

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

кафедра истории, теории и прикладной социологии

**ВИЗУАЛЬНЫЙ ДИЗАЙН И ЕГО РАЗВИТИЕ В
СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ**
(автореферат дипломной работы)

студентки 6 курса 611 группы
специальности 040201.65 – Социология
Социологического факультета
Панфиловой Анастасии Андреевны

Научный руководитель
доктор исторических наук, профессор _____ А.Д.Крахмалева
подпись, дата

Зав. кафедрой
доктор социологических наук, профессор _____ Д.В. Покатов
подпись, дата

Саратов 2016

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данного исследования определяется тем, что визуальный дизайн, а в частности фотография, на сегодняшний день, это неотъемлемая часть жизни человека. Вряд ли кто-то сегодня будет оспаривать или недооценивать значение дизайнерской деятельности в создании любого рекламного продукта, ведь дизайнер – это прежде всего проектировщик идей, он работает и со смылосодержащими составляющими рекламы и со всеми визуальными компонентами, начиная с логотипа и наименования продукта, заканчивая сложными рекламными комплексами и кампаниями. Нас же больше интересует визуальный дизайн с социальной и гуманитарной точки зрения. По сути, цель визуального дизайна в социальной сфере — изменить отношение публики к какой-либо проблеме, привлечь внимание людей к конкретным социальным проблемам или сообщить о социальных инициативах властей, а в долгосрочной перспективе — выработать новые социальные ценности. Актуальность использования визуального дизайна в сфере социальной рекламы обусловлена родственной природой целей и базовых принципов дизайна и социальной рекламы – обостренное, чуткое восприятие социальных бед общества; принцип гуманности; неравнодушное отношение к человеку (пользователю, потребителю); стремление находиться «на острие» самых актуальных и злободневных явлений и как следствие – стремление к активной трансформации жизненной действительности в лучшую сторону.

Объектом данного исследования является население г. Саратова от 17 лет.

Предметом данной работы является социальные функции визуального дизайна и фотографии, ее значение и особенность.

Целью дипломной работы является изучение отношения жителей г. Саратова к феномену визуального дизайна и фотографии, а также ее основным жанрам.

Для достижения цели работы были поставлены следующие задачи:

- Рассмотреть явление визуального дизайна и его основные виды, имеющие отношение к ежедневному использованию гражданами.

- Рассмотреть фотографию, как элемент визуального дизайна.

- Узнать отношение к визуальному дизайну, а, в частности, фотографии жителей г. Саратова.

- Определить отношение саратовцев к фотографии, как к искусству или профессии.

Соответственно выявленным задачам были сформулированы следующие гипотезы.

- Визуальный дизайн является неотъемлемой частью повседневной жизни жителей города.

- Фотография является одним из самых ярких примеров визуального дизайна.

- Фотография воспринимается жителями г. Саратова, как объект личного пользования.

- Наиболее распространенным стилем в фотографии является портретная съемка или пейзаж.

- Главными причинами потребления фотоуслуг являются значимые события.

Методологической основой выступает структурно-функциональный подход, разработанный Э. Дюркгеймом и позволяющий проанализировать структуру объекта исследования, установить связи между его отдельными компонентами.

Эмпирической базой данной работы послужили результаты авторского исследования, проведенного методом анкетирования в марте 2015 года по квотно-территориальной выборке объемом в 100 респондентов, объектом которого является молодежь города Саратова в возрасте от 17 лет.

Дипломная работа состоит из введения, трех разделов, заключения, списка использованной литературы и приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Фотография – один из самых распространенных и используемых инструментов визуализации. Она не только участвует при создании визуального дизайна, но может помочь отследить социальные и культурные взаимодействия в обществе на протяжении определенного промежутка времени, выявить тенденции в развитии общественных отношений. Кроме того, на сегодняшний день это самый доступный способ запечатления реальности вокруг человека. Многогранность и актуальность использования фотографии в сфере визуального дизайна и социологии, а также доступностью ее создания со стороны граждан обусловлено выбор фотографии, как предмета исследования в третьем разделе работы.

Визуальный дизайн и его использование в социальных целях в России имеют сравнительно недолгую историю. В связи с этим, проблема визуального дизайна и применении его в области фотографии в большей степени освещена в зарубежных источниках. В работе были использованы труды таких авторов, как Кевин Л. Мосс, Ш. Риверз, И. Розенсон. В России исследованиями в области фотографии ее использования в сфере графического дизайна занимались такие учёные, как Роман Соловьев, Михайлова И., Афанасенков М.А. Однако, сам феномен фотографии освещался в их работах только частично, а акцент делался на самом процессе фотографирования. Таким образом, недостаточностью изученности социального феномена фотосъемки и обусловлен выбор темы, формулировка предмета, объекта и задач данного исследования, а также ее актуальность.

Первый раздел работы посвящен освещению понятий «дизайн» и «визуальный дизайн». В настоящее время, понятие «дизайн» имеет крайне широкие границы. Современным гражданам уже сложно представить свою жизнь без него – дизайн проник уже практически во все сферы деятельности человека. С проявлениями графического дизайна каждый человек сталкивается ежедневно многократно – мы обращаем внимание на афиши и рекламные плакаты в черте города, покупаем книги и газеты, оцениваем

архитектурный дизайн и дизайн ландшафта, видим этикетки на продукции в магазинах, сталкиваемся с ним в сети Интернет. Визуальный дизайн превратился из создания красивых картинок в особый язык, который формирует коммуникативную среду в обществе. Визуальный дизайн – это наука, сочетающая в себе аналитику и художественные способности.

Официально визуальный дизайн появился в 1964 году, поэтому наука эта совсем молодая. Однако истоки визуального дизайна лежат в глубоком прошлом. Даже наскальные рисунки древнейших времен можно рассматривать как элемент визуального общения, а значит и визуального дизайна. Ушло много лет на то, чтобы человек понял, что визуальный дизайн является мощным способом передачи информации от человека к человеку, который гораздо эффективнее устной или письменной речи.¹

Желание сохранить красоту быстротечной жизни создало удивительный вид визуального общения – фотографию. Ее историю многие сравнивают с увлекательным романом, действие которого разворачивается в декорациях различных исторических эпох и национальных культур. В своем стремлении к созданию точных изображений всего того, что нас окружает, человечество прошло долгий путь от примитивных наскальных рисунков до современных цифровых снимков.

В разделе подробно рассмотрен такой вид творческой, и в тоже время аналитической деятельности, как визуальный дизайн. Визуальный дизайн – это разновидность творческой деятельности, цель которой – определение формальных качеств изготавливаемых изделий. К этим качествам относятся внешние черты изделия, структурные и функциональные взаимосвязи, превращающие изделие в единое целое с точки зрения потребителя и изготовителя. В настоящее время визуальный дизайн охватывает все аспекты окружающей среды человека, обусловленной промышленным производством. В свою очередь визуальный дизайн, является одним из

¹ Волкова В. В. Дизайн : определение понятия // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 2004. - № 4. - С. 17

направлений дизайнерской деятельности и формирует эстетику предмета, он стратегически важен для качественной реализации изображения, цвета, шрифта и других элементов. Успешный визуальный дизайн не может существовать отдельно от функционала. Дизайн в настоящее время плотно связан с гуманитарными и прикладными науками, такими как социология, историка, психология. Отсюда и возникновение основных, связанных с социологией функций дизайна – гуманизирующая, организующая, рационализирующая, социализирующая, идеологическая¹.

Также были выделены две наиболее распространенные ветви визуального дизайна, с продуктом которых мы встречаемся повсеместно и каждый день – это графический дизайн и инфографика – передача большое количество текстовой информации с помощью визуального изображения.

Внимание было уделено и такому важному аспекту в дизайнерской деятельности, как социальная ответственность. Необходимо помнить, что деятельность так плотно переплетающаяся со всеми видами жизнедеятельности человека должна быть социально ответственной и в первую очередь приносит пользу обществу и формировать положительные моральные ценности у граждан, а не просто быть нацеленной на получение прибыли.

Во втором разделе была подробно рассмотрена фотография, как элемент визуального дизайна. Была рассмотрена история и основные жанры фотографии. С фотографией мы встречаемся практически каждый день. Будучи сравнительно молодой ветвью искусства фотография вошла в жизнь современных граждан гораздо плотнее, чем другие направления, такие как изобразительное искусства или скульптура. В процессе своего развития фотография вобрала в себя многое от различных направлений визуального искусства, что привело к появлению многообразия ее жанров. В данном разделе были рассмотрены наиболее известные и распространенные жанры

¹ Розенсон И. Основы теории дизайна. — СПб.: Питер, 2014, С.46

фотоискусства – натюрморт, пейзаж, портрет, документационная, постановочная, рекламная фотография.

Также внимание было уделено фотографии в визуальной социологии и способам ее использования. В настоящее время фотография нашла широкое применение и в социологии. Практическое использование фотографии как метода визуальной социологии позволяет достичь две главные цели. Первая цель позволяет раскрыть существенные особенности общества, его культуры или общественной структуры по внешним проявлениям, признакам. Вторая цель заключается в выявлении существенных, регулярных, повторяющихся зависимостей между общественными явлениями¹. Выявлению того, какое место и значение имеет визуальный дизайн и фотография для горожан Саратова, посвящен следующий раздел.

Третий, заключительный раздел дипломной работы посвящен подведению итогов проводимого в 2015-2016 году социологического исследования на тему «Отношение Саратовцев к фотоискусству». В качестве метода сбора первичной информации в конкретном исследовании был использован метод анкетирования, результаты которого послужили эмпирической базой данной работы. В исследовании применялась квотно-территориальная выборка по следующим критериям: пол, возраст, район проживания. Подобная выборка представляет собой модель генеральной совокупности, отражая характеризующие ее тенденции и воспроизводя структуру генеральной совокупности в виде пропорций (квот), что говорит о ее репрезентативности.

Выборка для исследования, представленная в разделе 3, составлялась на основе данных Территориального органа федеральной службы государственной статистики по Саратовской области и отражает текущее

¹ Штомпка, П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования/ П. Штомпка. – Москва: Логос, 2013, с.25

соотношение классов выбранных по гендерном, возрастному и территориальному признаку аудиторий, что делает ее репрезентативной.

Анкета, используемая в данном исследовании, состоит из:

- вводной части (обращение к респонденту, освещение цели исследования, субъекта, правил заполнения и сведений об анонимности анкеты);

- основной части (25 вопросов, раскрывающий социально демографические характеристики и задачи исследования);

- заключительной части.

По видам вопросы, составляющие анкету, делятся на:

- открытые вопросы – дают респонденту возможность самостоятельно сформулировать ответ, отражающий неповторимую индивидуальность знаний, оценок, мнений, убеждений. Таковыми являются вопросы: 2,3;

- закрытые – это вопросы, ответы на которые респондент выбирает из предложенных ему в анкете вариантов. К такому типу относятся вопросы: 1, 7, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17, 21, 22, 24, 25;

- полужакрытые – это вопросы, представляющие собой тип вопросительных суждений, когда в перечне возможных ответов есть такая позиция, как «иное», т.е. соединяются признаки закрытого и открытого вопросов.¹ К таким вопросам относятся: 4, 5, 6, 8, 9, 14, 18, 19, 20, 23.

Социологическое исследование с целью изучения отношения жителей г. Саратова к подарку, как социальному феномену, было проведено в марте – феврале 2016 г. В ходе исследования было опрошено 46% мужчин и 54% женщин.

В возрасте от 14 до 24 лет на момент опроса находились 23% респондентов. 25 - 34 летних было опрошено 17% респондентов. Доля жителей г. Саратова в возрасте от 35 до 44 лет и от 45 до 54 лет составляет 36% (по 18% от общего числа респондентов). В возрасте от 55 до 64 лет на

¹ Бабосов Е.М. Прикладная социология. Минск, 2011. С. 37.

момент опроса находилось 13% саратовцев. Респондентов старше 65 лет насчитывалось 11%.

32% респондентов проживают в Ленинском районе, 23% опрошенных в заводском. 30% выборочной совокупности составляют жители Кировского и Октябрьского районов г. Саратова (по 15%). В Волжском районе проживает 9% саратовцев старше 14 лет. Численность проживающих в Волжском и Фрунзенском районе составляет 9% и 6% респондентов соответственно.

Критерии выборочной совокупности соответствуют критериям генеральной совокупности, что свидетельствует о репрезентативности полученных данных и позволяет экстраполировать результаты на всю генеральную совокупность.

Большинство респондентов (63%) – работающие. Доля учащихся (студентов) составляет 21% всех опрошенных. При этом только 1% респондентов совмещают работу и учёбу. В пенсионном возрасте и пенсионерами по болезни являются 10% саратовцев. Домохозяйки составляют 2% от выборочной совокупности. Временно не работают 2% населения г. Саратова, 1% находятся в декретном отпуске.

Несколько высших образований имеет 1% опрошенных, однако одно высшее образование получили большинство респондентов (45% от общего числа опрошенных). В высшем учебном заведении отучились не менее 3 курсов 10% населения. Среднее техническое и среднее специальное образование на момент опроса имели 22% респондентов. Закончили только школу и получили общее образование 13% опрошенных. Численность саратовцев, имеющих неполное общее образование составляет 9%. При этом, в официальном браке состоят 48% всех опрошенных, а в гражданском браке лишь 4% респондентов. Ранее состояли в браке 9% саратовцев, из них 7% в настоящее время разведены и 2% - вдовы. Никогда не состояли в браке 39% жителей г. Саратова старше 14 лет.

При этом у преобладающего количества респондентов (61,5%) - есть дети. Среди них один ребёнок имеется у 36% населения. Двух детей

воспитывают 21% опрошенных. Многодетными родителями являются 4,5% саратовцев. Не имеют собственных детей 38,6% опрошенных в ходе исследования.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе исследования было выявлено следующее отношение саратовцев к фотографии. Большинство саратовцев определяют для себя фотографию как возможность запечатлеть памятные и значимые моменты в их жизни. Однако, с развитием фотосъемки все больше людей стало обращать внимание на фотографию именно как на предмет искусства. Многие стали определять ее для себя как хобби или дополнительный источник заработка. Работа фотографа или модели стала восприниматься как профессиональный вид деятельности, который может приносить достаточно высокий доход.

Саратовцы проявляют интерес к последним тенденциям в мире фотоискусства. Многие из них посещают специальные форумы и наиболее важные выставки, однако лишь небольшая часть готова специально выезжать на такие мероприятия и либо тратит деньги. Среди видов съемки, которые больше пользуются спросом стали появляться так и нестандартные жанры как, авангард, постановочная фотосъемка, рекламная фотография. Это свидетельствует о том, что фотография становится не только предметом сохранения воспоминаний, но и частью общей культуры людей.

Кроме того, саратовцы проявляют интерес к профессиональной фотографии в своей жизни. Абсолютное большинство считают услуги профессионального фотографа необходимыми на таких событиях как свадьбы, юбилеи, корпоративные мероприятия, некоторые саратовцы готовы платить деньги за пользование и съемку в профессиональной студии, участие в постановочных съемках. Однако, что касается оплаты труда фотографа, то здесь большинство саратовцев оценивают его ниже средней рыночной цены. Это может откладывать отпечаток на то, что большинство жителей предпочитают делать снимки сами.

Однако, несмотря на то, что фотография становится полноправным видом искусства в сознании многих горожан, в ней остается личностный оттенок использования. Большинство саратовцев готовы отдавать деньги за съёмку и кадры, которые значимы лично для них и содержат изображения

моментов из их жизни. Кроме того. Большинство жителей предпочитают сами контролировать распространение своих фотографий в сети интернет либо вообще не показывать их там.

Полученные результаты данного исследования подтверждают некоторые парадоксы российского менталитета, в частности противоречивость, и могут являться их иллюстрацией. В целом заметна тенденции меркантилизации в фотографии, увеличение роли денег в современном обществе, при этом духовная составляющая продолжает играть определяющую роль. Так же, полученные результаты можно использовать в качестве анализа спроса и определения целевой аудитории потребителей фотоуслуг.

Работа также содержит 2 приложения. В приложении 1 представлены анкета, по которой происходило исследование мнений граждан г. Саратова по поводу фотографии. В приложении 2 – таблица-свод полученных в процессе анкетирования результатов.

Список использованных ресурсов

1. Бабосов Е.М. Прикладная социология. Минск, 2011.
2. Волкова В. В. Дизайн : определение понятия // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 2004. - № 4.
3. Розенсон И. Основы теории дизайна. — СПб.: Питер, 2014,
4. Штомпка, П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования/
П. Штомпка. – Москва: Логос, 2013