvili A. (2015) Dear Citizen Photojournalists: Who Are You? Studying the Motivations and Values of Citizen Photojournalists. *Photographies* 8 (2): 211–230. DOI: https://doi.org/10.1080/17540763.2015.1066651

Mortensen T. B., Keshelashvili A. (2013) If Everyone with a Camera Can Do This, Then What? Professional Photojournalists' Sense of Professional Threat in the Face of Citizen Photojournalism. *Visual Communication Quarterly* 20 (3): 144–158. DOI: https://doi.org/10.1080/15551393.2013.820587

Pankeev I. A. (2013) Ispol'zovanie fotograficheskogo proizvedeniya v SMI: pravovye i eticheskie aspekty [The Use of a Photograph in Mass Media: the Legal and Ethical Aspects]. *MediaAl'manah* 6: 46–51. (In Russian)

Pantti M., Bakker P. (2009) Misfortunes, Memories and Sunsets: Non-Professional Images in Dutch News Media. *International Journal of Cultural Studies* 12 (5): 471–489. DOI: https://doi.org/10.1177/1367877909337860

Paschalidis G. (2015) Mini Cameras and Maxi Minds: Citizen Photojournalism and the Public Sphere. *Digital Journalism* 3 (4): 634–652. DOI: https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1034529

Pogliano A. (2015) Evaluating News Photographs: Trust, Impact and Consumer Culture in the Digital Age. *Journalism Practice* 9 (4): 552–567. DOI: https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1030141

Stewart J., DiCampo P. (2019) Should Use of Online Photographs Be Exempt from Ethical Guidelines? *The Lancet Infectious Diseases* 19 (9): 933–934. DOI: https://doi.org/10.1016/S1473-3099(19)30433-5

Yaschur C. (2012) Shooting the Shooter: How Experience Level Affects Photojournalistic Coverage of a Breaking News Event. *Visual Communication Quarterly* 19 (3): 160–176. DOI: https://doi.org/10.1080/15551393.2012.706575

Поступила в редакцию
03.03.2020