

УДК 316.772.5

UDC 316.772.5

**ВИЗУАЛИЗАЦИЯ СОВРЕМЕННОГО
МИРА КАК СПОСОБ КОММУНИКАЦИИ****VISUALIZATION OF THE MODERN
WORLD AS A WAY OF COMMUNICATION**

Т. Н. Шушунова,
кандидат социологических наук,
доцент кафедры социально-
гуманитарных дисциплин БГПУ

T. Shushunova,
Candidate of Sociology, Associate
Professor of the Department of Social-
Humanitarian Disciplines, BSPU

Поступила в редакцию 06.06.17.

Received on 06.06.17.

В статье показывается современный мир как эпоха, где визуальные образы порождают новый актуальный способ коммуникации: их можно осмысливать, с их помощью можно передавать мысли, чувства, эмоции; проявлять свою индивидуальность и идентичность, самовыражаться и реализовывать творческий потенциал. Описывается коммуникативная роль фотографии как пример визуальных образов в повседневной жизни человека и их роль в проведении социологических исследований.

Ключевые слова: визуальный образ, коммуникация, визуальная социология, фотография, коммуникативная функция.

The article deals with the modern world as the era of visual representation of images that you can interpret as a new relevant means of communication capable of transmitting feelings, emotions and thoughts of the people; to express their individuality and identity, to express themselves and to realize the creative potential. It describes the communicative role of photography as an example of visual images in everyday life, in conducting sociological research.

Keywords: visual image, communication, visual sociology, photography, communicative function.

Визуализация мира становится универсальной характеристикой современной действительности. Как утверждает польский социолог П. Штомпка, визуализация есть доминирующее свойство того типа культуры, которая характерна для исторического периода, следующего после модерна [1, с. 6]. Сразу после оральной культуры, для которой главным выступает общение посредством разговора, и вербальной культуры, характеризующейся распространением письменных сообщений для передачи информации. Когда мы говорим о визуализации, то подразумеваем способность нашего воображения конструировать чувственный и ментальный образ. В мире, где мы живем, доминируют визуальные образы, с их помощью можно успешно передавать эмоции, настроение, информацию, ценности, воздействовать на сознание. Человек склонен воспринимать условия жизни как реально существующие, если они представлены посредством образов.

Визуальный образ – значит зрительный образ, который рассматривается как некая структура, формирующаяся через зрительный канал, при содействии воображения личности. Благодаря воображению, которое

в свою очередь опирается на знаково-символическую основу сознания, человек имеет способность выполнять функции, связанные с пониманием, доказательством, открытиями и изобретениями нового через наглядный образ и аналитическую работу мышления [2, с. 12]. На этом основании мы можем рассмотреть визуальный образ в качестве необходимого средства для реализации познавательных потребностей человека. Но помимо этого, визуальные образы также способны выстраивать разнообразные практики и выполнять ряд функций, среди которых мы остановимся на коммуникативной.

Актуальность изучения визуальной коммуникации связана с ситуацией снижения доверия к речевой коммуникации, которая в свою очередь обусловлена самим характером сообщений, на который влияют межличностные барьеры, возникающие в процессе речевого общения, а также вследствие того, что люди не стремятся вслушиваться в слова, придают им другое значение, не уточняют позиции оппонента, а ответ формулируют с учетом своих собственных мыслей, что вынуждает отправителя сообщения возвращаться к ранее сказанному и заново форму-

лизовать высказанное положение, коммуникация посредством речи не всегда выполняет свое предназначение. Не говоря уже о том, что успешность общения связана с языковой компетенцией коммуникаторов, их речевым опытом, словарным запасом и возможностями интерпретации языковых сообщений. Таким образом, также как фотографии или картинки являются необходимым наглядным условием выстраивания общения в рамках учебной деятельности, облегчающей восприятие информации, также они являются способом общения между людьми в современной визуальной эпохе.

Важной предпосылкой такой особенности современного мира стал постоянно возрастающий объем визуальной информации благодаря доступности технических возможностей ее производства всеми желающими. Теперь каждый может сделать любительские авторские фотографии, снимать видео на камеру, которая встроена уже в телефон, благодаря чему фотография превращается в обычную практику современной жизни. Простота использования фотографической техники, увлекательность последующей обработки кадров с помощью разнообразных фильтров, десакрализует процесс производства визуального и приучает многих смотреть на мир как на фотографический кадр с потенциальными вариациями его последующего пристраивания в популярные социальные сети как обычный способ сообщить миру о себе [3, с. 35].

Если еще до недавнего времени фотография была контролирующим предписанием различных социальных инстанций, благодаря чему множились фото на паспорт, пропуск и т. д., или, как писал П. Бурдьё о социальной функции фотографии: «Фотография – это то, чем занимаются во время отпуска, это то, что образует саму материю отпуска» [4]. В последнее время она стала добровольным актом, направленным на проявление своей индивидуальности и идентичности, самовыражение личности, реализацию накопленного творческого потенциала, который таким образом находит способ высвобождения.

Одновременно с этими возможностями визуальных образов есть и другие объяснения распространения фотографии. Например, фотографирование можно рассматривать как феномен общества потребления,

связанный с желанием не ограничивать свою покупательскую способность только материальными товарами, но превратить в личное («купить») то, что невозможно приобрести. Как писала С. Сонтаг: «Желание подтвердить реальность и расширить опыт с помощью фотографии – это эстетическое потребление, которым сегодня заражены все» [5, с. 39].

Ролан Барт высказывает мысль об освободительной функции фотографии, благодаря чему наше воображение имеет возможность получить разрядку: «Фотография может стать предлогом к освобождению воображения, но чаще все – полной компенсацией для тех, кто не может жить воспоминаниями». Но при этом он говорит, что прежде всего «фотография – это язык, это искусство коммуникации, это необходимый обмен информацией» [6].

Среди важных мотиваторов к фотографической деятельности, которые может принести осязаемые удовлетворения можно выделить по мнению П. Бурдьё всего пять [4]:

1. Защита от бега времени.
2. Реализация самости.
3. Социальный престиж.
4. Развлечение и эскапизм.
5. Коммуникация с другими и выражение чувств.

Таким образом, мы подтверждаем нашу мысль о том, что у фотографии (которую мы рассматриваем как пример визуального образа) в современном мире может быть множество функций, необходимых для полноценной жизни личности в обществе, и одной из таких является функция коммуникации.

Сам термин коммуникация (от лат. *communicatio*) означает сообщение, передача и от *communicare* – делать общим, беседовать, связывать, сообщать, передавать. Это позволяет рассмотреть коммуникативную функцию фотографии в качестве свободного способа обнародования любой информации по желанию ее создателя и самим создателем. Какие мысли при этом последний вкладывает в свои действия и каким образом объясняют его поступки другие люди, можно интерпретировать по-разному, что ярко демонстрируют исследователи фотографий типа «селфи», выявляя причины интереса к таким фотографиям. Другая сторона визуализации современного мира – это доступность фотографий для их изучения

благодаря росту популярности специализированных социальных сетей, среди которых ярким примером служит Instagram, характеризующийся распространением визуальных образов. Суть данной сети заключается в способе репрезентации своего видения повседневности через произвольный ряд собственных фотографий, картинок, которые существуют либо в закрытом варианте только для друзей и знакомых либо для широкого круга пользователей, которые имеют возможность их оценивать и комментировать [7]. Данный способ общения посредством фотографий как визуальных образов дает возможность устанавливать контакты с людьми со всего мира, преодолевая не только пространственные трудности, но и те, которые связаны со знанием иностранных языков («лайкнуть» понравившуюся фотографию можно и без владения соответствующим языком, если только желание большего общения не спровоцирует коммуникатора на его изучение); особенностями психологического порядка, когда застенчивость или интровертность личности не позволяет свободно общаться; физические проблемы, связанные с ограничением ряда возможностей, и многие другие причины. Фотография во всех случаях является связующим звеном, посредством которого можно соединить несоединимое с помощью коммуникации.

Подобная коммуникативная функция фотографии, на основании чего повышается «видимость» современного мира, позволяет такому направлению социологии, как визуальная социология, возвращать в свою исследовательскую практику главный метод исследования, по мнению ее создателя О. Конта, – метод наблюдения. Когда за объект исследования берется не ситуация «здесь и сейчас», а именно фотография.

В своей работе «Введение в визуальную социологию» П. Штомка описал два способа использования метода наблюдения при изучении фотографий. Первый – это самостоятельное делание фотографий, практически случайное наблюдение, произвольное фиксирование значимых по мнению самого исследователя моментов повседневной жизни общества на основании мысли, что только камера в руках позволяет «фреймировать» мир определенным образом, придавать ситуации социологический смысл, что ускользает

от внимания, в ситуации отсутствия камеры. Второй – это использование фотографии как основы для последующей интерпретации, предварительно определившись с мотивацией автора и тем способом интерпретации, какой будет использован в данном случае (социологическая интерпретация, культурная интерпретация и т. д.) [1].

В то же время фотографии участвуют в социологическом анализе как источник информации в ситуации, когда мы проводим контент-анализ, предварительно осуществив функцию стандартизации наблюдаемых единиц. В данном случае фотография будет выступать в качестве квазитекста, который следует разделить на значимые с точки зрения целей и задач исследования значимые элементы, которые будут фиксироваться в качестве частот их проявлений с последующим анализом количественного результата. Помимо контент-анализа фотографии могут быть использованы в классическом анализе документов при изучении личных фотографий, при восстановлении биографии.

Анализ фотографий, который размещен в свободном доступе в сети Интернет является дополнительным способом подтверждения результатов исследования, которые были получены обычным способом.

Использование фотографий в социологических исследованиях семьи и брака позволяет осуществлять историческую реконструкцию повседневности различных поколений семьи. Путем анализа смыслового содержания визуальных сообщений, которые представлены в фотографиях при изучении семей советского и постсоветского периода, белорусский исследователь И. И. Калачева делает выводы о том, что фотографии позволяют реконструировать быт, уклад жизни, нормативную культуру и традиции семьи; выступают маркерами национальной идентичности, путем воссоздания образцов культуры прошлого; реконструируют семейную обрядность как часть духовной культуры и как вид коммуникации, фотографии обеспечивают функцию сохранения связей и отношений между людьми разных возрастов, что помогает преодолевать непонимания ценностей и интересов людей разных поколений [8, с. 46].

Как дополнительная информация, подтверждающая ранее полученную традици-

онным способом, анализ визуальных образов может дополнять социологическое исследование. Так, например, при авторском изучении досугового места («третьего места») студенческой молодежи, где объектом исследования выступила студенческая молодежь г. Минска, были получены результаты и сделаны следующие выводы о том, что «третье место» в жизни студенческой молодежи города Минска есть и они выполняют свою роль – привлекательно и доступно финансово обеспечить себе культурный досуг, который связывается с отдыхом, развлечением и общением [9].

1. Ежедневная досуговая деятельность большей части студенческой молодежи осуществляется в пространстве не города, а жилья, чтобы было удобно проводить время за компьютером.

2. У половины опрошенных студентов есть свое «третье место», в качестве которого выступают либо дом друзей, либо кинотеатр или пиццерия.

3. Отправляются в подобные заведения студенты ради того, чтобы почувствовать себя свободно и комфортно, пообщаться с друзьями или найти новых знакомых.

4. При выборе заведения молодые люди обязательно обратят внимание на возможность в таком месте расслабиться, пообщаться и испытать новые эмоции.

5. Главной причиной того, почему молодые люди не посещают «третье места», является отсутствие на это времени, денег либо желания туда ходить.

Чтобы иметь возможность «увидеть», что из себя на практике представляют подобные молодежные досуговые места, достаточно в социальной сети Instagram проанализировать фотографии по «хештегу» студенты отдыхают. По географическим координатам, «геотегу», мы увидим, какие точно места посещают молодые люди, если они сами признают свое времяпрепровождение как отдых. Но это поле для будущего сравнительного исследования в рамках визуальной социологии.

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что современный мир, представленный визуальными образами, является яркой особенностью современности, который провоцирует исследователей на изучение этих образов с разных сторон: как они влияют на повседневную жизнь человека, как они участвуют в процессе воображения личности, в чем заключается суть именно коммуникативной функции визуальных образов, какова роль фотографии при изучении этой функции и какие возможности разнообразия мира дает исследователям при изучении различных сторон повседневной жизни людей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Штомпка, П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования / П. Штомпка // Учебник. – М.: Логос, 2007. – 168 с.
2. Визуальный образ (Междисциплинарные исследования) / Рос. акад. наук, Ин-т философии; отв. ред. И. А. Герасимов. – М.: ИФРФН, 2008. – 247 с.
3. Запорожец, О. Визуальная социология: контуры подходы / О. Запорожец // Интеракция. Интервью. Интерпретация. – 2007. – № 4. – С. 33–43.
4. Бурдые П. Общедоступное искусство. Опыт о социальном использовании фотографии / П. Бурдые [и др.]. – М.: Праксис, 2000. – 464 с.
5. Сонтаг, С. О фотографии / С. Сонтаг. – М.: Ад Маргинем Пресс, 2016. – 272 с.
6. Барт, Р. Camera lucida. Комментарий к фотографии. М.: Ад Маргинем Пресс, 2011. – 272 с.
7. Шушунова, Т. Н. Феномен селфи как способ коммуникативного воздействия / Т. Н. Шушунова // Российское социологическое сообщество: история, современность, место в мировой науке // Материалы научной конференции к 100-летию Русского социологического общества имени М. М. Ковалевского 10–12 ноября 2016 года / отв. ред.: Ю. В. Асочаков. – СПб.: Скифия-принт, 2016. – С. 1590–1592.

REFERENCES

1. Shtompka, P. Vizualnaya sotsiologiya. Fotografiiya kak metod issledovaniya / P. Shtompka // Uchebnik. – M.: Logos, 2007. – 168 s.
2. Vizualnyy obraz (Mezhdistsiplinarynye issledovaniya) / Ros. akad. nauk, In-t filosofii; otv. red. I. A. Gerasimov. – M.: IFRFN, 2008. – 247 s.
3. Zaporozhets, O. Vizualnaya sotsiologiya: kontury podkhody / O. Zaporozhets // Interaktsiya. Intevyu. Interpretatsiya. – 2007. – № 4. – S. 33–43.
4. Burdye P. Obshchedostupnoye iskusstvo. Opyt o sotsialnom ispolzovanii fotografii / P. Burdye [i dr.]. – M.: Praksis, 2000. – 464 s.
5. Sontag, S. O fotografii / S. Sontag. – M.: Ad Marginem Press, 2016. – 272 s.
6. Bart, R. Camera lucida. Kommentariy k fotografii. M.: Ad Marginem Press, 2011. – 272 s.
7. Shushunova, T. N. Fenomen selfi kak sposob kommunikativnogo vozdeystviya / T. N. Shushunova // Rossiyskoye sotsiologicheskoye soobshchestvo: istoriya, sovremennost, mesto v mirovoy nauke // Materialy nauchnoy konferentsii k 100-letiyu Russkogo sotsiologicheskogo obshchestva imeni M. M. Kovalenskogo 10–12 noyabrya 2016 goda / otv. red.: YU. V. Asochakov. – SPb.: Skifiya-print, 2016. – S. 1590–1592.

8. *Калачева, И. И.* Фотография как источник визуальной коммуникации поколений и сохранения семейных ценностей / И. И. Калачева // Современная молодежь и общество : сб. науч. ст. / Молодежь в условиях новых вызовов информационно-коммуникационного общества. Вып. 3; [под ред. И. И. Калачевой]. – Минск : РИВШ, 2015. – С. 43–46.
9. *Шушунова, Т. Н.* Роль «третьего места» в жизни столичного студенчества / Т. Н. Шушунова // Весті ВДПУ. Серія 2. № 1. – 2017. – С. 37–40.
8. *Kalacheva, I. I.* Fotografiiya kak istochnik vizualnoy kommunikatsii pokoleniy i sokhraneniya semeynykh tsennostey / I. I. Kalacheva // Sovremennaya molodezh i obshchestvo : sb. nauch. st. / Molodezh v usloviyakh novykh vyzovov informatsionno-kommunikatsionnogo obshchestva. Vyp. 3; [pod red. I. I. Kalachevoy]. – Minsk : RIVSH, 2015. – S. 43–46.
9. *Shushunova, T. N.* Rol «tretyego mesta» v zhizni stolichnogo studenchestva / T. N. Shushunova // Vestsi BDPU. Seriya 2. № 1. – 2017. – S. 37–40.

РЕПОЗИТОРІЙ ВДПУ