

Научная статья

УДК 130.2+77.04

doi: 10.17223/22220836/46/7

## ФОТОГРАФИЯ КАК ЧАСТЬ МЕДИАКУЛЬТУРЫ

Ксения Викторовна Красикова

*Национальный исследовательский Томский государственный университет, Томск, Россия,  
kseniyakr@yandex.ru*

**Аннотация.** Статья посвящена вопросам трансформации фотографии в контексте современной культуры. При анализе фотографии происходит анализ ее конструктивистской роли в формировании мировоззрения людей. Фотография становится инструментом социального конструирования реальности. Любой пользователь социальной сети может создавать авторские снимки с возможностью поделиться с другими своими идеями и впечатлениями. На основе теории медиальности выделяются три формы фотографии: художественная, коммерческая, повседневная.

**Ключевые слова:** фотография, медиакультура, изображение, образ

**Для цитирования:** Красикова К.В. Фотография как часть медиакультуры // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2022. № 46. С. 83–99. doi: 10.17223/22220836/46/7

Original article

## PHOTOGRAPHY AS PART OF THE MEDIA CULTURE

Ksenia V. Krasikova

*National Research Tomsk State University, Tomsk, Russian Federation, kseniyakr@yandex.ru*

**Abstract.** The relevance of the study is associated with the active spread of photography in modern culture. Photography becomes a tool for social construction of reality and a form of communication. Any user of the social network has a set of tools that allow you to create author profiles with photos, each has the opportunity to share impressions with others. There is a blurring of the boundaries between traditional photography, the hallmarks of which have developed throughout the century, and that which is now forming and becoming part of the everyday culture available to everyone. The purpose of this study is to analyze the forms of modern photography on the example of the social network Instagram and propose the principles of their systematization.

The study was carried out in line with the constructivist methodology using the principles of comparative and aesthetic analysis, as well as the theory of mediality.

The study highlighted three main forms of modern digital photography.

1) Art photography. It is characterized by the paramount artistic image, the position of the author can be considered as creative, creating art. 2) Commercial photography. This form is common in the field of blogging. Here it is important to trace the connection with art photography, since many rules and principles of shooting are adopted from it. The main difference is the desire for profit and the broadcast of copyright interests. 3) Everyday photography broadcasting people's daily lives. The authors do not pursue a specific goal when creating posts on social networks. This form contributes to the creation of a database of modern culture based on photographs of modern life.

Photography contributes to the formation of a worldview in accordance with the interests and needs of people. Photography is part of the media culture, it broadcasts and transmits information thanks to modern methods of communication.

**Keywords:** photography, media culture, image, image

**For citation:** Krasikova, K.V. (2022) Photography as part of the media culture. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universita. Kul'turologiya i iskusstvovedenie – Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History*. 46. pp. 83–99. (In Russian). doi: 10.17223/22220836/46/7

В современном мире фотография является неотъемлемой частью визуальной культуры. Воплощаясь в медиасфере, она обретает новые типы и новые функции, активно участвуя в преобразовании социокультурной реальности. Фотография становится инструментом социального конструирования реальности и формой коммуникации. Сегодня около 4,62 млрд людей пользуются социальными сетями, среди этого количества около двух миллиардов – пользователи социальной сети Instagram [1]. Отсюда можно сделать вывод, что эти два миллиарда – фотографы, так как любой пользователь обладает набором инструментов, позволяющих создавать авторские профили с фотографиями, и каждый из них имеет возможность поделиться впечатлениями с другими [2. С. 62]. Таким образом, формируется способ передачи собственного взгляда на мир. Именно на анализе профилей социальной сети Instagram будет основана данная статья. Популярная социальная сеть позволяет охватить широкий спектр пользователей и увидеть современную культурную обстановку, связанную с расширением влияния изображений, что, в свою очередь, отражает суть визуального поворота.

Сложившаяся ситуация свидетельствует о том, что стираются границы между традиционной фотографией, признаки которой складывались на протяжении века, и той фотографией, которая формируется в настоящее время и становится частью повседневной культуры, доступной каждому. С помощью фотографии человек выражает собственные идеи, каждый может найти себя в интернет-пространстве, в среде блоггинга. Фотография выступает как инструмент конструирования современной социальной реальности профессиональным фотографом и фотографом-любителем. Каждый может стать творцом, следуя ряду основных правил, посмотрев опыт других пользователей в социальных медиа, а также освоив техническую сторону современных смартфонов, камеры которых позволяют автоматически получать качественные снимки. Фотофильтры, умная камера со встроенными настройками, а также профили фотографов в социальных медиа, популярность и признание которых отмечены количеством подписчиков и лайков у каждой фотографии, способствуют ее превращению в технологический процесс, что, в свою очередь, ведет к формированию новой эстетической парадигмы и новой системы отбора профессиональных фотокадров. Иными словами, фотография, меняясь под влиянием технологий, меняет современную культуру.

Цель данного исследования – на примере социальной сети Instagram проанализировать формы современной фотографии и предложить принципы их систематизации.

Исследование выполнено в русле конструктивистской методологии с использованием принципов сравнительного и эстетического анализа, а также теории медиальности.

Современная культура немыслима без понятия «медиа». Изначально оно подразумевало посредника, но со временем произошла переориентация, и данный термин стал употребляться в контексте системы массовых коммуникаций, создания мировой информационной структуры и развития информа-

ционных технологий. Сегодня понятие «медиа» стало более сложным и многогранным, его можно воспринимать как среду, где транслируются и производятся культурные коды. Это связано с многомерностью самого феномена медиа, который ассоциируется с развитием технологий, в том числе и социальных сетей интернет-пространства. С феноменом медиа связано и понятие медиакультуры, значение которой для современного человека необходимо прояснить. «Медиакультура – это система информационно-коммуникационных средств, выработанных человечеством в ходе культурно-исторического развития, способствующих формированию общественного сознания и социализации личности. Медиакультура включает в себя культуру производства и передачи информации, а также культуру ее восприятия» [3. С. 19]. В процессе развития технических средств медиакультура стала больше основываться на эстетике кадра, к этому можно отнести фотографию, а также аудиовизуальные средства коммуникации (кино, ТВ, видео, компьютерная графика, анимация и т.д.) [Там же. С. 45].

Фотография в этом плане является неотъемлемой частью медиакультуры, буквально одним из важных компонентов. Визуальные фотографические образы встречаются в повседневной жизни современного человека постоянно. Социальные сети заполнены большим количеством фотоизображений. Каждый пользователь получает практически уникальную возможность транслировать свой опыт видения происходящего, делиться своим мнением, подписываться на каналы, группы по интересам, т.е. создавать собственное информационное поле. Это доказывает актуальность исследований, рассматривающих феномен визуального поворота, произошедшего в культуре. С.П. Баньковская отмечает, что визуальный поворот в социальных науках случился достаточно быстро, структура социологии предполагала появление такого научного способа описания социальной жизни, как документирование наблюдений с помощью фотографии. Но на ранних стадиях развития фотографии социальные науки не ставили во главу угла метод, использующий фотографию [4. С. 91]. Ситуация начала меняться в начале прошлого столетия, когда стали появляться социологические факультеты, кафедры. И в это же время проявляется активный интерес к фотографической документации [Там же. С. 92]. Е.Н. Ищенко отмечает, что интерес к визуальному повороту стал проявляться в научной среде в 70-е гг. XX в. На рубеже веков проблема визуального начала звучать в новом ключе в связи с возросшим интересом к визуальной культуре. Исследователи, работающие в данном направлении, – У. Митчелл, Г. Бем, М. Баль, Н. Мирзоефф [5. С. 20]. Поводом для возрастания научного интереса к вопросам визуального поворота наиболее часто служит расширение сфер визуального в современной культуре. Но здесь, как отмечает Е.Н. Ищенко, стоит задать закономерный вопрос о роли визуального в другие эпохи. Автор приводит ряд аргументов в пользу того, что средневековая культура базировалась на значительной доле визуального. Книги были снабжены не только текстом, но и изображениями, которые, в свою очередь, больше предназначались для мирян, остававшихся долгое время неграмотными. Визуальные образы были для них основным источником информации. Средневековая культура больше характеризуется как «книжная культура», в свою очередь, современная культура может трактоваться как «экранная культура». Подобные трансформации приводят к новому способу

взаимодействия визуального и вербального, что означает смену культурных кодов [5. С. 23]. Существенное отличие двух разных подходов заключается в необязательном переводе вербального в визуальное и наоборот. Современный субъект все больше понимается как «человек наблюдающий» [Там же]. Образы формируют реальность, создавая новые пространства для существования. Визуальность определяет характер повседневной культуры, и здесь важно не увеличение числа изображений, а то, что визуальные образы приобретают автономное значение. Если раскрывать суть визуального поворота, то, как справедливо заметил В. Савчук, «образы подменяют реальность, что в свою очередь ведет к утрате подлинности, рождая феномен симуляции реальности. Образы переходят в нас, мы начинаем видеть образами, симулируя; они заменяют непосредственный опыт» [6. С. 23]. При этом они все чаще не нуждаются в вербальном пояснении смысла.

Фотография – инструмент социального конструирования и манипулирования, она влияет на мнение людей, способствует формированию новой эстетики, которая выстраивается индивидуально для каждого пользователя социальных медиа. Тем самым формируются целые системы взглядов, люди со схожими интересами объединяются в группы, образуются макрогруппы, каждая из которых ориентирована на определенные потребности входящих в них людей [2. С. 61]. Далее будет предложено рассмотрение основных форм современной фотографии, выявленных на анализе социальной сети Instagram.

### **Классификация современной фотографии**

Итак, можно выделить три основные формы современной цифровой фотографии:

**1) Художественная фотография** (для нее важен художественный образ, позиция автора может рассматриваться как творческая, создающая искусство).

**2) Коммерческая фотография** (данная форма выражается в сфере блоггинга. Здесь важна связь с профессиональной фотографией, так как от нее перенимается множество правил и принципов съемки. Основное отличие – стремление к прибыли и трансляция авторских интересов).

**3) Повседневная фотография** (указанная форма транслирует повседневную жизнь людей, авторы не преследуют конкретной цели при создании публикаций в социальных сетях. Данная форма способствует созданию базы данных современной культуры на основе фотографий современной жизни).

Рассмотрим каждую форму отдельно, выделяя ключевые характеристики.

#### ***Художественная фотография***

Фотография оказывается в более тесном взаимодействии с реальностью, чем любой другой вид искусства. Она в состоянии отразить многие процессы окружающей действительности, которые скрыты от обычного взгляда. Это качество дает возможность проследить изменения, происходящие с обществом, изучив некоторые снимки за определенный период. Социальная сеть – совокупность многих изображений, фотографии, в большом количестве публикуемые пользователями, отражают реальность, дают общую картину ее изменений.

Идея о том, что фотография не просто документ, а инструмент самоутверждения, появилась в трудах автора знаменитого эссе «О фотографии» Сьюзен Сонтаг. Автор проводит мысль о том, что фотография задает стандарты красоты, она определяет, насколько красив объект. Критерии прекрасного, заложенные в сути фотографического видения, задают общий тон мысли об окружающем мире. Человек начинает мыслить фотографически. «Считать себя привлекательным – это значит думать, насколько хорошо ты выглядишь на фото» [7. С. 114]. В контексте размышлений о сути фотографии часто проводится мысль о фотографическом видении. Это означает, что фотография влияет на то, как видит человек, она конструирует логику видения.

Художественная фотография связана с самим процессом создания работы и ее результатом. Фотохудожники нацелены на выражение художественно-эстетических качеств действительности, для них важно создать художественный образ, отражающий их представление о мире. Каждый автор стремится создать уникальную стилистику фотографий, сформировать неповторимый почерк, придумать своего лирического героя, т.е. четко выразить основную идею своего творчества. Эта форма фотографии способствует тому, что фотография остается в области искусства, ей присущи признаки произведения искусства, в ней содержится художественный образ. Фотохудожники ориентируются на классическую парадигму искусства, суть которой заключается в подражании миру. Здесь сильна связь с традициями классической живописи, для которой важно использовать правила построения композиции, соблюдать цветотональные отношения, заботиться о правильности передачи света. Конечно, внутри любого явления есть определенные градации. Так, профессиональные фотографы могут отклониться от традиционного подхода и применить авангардные приемы для создания своих произведений. Но обладая профессиональными знаниями, они делают это, не нарушая общие правила, а добавляя в фотографию уникальный авторский почерк.

Создание образа можно рассматривать в контексте «перевода» в искусстве как процесса художественной обработки предмета изображения. Например, техники «перевода» особенно развиты в живописи, которая использует линии, рисунок, цветовые сочетания, композиционные приемы для эмоционального воздействия на зрителя. Художественное изображение несет в себе информацию, которая должна затронуть человека. Активно проблеме «перевода» рассматривают О.И. Михалкович и В.Т. Стигнеев в своей книге «Поэтика фотографии» [8. С. 14]. Фотограф использует приемы «перевода», похожие на применяемые в живописи. Фотография выстраивается на поисках в окружающем мире пространственных форм, линий и соотношений [Там же. С. 15]. Линия является важным визуальным средством, которая может определять эмоциональную составляющую кадра.

Профессиональные фотографы ищут способы выражения себя в условиях новой медиакультуры, в которой одну из главных ролей играют социальные сети. Популярная сеть Instagram является широкой площадкой для многих авторов, которые стремятся поделиться своим творчеством. Профиль профессионального фотографа можно назвать личной галереей, эстетический образ которой он продумывает самостоятельно. Необходимо отметить, что авторы могут черпать вдохновение у других фотохудожников, используя об-

щепринятые тенденции в оформлении профилей социальных сетей. Но художественная фотография безусловно предполагает индивидуальный подход мастера, его произведения – это целый комплекс его мировоззрения, взглядов на окружающий мир. Фотохудожник может ориентироваться на модные тенденции при обработке фотографии и при выборе сюжета (неоновые или черно-белые снимки и т.д.). При этом художественная фотография обладает рядом эстетических качеств, которые позволяют ей быть частью искусства. Например, ориентир на гармоничное построение композиции, выбор цветовой палитры, трансляция идеи автора.

Попадая в поле медиарельности, а именно в пространство социальных сетей, фотохудожник следует их внутренним правилам. Он так или иначе использует готовые механизмы продвижения и популяризации своего творчества. Здесь важно не потерять индивидуальные черты своих фотографий, но также необходимо стать узнаваемым среди большого количества изображений. Чаще всего фотохудожник начинает использовать популярные приемы фотографии, но при этом развивает собственный стиль, благодаря чему его уникальность становится узнаваемой.

Художественная форма фотографии подразумевает наличие ряда признаков, на основе которых она может быть выделена среди других форм. К таким признакам можно отнести следующие:

- Ориентация на эстетическую парадигму, изобразительная природа фотографии. Несмотря на то, что доступность технических средств позволяет каждому человеку быть причастным к фотографии, фотохудожник выделяется на их фоне благодаря знанию правил создания фотографии как произведения искусства. Другими словами, фотохудожник создает собственный художественный язык, основанный на знаниях композиции, колористики, технических аспектов фотографии, позволяющих правильно настроить выдержку и диафрагму. По сути своей фотохудожник обладает некой автономией по сравнению с коммерческими фотографами. Его цель – не продажа, его цель – создание художественного произведения. Несомненно, что и продажи в мире художественной фотографии имеют место, но все же первостепенное значение имеет индивидуальный подход автора. Андре Руйе в своей книге «Фотография между документом и современным искусством» рассуждает о границах коммерческой и художественной фотографии: «Происходит переход от четкости к размытости, от товара к изображению (если не к произведению), от экономики к фотографическому искусству, от пользы к любопытству, от внешних императивов (клиенты, цены, ремесло, прибыль) к автономии, к свободе [9. С. 294].

- Цель художественной фотографии – создание художественного образа. Фотографы являются творцами, они следуют законам искусства и реализуют в своих работах художественно-эстетическую цель. Для них фотография – произведение искусства со своими законами и правилами построения. Например, выстраивание композиции в соответствии с целью художественного высказывания: если какой-либо объект внешнего мира имеет ценность, автор выводит его на первый план композиции, остальные объекты находятся в размытом фокусе. Также фотохудожник ориентируется на светотень, показывая на своих снимках умеренное соотношение света и тени, благодаря чему фотография выглядит более гармоничной. В этом проявляется влияние и за-

имствование живописной традиции. Наследие живописи здесь играет ключевую роль. Конечно, фотография и живопись являются двумя самостоятельными, автономными видами искусства. Но известно, что со времени появления фотографии она перенимала черты живописи. Мы можем говорить об общих подходах к созданию произведения. Например, колористическое решение, знание основ цветоведения, применение законов композиции. Так профессиональная фотография обретает черты продуманного произведения, с точки зрения его построения.

- Личный вклад автора. В профессиональной фотографии личный вклад, выражение авторской позиции имеют особую ценность. Каждый автор здесь фотохудожник, стремящийся создать собственного лирического героя. Фотографы следуют законам искусства, наблюдая за внешним миром и создавая свой собственный.

Существует множество авторов в Instagram, транслирующих принципы художественного подхода к созданию фотографии. Можно привести некоторые примеры: Joshua K. Jackson, bilberrygumffin, elsableda.

В своих работах автор стремится отразить тональное единство природы. Он обращает внимание на природные объекты, помещая их в рамки своего видения. Пример, где собраны в коллаж фотографии с изображением неба, можно рассмотреть как отсылку к импрессионизму и его тяге запечатлеть момент (рис. 1). Художники-импрессионисты также изучали переходы света в пространстве рассматриваемого объекта. Фотограф показал разные состояния неба, при этом объединил их в одно композиционное целое с помощью тонального единства.



Рис. 1. Профиль фотографа в Инстаграме под ником Матиас Алонсо

Fig. 1. Instagram profile under the nickname Matias Alonso Revelli

В рассматриваемом примере (рис. 2) автор увидел нестандартный кадр, нечто выделяющееся на фоне других повседневных предметов. Он поместил два воздушных шара в объектив, тем самым объединил несовместимые предметы: лента для ограждения объектов, отсылающая к повседневной рутине, и шары, ассоциирующиеся с праздником. Так автор создал свой художественный образ, вдохновляющий зрителя на размышление.



Рис. 2. Профиль фотографа в Инстаграме под ником Джошуа К. Джексон

Fig. 2. Instagram profile under the nickname Joshua K. Jackson

Снимок (рис. 3) демонстрирует конструирование художественной реальности, обращая внимание зрителя на главные атрибуты: собор и людей в форме старого образца – отсылка к исторической эпохе начала прошлого столетия. Также постобработка фотографии в черно-белом цвете имеет значение: она усиливает впечатление от художественного образа. Только современные автомобили указывают на сегодняшнее время. Так автору удалось создать собственный художественный образ с продуманным смыслом.

Приведенные примеры имеют ярко выраженные индивидуальные черты, отражающие вклад конкретного автора. Каждый из них вырабатывает свою стилистику, свой художественный образ, сквозную тему всех фотографий. То есть фотограф, выбирая художественную форму, основывается на общих принципах классического искусства, ставя целью создание неповторимого авторского произведения. Представленные примеры свидетельствуют об активной тенденции к эстетическому наполнению пространства социальной сети Instagram. Современные профессиональные фотографы находятся в таком положении, когда необходимо постоянно пополнять свой профиль новыми кадрами для того, чтобы не потерять внимания аудитории. Ведь современный визуальный поворот создает большую конкуренцию среди других форм фотографии, которые активно завоевывают внимание пользователя.



Рис. 3. Профиль фотографа в Инстаграме под ником bilberrymuffin

Fig. 3. Instagram profile under the nickname bilberrymuffin

### ***Коммерческая фотография***

Коммерческая фотография объединяет блогеров, профессиональная деятельность которых ориентирована на получение прибыли от рекламы, продаж и других средств продвижения. Каждый из них занимает определенную тематическую нишу (путешествия, сфера моды, профессионалы в определенной области, которые делятся своим опытом с пользователями, и др.). Здесь фотография проявляет себя как продукт коммерческой деятельности, она сконструирована по определенным правилам, заданным социальными сетями. Отсюда можно сделать ряд выводов и сформулировать признаки коммерческого снимка, которые отражают специфику внешнего вида такой формы фотографии.

Джон Берджер, автор труда «Фотография и ее предназначение», рассуждает о роли фотографии в обществе. Он ведет логику исследования в русле традиционного дискурса о причастности фотографии к искусству. Берджер говорит, что социальная функция произведения искусства – собственность, а фотография лежит за пределами этой категории, фотография есть свидетельство о выборе человека [13. С. 20]. Фотография – это наблюдение за жизнью, запись увиденного события, запечатление. В русле своих рассуждений Берджер приходит к выводу о том, что фотография таит в себе то, что скрыто, и именно это делает ее заманчивым объектом для рассмотрения. Настоящая фотография заставляет задуматься о чем-то большем, чем то, что изображено на снимке. Именно внутренние отсылки помогают фотографии стать значимым объектом для изучения ее сущности. Фотография мыслит в других кате-

гориях, нежели живопись, для которой характерно четкое построение композиции, создание определенного мира. Фотография же не способна манипулировать последовательностью событий [13. С. 22]. Данные рассуждения подчеркивают особенность коммерческой фотографии в ее привлекательности для рассмотрения. Зритель видит за изображенным не просто эстетически показанные предметы, а товар или услугу. Его привлекает внешний образ, созданный по законам искусства.

К признакам коммерческой фотографии можно отнести:

- Ориентацию на профессиональную фотографию в соблюдении эстетических норм. Например, высокий интерес к правильному построению композиции. Это делается для быстрого привлечения внимания. Так снимок становится понятным и легким для рассмотрения зрителем, потенциальным покупателем. Современные коммерческие фотографы четко выстраивают методологию создания фотоснимков. Они изучают рынок, ориентируясь на широко представленный спектр услуг фотографов. Так вырабатываются схожие внешние признаки коммерческого фото, выстроенные на принципах художественной фотографии: правильность композиции, цветовые сочетания в кадре, правильное соотношение света и тени. Но главное отличие таких снимков от художественной фотографии состоит в отсутствии глубокой эмоциональной основы. Коммерческая фотография провоцирует интерес к внешнему, благодаря эстетически выстроенному кадру.

- Следующий признак связан с ориентацией на сюжетную линию коммерческой фотографии. Снимок должен быть понятен зрителю любого интеллектуального и образовательного уровня. От того, насколько фотография будет проста и понятна по содержанию, зависит уровень ее продажи. Сегодня существуют стоковые платформы, где можно увидеть большое количество коммерческих фотографий. Суть таких платформ состоит в том, что авторы отдают лицензию на права сайту, позволяя использовать их снимки без подписи, не нарушая, таким образом, авторского права. Пользователи стоковых сайтов ищут изображения для создания презентаций, афиш, коллажей и многих других целей. Их запрос связан с той или иной тематической областью. В поисковой строке обычно указывается ключевое слово. Так система предлагает определенный набор фотографий и изображений. Здесь понятная и доступная природа коммерческой фотографии приобретает важное значение. И если мы говорим об актуальности социальной сети Instagram в исследовании форм фотографии, то блогеры, выбирающие коммерческую направленность, зачастую могут брать фотографии на таких стоковых платформах, используя готовые примеры. Стоковые сервисы подразумевают отбор фотографий администраторами. На таких сервисах встречаются фотографии, построенные на принципах классического понимания кадра.

- Фотография должна привлечь покупателя (заказчика), она призвана оставить определенные эмоции. Зачастую это демонстрация положительных сторон человеческой жизни. Освещение проблем общества менее привлекательно с точки зрения коммерческих задач фотографии. Коммерческая фотография существует в таком тематическом поле, которому присущи освещение праздников, значимых событий, сфера рекламы и др. Демонстрация проблем общества характерна больше для художественной фотографии, где ценность самого кадра ставится выше, чем коммерческая составляющая.

• Продвижение личного бренда является еще одним признаком коммерческой фотографии. Блогер демонстрирует не только товары и услуги, но и показывает свою жизнь, рассказывая в разных форматах Instagram (сторис, короткие видео, пост с фотографией) о себе. Таким образом, он отражает в своем блоге личные принципы, которыми он руководствуется в жизни. Например, блогер с ником *algrashkina* (рис. 4) рассказывает о том, как создать уют дома с помощью разных современных технологий и приспособлений. Делится рецептами, советами по удобному хранению вещей, сервировке стола, о том, как украсить детскую комнату или самостоятельно перекрасить мебель в загородном доме. Коммерческая составляющая блога заключается в рекламе. Девушка заключает договор с разными брендами и рекламирует в своем блоге их товар, тем самым привлекая внимание аудитории. Продвижение личного бренда здесь связано с демонстрацией квартиры и уюта в ней, ее дети и муж, которые часто появляются на фотографиях или видео, говорят о важности семейных ценностей. Так *algrashkina*, показывая себя, свои интересы, дом и семью, делится своими жизненными принципами. Фотография здесь является вспомогательным инструментом. Блогер создает эстетически выстроенные кадры накрытого стола или оформленной детской комнаты. Все снимки, представленные в ее блоге, объединяет общая стилистика: на ее фотографиях присутствуют преимущественно светло-бежевые, розовые, голубые оттенки.



Рис. 4. Профиль фотографа в Инстаграме под ником *algrashkina*  
Fig. 4. Instagram profile under the nickname *algrashkina*

Еще один блогер с ником *tomachernoby* (рис. 5) демонстрирует свое творчество, она художник-иллюстратор, продает курсы по созданию цифровой иллюстрации. Через фотографии и видео в блоге она показывает свою жизнь, активно распространяя свои идеи. Обработка фотографий для нее важна. Фотография в ее блоге может быть дополнена нарисованным ею геро-

ем, что больше говорит о ней как об авторе. Так она привлекает к себе внимание людей, интересующихся рисованием и графической иллюстрацией.

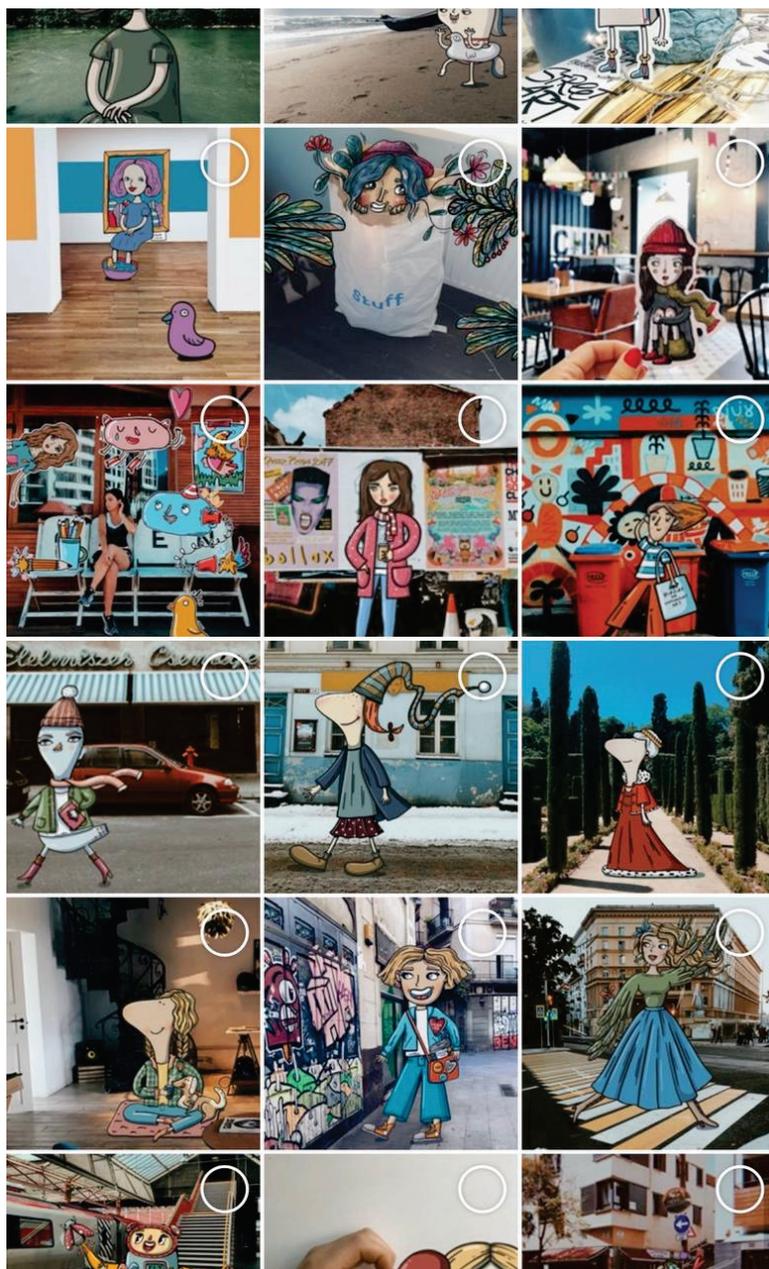


Рис. 5. Профиль фотографа в Инстаграме под ником tomachernoby

Fig. 5. Instagram profile under the nickname tomachernoby

### *Повседневная фотография*

Повседневная фотография ориентирована на тех зрителей, чья деятельность не направлена на получение прибыли. К этой форме можно отнести подавляющее большинство пользователей социальных сетей. Фотография в

такой форме не претендует на художественную ценность, она скорее отражает повседневную жизнь людей. Человек выражает потребность в собственной репрезентации, демонстрирует личные достижения. Таким образом, пользователь социальной сети показывает лишь лучшие аспекты своей жизни, т.е. отображает повседневную жизнь с позитивной стороны. Это сближает повседневную фотографию с коммерческой. Чаще всего человек не показывает отрицательные моменты своей личной жизни, а составляет некий позитивный портрет повседневности, в которой хочет пребывать. Так проявляется важная функция фотографии – конструирование социальной реальности. Фотография позволяет человеку искусственно создать ту жизнь, которой он хочет достичь. В этом смысле актуально привести рассуждения о селфи как о самом распространенном феномене современной визуальной культуры. Человек создает тот образ, каким на самом деле он не является. Селфи позволяет сформировать выгодный имидж, который позволит достичь определенных целей [16. С. 221].

Говоря о повседневной форме фотографии, следует перечислить ряд признаков, которые ее характеризуют:

- Произвольный характер выбора темы. Автор не выстраивает строгой «концепции» своего творчества. Он публикует снимки исходя из своих личных потребностей. В этой форме отсутствуют рамки создания фотографии. Автор может ориентироваться лишь на имеющиеся примеры профессиональной и коммерческой фотографии. Уровень фотографического изображения будет зависеть от подготовленности автора в художественном плане и от выбора технических средств. Данная форма является самой разносторонней из представленных, так как сюда можно отнести работы многих пользователей, чья деятельность не носит коммерческого характера и не обязательна для художественной экспертизы. Здесь можно привести в качестве примера профиль Instagram автора данной статьи:

- фотография, сделанная в путешествии (рис. 6), которая отвечает правилам построения композиции, светотени, но не претендует на наличие художественной ценности. Она создана с целью запечатлеть момент в путешествии, запомнить его и поделиться им с друзьями и другими пользователями, которые могут видеть данный снимок. Либо другой пример из этого же профиля;

- селфи, которое демонстрирует состояние автора (рис. 7), с помощью такого формата фото автор пытается познать свое собственное «я». Текст, сопровождающий фотографию, дополняет снимок, поясняя, что хотел сказать автор. Так, профиль пользователя повседневной формы фотографии напоминает личный дневник или фотоальбом, в котором зафиксированы те или иные моменты жизни.

- Для данной формы характерна активная репрезентация собственной жизни. Стремление продемонстрировать процессы, происходящие в обыденной жизни, является обязательным признаком повседневной фотографии. Здесь можно встретить разные виды фотографии, например: селфи, демонстрация быта и др.

Многие теоретические труды о философии фотографии основаны на идее о том, что фотография становится инструментом конструирования реальности, в чем проявляется ее коммуникативная функция, основанная на постоянном присутствии в жизни современного человека.



Рис. 6. Профиль фотографа в Инстаграме под ником sarapulovaksu

Fig. 6. Instagram profile under the nickname sarapulovaksu



Рис. 7. Профиль фотографа в Инстаграме под ником sarapulovaksu

Fig. 7. Instagram profile under the nickname sarapulovaksu

Эти выводы позволяют говорить о новой форме фотографии, которой свойственно формировать сознание современного человека. Постоянство присутствия фотографии в современных социальных сетях говорит о ее неотъемлемом месте в культуре повседневности. Формирование целых эстетических систем, подстраиваемых под индивидуальные предпочтения человека, ведет к тому, что фотография приобретает новые для себя характеристики. Пользователь социальной сети включен в определенную систему, в которой ему предлагают рассматривать тот контент, который отражает его интересы. Рекомендательные функции социальных медиа влияют на форми-

рование вкусов людей. Эти идеи развивает в своих трудах известный исследователь в области визуальной культуры Лев Манович [2. С. 62]. Он указывает на количественный метод в исследовании процессов в современной медиакультуре. Число пользователей, а значит, и число фотографий, растет с большой скоростью. Благодаря количественным характеристикам, подсчетам и статистическим данным, можно сформулировать определенные выводы: фотография – не просто часть повседневной культуры, это инструмент, с помощью которого люди выражают свое отношение к миру, делятся эмоциями, переживаниями, занимаются вопросами самореализации и самоутверждения (селфи). Все это позволяет говорить о новой форме фотографии как таковой. Она начинает обрастать новыми характеристиками, которые, в свою очередь, приводят к новым формам социальной активности. Например, отметить с помощью фотографии новое архитектурное сооружение в городе, тем самым привлечь других людей делать похожие снимки. Так называемые тренды в современной повседневной (любительской) фотографии распространяются на всем поле социальной сети Instagram.

Манович совместно с созданной им лабораторией (Cultural Analytics Lab) разрабатывает различные проекты, позволяющие рассмотреть явления современной медиакультуры. Например, проект SELFIECITY предлагает исследовать культурное явление селфи, рассматривая все изображения селфи, взятые в определенный период и снятые в определенном городе [17]. Используемый количественный метод позволяет исследовать социальные проявления культуры: изучить жизнь города, внешность людей, разнообразие индивидуальностей в современном мире. Но в то же время набор данных изображений позволяет сделать вывод о том, что все селфи выстроены по определенной композиции, используется некий однотипный подход к отображению эмоций человека (чаще всего отображаются положительные эмоции), т.е. вырабатываются определенные правила создания селфи. Пользователь черпает эти правила из большого количества селфи, увиденных у других пользователей, в том числе и популярных блогеров. Внутри феномена появляются модные тренды – новые подходы к созданию селфи (использование определенных фильтров, демонстрация интерьера, бренда одежды, имидж человека). Изучение культурных явлений подобного типа позволяет оценить специфику развития современной культуры.

Изменения, происходящие в современной культуре, связанные с появлением различных технологий, говорят о становлении новой эстетики в области искусства, а значит, и в поле фотографии. Л. Манович утверждает, что сегодня зарождается новый язык медиакультуры, который распространяется в социальных медиа. Вырабатываются определенные критерии отбора фотографии, для каждого пользователя подбирается определенная эстетическая система: подбор фотографий на основе предпочтений человека. Так, пользователь обращает внимание на образцы фотографий и стремится сделать такие же снимки, использовать определенные программы для обработки, приобрести смартфон такого уровня, который позволит сделать качественные снимки. Наличие перечисленных качеств приведет к тому, что пользователь сумеет завоевать интерес у публики в социальной сети и оказаться в высокой строчке рейтинга всех пользователей. Таким образом, фотография выполняет роль инструмента конструирования социальной реальности.

Подводя итоги, можно сделать вывод о существовании трех форм современной фотографии: профессиональной, коммерческой и повседневной. Каждая из них затрагивает определенный круг интересов и потребностей. Современный человек рассматривает фотографию с разных позиций: с повседневной – выбирает фотографию в качестве инструмента запечатления важной для него информации, с коммерческой – может использовать фотографии для продажи своего товара или услуги или же сам выбирает продукт по привлекательному изображению, с художественной стороны – зритель рассматривает фотографию и наслаждается ее эстетическими качествами. Фотография способствует формированию мировоззрения в соответствии с интересами и потребностями людей. Фотография – часть медиакультуры, она транслирует и передает информацию благодаря современным способам коммуникации. Социальные сети способствуют формированию информационного пространства, в котором фотография является незаменимым инструментом конструирования реальности.

#### Список источников

1. *Статистика* интернета и соцсетей на 2022 год – цифры и тренды в мире и в России. URL: <https://www.web-canape.ru/business/statistika-interneta-i-socsetej-na-2022-god-cifry-i-trendy-v-mire-i-v-rossii/> (дата обращения: 27.02.2022).
2. Манович Л. Язык новых медиа. AdMarginem x GARAGE, 2018. 400 с.
3. Кириллова Н.Б. Медиалогия как синтез наук. М. : Академический проект, 2013. 368 с.
4. Баньковская С.П. Видеосоциология: теоретические и методологические основания // Социологическое обозрение. 2016. Т. 15, № 2. С. 90–127.
5. Ищенко Е.Н. «Визуальный поворот» в современной культуре: опыты философской рефлексии // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Философия. 2016. № 2. С. 16–27.
6. Савчук В.В. Философия фотографии. СПб. : Изд-во СПб. ун-та, 2005. 256 с.
7. Зонтаг С. О фотографии / пер. с англ. В. Гольшера. М. : АдМаргинем Пресс, 2013. 272 с.
8. Михалкович О.И., Стигнеев В.Т. Поэтика фотографии. М. : Искусство, 1989. 296 с.
9. Руйе А. Фотография. Между документом и современным искусством: пер. с фр. СПб. : Клаудберри, 2014. 712 с.
10. Матиас Алонсо Ревелли. URL: <https://dymontiger.livejournal.com/14608111.html> (дата обращения: 20.01.2022).
11. Профиль joshkjack. URL: <https://www.instagram.com/joshkjack/> (дата обращения: 22.01.2022).
12. Профиль bilberrymuffin. URL: <https://www.instagram.com/bilberrymuffin/?hl=ru> (дата обращения: 20.01.2022).
13. Бёрджер Д. Фотография и ее предназначение / пер. с англ. А. Асланян. Ад Маргинем Пресс, 2014. 256 с.
14. Профиль algrashkina. URL: <https://www.instagram.com/algrashkina/?hl=ru> (дата обращения: 20.01.2022).
15. Профиль tomachernoby. URL: <https://instagram.com/tomachernoby?igshid=YmMyMTA2M2Y=> (дата обращения: 20.01.2022).
16. Конева А.В., Лисенкова А.А. «День без селфи прожит зря», или Цифровые визуальные стратегии самоидентификации // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2018. Вып. 32. С. 214–228.
17. Профиль Kseniya\_kv. URL: <https://www.instagram.com/p/CUBoTDCIYx8/?igshid=YmMyMTA2M2Y=> (дата обращения: 20.01.2022).
18. SELFIECITY. URL: <http://manovich.net/index.php/exhibitions/selfiecity> (дата обращения: 12.03.2022).

#### References

1. Churanov, E. (2022) *Statistika interneta i sotssetey na 2022 god – tsifry i trendy v mire i v Rossii* [Internet and social media statistics for 2022 – numbers and trends in the world and in Russia].

[Online] Available from: <https://www.web-canape.ru/business/statistika-interneta-i-socsetej-na-2022-god-cify-i-trendy-v-mire-i-v-rossii/> (Accessed: 27th February 2022).

2. Manovich, L. (2018) *Yazyk novykh media* [The language of new media]. Moscow: AdMarginem x GARAGE.

3. Kirillova, N.B. (2013) *Medialogiya kak sintez nauk* [Medialogy as a Synthesis of Sciences]. Moscow: Akademicheskiy proekt.

4. Bankovskaya, S.P. (2016) Video-Sociology: Theoretical and Methodological Foundations. *Sotsiologicheskoe obozrenie – Russian Sociological Review*. 15(2). pp. 90–127. (In Russian).

5. Ishchenko, E.N. (2016) “Visual turn” in contemporary culture: experience of philosophical reflection. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filosofiya – Proceedings of Voronezh State University. Series: Philosophy*. 2. pp. 16–27. (In Russian).

6. Savchuk, V.V. (2005) *Filosofiya fotografii* [Philosophy of Photography]. St. Petersburg: St. Petersburg State University.

7. Sontag, S. (2013) *O fotografii* [About Photography]. Translated from English by V. Golyshev. Moscow: AdMarginem Press.

8. Mikhalkovich, O.I. & Stigneev, V.T. (1989) *Poetika fotografii* [Poetics of Photography]. Moscow: Iskusstvo.

9. Ruye, A. (2014) *Fotografiya. Mezhdokumentom i sovremennym iskusstvom* [Photography. Between Document and Contemporary Art]. Translated from French. St. Petersburg: Klaunderi.

10. Dymontiger.livejournal.com. (n.d.) *Matias Alonso Revelli*. [Online] Available from: <https://dymontiger.livejournal.com/14608111.html> (Accessed: 20th January 2022).

11. Joshkjack. (n.d.) *Profil' joshkjack* [Profile of joshkjack]. [Online] Available from: <https://www.instagram.com/joshkjack/> (Accessed: 22nd January 2022).

12. Bilberrymuffin. (n.d.) *Profil' bilberrymuffin* [Profile of bilberrymuffin]. [Online] Available from: <https://www.instagram.com/bilberrymuffin/?hl=ru> (Accessed: 20th January 2022).

13. Berger, D. (2014) *Fotografiya i ee prednaznachenie* [Photography and Its Purpose]. Translated from English by A. Aslanyan. Moscow: Ad Marginem Press.

14. Algrashkin. (n.d.) *Profil' algrashkina* [Profile of Algrashkin]. [Online] Available from: <https://www.instagram.com/algrashkina/?hl=ru> (Accessed: 20th January 2022).

15. Tomachernoby. (n.d.) *Profil' tomachernoby* [Tomachernoby's profile]. [Online] Available from: <https://instagram.com/tomachernoby?igshid=YmMyMTA2M2Y=> (Accessed: 20th January 2022).

16. Koneva, A.V. & Lisenkova, A.A. (2018) A day without a selfie is a wasted day or digital visual strategies of self-identification. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvovedenie – Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History*. 32. pp. 214–228. (In Russian). DOI: 10.17223/22220836/32/21

17. Kseniya\_kv. (n.d.) *Profil' Kseniya kv* [Profile Kseniya\_kv]. [Online] Available from: <https://www.instagram.com/p/CUBoTDCIYx8/?igshid=YmMyMTA2M2Y=> (Accessed: 20th January 2022).

18. Manovichnet. (n.d.) *Selfiecity*. [Online] Available from: <http://manovich.net/index.php/exhibitions/selfiecity> (Accessed: 12th March 2022).

#### **Сведения об авторе:**

**Красикова К.В.** – аспирант Института искусств и культуры Национального исследовательского Томского государственного университета (Томск). E-mail: [kseniyakr@yandex.ru](mailto:kseniyakr@yandex.ru)

**Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.**

#### **Information about the author:**

**Krasikova K.V.** – National Research Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: [kseniyakr@yandex.ru](mailto:kseniyakr@yandex.ru)

**The author declares no conflicts of interests.**

Статья поступила в редакцию 25.04.2022;  
одобрена после рецензирования 09.05.2022; принята к публикации 15.05.2022.

The article was submitted 25.04.2022;  
approved after reviewing 09.05.2022; accepted for publication 15.05.2022.