Александр Иосифович Беленький

Санкт-Петербургский государственный университет

[a.belenky@spbu.ru](mailto:a.belenky@spbu.ru)

Наталия Станиславовна Кипреева

Санкт-Петербургский государственный университет

[n.kipreeva@spbu.ru](mailto:n.kipreeva@spbu.ru)

**Особенности визуального языка в информационном обществе**

Рассматривается актуальное состояние фотографии в условиях информационного общества. Исследование основывается на данных опроса среди разных групп реципиентов.

Ключевые слова: фотография, визуальная коммуникация, дигитализация.

Кардинальные технико-технологические изменения, произошедшие в области создания и репрезентации фотографического изображения, неизменно ставят ряд дискуссионных вопросов. Так, современные технологии, мобильные инструменты и развитие социальных сетей расширяют и изменяют поле взаимодействия между пользователями, ускоряя процесс обмена информацией. В значительной степени эта информация является визуальной, выраженной, как правило, фотографией.

Современная цифровая фотография представляет собой одну из форм визуального высказывания и одновременно средство коммуникации в обществе. Исследователи все чаще говорят об информационном обществе, в котором визуальная коммуникация играет важнейшую роль.

Сегодня научные изыскания посвящены различным аспектам функционирования фотографии в информационном обществе, таким как, например, трансформация фотографии в контексте современной культуры [3], антиномичность фотографии как визуального сегмента мифодизайна в социальных сетях [2], участие фотографии в преобразовании и формировании ритуалов повседневной жизни [4] и др.

По словам Джиллиан Роуз, автора книги по методологии визуальной культуры, «визуальность (Visuality) – как человеческий глаз способен видеть, способ видеть разным образом: как мы видим, как мы готовы или позволяем себе видеть, или не видеть» [5].

В общественном дискурсе фотография может выступать в различных ролях: как средство фиксации реальности, как метод познания окружающего мира, как способ получения информации, как визуальное высказывание и т.п.

Происходящие изменения в области фотографии неизменно оказывают влияние и на фотожурналистику. Так, с началом массового применения цифровых фотокамер количество фотофайлов возросло на порядки. Скорость репрезентации фотографического материала в медиа сегодня – минуты с момента свершения события. Эти два фактора сместили акцент творческого метода фотожурналистов. «Отбор, как творческий метод» [1], становится «вторичным», а не «первичным». Сегодня важнее отобрать нужные кадры из быстро отснятого материала, чем тратить время на поиски композиции и ожидание выразительного момента в мгновение съёмки. Изменение эстетических критериев отбора фотографий в журналистике упростило композицию кадра. На большинстве снимков, как профессионалов, так и любителей или учащихся, в последние годы мы видим удивительную закономерность. При всем разнообразии тем, проблем и сюжетов, снимаемых фотографами-профессионалами и любителями, композиционные решения большинства снимков – так называемая центральная композиция, когда основной визуальный объект – «смысловой центр» — находится ровно по центру.

Настоящее исследование было проведено с целью выяснить, чем обусловлен выбор тех или иных композиционных решений, используемых в современной фотографии. Нами была выдвинута гипотеза, что доминирование в фотографии центральной композиции обусловлено тем, что основной поток фотоизображений приходится на социальные сети, т.е. выбор самых примитивных композиционных решений формирует любительский контент.

Исследование проводилось в 2023–2024 гг. и продолжается в настоящее время. За указанный период было опрошено несколько групп реципиентов (как люди, не вовлеченные в фотографию, так и увлеченные ей): студенты 2 курса, магистранты (22–28 лет), люди старшего возраста (25–65 лет). Всего на данный момент опрошено 118 чел.

Ответы реципиентов позволили выяснить, насколько они совпали по ключевым моментам, выявить основные тенденции в восприятии фотоизображения и др. Так, было установлено, что фокус с изображений в печатных изданиях сместился в сторону фотографий в социальных сетях. При этом сохраняется вера в правдивость того, что изображено на снимке. Все вышеперечисленное делает проведенное исследование актуальным, отвечающим основным направлениям современных научных изысканий в данной области.

Полные результаты опроса:

1. Где вы сталкиваетесь с фотографией чаще всего?

Инстаграм\*[[1]](#footnote-1) – 32%, другие соцсети – 32%, новостные порталы – 15%, печатные альбомы, книги, выставки – 11%, печатная пресса – 11%.

2. Верите ли вы, что на фотографии изображено то, что было на самом деле?

Почти всегда – 50%, иногда – 34%, всегда – 13%, никогда – 3%.

3. Имеет ли значение композиция и качество снимка?

Композиция важна – 59%, когда как – 27%, главное – сама фотография – 8%, не имеет значения – 6%.

4. Хорошая фотография – это…

Необычный момент – 35%, когда удивляешься – 32%, красивая фотография – 28%, на которой видишь знакомых – 5%.

Литература

1. Вторая реальность / под ред. В. А. Никитина. Вып. 2. СПб., 2008.

2. Дарчинов Э. В., Яковлева Е. Л. Антиномичность фотографии как визуального сегмента мифодизайна в социальных сетях // Культурный код. 2023. № 1. С. 9–22.

3. Красикова К. В. Фотография как часть медиакультуры // Вестник Томского гос. ун-та. 2022. № 46. С. 83–99.

4. Юргенева А. Л. Фотография, социальные сети и современные ритуалы // Художественная культура. 2022. № 1. С. 344–365.

5. Rose, G. Visual methodologies: an introduction to the interpretation of visual materials. SAGE Publications Ltd., 2001.

1. Организация признана экстремистской, деятельность организации запрещена на территории Российской Федерации. [↑](#footnote-ref-1)