



Визуальная социология:

теоретические перспективы

Visual Sociology



- Зачем нужны визуальные источники и методы социологам?
- Что такое визуальная социология?
- Кому она нужна и зачем?



Что такое визуальная социология

- Визуальная социология использует изображения и другие зрелищные объекты, чтобы анализировать общество и культуру;
- Три эпохи культуры:
 - Оральная (культура домодерна)
 - Вербальная (культура модерна)
 - Визуальная (культура постмодерна)
- Социологическое и визуальное воображение



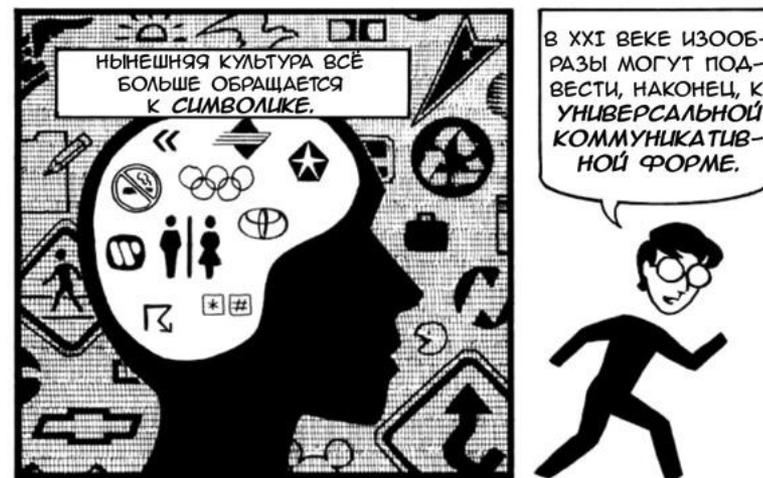
Визуальный поворот

- «Визуальный поворот» (иконический) в социальных науках в 70-х годах XX века
- Кардинальное расширение сферы визуального в современном обществе (например, доминирование визуальных СМИ над текстовыми) – вытеснение текста образом;



Визуальный поворот

- Распространение новых медиа;
- В визуальном превалирует коммуникативная функция;
- Восприятие современного мира все более опосредовано изображениями – в крайних случаях образ замещает реальность и представляется нам более реальным, чем мир, который он представляет (С. Зонтаг)
- Увеличение научных работ о визуальной культуре



Задачи визуальной социологии

- Фиксация момента, эпохи, материальных объектов;
- Раскрытие значения изображения как носителя социальных значений и смыслов в обществе;
- Анализ процесса производства и воспроизводства и воспроизводства изображения и его значения



Контурь визуальной СОЦИОЛОГИИ

- Исследовательская перспектива;
 - Методология;
 - Производство значения;
 - Представление результатов
- Визуальное становится средством подтверждения теоретических положений, объектом анализа, представления нетипичного опыта, формой обозначения социальных проблем.

Визуальные источники

- Фотографии, видео, кино...;
- Скульптура, архитектура, картины, наряды...;
- Плакаты, реклама, фантики, открытки...;
- Карты...;
- Рисунки, картинки, сообщения...;
- Текст;
- Все наблюдаемое



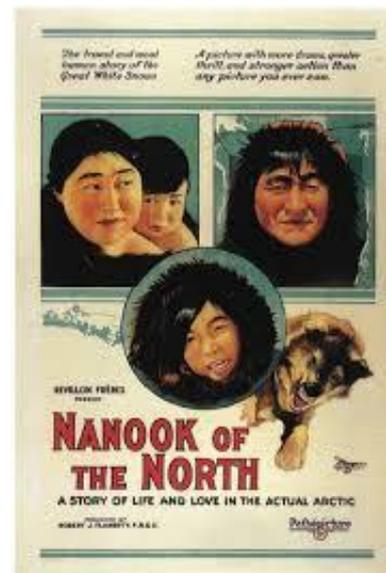
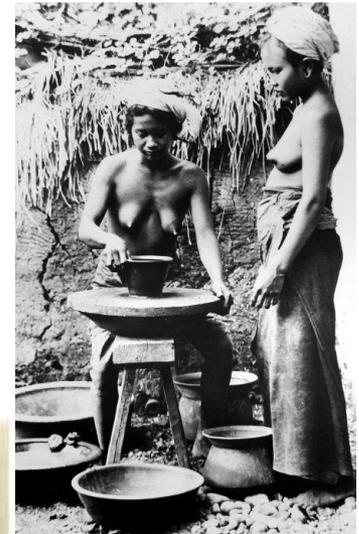
История визуальной социологии (1)

- Конец XIX века – первые попытки американских социологов обратиться к использованию нетекстовых материалов в своих исследованиях;

- Влияние социальной (культурной) антропологии:

«Балийский характер» (1942) – Г. Бейтсон и М. Мид – обоснование применения в этнографии видео- и фотоматериалов;

«Нанук с Севера» (1922) – Р. Флаерти – антропологический фильм о повседневности



История визуальной социологии (2)

- Влияние документальной фотографии:
 - Журналистские расследования – фотографии с демонстраций и движений за права – попытка через фотографию вскрыть проблемы общества;
 - Репортажи о «других» - фотографии о незнакомых для большинства членах общества – субкультуры, маргиналы
- «Бродяга» (Н. Андерсон, 1923),
«Банда» (Ф. Трэшер, 1927).

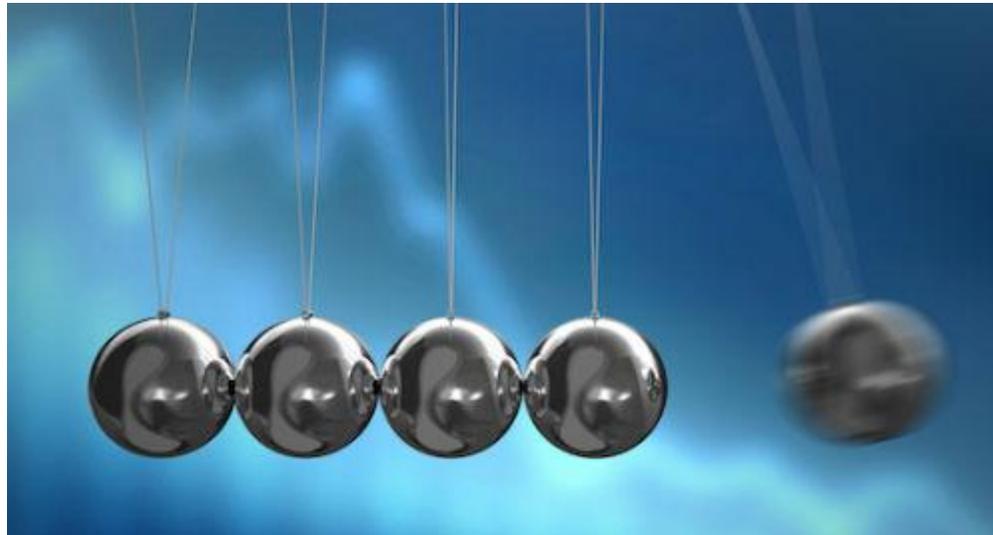


История визуальной социологии (3)

- С 1916 г - усиление критических настроений по отношению к визуальной социологии в США;
- А. Смолл, редактор «Американский журнал социологии»:
- журнал - научный форум, а не место обсуждения социальных проблем;
- Визуальный язык поддерживает образ делинантизма, который социология должна отбросить, если хочет стать точной наукой, способной соответствовать биологии или физике;
- С 1970 – х – возрождение интереса к визуальной социологии:
 - Общекультурный контекст – визуальное становится неотъемлемой частью культурного опыта человека;
 - Научный контекст – акцент на изучении повседневности.

Импульсы, стимулирующие появление визуальной социологии

- Развитие интереса к визуальным репрезентациям и интерпретации изображения:
- Расширение горизонта эмпирических методов
- Оформление теоретических концепций



Развитие интереса к визуальным репрезентациям и интерпретации изображения:

- Появление интерпретативных методологий для анализа культурно-значимых образов в рамках других наук;
- Развитие СМИ и усиление их влияния на общество;
- Развитие критической теории и течения постмодернизма

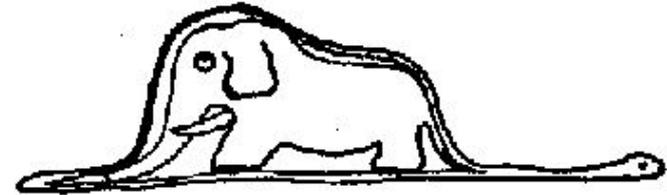
Основы изучения визуальных явлений культуры:
Беньямин, Уильямс, Холл, Барт

Расширение горизонта эмпирических методов

- Попытки определения концептуальной структуры и дисциплинарных границ визуальной социологии:
 - М. Эммисон и Ф. Смит – визуальные исследования должны совершенствовать навыки наблюдения;
 - Д. Грейди – визуальная социология уделяет недостаточное внимание визуальной демонстрации количественной социологической информации (графики, диаграммы, схемы);
 - Л. Паульс – необходимо развивать «визуальную научную грамотность», развивать некоторые компетенции: знание того, как визуальные материалы были произведены, знание того, к чему эти материалы обращаются, знание эффектов коммуникации при помощи визуальных материалов.

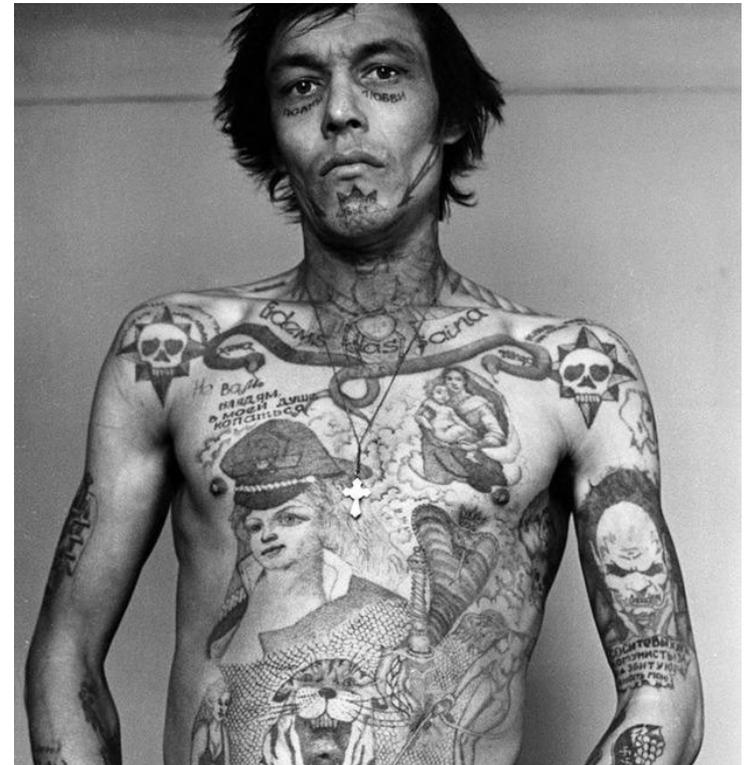
Исследовательские ареалы визуальной социологии (М. Хилл)

- Определение предмета:
 - Что определяет наш способ видения и способ придания значения тому, что мы видим? Каков характер, роль и институциональная организация визуальной символики в социальном конструировании реальности?
- Социальные образы в СМИ:
 - Каковы образы в СМИ, какие группы интересов отвечают за их производство? Визуальные образы инициируют социальные изменения или просто их отражают?



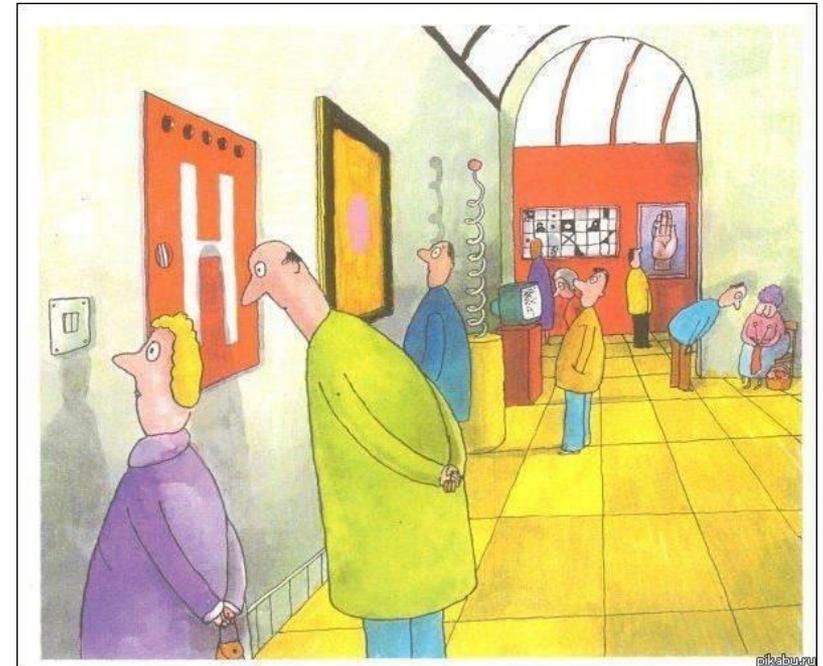
Исследовательские ареалы визуальной социологии (М. Хилл)

- Визуальные измерения социального взаимодействия:
 - Какими образами одежда и мода проявляются как символы власти и статуса? Какие имиджи тела используются в рамках формального/неформального и пр. взаимодействия?



Исследовательские ареалы визуальной социологии (М. Хилл)

- Социология визуального искусства:
 - Кто приходит в художественные музеи и почему?
 - Каковы отличительные характеристики символического языка в искусстве?
 - Какие социальные значения накладываются как социальный багаж на символы в визуальном искусстве?



Исследовательские ареалы визуальной социологии (М. Хилл)

- Визуальные технологии и социальная организация:
 - Какую роль семейные фотографии имеют в структурировании личной истории? В какой степени основные социальные институты управляют развитием и использованием визуальных технологий?



Оформление теоретических концепций

Изображение как копия

- Изображение - носитель физических характеристик копируемых объектов, их взаиморасположения и связи друг с другом;
- Качество фотографии определяется по ее референции к реальности.



Изображение как знак

- Изображение - закодированные референции к значениям объекта.
- Читаемость знака возможна при условии соотнесения с коллективно разделяемой системой референций, являющейся частью общего культурного капитала (общая религиозная парадигма, национальное стереотипное сознание, фольклор...)



Изображение как изображение

- рассматривается на основе своей «изобразительности», экспрессивной формы (графикой, светотенью, перспективой, планиметрией и т.д.), а также между их совокупностью и фреймом



Изображение как средство коммуникации

- Коммуникация опосредуется изобразительным объектом, его значения приносятся в процесс коммуникации, усложняя и трансформируя его.



Изображение как гиперреальность

- Изображение не является референтом реальности, а формирует ее.
- Стирается грань между реальным и квази-реальным, приписывая статус реальности изображенному.
- Социальная функция распознавания все более смещается к экспертам.



Базовые суждения об изображении в рамках визуальной социологии

- Образы – это конструкты: они созданы для репрезентации какого-либо значения, они созданы в определенный исторический момент с определенной целью;
- Изображения содержат как символическую, так и документальную информацию о действиях
- Изображения – часть коммуникации: они создаются и используются с целью рассказать какую-то историю

Теоретические предпосылки появления визуальной

СОЦИОЛОГИИ

- Социальный номинализм – общество как эпифеномен; акцент на человеческих действиях и интеракциях;
- Социология повседневности;
- Микросоциология;

- Феноменология А. Шюца;
- Этнометодология Г. Гарфинкеля;
- Драматургическая социология И. Гоффмана.

Феноменология А. Шюца

- Социология – наука, способная объективно понять субъективный по своей природе мир людей;
- Центральная идея – *жизненный мир* (или *мир повседневной жизни*) – область повседневного опыта, ориентации и действий, посредством которых личности решают свои дела и удовлетворяют интересы, пользуясь предметами, устанавливая контакты с другими людьми, составляя и реализуя планы;



Феноменология А. Шюца

- Особенности жизненного мира:
 - Непосредственность его переживания;
 - Анонимность его переживания;
 - Целостность, нерасчлененность;
- Жизненный мир *интерсубъективен*, но воспринимается как объективный, как данность, как нечто само собой разумеющееся.

Факторы, определяющие формы жизненного мира:

- Ситуационные обстоятельства – внешние детерминанты, ограничивающие одну и стимулирующие другую деятельность;
- Уникальный собственный опыт, определяющий цели, намерения и оценку ситуации;
- «Запас подручных знаний» – схемы интерпретации

Феноменология А. Шюца

- Большая часть составляющих жизненного мира – продукт культуры – принятие готовых культурных схем индивидами (рецепты поведения). Нереклексивность;
- Процессы типологизации – процессы упорядочения процессов, явлений, предметов, созданию определенных типов, а затем включение определенных рецептов в зависимости от ситуации и идентификации типов;
- Конструкты первого порядка – идеальные типы, основанные на обыденных интерпретациях;
- Конструкты второго порядка – идеальные типы научных понятий;
- Межкультурный контекст – различия в рецептах определения ситуации.

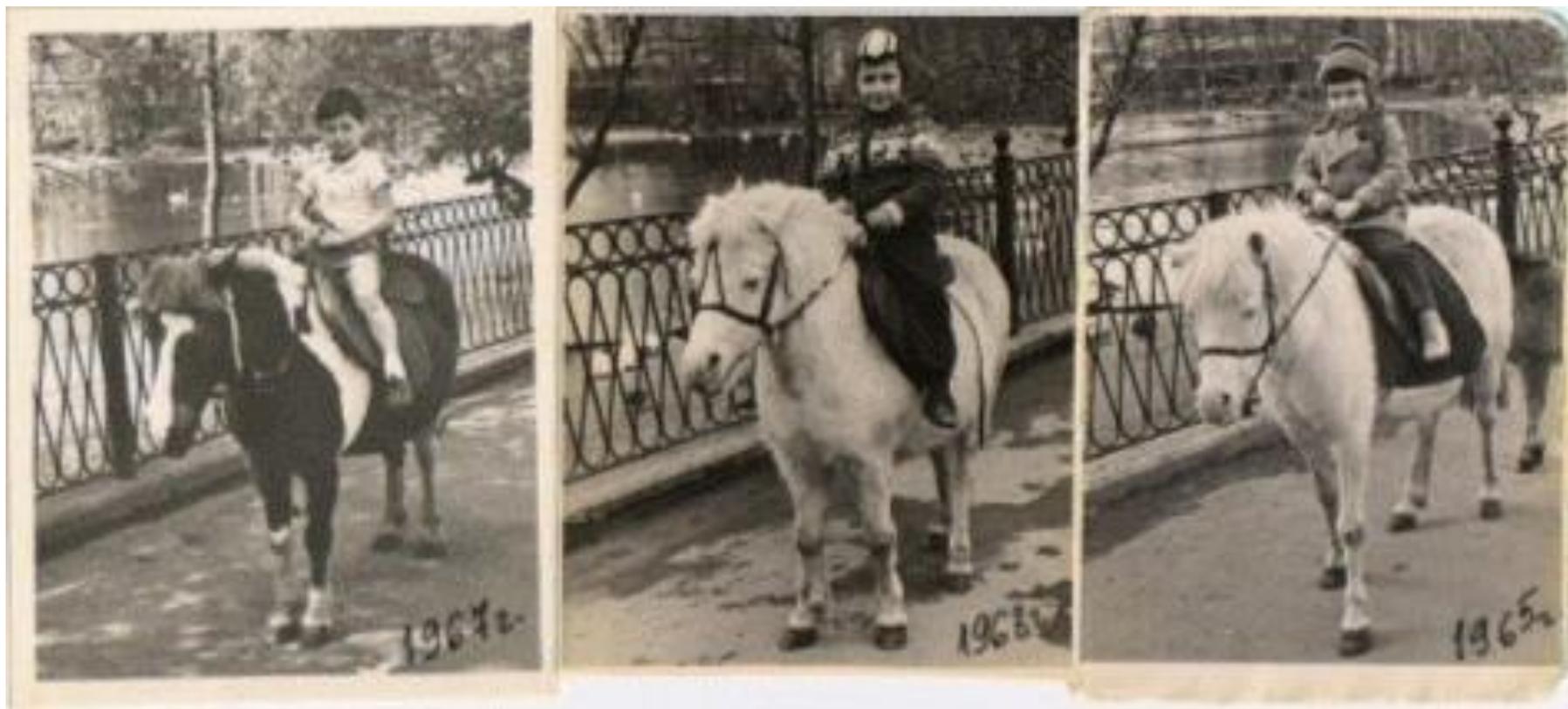
Феноменология А. Шюца

- Связь миров:
 - Заметки – частные субъективные напоминания о чем-либо;
 - Указатели – предметы или явления, присутствие которых закономерно связано с другими предметами или явлениями;
 - Знаки – предметы или способы поведения, специально созданные для передачи сообщения;
- Жизненный мир обладает физической формой, наблюдаем, непосредственно доступен для исследования;
- Три стратегии наблюдения:
 - Поставить себя в ситуацию наблюдаемого
 - Обратиться к знаниям о культуре, приписав мотивацию действий индивиду, типичную за представителей той или иной культуры
 - Наблюдать эффекты от действий наблюдаемого

Феноменология А. Шюца: потенциал для визуальной социологии

- Анализ телесной активности – действия, предпринятые индивидами;
- Предметы жизненного мира;
- Ситуационные обстоятельства, в которые помещены индивиды;
- Запас подручных знаний;
- Способы переноса значений (заметки, указатели, знаки, символы);
- Акты коммуникации (жесты, поза, манеры...);
- Культурные рецепты и типологизации;
- Диссонанс культурных рецептов в ситуации свой-чужой.

Феноменология А. Шюца: потенциал для визуальной социологии



Этнометодология Г. Гарфинкеля

- Критика социологии- подход «сверху вниз»: общество как хаос, упорядоченный исключительно благодаря социологам, собранной ими информации об обществе, использовании понятий и теорий; общественный мир как принципиально неупорядоченный;
- Стратегия «снизу вверх»: общественный порядок создается в спонтанных и рутинных действиях индивидов, посредством которых они в сл общественной реальности;



Этнометодология Г. Гарфинкеля

- Исследование производства локального порядка, практических его методов, используемых людьми в повседневности
- Генерирование общественного порядка лежит как на макро-, так и на микроуровне; но локальные практики позволяют понять макрообщественные;
- Акцент на процедуры или практики создания порядка, которые во многом не рефлексированы;

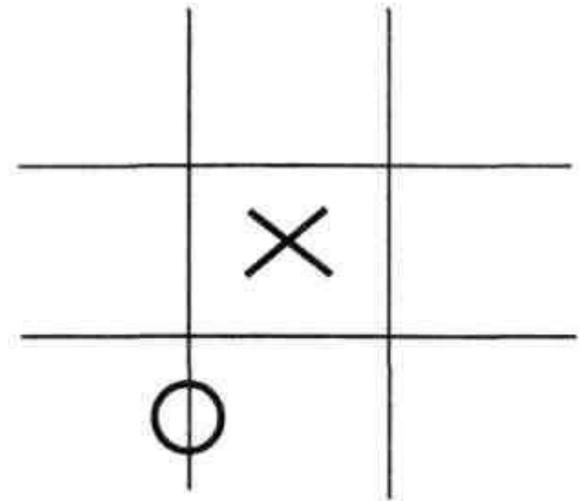


Этнометодология Г. Гарфинкеля

- Большинство подразумеваемых смыслов воспринимается индивидами как *нечто само собой разумеющееся*, а задача исследователя – вскрыть эти невидимые правила
- Фоновое ожидание – неосознанное ожидание того, каким образом должен быть нормальный социальный порядок
- Случаи нарушения порядка имеют эвристический потенциал:
 - Порядок не является чем-то данным, а он постоянно воспроизводится членами общества;
 - Позволяют обнаружить практики конструирования порядка;
- Практики первичны, участники вторичны: последние интересны ровно настолько, насколько они проявляют компетентность, необходимую для достижения распознаваемой продукции локального порядка;

Этнометодология Г. Гарфинкеля: потенциал для визуальной социологии

- Общество непосредственно познаваемо и доступно наблюдению как для участников практик, так и для исследователей;
- Задача исследователя – стать компетентным практиком тех явлений, которые он изучает;
- Процесс коммуникации осуществляется большим кругом инструментов, чем теми, что выражены в словах



Этнометодология Г. Гарфинкеля: потенциал для визуальной социологии

- Исследовательский потенциал:
 - Анализ того, как индивиды поступают в определенной ситуации, придавая им порядок и когерентность;
 - Контекст – в каких общественных ситуациях происходят действия;
 - Какими указателями пользуются индивиды при взаимном согласовании смысла ситуации;
 - Каким образом выглядят разные общественные сцены в момент нарушения порядка
 - Каким образом происходит репродукция практик в



Видео в этнометодологии

- Гарфинкель и Бёрнс (1977-1978) – исследование лекционной практики
- Макхоул (1978) – исследование формальной коммуникации в школьных классах
- Маккей (1978) – исследование работы преподавателя во время школьных уроков
- Хит, Хиндмарш, Лафф (2010) – детали на видео – демонстрация понимания участниками сообщества окружающего мира и самих себя
- Видео как способ доступа к скрытому социальному порядку

Драматургическая социология И. Гоффмана

- Предмет социологии – порядок взаимодействия – ситуации непосредственных взаимных контактов между индивидами;
- Почему важны именно интеракции: повсеместность и универсальность;
- Аналогия с театром: индивиды играют спектакль, частично спонтанно и нерerefлексивно, руководствуясь правилами поведения, усвоенными в ходе социализации и пытаясь произвести наилучшее впечатление;

Драматургическая социология И. Гоффмана

Презентация себя другим в повседневной жизни: принятие роли



Драматургическая социология И. Гоффмана

- Управление впечатлениями;
- Фасад:
 - Сценические декорации
 - Личный фасад (одежда, речь...)
 - Социальный фасад (ожидания, связанные с ролью)
- Кулисы;
- Ситуация потери лица;
- Мистификация.



Герменевтический анализ

- Понимание целей, намерений, установок создателей визуального образа:
 - Кто сделал образ? В какой роли он/они выступал(и)? В какой ситуации?
 - Зачем этот визуальный образ был создан? Кому этот образ адресован?
 - Каковы были мотивы выбора объекта?
 - Какие знания и представления (например, предубеждения) были использованы?
 - Какова позиция автора визуального образа, что он хотел донести?
- Понимание мотивов людей, выступающих субъектами запечатленных действий:
 - Кто эти люди? Какое отношение они имеют к автору визуального образа?
 - Что они делают? Каковы их мотивы?
 - Ведут ли они себя естественно или позируют?

Герменевтический анализ

- Понимание мотивации и жанра изображения;
- Двойная герменевтика: герменевтика того, что интерпретируется и герменевтика интерпретатора;
- Комментарий к визуальному образу;

Герменевтический анализ



Герменевтический анализ



Семиотический анализ

- Визуальный образ как система знаков, за которой скрываются культурные значения;

Типология знаков –
отношения между формой и
содержанием (Ч. Пирс):

Знаки-иконы – тождество
или подобие формы и
содержания знака.

Не нуждается в переводе;
Форма знака берет на
себя функцию значения

Пример: телевизионные образы
мы воспринимаем не как
цифровые сигналы, а как живых
людей



Семиотический анализ

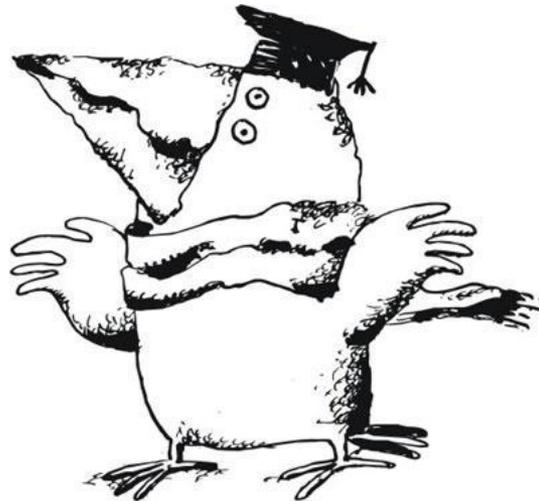
- Знаки-индексы – смежность формы и содержания знака; Форма знака и денотат находятся в отношениях пространственной и временной смежности. Форма является следствием значения, а значение – причиной формы.



Семиотический анализ

– Знаки-символы – на конвенции: между формой и содержанием нет видимой связи, она устанавливается по договоренности.

Установленные в данной культуре значения определенных предметов и явлений.



Семиотический анализ (Р. Барт)

- Studium – все, что в образе имеет смысл и подлежит дешифровке:
 - Денотация – вопрос: что это такое? То, к чему относится знак
 - Коннотация – глубокая интерпретация - более сложные ассоциации, которые вызывает образ (знак)/ Коннотация определена как индивидуальным опытом, так и правилами культуры
- Punctum: вызывающее аффект, невыразимое и несказанное - способ передачи значения, которое навязывается зрителю напрямую без какого-либо предварительного анализа;
- Код, кодирование и раскодирование в контексте разных культур.



Семиотический анализ (Д. Дайер)

- Схема для семиотического анализа рекламы:
- Репрезентация тела (возраст, пол, раса, волосы, телосложение, внешний вид);
- Репрезентация манер (мимика, поза, зрительные контакты);
- Репрезентация деятельности (позиционная коммуникация, движения тела);
- Реквизит
- Спецэффекты

Семиотический анализ



Семиотический анализ



Структурный анализ

- Образ – внешний знак социальных структур, интерпретация образа направлена на выявление этих структур;
- Анализ того, что скрыто за денотациями и коннотациями – продолжение семиотического анализа;
- Виды структур:
 - Структура интеракции – совместная деятельность людей;
 - Нормативная структура – нормы, ценности, стили жизни...
 - Идеальная структура – идеи, идеалы, предубеждения
 - Структура жизненных возможностей – возможности доступа к значимым социальным благам

Структурный анализ



Структурный анализ



Структурный анализ



Дискурсивный анализ

- Изображение как знаковое послание: общественные позиции тех, кто его создает и использует;
- Изображение как идеология;
- Акцент на культурную и властную природу знания, анализ языка;
- Получатели образа не ограничиваются простым приемом значений, а участвуют в модификации образа;
- Восприятие образа зависит от:
 - Автора;
 - Получателя;
 - Визуальной чувствительности;
 - Визуальной компетенции;
 - Режима восприятия;
 - Практики рассматривания;
 - Способа экспозиции.

НА ДОМЪ ИНВАЛИДОВЪ.

Въ Субботу,
4-го Апрелья

За честь, славу и благоденствие нашей ВЕЛИКОЙ РОДИНЫ
проливаютъ кровь сотни тысячъ нашихъ славныхъ бойцовъ.
Многие изъ нихъ будутъ изувѣчены и
вернутся въ родныя гѣста калѣками.

Казачья! Вашъ покой герои сохранили
дорогою цѣною и Вашъ святой
долгъ-ДАТЬ ИМЪ ПРИЮТЬ,
обставить ихъ жизнь
хорошо и почетно.
ЖЕРТВУЙТЕ НА ДОМЪ ИНВАЛИДОВЪ.
Пожертвованіа будутъ говорить о благородствѣ Вашихъ сердцахъ.

НЕГРАМОТНЫЙ ТОТ-ЖЕ СЛЕПОЙ
ВСЮДУ ЕГО ЖДУТ НЕУДАЧИ И НЕСЧАСТЬЯ.

Я тоже
Нарушил
Вагонетку
без стоек,
без прокладок,
без увязки.

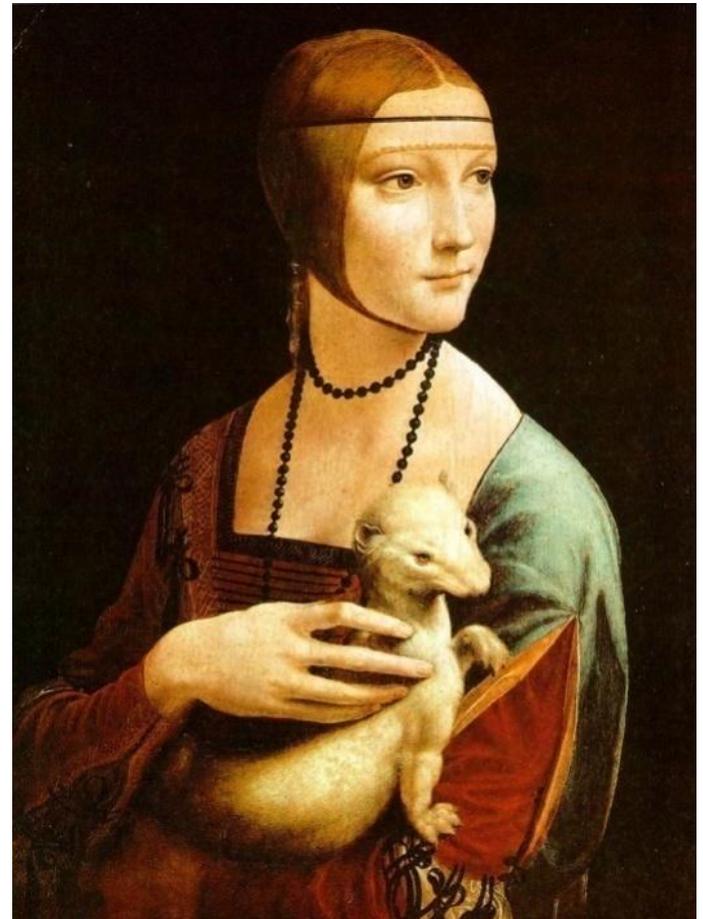
Дискурсивный анализ: автор и получатель



Дискурсивный анализ: режим восприятия



Дискурсивный анализ: визуальная компетенция



Дискурсивный анализ: практики рассматривания



Две парадигмы в визуальных исследованиях

Нерепрезентативный подход:

- Способность визуального образа конструировать социальную реальность.

Интерпретативный подход

- Образ –отражение повседневности
- Социокультурная репрезентация,
- Раскрывается идеологию и цель своих авторов
- Допускает некоторую манипуляцию со зрителем



Визуальная социология:

теоретические перспективы

Visual Sociology

