



## SOCIALINIŲ TINKLŲ FOTOGRAFIJA: TARP BANALYBĖS IR POPULIARUMO

**Kamilė Digrytė,**  
**dr. Stanislavas Mostauskis** (*vadovas*),  
**Jurgita Buožienė** (*vadovė*)

*Kauno kolegija, Menų ir ugdymo fakultetas, Menų akademija*

**Adresas:** A. Mackevičiaus g. 27, 44259 Kaunas  
**E. puslapis:** [www.kaunokolegija.lt](http://www.kaunokolegija.lt)  
**E. paštas:** [kamile.dig481@go.kauko.lt](mailto:kamile.dig481@go.kauko.lt)  
**Telefono nr.:** +370 606 23502  
**Tyrimų kryptis (-ys):** V002 Dailė

**Tyrimo tikslas:** išskirti ir apibūdinti pasirinktus socialinių tinklų fotografijos ypatumus ir funkcijas (siejamas su banalybe ir populiarumu).

**Reikšminiai žodžiai:** banalybė, populiarumas, socialinių tinklų fotografija

**Tyrimo metodai.** Atlikta literatūrinių šaltinių aprašomoji analizė, lyginamoji ir ikonografinė fotografijų analizė.

**Rezultatai ir / arba išvados.** Preliminarios išvados: 1. Socialiniai tinklai tapo nauja viešumo erdve, atveriančia galimybes save reprezentuoti pavidalais, siekiančiais patraukti dėmesį; 2. Žmogaus svarba ir žinomumas tiesiogiai priklauso nuo galimybės patraukti dėmesį savo atvaizdu, vadinasi, pastarasis turi atitikti tam tikrus populiarumą užtikrinančius reikalavimus; 3. Žmogaus atvaizdo pateikimo technologijos, orientuotos į būtinybę būti pastebėtu, lemia žmogaus ir jam atstovaujančio fotografinio atvaizdo skirtį: fotografija privalomai tampa „pagerinta“ to žmogaus versija; 4. Tapimas „influenceriu“ konkretaus žmogaus atvaizdą paverčia kitus įpareigojančia stiliumi ir grožio ikona, padauginta iš jos sekėjų skaičiaus. Ikona šiuo atveju yra daugiau nei žmogaus atvaizdas – tai tam tikras standartas, grožio šablonas, kuriuo žavisi ir kuriam siekia prilygti jos sekėjai; 5. Ikoninė socialinių tinklų fotografija tampa įpareigojančio grožio galios liūdijimu, kuris virsta nuolat kartojamu šablonu.

**Originalumas ir / arba praktinis reikšmingumas.** Internetiniai vaizdai vis labiau homogenizuojami. Nuolat tobulėjančios technologijos lengviau nei bet kada anksčiau naikina ribas tarp tikrų ir netikrų vaizdų. Šis procesas kelia susirūpinimą kokių poveikį „šabloniškas grožis“ daro jaunimui. Šiandien socialinių tinklų tikrovė yra tokia, kuri smarkiai įtakojama ir priklausoma nuo technologinių ir programinių naujovių, todėl atlikti tyrimai kartais net per kelerius metus pasensta, tampa nebe tokie aktualūs. Tyrimų, nagrinėjančių socialinių tinklų fotografijų požymius, siejamus su banalybės ir populiarumo problematika, nėra daug. Visa tai rodo, kad egzistuoja tam tikri procesai, kurie reikalauja apmąstymo.

Šiandien, išmaniųjų telefonų, sparčiai modernėjančių įvairių technologijų ir programėlių bei socialinių tinklų plėtra yra didžiulės fotografijos sėkmės prielaida. Žmonės naudoja fotografiją kaip pažinimo, pripažinimo ir „gyvenimo“ socialiniuose tinkluose įrankį, todėl įdomu patyrinėti kokie to gyvenimo „estetizavimo“ aspektai padeda pasiekti populiarumą socialiniuose tinkluose.

Tiriamajame darbe keliama problema apie tai, ar socialinių tinklų fotografija netampa tik narciziškų poreikių tenkinimo ir mūsų santykio su pasauliu nuasmeninimo įrankiu. Tyrime Akcentuojama, kad socialiniai tinklai – tai erdvė viešumui ir fotoatvaizdų viešinimui. Pažymima kokias funkcijas atlieka socialinių tinklų fotografija.

Darbe nagrinėjamas kas yra banalumas fotografijoje. Fotografija gali vaizduoti banalybę, bet nebūti banali. Fotografija tampa banali kai nesugeba suteikti naujo, papildomai vizualiai išreikšto turinio. Ne banali fotografija yra būdas prie fotografuojamo objekto pridėti kažką naujo, kai matydamas tą patį turinį, autorius pamato ir išvelgia kažką naujo. Vieni žinomiausių šios srities fotografų - William Eggleston, Gregory Crewdson, ukrainietė Elena Subach.