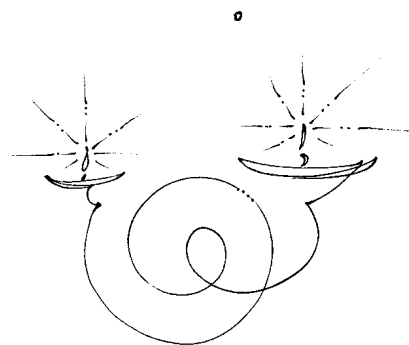


ФИЛОСОФИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ НАУКИ



Н. С. Дягилева, Л. А. Журавлева

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРИМЕНЕНИЯ ВИЗУАЛЬНОГО МЕТОДА В СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

Статья посвящена анализу визуального метода в социологии. В статье фотография рассматривается как вид документа, а также анализируются основные особенности качественного и количественного метода анализа фотографий.

Ключевые слова: визуальная социология, визуальный метод, метод анализа фотографий.

Современный мир наполнен визуальными образами. Поэтому визуально доступные для восприятия аспекты социального мира являются предметом изучения многих социально-гуманитарных и общественных наук. Особое место среди них занимает визуальная социология, в фокусе которой визуальный образ представляет собой не только самостоятельный объект познания, но и средство познания общественной жизни. Данная статья посвящена методологическому обоснованию анализа фотографий в контексте визуальных социологических исследований.

По мнению авторов данной работы, метод анализа фотографий (визуальный метод), приобретя относительную самостоятельность в силу своей специфики, выделился из социологического метода анализа документов.

В социологии документальной называют любую информацию, фиксированную в печатном или рукописном тексте, на магнитной ленте, на фото- или киноплёнке¹.

Широкое определение понятия 'документ' предполагает, что речь идет о средстве закрепления различным способом на специальном материале информации о фактах, событиях, явлениях объективной действительности и мыслительной деятельности человека². В социологических исследованиях выделяются

письменные, изобразительные, звуковые и комплексные документы.

Исходя из этого, авторами данной работы предлагается закрепить в классификации документов такой критерий. По форме выражения документы могут быть вербальными (к ним относятся все существующие в рукописном, печатном или электронном виде текстовые сообщения – от официальных законов и указов до статей в газетах и журналах, от статистической или архивной информации до личной переписки и дневниковых записей); визуальными (это любые статические или динамические изображения – фотографии, плакаты, рекламные заставки); аудиальными (записи с магнитных носителей, сообщения по радио, радио-объявления, радио-интервью); аудиовизуальными (кинофильмы, рекламные ролики, сообщения в телевизионных программах, репортажи, телепередачи и т. п.).

Таким образом, можно считать метод анализа фотографий (визуальный метод) разновидностью метода анализа документов.

Фотографию как документ можно охарактеризовать следующим образом.

По форме выражения фотография относится к визуальным документам. Источником фотографических документов могут быть печатные средства массовой информации,

электронные источники (сайты, социальные сети, электронные дневники, блоги), личные архивы (как печатные, так и электронные семейные альбомы), книги, научные архивы (собранные для изучения определенной темы коллекции фотографий).

По способу хранения фотография может быть печатной (распечатанной в семейном альбоме или напечатанной на страницах журналов и газет) или электронной (существовать в электронном виде и быть размещенной в Интернете).

По характеру источника большинство видов фотографии (личные фотографии, фотографии в СМИ, фотографии, сделанные в ходе социологического исследования) можно отнести к неофициальным документам. К официальным документам относятся фотографии, созданные с соблюдением определенных правил и стандартов (например, фотографии для паспорта или других документов), а также фотографии, исходящие не от одного конкретного лица, а от организации (фотография руководителя организации, размещенная на сайте организации).

По критерию содержания документа фотография отличается многообразием. На фотографиях могут быть изображены человек или группа, их трудовая или досуговая деятельность, личные или деловые отношения. На фотографиях может быть представлена информация о городской или сельской инфраструктуре (архитектура зданий, мосты и дороги, улицы и парки, реклама и вывески и многое другое). Из содержания фотографии можно получить информацию о ходе какого-либо события (демонстрации, забастовки, семейного праздника). Проанализировав фотографию, можно считать информацию об участниках сфотографированного события (половозрастной состав, национальность, раса и т. д.), об их невербальном поведении (мимика, позы, жесты), их действиях и взаимодействии друг и другом. Кроме того, по содержанию фотографии можно разделить на статические и динамические: в первом случае фотографируемый субъект статичен или позирует (например, фотография на паспорт); во втором случае на фотографии изображено действие человека или группы людей, динамика (танец, разговор, бег и т. д.).

По цели фотографирования фотографии могут быть постановочными – специально созданными для иллюстрации какой-либо информации (например, фотография директо-

ра организации для иллюстрации статьи, посвященной деятельности этой организации), трансляции определенной идеи (например, рекламные фотографии, на которых изображен процесс использования рекламируемого продукта) или иных целей; и репортажными – фиксирующими ход происходящих событий.

По научной функции фотографии могут быть целевыми и наличными. Целевые фотографии подготовлены в соответствии с целями проводимого исследования: фотографии, созданные в ходе исследовательской процедуры наблюдения, или фотографии, созданные для демонстрации экспертам и обсуждения в ходе экспертных интервью. Наличные – это фотографии, использующиеся как данные для социологического анализа, но подготовленные не в рамках социологического исследования: личные фотографии, фотографии из Интернета или СМИ.

По степени персонификации фотографии разделяются на личные и безличные. Личные фотографии посвящены фиксации информации об определенном человеке и его ближайшем окружении (друзья, родственники), а также о событиях, происходящих с ними (свадьба, юбилей, отпуск). Безличными считаются фотографии массовых мероприятий (концерт, день города и т. д.) и фотографии, не изображающие человека (фотографии городской среды).

По источнику информации фотографический документ может быть первичным и вторичным. Фотография является первичным документов в случае, если она создана в ходе осуществления исследовательских процедур (например, наблюдения) либо сделана специально в целях определенного исследования (например, фотографии берегов реки для изучения значения реки в жизни индустриального города). Вторичной можно считать фотографию, подвергшуюся электронной обработке, либо фотографии, опубликованные в СМИ.

Таким образом, фотографию можно считать определенным видом документа, метод анализа фотографий – специфическим методом исследования (визуальным методом). Визуальный метод – это метод в социологии, вид метода анализа документов, в котором источником анализа является фотографический документ (фотография).

В социологии принято различать два главных вида анализа документов – качественный и количественный (контент-анализ).

Метод анализа фотографий, являясь видом метода анализа документов, также имеет качественный и количественный подходы.

Сначала рассмотрим подробнее качественный анализ фотографических документов, который заключается в интерпретации сведений, содержащихся в документе, их толкование. Качественный анализ позволяет охватывать глубинные, скрытые стороны содержания документа. Главное ограничение использования данного метода – возможность субъективных смещений информации, обусловленная влиянием установок и предпочтений исследователя, сложившихся до начала анализа.

Интерпретируя фотографические материалы, исследователь получает визуальные данные. Визуальные данные в широком смысле «потенциально охватывают всякие предметы, людей, места, события или ситуации, которые может наблюдать человеческий глаз»³. Однако для социологии существенны только визуальные данные в более узком смысле – социологические визуальные данные. Учитывая, что целью социологии является анализ основных особенностей и закономерностей общественной жизни, культуры или общественной структуры, социологическими визуальными данными являются те объекты, которые связаны с деятельностью человека, на которых человек и коллективы оставили отпечаток своей активности или присутствия. Это исключает из сферы интересов социологии, например, фотографии мира природы.

Классик документальной фотографии Доротея Ланге, характеризуя цель своей деятельности, описала суть визуальных социологических данных: «Фокусом интереса фотографии является человек. Она регистрирует его повседневную жизнь на работе, на войне, в развлечениях или его деятельность в течение суток, следующих друг за другом времен года или фаз жизни. Фотография отображает институты человека – семью, церковь, правительство, политические организации, клубы, профессиональные союзы. Она не только показывает их внешнюю сторону, но и старается открыть способ их функционирования, влияния на личность, лояльность и поведение»⁴.

П. Штомпка в своей работе «Визуальная социология» приводит перечень визуально доступных объектов и явлений (т. е. визуальных социологических данных), которые пре-

доставляют наибольшую возможность для социологического анализа.

Во-первых, это контекст. Контекст – это типичные области общественной жизни, в которые люди как-то входят и из которых выходят в течение своего повседневного функционирования, а также в течение своей жизни⁵. Перечислим 15 наиважнейших общественных контекстов: дом, работа, потребление, путешествия (перемещение в пространстве), болезнь, смерть, образование (воспитание), религия, политика, наука (познание), искусство, отдых (развлечение), спорт, война и природные катастрофы.

Во-вторых, это люди. Человек является базовой составляющей общества и главным объектом интереса социологии. С каким бы контекстом исследователь ни имел дела, он найдет там людей: родителей и детей в контексте семьи, продавцов и покупателей в контексте потребления, врачей и пациентов в контексте болезни, учителей и учеников в контексте образования, художников и зрителей в контексте искусства, игроков и болельщиков в контексте спорта и т. д. Подвергая анализу человека на фотографии, можно получить информацию о его индивидуальных характеристиках (пол, возраст, раса), телесных характеристиках (рост, телосложение, фигура, растительность на лице), социокультурных характеристиках (одежда, прическа, орнаментация тела), характеристиках невербальной коммуникации (положение тела, осанка, поза, выражение лица, мимика, жесты), определенных символах (символах общественного статуса и престижа – костюм, галстук, часы; символах признания – медали, ордена), характеристиках личной гигиены (чистота, опрятность, небрежность), общей характеристике внешнего вида (грязный внешний вид, состояние алкогольного опьянения).

В-третьих, это действия. Ещё одним аспектом общественной жизни являются человеческие действия. Поведение людей наблюдается и необычайно разнородно, выполняет различные функции в различных контекстах общественной жизни и визуально не раскрывает внутренние мотивы поведения. Поведение может быть рутинным (обычное, нормальное поведение для конкретной ситуации), типичным (аналогичным для многих личностей), девиантным (отклоняющимся от стандартного поведения большинства), ритуальным (повторяющимся в соответствии с

известной последовательностью), церемониальным (необычным из-за своей торжественности, редкости, важности).

В-четвертых, социальное взаимодействие, интеракция, взаимно сориентированные действия по крайней мере двух человек. Примером простейшего вида интеракции является разговор. Для анализа интеракции очень важно пространственное положение партнеров, а также дистанция между ними. «Исследование интеракций может оказаться исследованием людей как носителей символов, показывающих их идентичность, статус или общественную компетенцию»⁶.

В-пятых, социальные группы и коллективные действия. Анализируя групповые фотографии, можно охарактеризовать следующие параметры: формальные показатели (численность, возраст участников, гендерные характеристики), вид и форма (малые группы – диады, триады и микрогруппы, условные и реальные группы, формальные и неформальные группы, первичные и вторичные группы, диффузные группы, ассоциации, корпорации и коллективы; большие группы – масса, публика, толпа), пространственная структура группы (строй, очередь, толпа и др.), структура иерархии или неравенства, «содержательная» характеристика действия группы (цель и характер действий), изменяющийся ритм коллективной активности (например, усиление уличного движения в разное время дня), типичность или нетипичность коллективного поведения в определенных ситуациях (уличная манифестация, церковная служба, рок-концерт и т. д.).

В-шестых, это культура. Наблюдению и изучению исследователя подвергается всё то, что входит в понятие материальной культуры – орудия труда, предметы домашнего хозяйства, оформление домов, одежда. Но потенциально все предметы «представляют собой запись человеческой активности <...> и могут служить в качестве указателей более общественно-культурных процессов, становясь инструментом теоретически углубленной разработки общественной жизни»⁷.

Седьмой аспект общественной жизни – это окружение. Социологическую информацию можно получить, анализируя окружающую человека среду, как природную (тип природного ландшафта, погодные условия), так и созданную человеком цивилизацию и инфраструктуру (тип поселения, расположение улиц, структура населенных пунктов,

транспортные средства). Кроме того, важным источником социологических данных является организация жилого и производственного пространства: меблировка дома (книги, картины, дипломы, трофеи, сувениры), техническое оборудование жилищ (используемые приборы, посуда), производственная среда и организация места труда. Наблюдению и исследованию подлежат такие области, занимающие в современном обществе значительную часть человеческой активности, как потребление (супермаркеты, торговые центры, рестораны, бары, рекламные билборды и т. д.), развлечение (развлекательные центры, кинотеатры, парки), спорт (беговые дорожки, стадионы, теннисные корты).

Итак, качественный анализ фотографических документов включает в себя анализ и интерпретацию контекста и различных аспектов представленной на фотографии общественной жизни (людей, их действий, взаимодействий между ними, окружающей человека среды).

Далее рассмотрим особенности применения количественного (формализованного) анализа фотографических документов (визуальный контент-анализ).

«Фотография представляет собой квазитекст»⁸, который может быть подвергнут контент-анализу, основывающемуся на выделении визуальных элементов, существенных с точки зрения поставленной цели и задач исследования, частоты их появления в выборочной совокупности (отобранной коллекции фотоснимков), а затем выполнении анализа количественных результатов.

При проведении визуального контент-анализа необходимо соблюдение следующих этапов.

Первым этапом является выбор объекта исследования, который представит фотографический материал для анализа определенной проблемы. Объектом контент-анализа могут быть экземпляры книг, номера газет и журналов, рекламные плакаты, интернет-сайты, личные фотоальбомы и др. Они составляют выборку исследования – ту часть фотоматериалов, которые подлежат изучению, достаточны для анализа всей проблемы и обеспечивают репрезентативность данных.

Второй этап – определение системы категорий анализа и единиц анализа. В роли единиц анализа могут выступать: темы, которым посвящены фотографии (например,

темы труда или досуга); определенные образы (например, пенсионер или образ матери и ребенка); образы известных личностей (политиков, выдающихся ученых и деятелей искусства и т. д.); целостные события. Кроме того, единицами анализа могут быть социально-демографические и личностные характеристики (пол, возраст, цвет кожи и др.), а также любые другие характеристики, имеющие значение в рамках данного исследования (например, стиль одежды, окружение, орудия труда и т. д.). Помимо единиц анализа, подлежат изучению понятийные категории, объединяющие множество разрозненных образов в тематическое целое. Исследователь, интересующийся тем, какое место в средствах массовой информации занимает, к примеру, проблема бедности населения, должен принимать во внимание не только присутствие в анализируемом массиве образов бедно одетых людей, но и образы требующих ремонта квартир и подъездов, полуразрушенных домов и т. д.

Затем следует третий этап – кодирование фотоснимков и количественный анализ. Кодирование снимков основывается на присвоении установленных категорий и единиц анализа каждому снимку. Количественный анализ может заключаться в:

1) частоте появления признака категории анализа. Простейшим является бинарный анализ: есть ли на фотографии данный элемент или нет. Более сложная процедура – подсчет частоты появления данного элемента в границах фотографии. Другая форма анализа имеет дихотомический характер – устанавливается появление определенной черты или ее противоположности;

2) объеме внимания, уделяемого категории анализа в содержании фотографии. Сле-

дует измерить пространство, занимаемое анализируемой единицей (например, отдельным человеком или группой). Кроме того, можно измерять степень интенсивности, выразительности, вычленения единицы анализа из фона (фокусировка на данном объекте). Для установления объема внимания может быть учтены также размеры фотографии и площадь, занимаемая ею на странице печатного издания;

3) установлении совместной встречаемости различных категорий. Этот метод позволяет определить силу связи между категориями и знак этой связи.

Итак, в данной статье автором был подробно рассмотрен метод анализа фотографий как самостоятельный метод социологического исследования.

Примечания

¹ Ядов, В. А. Стратегия социологического исследования. М. : Академкнига ИКЦ, 2003. С. 105.

² Добренков, В. И. Методы социологического исследования / В. И. Добренков, А. И. Кравченко. М. : ИНФРА-М, 2004. С. 557.

³ Emmison, M. *Researching the Visual* / M. Emmison, Ph. Smith. L. : Sage, 2000. P. 4.

⁴ Lange, D. *Photographs of a Lifetime*. N. Y. : Aperture, 1982. P. 124.

⁵ Штомпка, П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования : учебник. М. : Логос, 2010. С. 32.

⁶ Emmison, M. *Researching the Visual*. P. 190.

⁷ Ibid. P. 109.

⁸ Штомпка, П. Визуальная социология... С. 57.