

УДК 316.2

Ямщиков Сергей Викторович

кандидат исторических наук, доцент,
доцент кафедры социологии и гуманитарных наук,
Государственного университета «Дубна»

iiysv@yandex.ru

Дмитренко Михаил Сергеевич

магистрант кафедры социологии и гуманитарных наук,
Государственный университет «Дубна»

dms32rus@yandex.ru

Sergey V. Yamshchikov

candidate of historical Sciences, associate professor,
associate professor of sociology and humanities,
State University «Dubna»

iiysv@yandex.ru

Mikhail S. Dmitrenko

undergraduate of department of sociology and humanities,
State University «Dubna»

dms32rus@yandex.ru

Искусство фотографии в поле визуальной социологии

The art of photography in the field of visual sociology

***Аннотация.** Рассматривается методологическая и методическая проблема использования фотографии как источника познания социальной реальности в поле визуальной социологии. Представлены сложившиеся в социологии подходы к решению этой проблемы и авторская интерпретация её.*

***Ключевые слова:** визуальное, визуальная социология, фотография, социальная реальность.*

***Annotation.** The methodological and methodological problem of using photography as a source of knowledge of social reality in the field of visual sociology is considered. The approaches to solving this problem and the author's interpretation of it that have taken shape in sociology are presented.*

***Key words:** visual, visual sociology, photography, social reality.*

Социологическая наука, развиваясь и совершенствуясь в познании социальной реальности, вводит в научный оборот новые информационные источники, что приводит к ее дальнейшей внутренней дифференциации: к появлению новых отраслей социологии со специфическими объектно-предметными областями. В связи с началом использования в социологии разнообразных зрительно познаваемых артефактов в качестве эмпирических объектов исследования возникает визуальная социология. Её становление

приходится на конец XIX – начало XX веков. Именно тогда американские социологи обратили пристальное внимание на фотографию как источник изучения социальной реальности.

С 1896 по 1916 гг. в «Американском социологическом журнале» (*American Journal of Sociology*) были опубликованы более 30 статей, сопровождаемые многочисленными фотографиями. Со временем журнал приобрёл позитивистский характер, и мотивы визуальной социологии исчезли из него. Однако она еще существенно заявляла о себе в американской социологии города и городской антропологии 30-х гг. XX века. Так, например, Ф. Трешер в исследовании делинквентности в качестве источника социологической информации использовал четыре десятка фотографий молодежных банд [12, с. 4].

На формирование визуальной социологии существенно повлияла визуальная антропология – субдисциплина культурной (социальной) антропологии, направленная на изучение культуры через этнографическую фотографию и кино [11, С. 1345].

В 70-е гг. XX века в США визуальная социология институционализируется: вводятся курсы по визуальной социологии, в 1972 г. в Бостонском университете начинает издаваться журнал «Видеосоциология», в 1979 г. учреждается «Международная ассоциация визуальной социологии» (*International Visual Sociology Association*), в 1986 г. возникает журнал «Визуальная социология» (*Visual Sociology*), в 1994 г. в Оксфордском «Словаре социологии и общественных наук» появляется термин «визуальная социология» [6, с. 25].

Один из основоположников визуальной социологии, американский социолог Г. Беккер, выдвинул идею интеграции искусства фотографии и социологической науки в познании социальной реальности. При этом он отводил социологу роль модератора для профессионалов, фиксирующих общество на камеру. «Мы не фотографируем то, что для нас неинтересно или не имеет значения. То, что может иметь значение и быть интересным, является функцией теорий, которые мы принимаем в отношении того, что является предметом нашего исследования. Только тогда, когда наша теория учитывает непосредственно наблюдаемый слой социальной жизни, когда мир, о котором она говорит, является, по меньшей мере, миром визуальным, фотографический метод обретает смысл и применение», – писал Беккер [8, с. 9].

О продуктивности взаимодействия социологии и фотографии при изучении социальной реальности говорил И. Гофман. В работе «Гендерная реклама» он принципиально по-новому интерпретировал рекламные фотоматериалы. По его наблюдениям, на фоторекламе женщина, как правило, представлена ниже и меньше мужчины, её прикосновение к одушевлённым и неодушевлённым объектам очень свободное и мягкое, она – позади мужчины, изображается в подчинённой мужчине позиции, подчёркивается её положение в семье как матери, сближающей её с дочерью, а мужчины, как отца, с сыном [10, с. 28-29].

П. Бурдье считал фотографию социальной практикой. По его мнению, фотография субъективна, она всегда связана с выбором, но социум изначально приписывает фотоизображению объективность. Фотопрактика принадлежит к определенным социальным группам, которые через фотографию выражают свои социальные представления и нормы. В этом случае задача социолога заключается в раскодировании визуального источника, в раскрытии ситуации, в которой он был создан, в одномоментной фиксации представлений и норм социальной группы, отражённых на фотоснимке [9, с. 13].

Для Ж. Деррида фотография - репродукция репродукции, иллюзия реального мира, то, что содержит в себе иной мир. Реальный мир имеет существенные расхождения с фотографическим миром. Визуальные проявления образов рассматриваются им не более чем образы, и лишь в негативе, выражаясь языком метафор, в них можно усмотреть признаки реализма [4, с. 60].

Р. Барт отводил визуальным материалам роль зеркала и приравнивал социальную реальность и её отражение в визуальном зеркале: «Я интересуюсь многими фотоснимками, потому что воспринимаю их как политические свидетельства, ...дегустирую их как добротные исторические полотна...» [1, С. 53]. Он возложил на фотографию функцию трансляции социальных знаков и выявил прямую связь между саморепрезентацией человека через фотографию и его внутренним миром, его системой ценностей [1, с. 55]. Исследовательское поле визуальной социологии Барт представляет двояко: во-первых, изучение социального посредством визуального и, во-вторых, изучение самого визуального как социального конструкта [1, с. 56].

У. Эко исходил из того, что фотография не более чем похожа на реальность. По его мнению, познающий субъект распознаёт объективную реальность в фотографии (визуальном символе) лишь потому, что располагает закодированным набором ожиданий, который эквивалентен ей. «Визуальные символы не имеют никакого непосредственного отношения к кодифицированному языку, выступая самостоятельными единицами для изучения» [7, с. 128]. Он подчёркивал, что иконические знаки воспроизводят некоторые условные восприятия объекта, но только после процедуры отбора, осуществлённого на основе кода узнавания и последующего согласования их с имеющимся репертуаром графических конвенций. Примечательно, что Эко связывал фотографию не с событием, а с определёнными характеристиками визуального знака: оптическими (видимыми), онтологическими (предполагаемыми), условными (временными) [7, с. 121].

М. М. Бахтина интересовал визуальный образ человека на фотоснимке, который он рассматривал как оболочку внутреннего мира, открываемого художником, скульптором, режиссёром, актёром, музыкантом, учёным, но не фотографом. «Фотография даёт только материал для сличения, и здесь мы не видим себя, но лишь своё отражение без автора, правда, оно уже не отражает отношение фиктивного другого, то есть более чисто, чем зеркальное отражение, но оно случайно, искусственно принято и не выражает нашей

существенной эмоционально-волевой установки в событии бытия - это сырой материал, совершенно не включимый в единство моего жизненного опыта, ибо нет принципов для его включения», - писал М. М. Бахтин в «Эстетике словесного творчества» [2, с. 33].

С точки зрения Ж. Бодрийяра, фотографическое изображение не имитирует объективную реальность, а строго реалистично представляет её. «Фотография – извечная игра в «кошки-мышки», когда объектив пытается поймать нечто в наше отсутствие. При этом виртуальные свойства будут присущи не субъекту, который отражает мир в соответствии со своим видением, а объекту, использующему виртуальную среду объектива» [3, с. 84]. Бодрийяр придаёт визуальной культуре статус гиперреальности, некой надстройки над социальной реальностью [3, с. 224]. Фотография, по его оценке, не в меньшей степени (а может даже и в большей), чем кино, представляет собой симулякр, порождающий определённые паттерны поведения: с одной стороны, человек воспроизводит реально существующие структуры, а с другой – «потребляет» эти структуры [3, с. 225].

С. Холл исследовал взаимосвязи процессов репрезентации и создания смыслов. По его мнению, именно посредством репрезентаций социальные субъекты используют любую систему знаков для производства значений. Одно из ключевых методологических положений теории Холла заключается в том, что реальные события не существуют в принципе до тех пор, пока они не опосредованы языком или другими знаковыми системами [5, с. 946]. Современные средства массовой коммуникации перестали транслировать денотативные («вечные») значения культуры, которая в свою очередь теряет своё универсальное значение и перестаёт быть понятной для всех. Человеческое знание об окружающем мире превращается в дискурсивное, т.е. опосредованное языком, звуком или изображением. Для Холла фотография, как и любой визуальный объект, – это знаковая система, являющаяся посредником между субъектом познания и объективной реальностью. «В процессе создания знаковой системы грань между коннотацией и денотацией стирается: дело в том, что значения настолько закрепились в общественном сознании, что уже не осознаются» [5, с. 946]. В связи с этим Холл предлагает «категорезировать» подходы к рассмотрению процессов порождения знаковых значений на основе трёх моделей интерпретации: отражательной (миметической), интенциональной и конструктивистской» [5, с. 946].

Серьёзная методологическая проблема использования фотографии как источника познания социальной реальности в поле визуальной социологии состоит в соотношении объективного и субъективного: фотография субъективна (зависит от фотографа, исследователя, от настроения, установок, желаний познающего) или фотография – это зеркальный слепок объективной реальности, не зависящий от субъективных факторов?

Восприятие самой фотографии и транслируемой ею реальности затрудняется субъективной интерпретацией фотографического изображения в широком смысле слова – собственно фотографии, кадра из кинофильма,

скриншота из интернета и т.п. При этом критериями анализа фотографического изображения выступают его общая композиция, цвет, расположение и размерность объектов, ракурс и время съёмки и т.д.

Именно поэтому наиболее важным и основополагающим при интерпретации визуального считается контекст, от которого, в первую очередь, зависит исследовательское восприятие самого изображения и его месседжа. Владение контекстом фотографического изображения даёт возможность делать выводы о его смыслах, латентных посылах и на основе этого проводить корректную и репрезентативную аналитику, делать вероятные прогнозы, давать научно-обоснованные рекомендации, ставить социальные диагнозы.

Литература

1. Барт, Р. Camera lucida / пер. с фр. М. Рылкина. – М.: Ад Маргинем Пресс, 2011. – 272 с.: фот.
2. Бахтин, М. М. Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин. – М.: Искусство, 1979. – 423 с.
3. Бодрийяр, Ж. Прозрачность зла / пер. с фр. Л. Любарская, Е. Марковская. – М.: Добросвет, 2000. – 258 с.
4. Деррида, Ж. О почтовой открытке от Сократа до Фрейда и не только / пер. с фр. Г. А. Михалкович. – Минск: Современный литератор, 1999. – 832 с.
5. Постмодернизм. Энциклопедия. – Мн.: Интерпресс-сервис, Книжный Дом, 2001. – 1040 с.
6. Штомпка, П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования: учебник/ пер. с польск. Н. В. Морозовой, авт. вступ. ст. Н. Е. Покровский. — М.: Логос, 2007. — 168 с. + 32 с. цв. ил.
7. Эко, У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / пер. с ит. А. Г. Погоняйло, В. Г. Резник. — СПб.: ТОО ТК Петрополис, 1998. – 432 с.
8. Becker, H. Exploring Society Photographically / H. Becker. – North-western University Press, 1981. – 96 p.
9. Bourdieu, P. Photography: A Middle-brow Art / P. Bourdieu. – Oxford: Polity Press, 1998. – 232 p.
10. Goffman, E. Gender Advertisements / E. Goffman. – London: Macmillan, 1979. – 84 p.
11. Ruby, J. Visual Anthropology. Encyclopedia of Cultural Anthropology / J. Ruby. – N.Y., vol.4, 1996. – P. 1345-1351.
12. Thrasher, F. M. The Gang: A Study of 1,313 Gangs in Chicago. / F. M. Thrasher. – Chicago: Chicago University Press, 1927. – 605 p.

Literature

1. Bart, R. Camera lucida / trans. with fr. M. Rylkina. - M.: Ad Marginem Press, 2011 . - 272 p.: Ph.
2. Bakhtin, M. M. Aesthetics of verbal creativity / M. M. Bakhtin. - M.: Art, 1979. - 423 p.
3. Baudrillard, J. Transparency of Evil / Per. with fr. L. Lyubarskaya, E. Markovskaya. - M.: Dobrosvet, 2000 .-- 258 p.

4. Derrida, J. On a postcard from Socrates to Freud and not only / per. with fr. G.A. Mikhalkovich. - Minsk: The modern writer, 1999. - 832 p.
5. Postmodernism. Encyclopedia. - Mn.: Interpress service, Book House, 2001. - 1040 p.
6. Shtompka, P. Visual Sociology. Photography as a research method: textbook / trans. from polish. N.V. Morozova, ed. entry Art. N.E. Pokrovsky. - M.: Logos, 2007. - 168 p. + 32 s. col. silt.
7. Eco, U. Missing structure. Introduction to Semiology / Per. with it. A. G. Pogonyailo, V. G. Reznik. - SPb.: TK Petropolis LLP, 1998. -- 432 p.
8. Becker, H. Exploring Society Photographically / H. Becker. - North-western University Press, 1981. - 96 p.
9. Bourdieu, P. Photography: A Middle-brow Art / P. Bourdieu. - Oxford: Polity Press, 1998. - 232 p.
10. Goffman, E. Gender Advertisements / E. Goffman. - London: Macmillan, 1979. - 84 p.
11. Ruby, J. Visual Anthropology. Encyclopedia of Cultural Anthropology / J. Ruby. - N.Y., vol. 4, 1996. - P. 1345-1351.
12. Thrasher, F. M. The Gang: A Study of 1,313 Gangs in Chicago. / F. M. Thrasher. - Chicago: Chicago University Press, 1927. - 605 p.