

УДК 316.77

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ФОТОГРАФИИ КАК СОВРЕМЕННОГО СРЕДСТВА ВИЗУАЛИЗАЦИИ

© 2015 г.

Е.В. Селиванова

Курганский госуниверситет

krohasorti@mail.ru

Поступила в редакцию 09.09.2014

Описан исследовательский и образовательный потенциал фотографии как современного средства визуализации. С его помощью активно проводятся исследования в области этнографии, антропологии, социологии, культурологии и истории при изучении экстерьера городов, храмовых комплексов, интерьеров жилых помещений и отдельных элементов повседневной жизни и быта людей, гендерных отношений.

Ключевые слова: социальная фотография, экстерьер городов, интерьер жилых помещений, повседневная жизнь, обучение.

В связи с активным формированием информационного типа общества изменяются привычные формы репрезентации культуры, ценностей, идеалов и образцов поведения в обществе, организованном по иным правилам совместной жизни, переходящей все больше в визуальную плоскость. Подобные трансформации средств и способов передачи информации, а также трактовки современной культуры, позволяют ученым-обществоведам перейти на новый визуальный этап исследований. Инструментальные возможности современной науки позволяют проследить эволюцию средств визуализации на примере социальных фотографий и оценить возможность применения подобных практик в преподавании социологии и проведении эмпирических исследований, а также плюсы и минусы тотального распространения визуальных технологий в массовой культуре, науке и образовании.

Анализ визуальной информации – одно из перспективных направлений исследований в области визуальной социологии и политики, активно развивающейся в настоящее время в России как академическая дисциплина и область исследования. Проблемное поле социологического анализа визуальной культуры достаточно широко и разнообразно. Центральные темы исследований в этой области – культура и социальная структура общества, специализированная и обыденная культура, стиль и культура повседневной жизни.

Цель теоретического анализа проблемы – обозначить основные направления трансформации современной культуры в визуальную форму через определение роли и значения фотографии в познании окружающего социального мира,

выявление методологических преимуществ и недостатков нового способа сбора первичной социологической информации.

Актуальность исследований в этой области обусловлена все большим распространением визуальных форм коммуникации и элементов культуры, а также прогрессом в области интернет-технологий. Трансформации в средствах интернет-коммуникации непосредственно отражаются на визуальной культуре и, как следствие, на ценностях современной молодежи. Повсеместная тотальность визуальных образов, окружающих современного человека (как статичных, так и динамичных), а также постоянное появление новых вариантов интернет-коммуникаций (блогов, социальных сетей и др.) изменяют сознание и способ мышления людей, создавая отклонение в сторону образности и мозаичности.

Эти процессы изменения ориентиров развития личности и культурной среды молодежи в целом конструируют социальную реальность нового толка и сопряжены с увеличением количества визуальной информации в мире, и в России в частности.

Символы создают значения и позволяют конкретному мировоззрению получить жизнь в любом сообществе. Символы – это сама суть культуры, будь они письменными, вербальными, слуховыми или изобразительными; это многообразные средства распространения информации, с помощью которых люди общаются, защищают свою точку зрения, убеждения и ценности.

В фото как современном средстве визуализации в арсенале социолога-исследователя ис-

пользуются символы, значения которых наглядно передает или дополняет содержание информации, которая посредством слов не может быть передана или может быть передана недостаточно точно или недостаточно объективно.

Зарождение понятия «визуальное» связано с антропологическими теориями и концепциями. В конце XIX в. А. Хэддон, Б. Спенсер, Р. Флаэрти обращались к кино съемке для анализа поведения людей. В начале 20-х гг. XX в. Курт Левин снимал бихевиоральные конфликты. Вслед за ним А. Гезелл в 1935 г. представил покадровый анализ поведения. М. Мид и Г. Бэйтсон в 1942 г. провели фотоанализ повседневной коммуникации на острове Бали.

Социальные антропологи начали использовать фотографирование в своих исследованиях с появлением первого фотоаппарата. Они запечатляли жизнь экзотических народов и населения дальних стран, людей, проживавших на собственной территории. Социологи же редко использовали фотографию для исследований как дополнительный способ фиксации данных наблюдений и изначально делали это не совсем профессионально. О социальной фотографии на заре зарождения визуальной социологии речи еще не шло. Визуальная социология как отдельная отрасль научного знания начала формироваться в рамках постструктурализма, феноменологии и семиотики (работы Р. Барта, М. Фуко, Т. Ван-Дейка, Ж. Бодрийера и П. Бурдьё). Теоретические основы визуальной социологии были закреплены в учебнике, изданном П. Штомпкой.

Социальный мир наполнен множеством форм визуализации, визуальных образов, которые могут быть изучены в рамках данного направления. Представление о визуальной социологии сегодня тесно связано с понятиями цифровых изображений, видео, блогосферы, социальных сетей и киберпространства в целом. Однако так было не всегда. Первые прототипы фотографии – дагеротипы, хотя и были сделаны в стиле пикторализма и запечатляли весьма ограниченный набор ситуаций (портреты, групповые, школьные снимки, городские панорамы, регистрация важных семейных событий: крестины, свадьбы, похороны), тем не менее несли в себе определенный объем социальной информации о классовом расслоении, половом неравенстве, стиле и моде, обычаях. В 60-х гг. XIX в. появились фотографии в виде открыток с изображениями экзотических стран и городов с их населением. И только в 1888 г. получила широкое распространение любительская фото-

графия, затем профессиональная (художественная и репортерская).

Медиакультура трансформируется с течением времени под влиянием разнообразных общественных процессов, в ней появляются символы времени, на основе которых определяется уровень доверия к визуальной и художественной продукции [1]. При этом в большей степени на уровень доверия оказывает влияние созвучность времени: чем больше доминирующие визуальные образы, герои соответствуют своему времени, тем более доверительное отношение со стороны населения они сформируют.

Современную медиакультуру представляется целесообразным анализировать через призму уже имеющихся, а также вновь появляющихся или сделанных специально для эмпирического изучения фотоизображений, обладающих высокой степенью исследовательского потенциала в различных областях знания: истории, антропологии, психологии, педагогики, социологии. Фотоизображения достаточно сильно насыщены социальной информацией о прошлом и настоящем. Так, серии изображений представителей различных рас, племен, этнических сообществ в антропологии, этнографии и этнологии используются для подтверждения научных тезисов. В американской социологии 1896–1916 гг. фотография выступала как средство иллюстрации понятий и гипотез. Начиная с 1930-х гг. в Америке фотография начала использоваться в социологии города. Наиболее распространенные темы исследований – архитектура, экстерьер города, интерьер храмов, городские субкультуры и молодежные банды.

Интерес к фотографии как составляющей визуальной культуры усиливается в 1980-е гг., когда восприятие действительности как своеобразного «текста» предписанного людьми значения конструирует из фотоснимков важный объект культурных исследований. В терминах семиотики, внешняя среда существенным образом влияет на социальные процессы внутри города, а также на социальную интеграцию людей, населяющих определенную городскую территорию, поэтому символическое значение организации среды является достаточно важным для рассмотрения и правильного кодирования и декодирования с точки зрения воздействия на социальное поведение людей [2]. Иными словами, изучение элементов экстерьера города, поселка или иного населенного пункта дает первичное представление о его жителях, их образе жизни, социальной стратификации и мобильности членов данного общества, их уровне жизни. На каждом из этапов городской жизни можно про-

следить эволюцию архитектуры, носящей отпечатки столичной жизни или провинциального уклада [3]. Так, для архитектуры провинциальных городов характерны однообразность, запущенное состояние памятников (таких, как, например, дом купцов Ижболиных, доходный дом П.И. Бакинова, дома декабристов М.М. Нарышкина, А.Е. Розена, В.К. Кюхельбекера в г. Курган). Особое место в визуальных исследованиях архитектуры занимают храмовые комплексы. Такие исследования выявляют, к примеру, взаимосвязь эстетики интерьера католического храма и эстетики светского театрального искусства, визуальной технической культуры. При этом отмечается сильное влияние принципов храмового пространства на его нерелигиозное наполнение [4]. Прямая и обратная зависимость двух обозначенных элементов – храмов и экстерьера города – весьма сильна. Широко распространенное православное христианство формировало пространство России многочисленными храмовыми комплексами, что в свою очередь увеличивало количество верующих, а значит, подобные комплексы не могли уйти в небытие и возрождались вновь и вновь, сохраняясь неотъемлемым элементом городской среды и духовного мира русского человека. Имеющиеся сегодня в музеях истории города и архивах фотографии достопримечательностей, храмов позволяют реставраторам воссоздать культурные особенности экстерьера памятников архитектуры, а также изучать региональную историю и культуру. Процесс реставрации, реконструкции зданий, внешнего облика города непосредственно связан с творческим процессом, который является основной креативной составляющей профессиональной коммуникации архитектора в визуальной среде [5]. Фотография как профессиональный инструмент проектировщика способна транслировать информацию об архитектурном объекте в современной визуальной культуре [6]. По серии таких снимков можно проследить эволюцию городского пространства и, как следствие, ритма, быта и стиля жизни людей.

На формирование визуального облика города, его архитектуры способны оказать существенное влияние природно-климатические, социальные, топографические и экономические факторы [7]. Выявить доминирующие факторы в формировании визуального образа города и доказать существенность их влияния на образ жизни людей современному социологу помогают именно фото- и видеофиксация и анализ полученного материала.

Собирательный образ современных городов является конгломератом домов, представляю-

щих историческую ценность, построенных под влиянием своевременных интеллектуальных и политических тенденций, и высотных зданий, олицетворяющих собой прогресс в развитии строительного дела [8]. В одном шаге друг от друга могут стоять здания, построенные в разные столетия, на одном фото можно запечатлеть прошлое и настоящее.

Анализ визуальной культуры как способа коммуникации на основе изучения экстерьера города (улицы, торговые площади) представляется целесообразным дополнять этнографическими исследованиями [9]. Благодаря этому возможно получить данные о том, как представители различных этносов, наций адаптируются в непривычных для них условиях жизни, как трансформируют свой внешний облик, какими способами разрешают межэтнические конфликты.

Не стоит упускать из виду, что на архитектуру накладывает отпечаток личность архитектора или дизайнера, который тем не менее учитывает веяния эпохи и политическую обстановку в стране. В формировании гармоничной пространственной среды архитекторам и дизайнерам принадлежит ключевая роль, они способны повлиять на визуальное восприятие архитектурного и средового проектирования как части окружающей визуальной культуры [10]. Дизайнер наблюдает происходящие явления и отражает это в своем творчестве, вкладывая в него свои надежды и мечты, разочарования и отчаяние, которые служат развитию визуальной культуры [11]. Чтобы результаты их работы были встречены обществом благоприятно и были востребованы в дальнейшем, важно понять социальные потребности населения, общественное мнение по поводу того или иного возводимого объекта и воплотить их.

Ярким примером международного успеха, оказавшего значительное влияние на общемировые тенденции и сыгравшего огромную роль в развитии современной визуальной культуры Италии, послужил промышленный дизайн периода после Второй мировой войны, предтечей которого стали стиль либерти, проектные концепции футуризма, рационализма и ардеко [12].

Необычный транснациональный проект, ориентированный на отражение городского брендинга, был осуществлен фотографами из Амстердама и Нью-Йорка. Голландцам предложили сфотографировать интересные для них места в Нью-Йорке, а американцам – в Амстердаме. Результатом творческого соревнования по изучению экстерьера городов иностранцами стали самые удивительные изображения новых

перспективных уголков, наглядно показывающие влияние глобализации на городскую среду [13]. Этот пример доказывает, что представители других национальностей, жители другой страны могут видеть мир совсем иначе, чем люди, живущие на данной территории: они способны заметить прекрасное в том, чему местное население не придает никакого значения, и не воодушевиться тем, от чего приходят в восторг люди, постоянно проживающие на данной территории.

Механизмы восприятия и трансляции культуры весьма различны у представителей различных этносов, национальностей. Например, существуют особенности эмоционально-зрительного восприятия ландшафтов представителями российской и японской культур. Для россиян важным оказывается рельеф, а для японцев визуальные и сезонные характеристики. Однако образы, сложившиеся в обеих культурах, не вполне адекватно отражают разнообразие природы России и Японии [14].

В 1972 г. появилась социологическая рефлексивная фотография, суть которой заключается в том, чтобы выявить представления о мире какого-либо сообщества посредством фотографий, сделанных членами этого сообщества. С этого момента современные средства визуализации с целью исследования начали проникать в повседневный мир человека.

Л. Хайли сделала серии фотоснимков кроватей британцев с низким уровнем дохода. По ним она исследовала культуру в повседневной жизни людей. При анализе фото данного предмета быта выявлялся характер прошлого, настоящего и будущего их обладателей, состояние домашнего хозяйства, экономической ситуации, желаний и идеалов их обладателей, становился ясен социально-экономический статус хозяев, их семейные отношения и вкус [15]. Это был весьма необычный проект, который представляется достаточно перспективным и открывает широкие возможности для исследования повседневной жизни людей посредством фото.

Келли Катриона изучала представления и повседневные практики домашней жизни жителей Санкт-Петербурга начиная с советских времен через описание домашней обстановки («коммуналок», «хрущевок», призванных решить проблему расселения, и современных квартир в стандартных панельных домах), визуальных репрезентаций прежних поколений семьи на фото, архитектуру города (исторические здания и новые постройки). В описании домашнего жилища особое внимание уделялось предметам старины, библиотеке, выявлению назначения комнат, роли

кухни как публичного, а впоследствии частного места, мотивации на евроремонт, сохранению элементов петербургского стиля в квартире, назначению предметов, потерявших свою бытовую функциональность, заимствованной у Запада моде на магниты, нагромождению советских безделушек (керамические тарелки, глиняные кружки, календари с «народными» сюжетами), «ретропредметам» (картинки, поделки), сувенирам, наглядно говорящим о неформальных социальных связях хозяев квартир [16]. По подобным нефункциональным предметам можно судить об уровне коммуникабельности хозяина квартиры, о его социальных контактах, о характере этих взаимоотношений, которые могут носить ироничный, дружеский, любовный, детско-родительский характер. Интерьер дома дает его гостям понять, как человек репрезентирует себя, к чему стремится (плакаты на стенах с изображением кумиров, гимнастических упражнений, мотиваторов), чего уже достиг (дипломы и грамоты, развешанные по стенам, фотографии памятных событий), какого он вероисповедания (наличие тематической литературы, домашний иконостас), какой профессии (литература, фотографии, профессиональные атрибуты).

Роль семейной фотографии в процессах создания индивидуальных и социальных биографий и памяти целых поколений, индивидуального и семейного опыта неоспорима. Множество современных социологических исследований посвящено изучению визуальных имиджей, произведенных в контексте семьи [17]. Биографические опросы, посвященные изучению истории семьи, индивидуального пути членов семьи, их жизненного опыта, межпоколенной мобильности достаточно сильно обогащаются, если сопровождаются просмотром семейных фотографий.

По фото можно проследить эволюцию представлений о роли женщины в социуме, традиционной роли семьи и культуры, расовых отношений, изменений в ландшафте и облике города. Так, в Германии на протяжении XX века отмечалось возрастание роли женщин в общественной жизни [18].

Трансформации в восприятии и репрезентации гендерных отношений («жена-муж») произошли и в России. На фотографиях советского периода жена всегда стояла сзади у левого плеча, что говорило о ее социальной позиции «замужем», мужчина же занимал главенствующую роль, что отражало традиционное представление о семье. В современной России позиции супругов меняются в связи с трансформациями внутрисемейных норм и ценностей, на фото

супруги стоят рядом либо муж стоит за женой [19]. Фото в данном случае как исследовательский инструмент достаточно четко отражает веяния современной эпохи в перераспределении социальных ролей мужа и жены внутри семьи, трансформацию представлений о семейных ценностях, ориентацию на многодетность, которая активно популяризуется в социальной рекламе современной России.

Проводя некоторую аналогию между современной социальной рекламой и советскими агитплакатами, можно выделить некоторые закономерности. Во-первых, если раньше плакаты большей частью были запретительными и указывали на то, что делать нежелательно, а точнее сказать – нельзя («Ни капли», «Не болтай!», «Не будь в плену дурной привычки», «Коллективные гулянки нам давно пора пресечь!»), при этом не предлагая замены, то сейчас человеку предлагают альтернативный, социально желательный путь развития («Ребенок должен воспитываться в семье», «Папа, мама, брат, сестра – мы отличная семья», «Зубов пока нету, зато есть брат с сестрой, они меня понимают»). Во-вторых, различаются плакаты и моделью констатации фактов. Советские плакаты транслировали угрозу расправы со стороны государства, вмешательства государства (профсоюза, партии) в частную жизнь человека («Наше условие – долой сквернословие!», «Из рабочей кучи – выгоним пьющих!»), а российские – содержат просьбу к самому человеку задуматься о происходящих негативных переменах, о недопустимости их повторения в его жизни («Не повтори моей ошибки», «Подарите детям надежду на завтра», «Где сейчас играет ваш малыш?»). В-третьих, если тематика советских плакатов больше была ориентирована на общественную, социальную жизнь («Тракторы и ясли – двигатели новой деревни», «Подвиги смелых ждут!»), то лейтмотивом нынешних плакатов является ориентация на внутренние ценности: семья, личные интересы («Семья бесценна, когда полноценна», «Будьте счастливы трижды!», «Большая семья – это большое счастье!»). В-четвертых, при оформлении советских плакатов использовались яркие, контрастные цвета, побуждающие к незамедлительному действию, при оформлении современных применяются пастельные, светлые тона, располагающие к спокойному течению дел. В-пятых, раньше в агитплакатах чаще использовались художественные образы и приемы мифотворчества, сегодня в социальной рекламе больше реализма. Советские агитплакаты взывали к разуму, совести, современная же социальная реклама – к чувствам.

Социальной фотографии, основанной на документальных событиях, в рамках визуальной социологии сегодня посвящено мало научных работ. В литературе недостаточно ясно отражено соотношение геополитики и визуальности, чтобы перейти от социального конструирования к визуальному представлению социальной реальности. Использование аргументов в исследовании, полученных с помощью визуальных методов (например, фото с мест социально-политической напряженности) – первый шаг на пути к визуализации восприятия социальной среды [20]. Визуальное представление социальной реальности в переломные исторические периоды может трактоваться достаточно неоднозначно, использоваться в ходе информационных войн, как было с информацией о разрушении башен-близнецов 11 сентября 2001 г., о пятидневной войне между Южной Осетией и Грузией (8–12 августа 2008 г.), о российско-украинских отношениях, обостренных присоединением республики Крым к России.

Фотофиксация выступает не только одним из новых методов в аппарате современного ученого-социолога, но и способом активной трансформации жизни человека, дает возможность включенного наблюдения за происходящими изменениями. Так, фоторассказы бывших курильщиков об их попытках бросить эту привычку использовались как продуктивный метод для постижения ими и пропаганды среди молодежи ценности «здорового образа жизни» [21]. Результаты данного исследования говорят о явной эффективности используемого метода.

Однако у тотального распространения визуальных технологий и средств визуализации есть и негативные аспекты: процессы визуализации оказывают деструктивное воздействие на воспитание российской молодежи. Создание новой медиареальности, трансляция насилия, превращение творчества в потребление, визуальная прозрачность как исключение частного пространства негативно сказываются на сознании, психологическом здоровье и социальной адаптивности школьников и студентов [22]. У студентов и в особенности у школьников, погруженных в виртуальную реальность, возникают проблемы с социализацией, адаптацией в новом коллективе, в отношениях с родителями и сверстниками. Подростки, зависимые от Интернета, начинают страдать психологическими расстройствами, что может привести к серьезным необратимым последствиям в развитии личности, если не принять своевременных мер.

Некоторые из современных средств визуализации принимают довольно необычную, ранее

не использовавшуюся форму. Так, на базе синтеза вербального и визуального компонентов появляется новый элемент постмодернистской культуры – демотиватор, который позволяет вывести новый смысл при помощи операции концептуальной интеграции изображения и текста [23]. Такие инновационные визуально-коммуникативные элементы современной культуры в России активно развиваются в последние пять лет. Они часто выполняют роль социально направленной рекламы, обличая худшие стороны человека. В противоположность социальной рекламе в них высмеиваются и позитивные представления о жизни. Сюжетом демотиватора может служить как реальная жизненная ситуация, так и набор символов, встречающихся в современном мире. Часто используется комбинация описанных элементов, олицетворяющая парадоксальность происходящего. Концепция демотиватора – это принципиально новое видение социальной реальности, способное передать порой весьма проблемную и запутанную информацию в ироничной, простой для понимания форме, порой граничащей с черным юмором.

Фотография преломляет взгляд на восприятие визуальной культуры, оказывая значительное влияние на становление визуально-вербальных отношений между человеком и новыми медиа [24].

В современном информационном обществе фотографирование все глубже внедряется в повседневную жизнь человека, и исследователи не могут не использовать новые возможности для получения первичных эмпирических данных. При этом фото может рассматриваться не только как предмет для последующего анализа, но и как уже осуществленный анализ [25]. Иными словами, имеющиеся профессиональные или любительские снимки могут использоваться ученым для проведения анализа, а также фотофиксация может быть осуществлена самим социологом-исследователем и выступать как способ получения новой социальной информации по изучаемому явлению или процессу.

На помощь социологу-практику в этом процессе приходят не только усовершенствованные аппараты фиксации данных (фотоаппараты, видеокамеры, вебкамеры), но и новое программное обеспечение (н-р, photoshop), онлайн-приложения (н-р, Instagram).

Технически воспроизведенное визуальное изображение становится базой визуального опыта, визуальной культуры в эпоху «иконического» поворота, меняя природу социального знания, делая акцент не на вербальном, а на ви-

зуальном способе коммуникации [26]. Цифровые изображения начинают достойно конкурировать с текстом и статистическими данными как эмпирический материал в научном исследовании.

Процесс фотографирования вводит в повседневность новый опыт видения, при котором интересным представляется не только фотографирование событий, но и непосредственно событие фотографирования. Открывается идеология визуальных форм, устанавливающая нормы фотографирования и их понимание, а усвоение социального опыта означает, в свою очередь, освоение его визуальной составляющей, то есть умения видеть и умения быть видимым [27]. Повседневная фотография становится объектом научных исследований, имеющих особую ценность при изучении трансформаций, происходящих в современной культуре [28].

Познание окружающего социального мира происходит через фотографирование значимых событий и мест памяти, которые активно посещаются туристами. Согласно анализу подобных фото, сделанных в Америке, намечается явная минимизация визуальных признаков западной культуры, выявляются причины запечатления определенных мест (личные, социальные), причины путешествий туристов по тем или иным местам [29].

Немаловажной является взаимосвязь «поколения медиа» и его «визуальной грамотности» с учетом психолого-педагогических особенностей обучения. Заостряя внимание на таком важном понятии в обучении, как «визуальное мышление», не стоит забывать об эстетическом опыте в образовательном поле визуальной культуры [30]. У современных студентов вузов «визуальное мышление» достаточно развито. Важно грамотно использовать это умение в образовательном процессе: научить воспринимать социальный мир визуально и уметь это воспроизвести в подготовке слайд-проектов, учебных видео, серии рефлексивных социальных фото либо проанализировать уже имеющиеся проекты социальных фото (такие как, например, «Стильные пенсионеры России» фотографа И. Гавара, «Лишняя хромосома» В. Мишукова, карикатуры Х. Бидструпа, картины-иллюзии Р. Гонсалвеса, граффити Р. Бэнкси, фото Г. Бинде).

При разграничении понятий «визуализация информации» и «визуализация знаний» стоит учитывать специфику процесса восприятия информации посредством визуального мышления, основываясь на психических процессах мышления, памяти и восприятия. Особенно

актуальным в этом аспекте представляется рассмотрение процессов визуализации в обучении, поскольку визуализация учебной информации позволяет решить целый ряд педагогических задач: обеспечение интенсификации обучения, активация учебной и познавательной деятельности, формирование и развитие критического и визуального мышления, зрительного восприятия, образное представление знаний и учебных действий, передача знаний и распознавание образов, повышение визуальной грамотности и визуальной культуры обучающихся [30].

Опыт педагогики и образования последних лет, требования ФГОС диктуют обязательное использование визуальных элементов в интерактивном обучении студентов российских вузов. И эти формы взаимодействия преподавателя и студентов успешно применяются в обучении, иногда и дистанционном.

В Великобритании и США еще в середине XX в. появилась новая наука – Digital Humanities («цифровые гуманитарные науки»), основанная цель которой заключается в оптимизации исследовательского процесса с использованием цифровых технологий для анализа культурных феноменов в сфере гуманитарных наук [31].

В школьном обучении на уроках информатики как дополнительная возможность развития визуальной культуры детей используются изображения (например, объектов природы), полученные посредством различных информационных программ, таких как Adobe Photoshop [32]. Условия формирования такой культуры в процессе эстетического восприятия природы приводит к неизбежности разработки новых методов обучения [33]. В российском образовании особенно остро стоит проблема медиатизации школьного обучения, компьютерной визуализации учебной информации. Необходимость подобных программ в области природоохранной деятельности обосновывает А.В. Полянская [34]. Т.С. Куприянова пишет о необходимости введения в цикл программ по экологическому образованию раздела «Видеоэкология», который должен стать ключевым для формирования экологической нравственности и культуры у студентов [35]. Использование фото- и видеоэлементов в образовании доказывает свою продуктивность и становится все более популярным из года в год. Значимость этого приема заключается в возможности моделирования конечной ситуации с заданием определенных данных, переменных и в наглядности представления полученных результатов.

Лекционный курс «История мировой культуры» может быть представлен в виде визуального ряда, отражающего ценностную систему в культуре протестантской Голландии на примере произведений бытового жанра в голландской живописи XVII в. [36].

Художественные представления об истории средневековой культуры могут быть проанализированы с использованием визуальных кодов, содержащихся в ней. Обнаружение визуальных кодов предлагается осуществлять при помощи компьютерных алгоритмов обнаружения, которые ориентированы на поиск жестов и образов, исключая текстовые компоненты. Сформированная таким образом система позволяет обеспечить эффективный доступ к большим наборам изображений жестов, образов и их комбинаций [37].

Помимо формирования отдельных профессионально значимых качеств будущих специалистов и использования некоторых визуальных элементов практики в школьном и вузовском образовании, необходимо отметить важность формирования общей духовной культуры личности. Для этого используется видеоколеристика, которая играет значительную роль в жизнедеятельности человека и используется им для создания комфортной визуальной среды и последующего взаимодействия с ней [38].

В современном визуализирующемся мире, когда адекватное понимание социальной реальности эпохи «иконического» поворота возможно через активное зрительное восприятие, все более актуальным становится вопрос о визуальной грамотности, которая сегодня является неотъемлемой частью общей культуры личности. Она рассматривается как процесс коммуникации между объектом и субъектом восприятия, как взаимодействие элементов зрительного образа с субъектами восприятия и как умение субъекта адекватно воспринимать и продуцировать зрительные образы [39].

Как показывают выше обозначенные примеры и способы анализа визуального пространства современного мира, изучение данного феномена не может оставаться без внимания в столь динамично (в отношении цифровых технологий и популяризации их использования в обучении и исследованиях) развивающемся обществе.

Визуальная культура с течением времени претерпевает изменения. Появляются новые виды информации и дешифровки текста. Немаловажную роль визуальная информация играет в образовательном процессе современного студента. Фото презентуют социальную реальность через объектив камеры, запе-

чатля при этом порой редкие и неповторимые моменты социальной жизни, которые имеют значительный вес при рассмотрении определенных тем занятий в рамках преподавания социологии в вузе. В случае если подобные фото не только просмотрены, но и сделаны самим студентом, повышается вероятность все большего включения студента в поиск социального в обыденном, а значит, возможности замечать реальные проблемы социологии как прикладной науки в жизни и акцентировать свое внимание на них.

Использование мультимедийных средств (фото, видеозаписи) в образовательном и исследовательском процессе доказало свою эффективность. Современное обучение в дистанционной и интерактивной формах невозможно без применения средств визуализации, а привычные методы качественного анализа значительно обогащаются с появлением возможности использования фото в качестве исследовательского инструмента и для анализа визуальных образов.

Список литературы

1. Соловьев В.Д. Метаморфозы современного взгляда на российскую медиаисторию: репутационные приобретения и потери // Меншиковские чтения. 2011. № 2. С. 136–141.
2. Кашкабаш Т.В. Интерпретация городского пространства в современных условиях // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). 2012. № 10. С. 51.
3. Cunningham D. Floating on the same plane: Metropolis, money and the culture of abstraction // *Journal of Visual Culture*. 2013. Vol. 12. Issue 1. P. 38–60.
4. Сальникова Е.В. Храмовый интерьер как часть истории визуальной культуры // *Мир науки, культуры, образования*. 2011. № 6–2. С. 450–452.
5. Кокорина Е.В. Архитектурный рисунок как креативная составляющая языка коммуникативного пространства творческого процесса // *Приволжский научный журнал*. 2012. № 1. С. 120–127.
6. Ислеева С.Я. Архитектурный объект в фотографии и визуальной культуре XX века // *Приволжский научный журнал*. 2009. № 3. С. 82–87.
7. Mohammed Abdullah Eben Saleh. Place identity: The visual image of Saudi Arabian cities // *Habitat International*. 1998. Vol. 22. Issue 2. P. 149–164.
8. Tavernor R., Gassner G. Visual consequences of the plan: Managing London's changing skyline // *City, Culture and Society*. 2010. Vol. 1. Issue 2. P. 99–108.
9. Hall S., Datta A. The translocal street: Shop signs and local multi-culture along the Walworth Road, south London // *City, Culture and Society*. 2010. Vol. 1. Issue 2. P. 69–77.
10. Порчайкина Н.В. Процесс проектирования пространственной среды, как часть визуальной культуры // *Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА*. 2009. № 4. С. 178–185.
11. Waleed Ebrahim Hassan. The Impact of Political Events on the Development of Society Visual Culture // *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 2012. Vol. 51. P. 908–915.
12. Аронов В.Р. Итальянский дизайн в современной визуальной культуре // *Искусствознание*. 2009. № 3–4. С. 357–397.
13. Lindner C. Amsterdam – New York: Transnational photographic exchange in the era of globalization // *International Journal of Cultural Studies*. 2013. Vol. 16. Issue 2. P. 151–168.
14. Петрова Е.Г., Миронов Ю.В. Эмоционально-зрительное восприятие природных ландшафтов в России и Японии: сравнительный анализ // *Известия Российской академии наук. Серия географическая*. 2013. № 1. С. 130–140.
15. Higley L. Unmade beds // *Home Cultures*. 2013. Vol. 10. Issue 1. Pages 63–74.
16. Kelly K. Making a home on the Neva: domestic space, memory, and local identity in Leningrad and St. Petersburg, 1957-present. *Laboratorium // Журнал социальных исследований*. 2011. № 3. С. 53–96.
17. Печурина А.В. Увидеть необычное в обычном: исследования семейной фотографии // *Социологический журнал*. 2010. № 2. С. 92–97.
18. Sandler W. Deutsche Heimat in Afrika: Colonial revisionism and the construction of Germanness through photography // *Journal of Women's History*. 2013. Vol. 25. Issue 1. P. 37–61.
19. Богданова Н.М. Фотография как инструмент социологического анализа практик конструирования визуальной самопрезентации // *Журнал социологии и социальной антропологии*. 2012. Т. XV. № 2 (61). С. 105–106.
20. Campbell D. Geopolitics and visibility: Sighting the Darfur conflict // *Political Geography*. 2007. Vol. 26. Issue 4. P. 357–382.
21. Haines-Saah R.J., Oliffe J.L., White C.F., Bottorff G.L. It is just not part of the culture here: Young adults' photo-narratives about smoking, quitting, and healthy lifestyles in Vancouver, Canada // *Health & Place*. 2013. Vol. 22. P. 19–28.
22. Жигарева А.А. Феномен визуализации: деструктивное воздействие на воспитание российской молодежи // *Педагогическое образование и наука*. 2011. № 2. С. 36–40.
23. Бабина Л.В. Об особенностях демотиватора как полимодального текста // *Вопросы теории и практики: филологические науки*. 2013. № 2. С. 28–33.
24. Воронцова Е.А. Фотография конца XIX – начала XX в. как стимул развития оптических медиа // *Вопросы теории и практики: исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение*. 2012. № 12-1. С. 59–61.
25. Круткин В.Л. Техногенные изображения в социальном познании // *Журнал социологии и социальной антропологии*. 2012. Т. XV. № 2. С. 114–128.
26. Колодий В.В. Визуальность и её влияние на социальное познание: философско-методологическое

обоснование // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2011. № 2. С. 90–96.

27. Кругкин В.Л. Антропологический смысл фотографий семейного альбома // Журнал социологии и социальной антропологии. 2005. Т. VIII. № 1. С. 171–178.

28. Гурьева М.М. Повседневная фотография как объект научного исследования // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. 2009. Т. 2. № 3. С. 153–161.

29. Good K.D. Why we travel: picturing global mobility in user-generated travel journalism // Media, Culture and Society. 2013. Vol. 35. Issue 3. P. 295–313.

30. Полякова Е.В. Применение способов и методов визуального мышления в современном образовании // Известия Южного федерального университета. Технические науки. 2012. Т. 135. № 10. С. 120–124.

31. Пруденко Я.Д., Кузьмина Д.Ю. Гуманитарные науки в цифровой век или неотвратимость дисциплинарной гибридизации // Международный журнал исследований культуры. 2012. № 3. С. 17–23.

32. Афонина М.В. Достижение реалистичности изображений средствами Adobe Photoshop как возможность развития визуальной культуры учащихся // Вестник Алтайской государственной педагогической академии. 2007. № 7–1. С. 39–47.

33. Зорин С.С. Формирование визуальной культуры детей в процессе эстетического восприятия

природы // Искусство и образование. 2011. № 6. С. 49–60.

34. Полянская А.В. Когнитивно-образовательный потенциал компьютерной визуализации учебной информации в профессиональной подготовке экологов // Теория и практика общественного развития. 2012. № 8. С. 172–175.

35. Куприянова Т.С. Теоретико-методическая база для формирования экологической культуры личности в процессе взаимодействия с природой и творческой созидательной деятельности // Современные проблемы науки и образования. 2012. № 5. С. 173.

36. Святуха О.П. К проблеме использования визуального ряда в курсе «История мировой культуры» // Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке. 2010. № 1. С. 66–70.

37. Bell P., Schlecht J., Ommer B. Nonverbal communication in medieval illustrations revisited by Computer Vision and Art History // Visual Resources. 2013. Vol. 29. Issue 1–2. P. 26–37.

38. Донцова М.А. Видеоколеристические знания как форма развития духовной культуры личности // Среднее профессиональное образование. 2012. № 4. С. 58–59.

39. Шершукова Е.В. Профессиональное воспитание студентов аудиовизуальными средствами социальной рекламы // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2009. № 6. С. 210–213.

RESEARCH AND EDUCATIONAL POTENTIAL OF PHOTOGRAPHY AS A MODERN VISUALIZATION TOOL

E.V. Selivanova

The article examines the research and educational potential of photography as a modern visualization tool. It is used extensively in research in the field of ethnography, anthropology, sociology, cultural science and history when studying the exterior of the cities, temple complexes, interiors of premises as well as separate elements of people's everyday life and gender relations.

Keywords: social photography, exterior of the cities, interior of premises, everyday life, training.

References

1. Solov'ev V.D. Metamorfozy sovremennogo vzglyada na rossiyskuyu mediaistoriyu: reputatsionnye priobreteniya i poteri // Menshikovskie chteniya. 2011. № 2. S. 136–141.

2. Kashkabash T.V. Interpretatsiya gorodskogo prostranstva v sovremennykh usloviyakh // Sovremennye issledovaniya sotsial'nykh problem (elektronnyy nauchnyy zhurnal). 2012. № 10. S. 51.

3. Cunningham D. Floating on the same plane: Metropolis, money and the culture of abstraction // Journal of Visual Culture. 2013. Vol. 12. Issue 1. P. 38–60.

4. Sal'nikova E.V. Khramovyy inter'er kak chast' istorii vizual'noy kul'tury // Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya. 2011. № 6–2. S. 450–452.

5. Kokorina E.V. Arkhitekturnyy risunok kak kreativnaya sostavlyayushchaya yazyka kommunikativnogo

prostranstva tvorcheskogo protsessa // Privolzhskiy nauchnyy zhurnal. 2012. № 1. S. 120–127.

6. Isleeva S.Ya. Arkhitekturnyy ob"ekt v fotografii i vizual'noy kul'ture XX veka // Privolzhskiy nauchnyy zhurnal. 2009. № 3. S. 82–87.

7. Mohammed Abdullah Eben Saleh. Place identity: The visual image of Saudi Arabian cities // Habitat International. 1998. Vol. 22. Issue 2. P. 149–164.

8. Tavernor R., Gassner G. Visual consequences of the plan: Managing London's changing skyline // City, Culture and Society. 2010. Vol. 1. Issue 2. P. 99–108.

9. Hall S., Datta A. The translocal street: Shop signs and local multi-culture along the Walworth Road, south London // City, Culture and Society. 2010. Vol. 1. Issue 2. P. 69–77.

10. Porchaykina N.V. Protsess proektirovaniya prostranstvennoy sredy, kak chast' vizual'noy kul'tury // Dekorativnoe iskusstvo i predmetno-prostranstvennaya sreda. Vestnik MGKhPA. 2009. № 4. S. 178–185.

11. Waleed Ebrahim Hassan. The Impact of Political Events on the Development of Society Visual Culture // *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 2012. Vol. 51. P. 908–915.
12. Aronov V.R. Ital'yanskiy dizayn v sovremennoy vizual'noy kul'ture // *Iskusstvoznanie*. 2009. № 3–4. S. 357–397.
13. Lindner C. Amsterdam – New York: Transnational photographic exchange in the era of globalization // *International Journal of Cultural Studies*. 2013. Vol. 16. Issue 2. P. 151–168.
14. Petrova E.G., Mironov Yu.V. Emotsional'no-zritel'noe vospriyatie prirodnykh landshaftov v Rossii i Yaponii: sravnitel'nyy analiz // *Izvestiya Rossiyskoy akademii nauk. Seriya geograficheskaya*. 2013. № 1. S. 130–140.
15. Higley L. Unmade beds // *Home Cultures*. 2013. Vol. 10. Issue 1. Pages 63–74.
16. Kelly K. Making a home on the Neva: domestic space, memory, and local identity in Leningrad and St. Petersburg, 1957-present. *Laboratorium // Zhurnal sotsial'nykh issledovaniy*. 2011. № 3. S. 53–96.
17. Pechurina A.V. Uvidet' neobychnoe v obychnom: issledovaniya semeynoy fotografii // *Sotsiologicheskii zhurnal*. 2010. № 2. S. 92–97.
18. Sandler W. Deutsche Heimat in Afrika: Colonial revisionism and the construction of Germanness through photography // *Journal of Women's History*. 2013. Vol. 25. Issue 1. P. 37–61.
19. Bogdanova N.M. Fotografiiya kak instrument sotsiologicheskogo analiza praktik konstruirovaniya vizual'noy samoprezentatsii // *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noy antropologii*. 2012. T. XV. № 2 (61). S. 105–106.
20. Campbell D. Geopolitics and visuality: Sighting the Darfur conflict // *Political Geography*. 2007. Vol. 26. Issue 4. P. 357–382.
21. Haines-Saah R.J., Oliffe J.L., White C.F., Bortorff G.L. It is just not part of the culture here: Young adults' photo-narratives about smoking, quitting, and healthy lifestyles in Vancouver, Canada // *Health & Place*. 2013. Vol. 22. P. 19–28.
22. Zhigareva A.A. Fenomen vizualizatsii: destruktivnoe vozdeystvie na vospitanie rossiyskoy molodezhi // *Pedagogicheskoe obrazovanie i nauka*. 2011. № 2. S. 36–40.
23. Babina L.V. Ob osobennostyakh demotivatora kak polimodal'nogo teksta // *Voprosy teorii i praktiki: filologicheskije nauki*. 2013. № 2. S. 28–33.
24. Vorontsova E.A. Fotografiiya kontsa XIX – nachala XX v. kak stimul razvitiya opticheskikh media // *Voprosy teorii i praktiki: istoricheskie, filosofskie, politicheskie i yuridicheskie nauki, kul'turologiya i iskusstvovedenie*. 2012. № 12-1. S. 59–61.
25. Krutkin V.L. Tekhnogennye izobrazheniya v sotsial'nom poznanii // *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noy antropologii*. 2012. T. XV. № 2. S. 114–128.
26. Kolodiy V.V. Vizual'nost' i eye vliyanie na sotsial'noe poznanie: filosofsko-metodologicheskoe obosnovanie // *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya*. 2011. № 2. S. 90–96.
27. Krutkin V.L. Antropologicheskii smysl fotografii semeynogo al'boma // *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noy antropologii*. 2005. T. VIII. № 1. S. 171–178.
28. Gur'eva M.M. Povsednevnyaya fotografiya kak ob"ekt nauchnogo issledovaniya // *Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta im. A.S. Pushkina*. 2009. T. 2. № 3. S. 153–161.
29. Good K.D. Why we travel: picturing global mobility in user-generated travel journalism // *Media, Culture and Society*. 2013. Vol. 35. Issue 3. Pages 295–313.
30. Polyakova E.V. Primenenie sposobov i metodov vizual'nogo myshleniya v sovremennom obrazovanii // *Izvestiya Yuzhnogo federal'nogo universiteta. Tekhnicheskije nauki*. 2012. T. 135. № 10. S. 120–124.
31. Prudenko Ya.D., Kuz'mina D.Yu. Gumanitarnye nauki v tsifrovoy vek ili neotvratimost' distsiplinarnoy gibrizatsii // *Mezhdunarodnyy zhurnal issledovaniy kul'tury*. 2012. № 3. S. 17–23.
32. Afonina M.V. Dostizhenie realisticnosti izobrazheniy sredstvami Adobe Photoshop kak vozmozhnost' razvitiya vizual'noy kul'tury uchaschikhysya // *Vestnik Altayskoy gosudarstvennoy pedagogicheskoy akademii*. 2007. № 7–1. S. 39–47.
33. Zorin S.S. Formirovanie vizual'noy kul'tury detey v protsesse esteticheskogo vospriyatiya prirody // *Iskusstvo i obrazovanie*. 2011. № 6. S. 49–60.
34. Polyanskaya A.V. Kognitivno-obrazovatel'nyy potentsial komp'yuternoy vizualizatsii uchebnoy informatsii v professional'noy podgotovke ekologov // *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya*. 2012. № 8. S. 172–175.
35. Kupriyanova T.S. Teoretiko-metodicheskaya baza dlya formirovaniya ekologicheskoy kul'tury lichnosti v protsesse vzaimodeystviya s prirodoy i tvorcheskoy sozidatel'noy deyatel'nosti // *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya*. 2012. № 5. S. 173.
36. Svyatukha O.P. K probleme ispol'zovaniya vizual'nogo ryada v kurse «Istoriya mirovoy kul'tury» // *Gumanitarnye issledovaniya v Vostochnoy Sibiri i na Dal'nem Vostoke*. 2010. № 1. S. 66–70.
37. Bell P., Schlecht J., Ommer B. Nonverbal communication in medieval illustrations revisited by Computer Vision and Art History // *Visual Resources*. 2013. Vol. 29. Issue 1–2. P. 26–37.
38. Dontsova M.A. Videokoloristicheskie znaniya kak forma razvitiya dukhovnoy kul'tury lichnosti // *Srednee professional'noe obrazovanie*. 2012. № 4. S. 58–59.
39. Shershukova E.V. Professional'noe vospitanie studentov audiovizual'nymi sredstvami sotsial'noy reklamy // *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv*. 2009. № 6. S. 210–213.