

УДК 316.1/2

## **ВИЗУАЛЬНЫЙ ПОВОРОТ В СОЦИОЛОГИИ: СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ КОНТЕКСТ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

**Юрченко Аркадия Игоревна** – аспирант кафедры медиа-коммуникаций социологического факультета Харьковского национального университета имени В. Н. Каразина

*В статье рассмотрены предпосылки возникновения визуальной социологии, ее методологические основания и роль в развитии современной социологической рефлексии. Осмыслены важные аспекты внедрения фотографического контента в социологию и связанные с этим новые эвристические возможности социологии. Предлагается к рассмотрению феномен социальной фотографии на примере серии фотоснимков Дианы Арбус. Обращение к идеям М. Фуко и Дж. Ваттимо позволило выявить особенности возникновения визуальных образов в мире «срывающихся покровов» или «прозрачном обществе». Посредством теорий Сьюзан Зонтаг обосновано существование аффективного визуального образа.*

**Ключевые слова:** визуальность, визуальный поворот, визуальная социология, репрезентация, фотография.

*У статті розглянуто передумови виникнення візуальної соціології, її методологічні основи і роль у розвитку сучасної соціологічної рефлексії. Осмислені важливі аспекти впровадження фотографічного контенту в соціологію та пов'язані з цим нові евристичні можливості соціології. Пропонується до розгляду феномен соціальної фотографії на прикладі серії фотознімків Діани Арбус. Звернення до ідей М. Фуко і Дж. Ваттимо дозволило виявити особливості виникнення візуальних образів у світі «покривів що зриваються» або «прозорому суспільстві». За допомогою теорій Сьюзан Зонтаг обґрунтовано існування афективного візуального образу.*

**Ключові слова:** візуальність, візуальний поворот, візуальна соціологія, репрезентація, фотографія.

*Predictors of appearance of visual sociology, its methodological foundations and the role in the development of modern sociological reflection are examined in the paper. Important aspects of introduction of photographic content in sociology and related new heuristic possibilities of sociology are comprehended. It is proposed to consider the phenomenon of social photography on the example of a series of photographs by Diana Arbus. Appealing to the ideas of M. Foucault and G. Vattimo helped to reveal features of appearance of visual images in the world of "frustrated covers" or "transparent society". Through the theories of Susan Sontag the existence of affective visual image os justified.*

**Keywords:** visibility, visual turn, visual sociology, representation, photography.

Визуальная социология, по мнению ряда авторитетных современных теоретиков, является одним из наиболее перспективных направлений развития социологической рефлексии. Так, Петр Штомпка, автор единственного в своем роде учебного пособия по визуальной социологии, пишет, что визуальные элементы являются самыми значимыми в нашей современности и именно посредством визуальных образов мы можем качественно исследовать социальные феномены и проблемы.

До появления монографии П. Штомпки по визуальной социологии, данное направление рассматривалась преимущественно в междисциплинарном ракурсе. В конце 1970-х — начале 1980-х годов появляются многочисленные научные работы (в том числе и социологические), посвященные визуальной культуре. В этот период появляются такие знаковые произведения, как «Camera lucida» Ролана Барта, «Симулякры и симуляция» Жана Бодрийяра, «Отсутствующая структура» Умберто Эко; немного раньше Чарльз Райт Миллс пишет «Социологическое воображение». Публикуется множество работ, проблемно-тематическое поле которых варьируется от семиотики социальных практик до рефлексии социальной природы визуального.

Проблемное поле социологии, как известно, составляет общество, его структурные компоненты (в первую очередь, социальные группы и институты, выступающие структурообразующим элементом), его проявления и функционирование. Окружающая нас реальность «фонтирует» образами, правильнее сказать — визуально-центрирована: практически каждый феномен, каждая реалья обладает визуальным репрезентантом. Такой «визуальный поворот» («драйв от литературоцентризма к окуляроцентризму») [5, с.

146]) произошел и в науке. В научной литературе мы не находим точного означивания, когда и кем именно был свершен этот поворот. Видимо, это связано с тем, что визуальный поворот — не просто свершившийся факт в научном пространстве, но процесс, который и сейчас все еще длится: «Меняется сам принцип конституирования образа, меняется характер видения в целом, трансформируются повседневные практики видения» [5, с. 146]. Мы можем говорить только о предпосылках визуального поворота: во-первых, это медиатизация — переход информации в виртуальное пространство, где визуальные образы являются первостепенной единицей информации; во-вторых, прекращение реципиентом бытия «читающим». Иллюстрация стала не дополнением, а главным концептуальным компонентом. Из этого следует, что современная культура (а соответственно — и общество) являются визуально-центрированными, что подкрепляется не только виртуализацией, но также и теми видами информации, которые начинают постепенно «отмирать» (печатные газеты, журналы, листовки и т.д., где текст является «первым докладчиком», а визуализация играет роль дополнения, подкрепляющего эксплицитные смыслы).

Пожалуй, первым, кто заговорил о фундаментальном значении визуального в актуальной культуре, был Вальтер Беньямин. В своем уже ставшем классическим произведении «Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости» он акцентирует внимание на изменении способа восприятия человеком информации, в частности визуальной. В связи с этим он считает крайне важной проблематику уникальности: «Даже в самой совершенной репродукции отсутствует один момент: «здесь и сейчас» произведения искусства — его уникальное бытие в том месте, в котором оно находится. На этой уникальности и ни на чем ином держалась история, в которую произведение было вовлечено в своем бытовании» [1, с. 19]. В. Беньямин пишет не просто о начале эпохи новой рефлексивности. Он неразрывно связывает ее (рефлексивность) с появлением фотографии и ее особенностями, заключающимися в конструировании иного восприятия времени — одновременно остановившегося и длящегося. «Вопреки всякому искусству фотографа и послушности его модели зритель ощущает неудержимое влечение, принуждающее его искать в таком изображении мельчайшую искорку случая, здесь и сейчас, которым действительность словно прожгла характер изображения, найти то неприметное место, в котором, в так-бытии той давно прошедшей минуты будущее продолжает таиться и сейчас, и притом так красноречиво, что мы, оглядываясь назад, можем его обнаружить» [1, с. 71].

Следовательно, визуальный поворот в данном контексте мы будем понимать, неотъемлемо от включения фотографии в научное знание, во-вторых — как изменение базовых структур мышления в науке. Для социологического знания это означает, качественное расширение аналитических возможностей исследований, а также появление объектов, позволяющих по-новому подойти к задаче изучения социальной реальности.

Целью настоящей статьи является осмысление социокультурного контекста осуществления «визуального поворота в социологии», то есть проникновения визуального в предметное поле социологического знания.

Поднимая тему экспансии визуальных образов в социологию, мы говорим в первую очередь о фотографических изображениях, что связано с особым положением фотографии в современной визуальной культуре как уникального средства документального воспроизведения реальности: «...Она в состоянии высветить такие оптические аспекты оригинала, которые доступны только произвольно объективу, но не человеческому глазу, или может с помощью определенных методов, таких как увеличение или ускоренная съемка, зафиксировать взгляд» [1, с. 21].

В современном мире, где медиа пронизывают повседневность человека, фотография стала первостепенным медиумом для полноценного восприятия и понимания окружающей реальности. «Сегодня главные поверхности — всевозможные экраны» [6, с. 13]. Изображение, образ единицы реальности, буквально конструирует и поддерживает процесс познания важных феноменов, которые заполняют пространство бытия: «...Изображения дают иное по сравнению со словом качество эмпатии» [8, с. 136]. Визуальный образ выступает в качестве семиотического объекта и способен, с одной стороны, создавать социальные реалии и наполнять их идеями и смыслами («конструктивистский аспект»), а с другой — репрезентировать социальные практики («структуралистский аспект»).

Исследования, проводимые в рамках визуальной социологии, используют всевозможные современные способы визуализации информации. Это не только фотография, но и видео-контент, графические изображения и т. д. «Некоторые исследователи сознательно ограничивают поле работы визуальными документами, фиксирующими видимую (социальную) реальность, — фото- и видео-документами, которые имеют социологическую ценность благодаря своей описательной способности, и являются инструментом познания и рефлексии» [3, с. 148].

Фотография и раньше была «на службе» у социологов, особенно в случаях, когда возникала необходимость проиллюстрировать особо острую проблему и тем самым обосновать необходимость ее исследования. Но использовалась она только в иллюстративном качестве для демонстрации нетипичных объектов исследования (в первую очередь для исследования проблем, связанных с девиациями). Предпосылкой к повороту социологии в сторону фотографии можно считать развитие социальной фотографии в США (самым известным и значимым представителем которой является Сьюзан Зонтаг — фотограф и теоретик фотографии). С. Зонтаг — одна из первых мыслителей, кто развивал научную рефлексию над социальной проблематикой фотографии. Она считала, что, фотографируя реальность, человек как бы становится обладателем знания, заложенного в этом моменте: «Процесс фотографирования сравним с приобретением предметов; более того, фотографирование порождает некое новое отношение человека к миру как к объекту, и отношение, вызывающее у фотографа чувство, родственное знанию» [4].

Фотография для социолога, во-первых, может выступать в качестве самостоятельного объекта социологического анализа. Социолог — исследователь социальных реалий — может посредством семиотического анализа фотоснимка проникнуть в содержание и онтологию исследуемого феномена, и «расчленив» его на знаки тем самым понять его суть. Один из наиболее эффективных вариантов анализа фотографических образов для социолога — это структуралистский анализ. Преобразование визуального в текст является прекрасным способом декодировать знаки. Осуществляя структуралистский анализ, социолог преобразует визуальный образ в текст, определяет его культурные коды и «прочитывает» семантику. Философ В.Флюссер в своей книге «За философию фотографии» дает прекрасное подтверждение взаимосвязи визуального и текстуального: «Понятийное мышление более абстрактно, чем мышление, основанное на воображении, оно абстрагирует из феноменов все размерности за исключением прямой. Тексты означивают не мир, а изображения, которые они прорвали. Следовательно, расшифровывать тексты — значит открывать означенные ими изображения. Цель текстов — объяснять образы, которые делают постижимыми понятия, представления. То есть тексты — это метакоды образов» [9, с. 10]. Фотография здесь является документом, то есть фиксированным текстом.

Во-вторых, помимо вышеперечисленных возможностей применения фотографии для нужд социологии, есть еще одна, максимально приближенная к «социологической повседневности» — это сбор информации об интересующей проблеме. В таком аспекте фотография выступает исключительно как документ, дающий материал для построения гипотез исследования (на уровне отбора материала для исследования, декодирования и интерпретации визуального образа, контент-анализа), и в конце концов иллюстрирующий выводы. Кроме того, фотография как «помощница» социологии, репрезентируя исследуемый документ, позволяет увидеть проблему «в разрезе» — то есть, ее развитие, причины и следствия. Также фотография используется социологом как вспомогательный ресурс в разнообразных дополнительных методах: наблюдение, эксперимент, глубинное интервью. Развитие качественных методов социологии определяет огромный спектр социальных процессов, требующих детального изучения, и анализ фотографии как один из методов качественной социологической аналитики открывает возможность глубокого «погружения» в проблему. Изучение визуальных артефактов общества является главным объектом познания визуальной социологии, так как, во-первых, удерживает ведущую проблематику социологии как науки (исследование общества), а во-вторых — является самостоятельным репрезентантом социальных практик общества.

Социология взяла на вооружение все известные до сегодняшнего дня методологии исследования фотографического образа. Структурализм и постструктурализм, семиотика, герменевтика, феноменология — все эти направления научного знания соединились в визуальной социологии в качестве ее методов. В чем заключается особая привлекательность фотографии для социологии? Фотография привлекает внимание социологов постольку, поскольку обладает очень важным для них свойством — реалистичность. «В фотографической технике используется оптическая закономерность (*camera obscura*), благодаря которой каждый снимок можно трактовать как отражение объекта, находящегося перед объективом» [1, с. 45]. Следовательно, первостепенной функцией фотографии для социологического анализа является ее достоверность, или документальность. Эдвард Вестон (*Edward Weston*), один из крупнейших фотоавангардистов XX века, говорил: «Только большим усилием можно заставить камеру врать, по природе она — честный медиум» [цит. по: 1, с. 45]. Однако есть и другое мнение, не кардинально противоположное, но раскрывающее некоторые особенности репрезентации событий посредством фотографии: «...в определенных случаях фотография способна к фантазии. Часто она показывает то, чего не было, но могло бы случиться. Очень часто — то, чего никто не увидел и не заметил. И уж, безусловно, то, о чем сами персонажи и не подозревали. Фотография раскрывает в изображении тот смысл, который возник на одно мгновение и тут же исчез. Или же поэтический смысл

иносказания, метафоры. Она конструирует свое развитие сюжета, часто не имеющее ничего общего с реальными событиями» [7, с. 76]. Данная цитата принадлежит российскому фотографу и исследователю фотографического искусства, автору монографии «Фотография как...», уже ставшей классической в кругах фотографического сообщества СНГ, — Александру Лапину.

Мы считаем, что в социологическом контексте можно выделить два принципиально различных подхода, при которых: 1) фотография является документом, свидетельством (в данном случае желательна максимальная «объективность» и, как следствие, минимум «авторского нарратива»); 2) фотография является самостоятельным объектом (в этом случае именно «авторский нарратив», а именно — условия, в которых он мог возникнуть и обратить на себя внимание некоей аудитории, оказывается в центре внимания социолога).

Таким образом, для социологии фотография является не только лишь «сферой визуальных представлений», но несет в себе также огромный аналитический потенциал. Говоря о значимости визуального в социальной жизни, П. Штомпка вводит понятие «визуальный универсум общества»: «Визуальные представления плюс визуальные проявления совместно образуют визуальный универсум общества, иначе говоря, «общественную иконосферу», что, собственно, и является предметом визуальной социологии» [11, с. 1]. Результатом такого всепроникающего заполнения социального пространства визуальными образами является становление так называемого «прозрачного общества». Для современного человека не осталось ничего сокрытого, а следовательно сакрального: масс-медиа стремятся «вывести на свет» все реалии жизни и преобразовать их в визуальные образы. Повсеместно срываются покровы, все становится явным, и то, что еще недавно казалось личным, интимным, буквально выпячивается и становится достоянием общественности, преобразовывается в публичное.

О феномене «прозрачного общества» пишет профессор философии Туринского университета Джанни Ваттимо в одноименной книге. «Реальность для нас является скорее результатом переплетения (*contaminazione*, «заражения» в латинском смысле) многочисленных образов, интерпретаций, реконструкций, которые, конкурируя между собой, и, во всяком случае, без какой-либо «центральной» координаты, распространяют масс-медиа» [2, с. 13]. Описанный процесс (его можно охарактеризовать как проявление реальности, которая открывается реципиенту как пленка в проявительной жидкости) объясняется естественным развитием современного общества, которое воспринимает окружающую реальность, в первую очередь, визуально<sup>1</sup>. Масс-медиа демонстрируют «стремление овладеть реальностью «одним ударом кулака», схватывая (или лишь грезя об этом) основополагающий принцип, от которого зависит все (и, следовательно, обеспечивая себе иллюзорное господство над событиями)» [2, с. 14]. Срывая покровы, масс-медиа ставят человека в центр этого хаоса образов, тем самым давая ему возможность упорядочивать реальность по собственному усмотрению (в данном контексте усмотрение мы понимаем как свободу выбора «потребления» предлагаемых масс-медиа образов).

Идея прозрачного общества и его идеалы, как мы выяснили ранее, сущностно связаны с визуализацией. Это и есть та идеальная «среда», в которой возникает и развивается визуальная социология. Ведь если человеческий мир познается в повседневной практической деятельности главным образом через визуальные образы, то и ученый, изучающий социум, не может себе позволить пренебрегать гносеологическим потенциалом визуального.

Прозрачное общество предполагает, что даже те социальные прослойки, которые находятся в самом низу, «на дне» общества, становятся явными и занимающими свое место и обладающими визуальным образом. Яркий пример такого «проявления» — фотографии Дианы Арбус. В 1950-60-х годах ее фотографии подпольной жизни Нью-Йорка стали открытием. Она проявила для простого обывателя жизнь, о которой тот предпочитал не знать — жизнь Другого. Фотографии Арбус поставили проблему принятия мира, который для заурядного человека является весьма фантастичным и оторванным от его обыденной реальности. Это проблема социальная, проблема сожительства двух совершенно противоположных миров — стабильного, конформистского, выхолащенного мира, где все и все занимают свое место, и другого — мира аутсайдеров, трансвеститов, карликов и калек. Гротескные, нелепые в своем безумии образы Дианы Арбус взяты не из противоположной реальности, как многим хотелось бы думать, они часть того самого мира, где есть война, голод, насилие... и все это проявлено.

В современной культуре, однако, и этот мир превратился в мир товаров, образов, в фантазмагорический мир масс-медиа. Стремление к острым ощущениям, страсть к экзотике, разрушению табу — все это проявляется в мире, где все тайное становится явным. «Было необходимо рассеять остатки

<sup>1</sup> Еще древнегреческий философ Платон отмечал, что для человека главный орган восприятия — это глаза, достаточно остроумная аргументация этого тезиса в Возрожденческой философии есть у Леонардо да Винчи.

тьмы, противостоящие свету, сделать так, чтобы в обществе не было никакого темного пространства, снести те затененные палаты...» [10, с. 230]. М. Фуко дает наиболее точное определение такого места, где нет ничего потаенного — паноптикум.

В таком мире визуальная социология не просто должна иметь место, но и необходима как наука, позволяющая анализировать и правильно воспринимать содержание новых реалий. Социолог через анализ визуальных образов «выводит на свет» и покоряет новые проявления социальной реальности посредством анализа ее знаков и знаковых систем. «Власть, главной движущей силой которой станет общественное мнение, не сможет терпеть ни одной затененной области» [10, с. 231]. В паноптикуме все открыто, все на виду, и социолог находится в самом центре, но не как надсмотрщик, а как наблюдатель.

Из вышесказанного можно сделать позитивный прогноз развития визуальной социологии. Использование визуального контента, и фотографии в частности, способно сделать социологическое исследование показательнее. Объект становится не просто «представляемым» (репрезентируемым), но и наглядным. Соответственно, для социолога открываются новые грани исследуемого объекта и возможности его рассмотрения (например, использование фотоисточников при работе с документами во время поискового этапа исследования). Важно отметить, что визуальная социология как «дитя эпохи прозрачного общества» наиболее объективно отражает такие направления рефлексии, которые в современном обществе являются наиболее перспективными, поскольку процессы познания, а также восприятия информации происходят в большинстве случаев посредством визуализации контента.

#### **Литература:**

1. Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости : Избранные эссе / В. Беньямин ; пер. с нем. — М. : Медум, 1996. — 239 с.
2. Ваттимо Дж. Прозрачное общество / Дж. Ваттимо ; пер. с ит. — М. : Логос, 2002. — 128 с.
3. Захарова Н. Ю. Визуальная социология : фотография как объект социологического анализа / Н. Ю. Захарова // Журнал социологии и социальной антропологии. — 2008. — Т. 11. — № 1. — С. 147–161.
4. Зонтаг С. Взгляд на фотографию / С. Зонтаг ; пер. с англ. ; на укр. яз. — К. : Основи, 2002. — 189 с.
5. Колодий Н. А., Колодий В. В. Визуальный поворот и его влияние на социальное познание / Н. А. Колодий, В. В. Колодий // Известия Томского политехнического университета. — 2010. — Т. 316. — № 6. — С. 146–151.
6. Круткин В. Л. Визуальные системы как медиа и пространство фотографического опыта / В. Л. Круткин // Вестник Удмуртского университета. — 2007. — № 3. — С. 13–28
7. Лапин А. И. Фотография как... [учеб. пособие] / А. Лапин. — М. : Изд-во Моск. ун-та. — 2003. — 296 с.
8. Сергеева О. В. Исследовательское поле визуальной социологии / О. В. Сергеева // Журнал социологии и социальной антропологии. — 2008. — Т. 11. — № 1. — С. 136–146.
9. Флюссер В. За философию фотографии / В. Флюссер; пер. с нем. Г. Хайдаровой. — СПб. : Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2008. — 146 с.
10. Фуко М. Око власти / М. Фуко // Интеллектуалы и власть : избранные полит. статьи, выступления и интервью / Пер. с фр. — М. : Праксис, 2002. — 384 с.
11. Штомпка П. Визуальная социология : Фотография как метод исследования [учебник] / П. Штомпка ; пер. с польск. — М. : Логос, 2007. — 168 с.