

УДК 77.01

Віктор СЕМБРАТОВИЧ, аспірант
кафедри режисури та хореографії
Львівського національного університету
імені Івана Франка

МИСТЕЦТВО ФОТОГРАФІЇ – СУЧАСНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Робота присвячена аналізу генезі розвитку та виокремленню фактичних тенденцій розвитку фотографії. Наведено порівняння ключових властивостей, притаманних мистецтву живопису та мистецтву фотографії. Зазначено, що сучасна фотографія стає потужним інструментом візуалізації для медіа, тоді як інтенсивний розвиток інформаційних технологій дав змогу зробити візуалізацію основним трендом сучасної реклами. Подальші аспекти дослідження перспектив розвитку фотографії як мистецтва цікаві з позиції впливу технології штучного інтелекту.

Ключові слова: фотографія, живопис, візуалізація, реклама, мистецтво.

Якщо апелювати до генези розвитку фотографії слід зазначити, що вона тривалий час позиціонувалася як інструмент прямої фіксації, так би мовити спосіб «протоколювання» дійсності. Із розвитком цифрових технологій, оперативність зйомки та якість фотографії вдається оптимізувати: багатий і різноманітний візуальний матеріал використовується як зразок мистецтва, так і для потреб різних наук – від астрономії до криміналістики. З цього часу, художник вже ніколи не буде настільки швидким і точним, як фотограф. Саме це і визначило головну перевагу фотографії, але в даному аспекті вбачався і її мінус, адже «механічна» природа ніколи не дасть їй змоги створити цілісний синтетичний художній образ. Рання фотографія, яка спершу намагалася імітувати манеру Рембрандта й узагалі всіляко вдавати з себе живопис, з часом кардинально змінивши стратегію, перестала «говорити» чужою мовою, намагалася продукувати власну: кадрування, ракурси, експерименти з техніками друку – виражальні засоби фотографії різноманітні, їй було і є чим здивувати глядача.

Разом з тим, вже до кін. XIX ст. фотографія перестала бути чимось монолітним, як живопис. З позиції фотографа можна вести мову про три вектори розуміння свого медіума:

- технічний – фотографія служить оптимальним засобом фіксації дійсності, який постійно вдосконалюється;
- переконувальний – фотографія як у рекламі, так і в новинному матеріалі відіграє роль свідка, якому можна довіряти, і, як на судовому слуханні, ці показання свідків покликані підтвердити конкретну точку зору, донести її до глядачів;
- художній – фотографія як мистецтво перебуває у виграшному становищі, запозичуючи прийоми в мальовничій класиці та доповнюючи її власними можливостями, здатна багато розповісти про сучасний світ.

Технологічна революція обумовила зміни, де на зміну складному у виконанні колоїдному фотопроцесу і громіздким фотокамерам прийшли, відповідно, простіші у використанні технології та апарати. Знаменитий Kodak Brownie 1900 року випуску рекламували як фотоапарат, з яким впорається і

дитина. Відтоді фотографія стала по-справжньому масовою і з'явилася величезна кількість знімків характерного для камери Kodak круглого формату із зображеннями, які не надто відрізняються від тих, що можна побачити, коли гортаємо стрічку у соціальних мережах: батьки фотографували своїх дітей, власники домашніх тварин із задоволенням знімали пригоди улюбленців, новоявлені шанувальники сонця прагнули закарбувати для історії образ слона в зоопарку або сцену прогулянки [2, с. 139]. Фотографи почали експериментувати зі складними фототехніками отримання та друку знімків, наполягаючи на тому, що фотографія – це мистецтво, а не просто «хімічне ремесло».

Сьогодні на виставках досить часто фігурують фотографії дуже великого розміру, зняті на широкоформатні камери, з великою кількістю деталей. Тут можна згадати Джоела Штернфельда, Андреаса Гурскі, Джеффа Волла, роботи яких до вподоби глядачам і колекціонерам. Їх складно монтувати, до їхнього виробництва можуть бути задіяні професійні актори, побудовані об'ємні архітектурні моделі. Будь-кому буде очевидно, що це серйозна робота виставкового рівня, цілий проект із потужною концепцією.

Сучасна фотографія належить до поля так званих нових медіа. Це новий інструмент у руках художника, відмінний від класичних «медіа» – живопису, графіки, скульптури тощо. Фотографію створюють технічні пристрої, машини, які стають дедалі досконалішими з кожним поколінням. Фотоапарат, а за тим кінокамера, комп'ютер, алгоритми штучного інтелекту – все це ланки в ланцюзі історії нових медіа. І кожен новий інструмент глядачі спочатку порівнюють із чимось звичним [1]. Перші фотознімки, наприклад, порівнювали з графікою і дивувалися тому, що фотоапарат «малює» три фігури за той самий час, що й одну. Наразі увагу глядачів привертають нейромережі, здатні створити фотографічно правдоподібне зображення.

Інтенсивний розвиток інформаційних технологій дав змогу зробити візуалізацію основним трендом сучасної реклами. Велика кількість трансльованих нею образів негативно позначається на суб'єктному сприйнятті реальності. Людина втомлюється від нескінченної низки демонстрованих об'єктів. Масова культура, проявом якої є, зокрема, глянцеві журнали, що рясніють фотографіями, може чинити серйозний вплив на свою цільову аудиторію, переносючи споживача у світ мрій та ілюзій за допомогою створених образів «ідеального» світу, чи то рекламних фотографій подорожей, чи то фотографій зірок шоу-бізнесу [3].

Останніми роками частину функцій глянцевих журналів перебрали на себе соціальні мережі, що негативно позначилося на якості контенту. Якщо раніше випуск журналу готувала ціла команда, де текстом, фотографією і версткою займалися професіонали, то зараз за це відповідальна зазвичай одна людина, яка може не володіти всіма необхідними професійними компетенціями. Таким чином, ми можемо відзначити, що фотомистецтво з елітарної сфери діяльності поступово проникає в масову і повсякденну культуру.

Таким чином, мистецтво фотографії зазнало значних змін з моменту свого створення, і сьогодні воно є невід'ємною частиною сучасної візуальної культури. З одного боку, фотографія набула глобального поширення через розвиток цифрових технологій, зокрема соціальних мереж і смартфонів, що дозволяють кожній людині миттєво створювати, обробляти та поширювати зображення. Такий розвиток став революційним, адже фотографія, яка раніше вимагала спеціальних знань і технічних засобів, тепер доступна майже всім. З іншого боку,

поряд із масовою демократизацією фотографії, зростає й інтерес до її професійного та художнього аспекту. Зараз фотографи мають унікальні можливості для експериментів, використовуючи новітні технічні засоби – від камер з високою роздільною здатністю до програм для обробки зображень.

У сучасному світі фотографія також відіграє значну роль у соціальному контексті. Вона впливає на наше сприйняття реальності, формує суспільні настрої та цінності. Соціальні мережі стали не тільки платформою для розповсюдження приватних знімків, а й місцем активних суспільних дискусій, де фотографії відіграють ключову роль у поширенні інформації та емоцій. Професійні фотографи, у свою чергу, дедалі більше використовують свої роботи для висвітлення соціальних проблем, привертаючи увагу до важливих тем, таких як екологія, політика, права людини. Перспективи розвитку фотографії пов'язані з подальшим удосконаленням технічних засобів та розширенням можливостей для творчості. Віртуальна реальність, штучний інтелект, 3D-фотографія відкривають нові горизонти для експериментів і формування нових видів візуального мистецтва. Однак попри всі технічні досягнення, головним залишається те, що фотографія продовжує виконувати свою основну функцію: зупиняти момент і розповідати історії, які спонукають нас до роздумів та емоцій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Безотосна Ю. Фотографія як виражальний засіб журнальних Інтернет-видань. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*. 2013. Вип. 38. С. 432–438.
2. Мороз П., Мороз І. Інформаційний та методичний потенціал фотографії як історичного джерела (на прикладі підручника «Досліджуємо історію і суспільство»). *Проблеми сучасного підручника*. 2023. Вип. 29. С. 137–153.
3. Пилип'юк В. Художня фотографія у системі засобів масової комунікації. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*. 2014. № 39. С. 164–172.