



ІНСТРУМЕНТИ СТВОРЕННЯ ПУБЛІКАЦІЙ В INSTAGRAM

*Тяпкіна Н.І., к.філол.н., доцентка, кафедра видавничої справи та редагування,
Запорізький національний університет*

*Ложкова О.М., студентка, кафедра видавничої справи та редагування,
Запорізький національний університет*

Instagram – одна з найвідоміших соціальних мереж, у якій основним є візуальний контент. За даними сайту Statista станом на квітень 2024 року, Instagram посідає третє місце у світі за популярністю [4]. Така залученість та активність користувачів аналізованої мережі може бути обґрунтована багатьма чинниками, передовсім актуальним та цікавим контентом.

На початку існування мережа Instagram створювалася як проєкт, у якому аудиторія мала змогу ділитися власними світлинами, зробленими на телефон. За майже чотирнадцять років оформлення публікацій в Instagram зазнало неабияких змін та перетворилося з ресурсу, що забезпечував обмін світлинами, на окремий вид мистецтва, що має свої методи та прийоми генерування інформаційного продукту. Мета нашого дослідження – систематизувати інструменти творення естетичних публікацій в Instagram.

Дональд Норман в бестселері «Емоційний дизайн» послідовно доводить, що привабливі речі працюють краще: «два японські дослідники – Масаакі Куросу та Каорі Кашімураб – дійшли саме цієї думки. Вони розробили два автоматизовані пристрої видачі готівки, простою мовою банкомати, за допомогою яких можна зняти гроші й провести прості банківські операції в будь-який час доби. Функціонал обох банкоматів був ідентичний, як і кількість кнопок та алгоритм дій, що вони виконували. Однак на одному пристрої кнопки та екран мали привабливий вигляд, а на іншому – ні. І от яка несподіванка: науковці виявили, що банкоматом із привабливішим дизайном, за сприйняттям споживачів, було простіше користуватися [2, с. 25].

Цю ідею на практиці втілює Instagram, де основною причиною на момент його появи став редактор фото та відео для покращення зображення. На початок функціонування цей редактор мав доволі обмежений ресурс, проте був дуже цікавим та простим для користувачів. Тоді основним контентом мережі були світлини, хоча можна було виставляти й відео до хвилини у квадратному форматі, так само як і фотографії. Згодом в Instagram з'явилися нові формати контенту, тож на 2024 рік окреслюються:

- фото або відео до хвилини;
- Stories (зникаючі публікації, які за бажанням можна лишити у профілі);
- IGTV (довгі відео до 60 хвилин);
- REELS (відео до 60 секунд, що зберігаються у профіль) [3].

Основними аспектами якості публікацій у сучасному Instagram можна назвати оригінальність, естетичність, вдалу композицію та доцільне використання стокових елементів. Публікація оригінальних коротких відео в тому ж стилі, що й фотографії вітається. Якщо публікація не налаштована під



стиль профілю чи\або спрямована на повідомлення для аудиторії, можливе її розміщення у Stories. Усі публікації розташовані на сторінці у вигляді сітки з трьох фото по горизонталі, проте по вертикалі обмежень нема. Компонування фотографій та публікація їх у правильному порядку робить профіль більш привабливим. Над публікаціями знаходяться актуальні у формі кружків, для них зазвичай роблять оформлення в єдиному стилі.

Простота генерування контенту та привабливість візуального оформлення впливає на активному використанні Instagram з метою просування власного іміджу та торгівлі. Для продукування та оформлення публікацій в Instagram вистачить сучасного смартфона з хорошою камерою. Сучасні мобільні програми мають багато функцій для створення та покращення візуального контенту в цій мережі. Орієнтуватися краще на сучасні моделі, оскільки старі можуть не відповідати новим стандартам якості. Мобільні телефони більш поширені як інструменти виготовлення публікацій в Instagram, адже вони постійно з користувачами – у будь-який момент можна створити публікацію [5]. Щоб швидко та якісно оформити, репрезентувати власний стиль та зробити гарну обробку не обов'язкові професійні навички та платні підписки на різні програми, лише за допомогою використання декількох програм можна досягти бажаного результату.

Для ретуші світлин потрібно знати основні схеми поєднання кольорів, як впливає експозиція та композиція на загальний вигляд публікації. Компонування в Instagram важливе як для окремих публікацій, так і для композиційного розташування постів у стрічці профілю. Різні підходи до поєднання включають кратні трьом публікації в одній тематиці, розміщення постів із різною обробкою у шаховому порядку та довільне розташування. Елементи оформлення, такі як рамки або спеціальне розташування фото в особливому порядку, можуть допомогти виділити публікації в стрічці і робити профіль більш привабливим.

Для спеціалістів та користувачів, які претендують на високу якість публікацій, важливим етапом творення контенту в Instagram є їх оформлення за допомогою різних редакторів. Instagram надає власні ресурси для оздоблення та ретуші публікацій, але вони не зовсім відповідають естетичним вимогам сучасної аудиторії. Щоб зробити оформлення більш візуально привабливим, використовуються сторонні додатки. Враховуючи те, що Instagram – мережа, в якій контент створюється та публікується з телефону, доречно буде розглядати саме мобільні застосунки для обробки контенту.

Програми для обробки інформації, такі як Canva, Lightroom, Photoroom та Snapseed, є одними з найпопулярніших програм для редагування. Canva дозволяє створювати оформлення в однаковому стилі за допомогою безкоштовних шаблонів та елементів, хоча в ній може бракувати деяких функцій редагування фотографій, що доступні в інших програмах. Photoroom, хоч і має менше елементів, проте дозволяє видаляти фон із фотографій безкоштовно та створювати власні елементи для колажів. Обидва застосунки



призначені для творення колажів із різних елементів. Їх можна використовувати одночасно. Lightroom відрізняється великим різноманіттям функцій для редагування, включаючи корекцію кольору та освітлення, можливістю зберігання власного стилю обробки. Snapseed, через наявність унікальних фільтрів та інструментів для покращення якості зображень, також вартий уваги як самостійний застосунок.

Кожен із перерахованих застосунків має свої переваги та недоліки, їх використання залежить від потреб користувача та обраного стилю редагування. Програми нададуть більш розширений функціонал при покупці підписки, проте їх безкоштовних інструментів може бути достатньо для творення якісних естетичних публікацій.

Зазначимо, в сучасному інформаційному просторі існує багато інструментів для творення візуального контенту в Instagram, проте використання їх потребує базових знань із розуміння поєднання світла та тіні, принципів розміщення елементів для забезпечення цілісного сприйняття світлин, правил композиції та спільного розташування елементів на сторінці профілю.

Список літератури

1. Герасимчук, В., & Лижова, С. (2019). Особливості використання маркетингу в Instagram. Молодий вчений, 10(74), 642-645.
2. Норман, Д. (2019). Емоційний дизайн: Чому ми любимо (або ненавидимо) речі довкола нас. ArtHuss.
3. Садило, Н. (2019). Instagram як феномен сучасного бізнесу. Соціально-гуманітарний вісник, (25), 187-193.
4. Statista. (2024). Most popular social networks worldwide as of April 2024, ranked by number of monthly active users. <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users>.
5. Song, A. (2016). Capture Your Style: Transform Your Instagram Photos, Showcase Your Life and Build the Ultimate Platform. Abrams Books.