



СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ“
ФАКУЛТЕТ ПО ЖУРНАЛИСТИКА И МАСОВА КОМУНИКАЦИЯ

ФОТОГРАФИЯТА В ПРОМЕНЯЩИЯ СЕ СОЦИАЛЕН КОНТЕКСТ

ПО ПРИМЕРА НА НЕШЪНЪЛ ДЖИОГРАФИК (2011 - 2018)

АВТОРЕФЕРАТ НА ДИСЕРТАЦИОНЕН ТРУД

ЗА ПРИСЪЖДАНЕ НА ОБРАЗОВАТЕЛНА И НАУЧНА СТЕПЕН „ДОКТОР“
ПО ПРОФЕСИОНАЛНО НАПРАВЛЕНИЕ
3.5. ОБЩЕСТВЕНИ КОМУНИКАЦИИ И ИНФОРМАЦИОННИ НАУКИ
(Журналистика – Връзки с обществеността)

НАУЧЕН РЪКОВОДИТЕЛ:
ПРОФЕСОР Д-Р ЗДРАВКО РАЙКОВ

ДОКТОРАНТ :
ЕМИЛИАНА ГЕОРГИЕВА

СОФИЯ, 2019

СЪДЪРЖАНИЕ

<u>1.ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД</u>	<u>3</u>
1.1. АКТУАЛНОСТ НА ТЕМАТА	3
1.2. СЪДЪРЖАНИЕ, ОБЕМ И СТРУКТУРА НА ДИСЕРТАЦИЯТА	4
1.3. ИЗБОР НА ТЕМА ОБЕКТ, ПРЕДМЕТ НА ИЗСЛЕДВАНЕ И МЕТОДОЛОГИЯ	6
1.4. ЦЕЛИ ЗАДАЧИ	7
1.5. НАУЧНА ТЕЗА	8
<u>4. СПРАВКА НА ПУБЛИКАЦИИТЕ ПО ТЕМАТА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД</u>	<u>9</u>
<u>2. РЕЗЮМЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД</u>	<u>10</u>
2.1. ПЪРВА ГЛАВА.	10
2.2. ВТОРА ГЛАВА.	16
2.3. ТРЕТА ГЛАВА.	24
<u>3.НАУЧНИ ПРИНОСИ</u>	<u>29</u>
4.БЛАГОДАРНОСТИ	30

1. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1.1. Актуалност на темата

Проучването на литература по въпроса показва, че разглеждането на фотографията и социалните промени през призмата на комуникацията, реториката, културологията, семиотиката, психологията, невронауката, етиката, социологията и технологията комбинирани и изследвани заедно не е налично нито в национален, нито в световен мащаб.

От самото си създаване фотографията създава поводи за полемика около нейното приложение и естество. Глобализацията и информационното общество, в което живеем създава предпоставки за динамични промени относно създаването на съдържание, посланията, които контекстуализира това съдържание и публиките, до които то трябва да достигне. Диалогичната форма в теоретичните концепции на модернизма и постмодернизма наред с актуалните ѝ приложения доказва нейната интердисциплинарност и адаптивност към социалните промени като тя самата играе роля за тях, отваряйки врати за иновативни методи на комуникация. Изследванията в сферата на невронауката и психологията показват на практическо ниво как се случва обработката на визуална информация и аргументират природната предразположеност на индивидите да приоритизират визуалната комуникация. Този факт се доказва и от еволюцията на дигиталните технологии и социалните медии като в същото време тази наситеност на визуално предложена информация днес налага визуалната интелигентност като умение за критичен подход нужен на всеки индивид с цел филтриране на полезното и ненужното в медийното поле и междуличностната комуникация. Това може да се нарече и визуалната дисциплина на съвременния човек. Именно фотографията като предмет на изследване на дисертацията отговаря на тази тенденция на новите потребности на обществата, защото трансформира дадена идея в послание без културни или езикови ограничения. Възможностите за дигитална обработка на изображения наред с множеството потенциални контекстуални приложения налагат освен визуалната грамотност като актуална тема, но и етичната критика на фотографията днес.

1.2. Съдържание, обем и структура на дисертацията

Предложеният дисертационен труд се състои в увод, три глави, заключение, включително са изброени научни приноси и изводи, както и списък с библиография на използваната литература. Общият обем на текста е 271 стр., като за целите на теоретичното изложение и изследването са използвани над 152 книги, научни статии, монографии, сборници и допълнително всички броеве от българския тираж на списание National Geographic в периода 2011 – 2018 година включително.

В композиционно отношение е организирана в следната структура:

БЛАГОДАРНОСТИ

ДЕКЛАРАЦИЯ ЗА ОРИГИНАЛНОСТ

УВОД

ПЪРВА ГЛАВА. СОЦИОКУЛТУРНА ДЕЙСТВИТЕЛНОСТ И РЕФЛЕКСИЯТА ВЪРХУ СОЦИАЛНАТА ФОТОГРАФИЯ

1. Социални комуникации в контекста на фотографията като наука
2. Фотография и социален контекст – актуализиране на изкуството
3. Появата на иГен поколението и рефлексията му върху социалната действителност
4. Социални предизвикателства пред модерната фотография
5. Култура, комуникация и фотография – поглед и перспектива

ВТОРА ГЛАВА. РАЗВИТИЕ НА ФОТОГРАФИЯТА И СОЦИОКУЛТУРНИ ТЕНДЕНЦИИ – МОМЕНТАЛНОСТ, ЕФЕКТИВНОСТ И ВИЗУАЛНОСТ

1. Технологична и социална еволюция във възприемането и употребата на фотографията
2. Визуалната културна революция – исторически концепции
3. Визуалното възприятие и визуална интелигентност
4. Контекстуална манипулация
5. Социални промени чрез методите на фотографията
6. Технически метаморфози – псевдофотография или прераждане на идеи
7. Интерактивност чрез сторителинг (социално влияние)

ТРЕТА ГЛАВА. СОЦИАЛНИ ПРОМЕНИ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ПРЕЗ ПОГЛЕДА НА НАУЧНОПОПУЛЯРНОТО СПИСАНИЕ NATIONAL GEOGRAPHIC – БЪЛГАРИЯ

1. Климатични промени и опазване на околната среда
2. Социални промени при човека и човешките взаимоотношения
3. Роботика и технологии в съвременността
4. Храната на XXI век
5. Животинският вид и неговото застрашаване

НАУЧНИ ПРИНОСИ

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЯ

1.3. Избор на тема обект, предмет на изследване и методология

Изборът на темата на дисертационния труд наследни тематиката на моите магистърска и бакалавърска дипломни работи, плод на дългогодишния ми изследователски интерес и практически опит към фотографията, визуалната комуникация и идентичност.

Обектът на научното изследване е списанието с български тираж National Geographic, **предметът** – двустранната взаимовръзка между социалните промени и фотографския обектив на изданието, как фундаменталните проблеми на съвременното общество са комуникирани и дали успешно предават посланията към обществото, както и защо е приоритизирана визуално-опосредствената комуникация.

Основните **методи** за научната разработка са анализ и синтез, интердисциплинарен подход към темата (разглеждане на аргументативният и убедителен потенциал на фотографията чрез реторика на визуалната комуникация, семиотиката като система за кодиране и декодиране на визуална информация, психологията, невронауката и емоционалната интелигентност, социологията, етичните парадигми, културологията (визуална култура), визуалната грамотност, технологичното развитие и социалните медии), качествен контент анализ, сравнителен метод.

1.4. Цели задачи

Целта на научния труд е да се установи влиянието, което оказва масмедията (в частност списание National Geographic) върху социалните промени и как човек реагира на тези изменения, като се има предвид рамката от индивидуални стереотипи, убеждения, атитюди през призмата на визуалната култура и комуникация.

За изпълнението на целите се поставят следните обективни **задачи**:

- 1) Да се направи теоретично проследяване на фотографията като наука и изкуство на социалната действителност и проследяване на последните тенденции в нейното съвременно значение и приложение. Теориите заложи са селектирани и анализирани през призмата на транскултуралната и интердисциплинарната им същност и влияние.
- 2) Да се изведат основните концепции относно понятията визуална култура и комуникация, фотография, социален контекст, семиотика на културата, креативността като рефлексия на фотографията
- 3) Да се проведе качествен контент анализ на списанието National Geographic и да се установят зависимости между отражение и реалност, да се установят социалните промени на днешния век и значимостта на визуалната комуникация днес.
- 4) Да се обективират изводите след направеното проучване в годините 2011 – 2018 г., като се изведат и научните приноси.

1.5. Научна теза

Научна теза

Съзнателният стремеж на дисертационният труд е да аргументира тезата за двустранната взаимовръзка между фотографията и социалните промени. Тя се основава на изследователската обосновка, че в съвременното общество фотографията се явява не само като един от най-мощните инструменти за медийно отразяване на новини във всяка точка на света, като катализатор за разрешаване на социални проблеми, но и като комуникатор и двигател за социални промени сама по себе си в контекста на визуалната революция в комуникацията.

Научната хипотеза се основава на предположението, че ако влиянието на социалните промени в съвременните общества, които оказват благоприятни/неблагоприятни въздействия върху климата, традициите, обичаите, морала на глобалния човек са положителни/отрицателни, то това предполага, че човекът е изправен пред своята нова криза на предизвикателствата, тъй като проблемните перспективи, които се откриват пред бъдещите поколения, не са локални или национални, а глобални и наднационални образувания. Както всички индивиди имат еднаква предразположеност към приемането на визуална информация, така и личният опит и емоционална интелигентност формират последвалата реакция. Визуализирането обаче не замества лингвистичния дискурс, но го прави по-разбираем, по-бърз и по-ефективен, дори универсален. Визуално-наративният подход на списание National Geographic и стратегията да приоритизира именно фотографията отговаря на потребностите на времето. Изследванията в сферата на невронауката и психологията показват на практическо ниво как се случва обработката на визуална информация и аргументират природната предразположеност на индивидите да приоритизират визуалната комуникация. Това представя и перспективите на визуалната комуникация в бъдещето и потенциала на фотографията в сферата на комуникацията.

4. СПРАВКА НА ПУБЛИКАЦИИТЕ ПО ТЕМАТА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Георгиева, Емилиана. Visual intelligence and communication. В: Сборник от XX Лятна школа по връзки с обществеността „Трансформация в общуването“, НБУ, 2018г.

Георгиева, Емилиана. Механизъм на визуалното възприятие. В: Електронно научно списание „Реторика и комуникации“, брой. 38, 2019г.

Георгиева. Емилиана. Етика в дигиталната фотография. *Eastern Academic Journal*, issue 3 (2019)

2. РЕЗЮМЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

2.1. ПЪРВА ГЛАВА.

СОЦИОКУЛТУРНА ДЕЙСТВИТЕЛНОСТ И РЕФЛЕКСИЯТА ВЪРХУ СОЦИАЛНАТА ФОТОГРАФИЯ

В първа глава се анализират социалната комуникация в контекста на комуникацията като наука и изкуство, промяната на социалната действителност след появата на иген поколението, социалните предизвикателства пред модерната фотография, както и перспективите през ракурса на културата, комуникацията и фотографията.

За целта са изследвани под диалогична форма теориите и анализите на Бек, Бауман, Стоицова, Липман, Райков, Милър, Трахтенберг, Ласуел, Мирзоеф, Драпър, Шарщайн, Рубинщайн, Бекер, Брекенридж, Ценкова, Роджърс, Янакиева, Вълканова, Гостилов, Вебер, Млечевска, Боев, Бодлер, Стоева, Зонтаг, Рийс, Кафтанджиев, Барт, Голешевска, Вирилио, Кокс, Хайн, Маклуън, Кастелс, Гелнер, Хол и др. по отношение на глобализацията като контекст на фотографията с цел да се направи теоретично проследяване на фотографията като наука и изкуство на социалната действителност и проследяване на последните тенденции в нейното съвременно значение и приложение. Това безспорно подкрепя вече заложената теза за двустранната връзка между социалните промени и фотографията.

Науката за комуникацията използва за своя база интердисциплинарен подход, тъй като работи в полето на социологията, философията, психологията, културологията, фотографията. Милър¹ се спира на седем изследвания върху комуникацията, както следва:

- риторична – придобиване на умения за изразяване и убеждаване;

¹ Христова, Л. Проверете къде е мястото на комуникациите в организационната структура при различни организации. [онлайн] Ebox.nbu. 16.09.2019. <<http://ebox.nbu.bg/ssc17/pics/13.LyubkaHristova.pdf>>.

- феноменологична – създаване на диалогичност;
- семиотична – знаци, звукове и жестава мимика на изразяване;
- кибернетична – автоматичното пренасяне на информация;
- социопсихологична – изразяване чрез взаимодействия;
- критична – създаване на аналитична рефлексия;
- социокултурна – социални взаимодействия и взаимоотношения.

В този смисъл фотографията се разглежда като универсален инструмент за общуване. Поддържа се тезата, че фотографията разполага с комуникативни и документални способности, така и се поддържа като жизнеспособна художествена среда, въпреки множеството полемики по този проблем. Научният труд се фокусира върху застъпничеството на фотографията, тъй като изследва различни исторически и съвременни художници и организации, които използват своите фотографски композиции, за да предават мощни послания за справедливост, любов и в цялост, да променя света чрез визуални емоционално заредени апели.

Фотографията по своята същност е социална практика, форум за промяна. Информационните практики във фотографията заимстват от социалните практики, които участват в информационни процеси като виждане и работа с нова информация. Персоналната фотография е предаване на информация от ежедневието. Характерът на практиката (фотографията) оформя естеството на информационна дейност. Социалните практики включват търсене, споделяне, създаване и управление на информация. Една от поддържаните тези е, че образованието днес не само изпитва потребността от фотография, но и знания в сферата на визуалната култура се превръщат в пререквизит за съвременния човек. Пряка е и връзката между социологията и фотожурналистиката в контекста на глобализацията, както гласи и кредото на Лиус Хайн „*Искам да снимам това, което трябва да бъде оценено; искам да снимам това, което трябва да бъде коригирано.*“².

Дигитализирането на комуникативния процес също е следствие от глобализиращия се свят, който поставя на преосмисляне социалните и културните стандарти, наложени в обществото, защото поставя сериозни

² Becker, H. Photography and Sociology. // Studies in the Anthropology of visual Communication. Vol. 1, Issue 1, 1974, p. 8.

предизвикателства, насочени към опазването на националната идентичност и правдоподобността на фотографията. Именно социалните медии стават един от основните носители на информация в посока ефективно изграждане на виртуални общности по интереси като например уебстраници, социални мрежи, блогове. За да може една организация да следва своята актуална политика и да поддържа доверието в аудиторията, трябва да отговаря на нуждите на променящото се общество. От еволюционна гледна точка фотографията извървява своя нелек и продължителен път, за да се превърне не само във визуално изкуство, а в проводник на начин на мислене. Тя „*проследява важните технически открития, които имат за цел да доусъвършенстват фотографският процес до широкото му разпространение и масовизация, каквито го познаваме в наши дни.*“³. Фотографията вече започва да се разглежда като съвкупност от психологически и естетически, от семантични и лингвистични особености, които възплъщават в себе си логико-информационен модел на възприятия и способстват да се превърне не само в изкуство и медиатор, но и в наука. Но ако тя извървява пътя към изкуството, е важно тя да запечатва онези качества, които чисто визуално я превръщат в шедьовър⁴. Науката и изкуството на фотографията цели да се създаде внушение, че „*като всеки друг визуален знак и фотографските изображения могат да бъдат разглеждани от различни аспекти: като носители на информация – съдържание, изказ, значения, послания (семантика); според средствата на дизайн и структурата на продукта – форма, цвят, текстура, движение, мащаб, организация (синтаксис); както и според тяхното приложение, въздействие, цел (прагматика)*“⁵. Това спомага и да се предпоставят предизвикателствата на съвременната фотография, които са разнообразни и широкообхватни. „*Случва се медийна революция, задвижвана от фотографията*“⁶, която, според думите на Стив Рубел, преминава през разглеждането на снимките като *глобални знаци*, които се разпространяват без наличието на граници, защото всеки един е способен да ги разчете, да ги разпознае, т.е. това са общовалидни знаци на идентичен наднационален език. В

³ Янакиева, С. Фотография и изкуство: Визуалният музей на ХХ век. [онлайн] Media-journal. 01.10.2019. <<https://www.media-journal.info/?p=item&aid=381>>.

⁴ Георгиев, Г. Фотообрази и слово в печатните издания. София, Биг-Бен, 2000.

⁵ Вълканова, В. Медийен дизайн. София, УИ, „Св. Климент Охридски“, 2013, с. 21.

⁶ Революция, задвижвана от фотографията. [онлайн] Manager. 08.09.2019. <<https://www.manager.bg>>.

своя труд Ролан Барт⁷ споменава, че образът е по-императивен от писмото, защото налага значението изведнъж, без да се налага анализиране. В глобален контекст Барт разгръща и свои дефиниции за визуалната култура и изкуство, което в своята същност представлява актуално масово разпространение на образи, в резултат на развитието на дигиталните технологии.

Като резултат от неспиращото технологично развитие внимание в тази глава се обръща и на Иген поколението като социален феномен, което олицетворява така наречената дигитална култура на младите и неговите основни комуникационни канали в Съвременето. Според социологът Мирчев XXI век оформя една своеобразна пропаст между поколенията, тъй като се поставя осезателна граница между хартията и дигиталния носител. *„Това е така, защото светът на поколението Z е преди всичко визуален. Според някои изследователи, когато днешните Z-юноши достигнат зряла възраст, видео изображенията ще заместят още по-категорично печатното слово като основен носител на съобщения“*⁸, което на практика задава една нова култура на световъзприемане, защото днешните младежи са мултимодални и тяхната комуникация преминава през различни социални канали. Наблюдаваният процес обхваща естеството на човешката комуникация и пред очите на всеки един се наблюдава тотална трансформа⁹ на идеите, мисленето, възпроизвеждането на информация, което довежда до един разрыв между поколенията. На същото мнение за оформящата се пропаст между поколенията е и Дерменджиева¹⁰, според която новите информационни технологии променят облика на това как се възприема информацията, именно тази информационна пропаст е значеща за разминаванията в нагласите и отношенията на различните поколения към действителността. Поставя се въпросът за век на информационни войни, тъй като *„всяко понятие носи конкретно послание и намира конкретно приложение, както и взаимоотношения с всички*

⁷ Барт, Р. Въображението на знака. Есета. С., Народна култура, 1991.

⁸ Ненкова, А. „Хартиени“ и „дигитални“ поколения. [онлайн] Dw. 12.09.2019. <<https://www.dw.com/bg>>.

⁹ Фидлър, Р. Медиаморфоза: Да разберем новите медии. С., Кралица Маб, 2005.

¹⁰ Дерменджиева, Г. Еволюция на човешката комуникация и медиите. // Годишник на Софийския университет „Св. Климент Охридски“, Факултет по журналистика и масова комуникация. Т. 11. С., 2004.

останали“¹¹. Това са и социалните предизвикателства и същевременно възможности пред модерната фотография, тъй като технологично тя не само отговаря на потребностите на времето, но и предоставя все повече нови улеснени методи за заснемане и споделяне с широката аудитория. Социалната фотография предоставя уникална гледна точка на различни социални проблеми, като комбинира реалистични изображения с метафори и вътрешна естетическа структура, както и оригинална интерпретация на належащи проблеми. В същото време неизказан етичен кодекс подсказва, че фотографите трябва да проявяват високо ниво на осведоменост и отговорност за резултатите от своята работа към човечеството като цяло. Изследването на модерната фотография е неизменно важна тема за целите на дисертацията като откроява основни тенденции във визуалната комуникация и връзката им със социалните и съответно културни промени.

На приложно ниво могат да бъдат идентифицирани няколко перспективи за развитие на комуникацията, която е отражение на социалната фотография и съпътстващата я култура. Първата перспектива може да бъде комуникацията като процес, често гледан в метафора като тъкан на обществото. Тя не се ограничава до тематиката или съобщенията, а до взаимодействието им в мрежа от социални отношения. В допълнение, приемането, оценяването и използването на медийни съобщения от какъвто и да е източник са също толкова важно средство за производство и предаване. Втора перспектива е комуникационните медии като смесена система от масова комуникация и междуличностни канали, с взаимно въздействие и подсилване. С други думи, масова медия не би могла да се разглежда изолирано от други обществени обстоятелства.

В контекста на културата и комуникацията фотографията изпълнява функцията на медиатор, защото става посланик на политически, социални, междуличностни идеи, мнения, концепции и послания. Фотографията е спояващото звено, на базата на което се разгръщат междуличностните взаимоотношения и се осъществяват корелации, които заимстват образци посредством съвременната фотография. Културният опит, културната стойност

¹¹ Димитрова, Д. Фабрикуване на съгласие. Как комуникацията става манипулация. С., Холотера, 2017, с. 237.

и фотографията са повлияни значително от нарастването на цифровите технологии. Промените в начина, по който се произвеждат и консумират изкуството и културата, са културни процеси сами по себе си, а не само технологични промени, които имат отражение върху характера на културната ценност.

2.2. ВТОРА ГЛАВА.

РАЗВИТИЕ НА ФОТОГРАФИЯТА И СОЦИОКУЛТУРНИ ТЕНДЕНЦИИ – МОМЕНТАЛНОСТ, ЕФЕКТИВНОСТ И ВИЗУАЛНОСТ

Във втора глава се разисква същността на понятия като визуална култура, визуална медия, визуална интелигентност, етика във фотографията, предимствата и недостатъците на дигиталната обработка, тенденциите във визуалната културна революция и историческите концепции на модернизма и постмодернизма, каналите на комуникация, контекста и анализирани в зависимост от хронотопа, по-задълбочено през призмата на психологията, невронауката и употребата на фотографията в методологията на социално значими проекти. Теориите заложи в тази глава са селектирани и анализирани през призмата на транскултуралната и интердисциплинарната им същност и влияние.

Фотографията във всичките и форми и мотивации служи вярно на комуникацията. Фотографската камера вече не е събирач и рефлекс на мотивации, а на впечатления, презумции и създател на цели. Фотографията е подчинена на комуникацията и комуникацията на фотографията. За Фотографията няма табу - тя въздейства независимо от възраст, образование, пол, националност, раса и независимо от всички социално-демографски характеристики, същевременно без дистанцията, позната от миналото.

Макар и често на академично и фактологично ниво концепциите на модернизма и постмодернизма да се дискредитират помежду си, в тази глава са представени и анализирани като взаимнодопълващи се в тяхната причинно-следствена връзка, не като алтернативи, а като хронологично изследвано социално развитие.

В постмодерната проблематика на фотографията особен фактор е самата технологическа революция, водеща до новата ера в артистичната масова продукция. Постфотографските практики търсят интеракции с нови жанрове, медии и инструменти за създаване и обработка, инсцениращи или концептуални, разработващи нови визуални кодове и език – абстрактен,

минималистичен, енигматичен. Документалната постфотография не само отрича претенцията на модернизма за обективното отразяване на реалността и имитирането на Великите изображения, но и поставя провокацията и електронната обработка като нов смисъл на баналното и ежедневно, правейки всеки аматьор творец като резултат от достъпността на медията. Когато един начин за представяне на реалността загубва позиции, друг заема неговото място, без първият да изчезне¹². Както твърди Джофри Бечън *„застрашаващото разминаване на границите и на противопоставянето, каквото се предполага, че то (постмодерното) представлява, не е нещо присъщо на определена технология или на постмодерния дискурс, а е по-скоро едно от основните условия на самата модерност“*¹³.

Нуждата от визуална култура като научна дисциплина е показателна именно в бездната между неизчерпаемите визуални преживявания в съвременната култура и ограничената способност за анализ на видяното през призмата на традиционния текстов модел на света. Визуалността прави модерния период коренно различен от античния и средновековния свят, в който светът се е разбирал като книга. Визуалната култура се стреми именно да намери начини за работа в рамките на тази нова (виртуална) реалност на криза на информацията, визуалното претоварване на ежедневието и мотивацията да се показва невидимото.

Това, което Мирзоеф постига в своята книга *„Въведение във визуалната култура“* е позиционирането и определянето на ролята на визуалната култура в по-широката култура, към която тя принадлежи, той представя визуалното като предизвикателство в социалното взаимодействие. Това е определено интердисциплинарен предмет в смисъла, даден от термина на Ролан Барт: *„За да се работи интердисциплинарно, не е достатъчно да се вземе един „предмет“ и около него да аранжират две-три науки. Интердисциплинарното проучване се състои в създаване на нов предмет, който не принадлежи на нито една наука.“*¹⁴. Този актуален и до днес подход отваря поле за дискусия и анализ на фотографията и социалните промени, както през теоретичен, така и

¹² Mirzoeff, Nicholas „ An introduction to visual culture “,2002, p.46

¹³ Batchen, G. Spectres of Cyberspace. Artlink, Vol. 16, No. 2-3, Winter, 1996, pp. 25 – 28.

¹⁴ Barthes, R. Rhetoric of the image, New York, Hill and Wang, 1977, pp. 39 – 40.

методологичен ракурс. Именно поставена в този комплексен контекст фотографията доказва своите възможности, както от документален и убедителен, така и от влиятелен и авторитетен характер. Как обаче това се случва и аргументира на практика е обусловено от нейното въздействие на подсъзнателно ниво, а именно човешкият механизъм на визуално възприятие.

Възприемането на една фотография или изображение е активен, но и автоматичен процес на мозъка. Както всички индивиди имат еднаква предразположеност към приемането на визуална информация, така и личният опит формира последвалата реакция. Изображенията като цяло постигат това, което самостоятелен текст не успява. Те повишават възможностите за разбиране, припомняне и запаметяване. Визуалните указания ни помагат да декодираме даден текст, привличат внимание и повишават вероятността публиката да запомни видяното и прочетеното. Емоциите влияят върху взимането на решения. Те въздействат на рационалното мислене още преди да са достигнали до съзнанието. Визуалните възприятия имат моментално влияние, защото не изискват съзнателна обработка в сравнение с текста. Процесът наподобява кодиране и декодиране на информация. Това важи предимно за фотожурналистиката. В абстрактната фотография и изящните изкуства оценката е предимно емоционална.

Въпреки че тази универсална емоционална обвързаност е трудно да бъде установена постоянно заради различните лични, културни и социални пристрастия за различните публики, съществуват някои фундаменти, които са константни поради факта, че всички индивиди са човешки същества. Спомените, които се предават чрез запаметяване или чрез традициите, формират местата на паметта, или „*мнемотопи*“¹⁵. Под понятието *памет* Асман разбира именно миналото, което е предадено и разбрано, което „*намира своето проявление в разказването*“¹⁶. Оттук може да се изведе твърдението, че *фотографията е разказана история*, която има социален характер и се приема за истина. Юнг от своя страна определя архетипите, или архаичните остатъци, като мисловни инстинктивни форми, които погрешно са схващани като функция на унаследяването. Те формират многобройни инварианти на даден

¹⁵ Асман, Ян. Културната памет. С., Планета-3, 2001, с.74

¹⁶ Пак там, с. 74.

образ и се разкриват чрез символните образи на несъзнаваното. Така се обвързват хем със съзнаваните образи, хем със символните означения, чрез които „се намесват в дадена ситуация със собствени импулси и мисловни образувания“¹⁷. Неврологът Рамачандран съветва следното: „Тръгнете откъдето Фройд е спрял, поставяйки началото на онова, което може да се нарече ера на експерименталната епистемология (изследването на това как мозъкът представлява знание и вяра) и когнитивната невропсихиатрия (връзката между умствените и физическите разстройства на мозъка) и да започне експериментирането със съзнанието, взаимодействията между ума и тялото и други белези на човешкото поведение.“¹⁸.

Дебатите и изследванията по темата са безбройни, но във всичките си формулировки те подкрепят тезата, че фотографията е свързана с подсъзнателното мигновено емоционално възприятие, а това, което хората съзнателно знаят, не променя императивно начина, по който се чувстват като резултат от емоционалното изживяване. Това е пряко свързано и с фактът, че мозъкът е разделен на две половини и в зависимост от тяхното развитие, възрастта, житейски опит на индивида се предопределят и последвалите негови реакции.

Още през 1957 г. Брунер, когнитивен теоретик, предполага, че конструкциите, съхранени в паметта, тези, които се използват за интерпретиране на събитията, ще бъдат най-достъпни чрез времеви преживявания, асоциирани връзки и емоционални състояния.¹⁹ Санбонматсу и Фацио по отношение на медиите заключават, че „медииите са инструмент при разработването на конструктите, налични в паметта, и при определянето кои от тези конструкции са хронично достъпни.“²⁰. Днес невронауката потвърждава, че колкото по-често се повтаря определен модел на опит (дори филмов сценарии или насилие във видеоигри), толкова по-автоматични и дълбоко вградени невронни вериги се създават и затвърждават в мозъка. Това

¹⁷ Юнг, К. Човекът и неговите символи. С., Лече Артис, 2002, с. 76, 86.

¹⁸ Ramachandran, V. *Phantoms of the brain*. New York, William Morrow, 1998, p. 3.

¹⁹ Bruner, J. *A Study of Thinking*; R. E. Krieger Publishing Company, 1956, pp – 40-57

²⁰ Sanbonmatsu, D., Fazio, R. *Construct accessibility: Determinants, consequences, and implications for the media. // Responding to the screen: Reception and reaction processes*. Hillsdale, 1991, pp.45 – 62.

на практика е аргументирано с изследването на рекламата на цигари Camel и неговата маркетингова стратегия, гласяща следното : „С цел убеждаване на целевите пушачи, че когато избират CAMEL като обичайна марка, ще проектират образ, който ще подобри тяхното приемане сред техните връстници.“²¹.

Всичко изложено дотук доказва нуждата от визуална грамотност като фактор и условие за ефективна комуникация и идентифициране на пропагандни и недоброжелателни намерения. Визуалната култура се занимава с визуални събития, в които информацията, смисълът или удоволствието се търсят от потребителя в точката на взаимодействие с визуална технология. Пряката зависимост между визуалната комуникация и емоционалната интелигентност е важен детерминант за развиването на визуална интелигентност в индивида, а връзката между емоционална и визуална интелигентност е неразривна и двупосочна. Ключово в изследването на визуалната интелигентност е именно този некогнитивен фактор, който възниква още в процеса на възприятие, преди информацията да е достигнала дори мозъка. Визуалната грамотност Брейдън и Хортин обясняват се състои, както от способността на индивида да разбира, употребява изображения, но и да мисли, учи и да се изразява с тях. Това изисква две умения: осъзнаване на логиката, емоциите и целта на визуалите съобщения, и възможността за създаването на стойностна визуална комуникация. Визуалната интелигентност, обаче, е качество на разума, развитието на критически разсъдък във визуално-опосредстваната емоционално заредена комуникация. Така днес визуалната интелигентност е инструмент за културно оцеляване и информационна ориентация. Именно критичната оценка на контекста дава предимство на индивида и го предпазва от заблуди.

Значението на една фотография е силно зависимо от контекста, в който бива употребена. Лесно е да се промени значението на една снимка, обикновено чрез промяна на контекста, в който е показана, по-специално чрез добавяне на текст. Изненадващо е, все пак, как убедително една и съща снимка може да се използва, за да се подкрепят различни и дори противоречиви мнения. Снимките твърде лесно се разглеждат като прозрачни, непосредствени, механични

²¹ Pollay, R., Siddarth, S., Siegel, M. The last straw ? Cigarette advertising and realized market shares among youths and adults, 1979-1993.// Journal of Marketing, 60, 1996, pp. 1 – 16.

транскрипции на реалността, голи факти, така да се каже, безкрайно изменящи се от гледните точки, независимо дали става дума за тази на редактора или на управителя на музея. Даде ли им се гледна точка, поставена в контекст, те се превръщат в убедителни факти и доказателства. Анализите на снимката на мъж и жена, които пият вино в парижки бар заснета от Роберт Доано и тази на Пати Хърст, заснета от автоматични банкови камери на практика и други доказват нуждата от критичното разглеждане на контекста и целия спектър от визуална логика на изображенията, които позволяват трезвата качествена оценка на информацията.

Поставени в правилен и достоверен контекст много снимки са променяли не само разбиранията на човечеството, но и животи обречени на социална изолация, дискриминация и предубеждения. Двата вдъхновяващи проекта на фотографът JR в Бразилия и на Анна Шулейт Хабер в САЩ, представени като двигатели за социална промяна, както и методът фотовойс, осъществен от изследователката Мишел Флиндерс в Австралия, аргументират тезата, че фотографията не само отразява, но и предизвиква социални промени. Именно тази сила на фотографията е апел и мотив за по-задълбочено изследване на моралните аспекти на фотографията и нейната интердисциплинарна приложимост, влияние и амбивалентност.

Въпросите за достоверност през призмата на социалните промени обуславя фотожурналистиката като най-акуратния жанр за анализ и съответно неговата лоялност към реалността. Един от митовете за фотографията е, че тя започва да бъде технически манипулирана едва след създаването на дигиталната фотография. Красноречиви са примерите на възможността за значителна пост-продукция на кадрите в периода преди цифровата фотография с анализирани примери на „Двата начина на живот“ или „Изобразителна композиция от природата“ (широкоформатен фотомонтаж от 30 негатива, създаден през 1857 година) от Оскар Рейландър, както и произведението „Почивка на облаците“ на Майбридж. Техните цели в тази практика са да се покаже, че фотографията е повече от средство за възпроизвеждане на реалния живот, че тя е изкуство. Обаче докато едни са обработвали снимки за естетически цели, други за политически такива. Пример за това е премахването на субекти от кадри на Съветския съюз ако те са приемани за неприятели и

врагове от Ленин или Сталин. Макар и първите да са създадени през 1920г., обработката на същите продължава до 1970г, като тези политически заредени кадри са променяли дори представите за историческите събития.²² Фактологически и исторически пост-продукцията на фотографски изображения датира от самото създаване на фотографията и поради тази причина е изследвано подробно в тази част от дисертацията.

Цифровото изменение на фотографията не е просто допълнително качество и развитие. Вместо това, възможностите за алтерация днес променят моралния пейзаж, в който фотографията съществува поради силно увеличения потенциал за манипулация. Този нов цифров процес на фотография, по мнението на Саведоф трябва да носят със себе си нови стандарти, етични съображения и критерии за оценка на стойността на изображенията.²³ Следователно може да се твърди, че цифровата фотография поставя под въпрос автентичността на фотографията като цяло, тъй като сега трябва да се всички фотографски изображения да бъдат анализирани, и тъй като често е невъзможно за неспециалиста да различи кои снимки са били променени и кои остават в първоначалното си състояние особено след появата на социалните медии, част от които са социалните мрежи. В тази глава обстойно са разгледани и социалните медии и методът сторителинг, който отговаря на изискванията на потребностите на съвременната комуникация и обобщава възможностите на фотографията и визуалната комуникация за социално въздействие.

Като основен фактор и условие в социалното оцеляване на всички видове медии и организации в главата е представен и обзор на етиката във фотографията днес. В ерата на изкуствената интелигентност и виртуалната реалност, фотографията има само бъдеще, но ще претърпява и своите метаморфози, като дигиталната фотография е едва началото. Тя отговаря на съвременните потребности за широка достъпност, ефективност и влияние, а нейните възможности за обработка доказват нейната адаптационно качество и полезност. Иронично е, следователно, че тези способности, които дават ползата

²² Jacobson, C. *Underexposed: Censored Pictures and Hidden History*. New York, Vision Publishing, 2002.

²³ Savedoff, B. *Escaping Reality: Digital Imagery and the Resources of Photography*.// Journal of Aesthetics and Art Criticism, 55 (2), 1997, pp. 201 – 214.

от дигитална фотографията също водят и до по-голямата част от дебатите около нейното използване. Трябва да се признае, че увеличеният капацитет за промяна е самата същност на дигиталната фотография и по този начин черта, която трябва да бъде призната, а не дискретираща за нея. Когато обаче дискусиите достигат до въпроса до каква степен може да се доверява днес публиката на фотографията, първо трябва да има отговори на въпросите – къде, как, защо, кой, кога и какво е показано и какво липсва. Утопично е да се вярва, че обществеността е способна на такива донякъде детективски умения, но критичната консумация и приоритизацията на информация се осъществява благодарение на визуалната грамотност на всеки индивид, особено в контекста на социалните медии.

2.3. ТРЕТА ГЛАВА.

СОЦИАЛНИ ПРОМЕНИ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ПРЕЗ ПОГЛЕДА НА НАУЧНОПОПУЛЯРНОТО СПИСАНИЕ NATIONAL GEOGRAPHIC – БЪЛГАРИЯ

Трета глава представлява личен изследователски принос в анализирането на социалните промени и взаимодействие през обектива на списание National Geographic България в периода 2011 – 2018.

Когато дебютира през октомври 1888 г., списание National Geographic е строго научно издание, отразяващо интересите на малка група читатели, предимно учени. Между консервативните, скучни кафяви корици няма фотографии, а само тясно специализирани статии, дискутиращи теми като „Географските методи в геоложките проучвания“, „Класификация на географски форми според произхода им“ и „Голямата буря от 11-14 март 1888 г.“. Метаморфозата на списанието, започната от първия му главен редактор на пълно работно време - Гилбърт Х. Гроувнър, - е дооформена от десетилетия усъвършенстване и технологичен прогрес. Гроувнър, който заема поста през 1899 г. и остава на него 55 години, осъзнава, че ключът към увеличаването на членовете на Националното географско дружество е „да превърне списанието му от издание, пълно със скучни географски факти, в средство за разпространение на живата, пулсираща, вълнуваща истина за невероятния свят, в който живеем“.

Историята на списанието ясно илюстрира и промяната на потребностите на глобалното общество от комуникационна гледна точка. Появата на фотографията сред инструментите на списанието бележи и неговия сериозен подем. През 1907 година редакционната колегия на списанието решава да се фокусира върху визуалното и да употребява текстът като странично пояснение на снимките. Според тях писменият наратив бива възприеман най-добре, когато е съпроводен от богат поток от визуални образи. Маркетинг експертите

установяват, че 53 % от читателите четат само надписите под изображенията.²⁴ Тази остава стратегията на списанието и до ден днешен.

Във видеоклип в YouTube Дейвид Грифин, фото директор за National Geographic, обсъжда защо смята, че снимките са толкова въздействащи за зрителите. „Визуалната памет“, обяснява той, „е, когато всички елементи се съберат, за да определят не само събитието, а емоционалната връзка със събитието. Това е, което една снимка се опитва, когато прави собствената си мощна връзка с зрителя“. Той продължава да обяснява, че всеки човек има всичко необходимо, за да създаде една или две невероятни фотографии през живота си. Въпреки това, за да сте страхотен фотожурналист, не само че трябва да снимате отлични фотографии през цялото време, но и трябва да знаете как да създавате визуален разказ чрез вашите фотографии. Той завършва: „*Вярвам, че фотографията може да създаде реална връзка с хората и може да бъде използвана като компас за разбиране на предизвикателствата и възможностите, пред които е изправен всеки човек в днешния ни свят*“²⁵

Наетите фотографи от National geographic не са типичните възпитаници от училището. Вместо това те целенасочено наемат фотографи от различни области, включително: журналистика, антропология, социология, психология, изобразително изкуство и науки. Тяхната цел е да притежават еkleктична смесица от интереси, способности и фотографски стилове в своите фотографии. Фотографите от National Geographic са обучени да правят „многоизмерни“ фотографии, които „показват цялото съдържание под формата на история“²⁶.

В изследването фокус се поставя върху социалните промени и взаимодействията. Фундаментална основа на изследователския интерес представлява списанието National geographic – България. Чрез контент-анализ се изследва периодът 2011 – 2018 г., като за критерий на научния обзор се поставят следните измерения:

²⁴ Lutz, C., Collins, J. A World Brightly Different: Photographic Conventions 1950-1986. // Reading National Geographic. Chicago, University of Chicago Press, 1993, pp. 87 – 117.

²⁵ Griffin, D. (2008, August 19). David Griffin: How photography connects us [Video file]. Retrieved from www.youtube.com/watch?v=S4eye-hqQqQ

²⁶ Lutz & Collins Reading National Geographic, University of Chicago Press.1993 p.82

1. Климатични промени и опазване на околната среда.
2. Социални промени при човека и човешките взаимоотношения.
3. Роботика и технологии в съвременността
4. Храната на XXI век
5. Животинският вид и неговото застрашаване

Предпочетеният метод на изследване – качествен контент-анализ, способства да се установят зависимости в процеса на социалните явления и условията, в които те възникват, взаимодействат си и отмират.

Целта на изследването е да се установи взаимозависимост между социалните промени в света, погледнати от редакторския колектив на списанието, и как те оказват непосредствено влияние върху нагласите и убежденията на индивидите чрез фотографията.

Научната теза се основава на твърдението, че социалните промени влияят пряко върху човешкия и животинския вид. Чрез инструментариума на фотографията те са комуникирани въздействащо, както информирайки публиката за съществуването им, така и с цел да призоват обществото за участие.

Научната хипотеза се основава на становището, че ако социалните промени влияят пряко върху човешкия и животинския вид, мерките, които трябва да бъдат предприети за опазването на видовете, са от жизненоважна значимост за еволюцията на планетата.

Предназначението на метода, което формира и неговата валидност, се извежда със следните задачи:

- да разкрие явните и неявни факти, мнения и оценки, въз основа на които се изграждат концепциите и скритите зад тях цели и намерения;
- да изяви факти и оценки, които са във връзка с темата, но са пропуснати, както и причините, които са породили пропускането им;

- да се покажат посланията, които той носи, въздействието, което цели, промяната, която иска да предизвика.

Чрез този метод на анализ на съдържанието се установяват връзки и зависимости, които са от жизненоважно значение за опазването на човешкия вид и на околната среда, а фотографията се доказва като подходящ инструментариум. С изследването на списание National geographic се постига систематичен подход в изучаването на информацията, което, от своя страна, поражда множество въпроси относно социалните обекти и явленията.

Много са примерите, които съвременната история предоставя като доказателства за ефективността и универсалността на визуалната комуникация чрез мощните си послания и емоционално въздействие. Списанието е транслатор на идеи и послания, защото бъдещето принадлежи на всички и всеки е отговорен за него. В темата за човешките взаимоотношения на преден план излиза фокусът върху конфликтите и размириците в различни точки на света, което създава предпоставка за войни, нещастия и бедствия от социален характер. Темата за иновациите и технологиите е широко застъпена, тъй като разглежда до каква степен новите технологии и роботизацията навлизат в съвременното общество и благодарение на тях може да се удължава човешкия живот. Роботологията е фундаментален принцип на високо развитото общество и изданието подкрепя прогресивния напредък на нацията в този аспект. В темата за животинския свят остро е засегнат проблема за браконьерството и изстребването на ценни животински видове което създава не двузначни внушения за меркантилни интереси и жаждата за забогатяване. В направения контент анализ се поставя акцент на социалните промени, които засягат индивида и как те поставят своя тежък отпечатък върху поведения, чувства, емоции и взаимоотношения. Неслучайно според Фройд, е учудващо как прогреса върху ръка за ръка с варварството и как всъщност човек в своята еволюция престъпва много граници, които го превръщат в разрушител, а не съзидател.

Визуално-нарративният подход на списанието National Geographic е именно това, което го различава от други издания. Уникалната повествователна

способност на списанието за последователно представяне на фоторазкази и фото-есета е резултат от опитни фотографи и репортери, които правят изследвания на определено място за дълги периоди, за да докладват за места и хора по света като предлагат на читателите разширени визуални и словесни гледки към непознатото²⁷. National Geographic използва двустепенен процес в своите списания, където писателят и фотографът работят независимо един от друг, когато комуникират една и съща история. Това води до история, която може да бъде преживяна отделно само чрез текста или само чрез самите снимки.

За разлика от оформлението на други списания, които се фокусират върху текста, придружен с няколко снимки, National Geographic е уникален в използването на фоторазкази, където както думите, така и снимките съдържат важна информация. Понякога те работят независимо един от друг, в други моменти те сякаш представят отделни истории. Според Менделсън и Дарлинг-Волф (2009), „фотоисторията се запазва в пространството и времето, Освен това, за разлика от телевизионната новина, фоторазказът предлага възможност за връщане, преразглеждане или разглеждане на избрани части от разказа”²⁸. Неслучайно тази практика е взимствана все повече от медиите във всички сфери. Изследователската част на настоящата дисертация аргументира на практика как фотографията не само отразява социалните промени, но има възможността и да предизвиква такива, не само информирайки публиката, но и приканвайки към съпричастност и действие.

²⁷ Magazine Publishers of America (2006). Average total paid and verified circulation for top 100 ABC magazines. Retrieved March 18, 2011, from http://www.magazine.org/Circulation/circulation_trends_and_magazine_handbook/22175.cfm

²⁸ Mendelson, A., & Darling-Wolf, F. (2008). Seeing themselves through the lens of the other: An analysis of the cross-cultural production and negotiation of *National Geographic, Journalism and Communication Monographs*, 10, (299-317).

3. НАУЧНИ ПРИНОСИ

Дисертацията извежда основните научни приноси, които са обосновани в смислово-съдържателната теоретична и научно-емпирична разработка.

1. Фотографията заема своето значително място в изследването на социалните промени в глобализацията се свят, както и спомага за предизвикване на социални промени чрез емоционалните си апели към зрителите (проучени са механизмите на възприятие на човешкия мозък). Доказва се двустранната връзка между социалните явления и метаморфози и фотографията.

2. Природната предразположеност на индивидите да приоритизират визуалната комуникация е аргументирана на теоретично и практическо ниво. Моделът на възприемане на визуално-опосредствана информация на индивидите винаги е бил аналогичен, само методите и каналите на разпространение са се изменяли в резултат на технологичното развитие. Обработката на визуална информация и новите технологии обуславят перспективната еволюция на фотографията на технологично и приложно ниво и в бъдещето.

3. С проучването на съдържателната част на списанията на National geographic в периода 2011 – 2018 г. се установява закономерен процес, в който се наблюдават водещи проблеми и тенденции на съвременните общества, отразени основно чрез фотографии. Това обосновава фотографията като комуникатор и двигател за социални промени, където целта на изследването е доказването на актуалността на проблемите, комуникирани чрез фотография.

4. Разглеждането на фотографията и социалните промени през призмата на комуникацията, реториката, културологията, семиотиката, психологията, невронауката, етиката, социологията и технологията комбинирани и изследвани заедно създава симбиозна парадигма за тяхната взаимобусловеност и доказва, че именно анализът и синтез помежду им изгражда акурантна представа за социалните промени и ролята на визуалната комуникация чрез фотографията от създаването ѝ до днес.

5. В парадигмата на изследваните теоретико-приложни процеси се утвърждава прогресивна връзка между настоящите проблеми, пред които е изправено човечеството и проблемите, които се засягат в изданието, като визуално-наративният подход и стратегията да приоритизира именно фотографията отговаря на потребностите на времето.

4.БЛАГОДАРНОСТИ

За реализирането на дисертационния труд държа да изразя своите искрени благодарности и респект към научния си ръководител проф. д-р Здравко Райков за проявената подкрепа, критически усет и безценни съвети при осъществяването на научно-изследователската ми работа, за приятелското и едновременно с това високо професионално отношение. Благодарности и уважение пред всички преподаватели в Катедра „Комуникация и връзки с обществеността“ към Факултета по журналистика и масова комуникация, които повярваха в моите способности и ми гласуваха доверие като докторант на Софийски университет „Св. Климент Охридски“, както към и инспектор Мариела Николова, която винаги беше компетентна и отчивзива по организационните и административни въпроси през всичките години.