

## **О МЕТОДАХ АНАЛИЗА ВИЗУАЛЬНЫХ ДАННЫХ**

*Соболева Ксения Валерьевна*

*аспирант кафедры социологии и политологии Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета «ЛЭТИ» им.*

*В.И. Ульянова (Ленина), РФ, г. Санкт-Петербург*

*E-mail: [ksumitko@yandex.ru](mailto:ksumitko@yandex.ru)*

## **VISUAL DATA ANALYSIS: METHODS**

*Ksenia Soboleva*

*graduate student of the Department of Sociology and Political Science St. Petersburg State Electrotechnical University "LETI", Russia St. Petersburg*

### **АННОТАЦИЯ**

В статье рассматриваются методические ресурсы визуальной социологии. Предлагается выделить две относительно самостоятельных группы методов: методы анализа содержания (контента) визуального текста (иконологический анализ; контент-анализ, сопоставительный анализ), нацеленные на описание основных параметров изобразительного текста, и методы анализа контекста визуальных данных (опросные методы, прежде всего интервью; дискурсивный анализ, партисипаторные методы), позволяющие посредством анализа высказываний по поводу и в связи с визуальным текстом получить информацию о его производстве и потреблении.

### **ABSTRACT**

This article discusses the methodological resources of visual sociology. It is proposed to distinguish two relatively independent groups of methods: methods of content analysis of visual text (iconological analysis, content analysis, comparison analysis), aimed at the description of the main parameters of the images and context analysis techniques of visual data (questionnaires methods, primarily interviews; discourse analysis, participatory methods), allowing analysis by statements about and in connection with the visual text to get information about its production and consumption.

**Ключевые слова:** визуальная социология; визуальные данные; иконологический анализ; опросные методы; дискурсивный анализ; партисипаторные методы.

**Keywords:** visual sociology, visual data; iconological analysis; questionnaires methods; discourse analysis; participatory methods.

Социологическая информация — это сложный интеллектуальный продукт, который порождается с помощью специальных методических инструментов. Профессиональная работа социолога с информацией о социальной реальности означает, что он не только выделяет и отбирает необходимую для него информацию из уже опубликованных исследований, статистических и других источников, но и сам порождает/создает информацию, которая отсутствовала до проведенного им исследования, наблюдая за поведением людей, изучая различные документы. В визуальной социологии конструирование исследователем данных особенно заметно как при отборе визуальной информации для анализа и интерпретации, так и при целенаправленном создании изобразительных текстов, соответствующих социологическим проблемам. Такое «откровенное» конституирование визуальной реальности посредством методических процедур отбора и анализа визуальных данных, когда, по замечанию П. Штомпки, от визуального социолога требуется «активное наблюдение, проявление и упорядочивание наблюдений посредством мобилизации видения и концентрации взгляда» [8, с. 17], на наш взгляд, является принципиальным условием самоопределения визуальной социологии как самостоятельной отрасли социологического знания. Иначе говоря, методический инструментарий визуальной социологии нацелен на то, чтобы посредством целенаправленного отбора, создания и анализа изобразительных текстов получить социологически значимую информацию относительно изображенной реальности, создателей изобразительных текстов, а также приемов саморефлексии о своей аналитической деятельности самих визуальных социологов.

Часто цитируемое в разных работах, посвященных визуальной коммуникации, высказывание Маркуса Бэнкса о применении к визуальным данным двойной перспективы анализа, а именно анализа контента и контекста [1, с. 8], имеет, на наш взгляд, методологическую ценность как возможное основание для разделения методов визуальной социологии на две относительно самостоятельных группы. Рассмотрим подробнее каждую из них.

Методы анализа содержания отобранных или созданных визуальных текстов нацелены на прояснение того, как в самой структуре изобразительного образа реализуются социальные и культурные смыслы. Важнейшей методической задачей становится поиск и использование таких процедур анализа, которые учитывали бы принципиальную несводимость визуальных данных к вербальным средствам языка. Как отмечала С. Лангер, визуальные формы (линии, цвета, пропорции и пр.), как и слова, могут быть выражены посредством артикуляции, но законы, которые этими формами управляют, полностью отличаются от тех законов синтаксиса, которые управляют языком. Визуальные формы представляют составляющие их элементы не последовательно, как это происходит в речевой практике, а одновременно. Отношения между этими элементами в визуальной сфере схватываются нами сразу, целиком, одним актом видения. Недискурсивные символы (презентативные формы) нельзя определить и переопределить на другом языке, как в случае с дискурсивными. Не может быть и переводного словаря, поскольку нет стандартного единого «ключа» для перевода, например, скульптуры в живопись или рисунка карандашом — в мазок краской. Их эквивалентность основана на общем полном соответствии всех составных частей, а не однозначной соотнесенности этих частей, как в случае дословного перевода [3, с. 85—87].

Поставленная задача объясняет интерес визуальных социологов к достижениям в области искусствознания, в частности к иконографическому анализу текстов, а также к семиотическому анализу. Речь идет о необходимости охарактеризовать пространственные, цветоцветовые, ракурсные,

композиционные аспекты анализируемого визуального текста с последующей его интерпретацией как системы знаков и символов.

Для анализа содержания визуального образа в аспекте его строения методическую ценность, на наш взгляд, представляет предложенная Г. Роузом цепочка вопросов, ответы на которые могут быть получены благодаря использованию соответствующего инструментария. В том числе вопросы о том, что показывается и из каких элементов состоит образ, какую материальную форму имеет образ. Также, представляется важным, какая форма придается образу, является ли он частью серии, какие отношения устанавливаются между частями образа [6]. Необходимо обратить внимание на положение зрителя при восприятии образа. С точки зрения создания образа, можно проанализировать, как используется цвет, как технология повлияла на текст, каков жанр образа. И, в заключение, что обозначают различные составляющие образа, стабильны ли отношения между составляющими образа и не противоречивый ли это образ.

Приведенный алгоритм функционально близок иконологической методике анализа произведений изобразительного искусства, разработанной Э. Панофским, который предлагал выделять уровни 1) пре- (или до-) иконографического или формального анализа картины, в том числе фактического и экспрессивного анализа; 2) иконографического анализа картины, а именно сопоставления образов, нарратива и аллегорий и их комбинаций, используемых в картине, с известными темами и сюжетами из мировых литературных источников, тем самым выявляющего вторичный смысл художественного произведения; наконец, 3) собственно иконологического анализа, направленного на поиск скрытого внутреннего смысла изобразительного произведения в целом [4].

Использование описанных методических процедур не отменяет решение задач, относящихся к предметной области визуальной социологии, а именно прояснение, декодирование, интерпретация социального смысла, социальных представлений, социальных проблем, репрезентацией которых выступают визуальные тексты.

Еще один вектор социологического анализа содержания визуальных образов (на примере фотографий) предложил П. Штомпка, когда предметом исследования становятся не одиночные фотоснимки, но серия снимков, упорядоченных по времени, что позволяет выявить существенные, регулярные, повторяющиеся зависимости между общественными явлениями [7, с. 29]. Наиболее эффективным методом работы с визуальными текстами в этом случае является контент-анализ, нацеленный на выделение визуальных элементов, существенных с точки зрения поставленной проблемы или вопроса исследований, частоты их появления в тщательно отобранной коллекции снимков, а затем интерпретацию полученных количественных результатов.

Методы, которые мы предлагаем отнести к группе анализа контекста визуальных данных, нацеливают исследователя на поиск информации, касающейся не самого изображения, но необходимой для того, чтобы прояснить особенности производства и потребления визуальных текстов, иначе говоря, обращаясь к данной группе методов, исследователь выходит за пределы собственно изображений. Важнейшими методами, обеспечивающими раскрытие коммуникативных сторон визуального сообщения, его денотативных и коннотативных характеристик, являются опросные методы (прежде всего интервью) и дискурсивный анализ. Обращение к дискурсивному анализу в визуальной социологии сдвигает вектор исследования со структуры визуального текста к изучению высказываний по поводу и в связи с таким текстом. То есть исследователь отбирает суждения участников визуальной деятельности о себе, о других, об изображениях и визуальных практиках, в которые они вовлечены, используя опросные методы, записи разговоров или контент-аналитические процедуры, после чего этот вербальный материал подвергается дискурсивному анализу. Л. Круткин предложил следующую характеристику фотографического дискурса: «Фотографический дискурс — это способ, каким контекст делается явным, это не «речь» изображения, потому что бумага «молчит». Это речь человека (и не одного) по поводу фотографирования, о фотографирующем, фотографируемом, рассматривающем

фотографию и показывающем её, о занятых ее производством и распространением. Снимок — это сообщение лишь в рамках подходящего дискурса» [2, с. 91].

Если вновь обратиться к методической цепочке Г. Роуза, то необходимая для последующего дискурс-анализа информация, проблематизирующая аспект производства и потребления образа, которую исследователь должен получить от своих респондентов, связана с ответом на вопросы когда, где и кто создал этот образ, был ли он создан ради кого-то еще? Важно проанализировать позицию автора: каковы социальные идентичности создателя, владельца и персонажа образа, а также каковы отношения между создателем, владельцем и персонажем и воспроизводятся ли эти идентичности и отношения в самой форме образа [6].

Как видим, приведенные вопросы нацеливают прежде всего на поиск информации об авторе визуального текста: его личностных особенностях, мотивационных и процедурных предпочтениях.

Вопросы, проясняющие аспект потребления визуального образа, нацелены на исследование следующих особенностей образа: какова была его первоначальная аудитория, как происходило первое представление образа, как он хранился и распространялся. В списке актуальных вопросов также то, какая аудитория является более недавним потребителем этого образа, где находится зритель по отношению к различным составляющим образа [6]. Нужно обратить внимание на взаимоотношения, которые выстраиваются между образом и зрителями, в зависимости от занимаемой ими позиции. И дополняется ли репрезентация словами, которые направляют ее интерпретацию. Каким образом влияют (если влияют) технологии распространения и демонстрации репрезентации перед различными аудиториями и возможны ли разнообразные интерпретации образа. Получатели образного сообщения дифференцируются по классу, гендеру, этничности, сексуальности и т. д. Здесь необходимо рассмотреть, как всевозможные аудитории истолковывают конкретный образ.

Очевидно, что для сбора такой информации предпочтительны анкетирование и социологическое наблюдение. При этом хорошо известные эмпирическим социологам сильные и слабые стороны данных методов, оказывающие влияние на достоверность полученных данных, подлежат профессиональному контролю как при разработке анкеты (включая ее композицию, формулировку вопросов, их видовое разнообразие и последовательность и т. д.), так и при проведении социологического наблюдения.

При сборе контекстной информации о визуальных данных особенно отметим так называемые партисипаторные методы. Речь идет о сознательном сотрудничестве исследователя с другими группами людей в процессе производства и анализа визуальных репрезентаций. Иначе говоря, партисипаторная стратегия работы с визуальными данными имеет место, когда представители изучаемой социальной группы включаются в креативный процесс исследования, активно сотрудничают с исследователем, порой акцентируя его внимание на тех или иных фактах и сторонах изучаемого феномена. «Этот подход основывается на принципе, что простые люди, так же как и профессионалы, способны к критическому мышлению и анализу, что их знания содержательны и ценны для образования и социального развития. При таком подходе сами участники организации проводят анализ проблемы, а исследователь лишь фасилитирует этот процесс, избегая акцентировать свою роль как эксперта» [5, с. 72].

Таким образом, выделенные группы методов позволяют обнаружить значительное разнообразие содержания визуальной деятельности и ее продуктов. Используемые визуальными социологами методические процедуры направлены как на визуальные (фотографии, рисунки, кино и т. п.), так и на вербальные (протоколы интервью, анкеты, записи бесед, официальные документы, газетные публикации и т. п.) тексты. Сортируя, упорядочивая собранные данные, подвергая их логическому и содержательному анализу, исследователи, наряду со стремлением определить смыслы, которые были

вложены в них создателями, наблюдаемыми субъектами, основную свою задачу видят в том, чтобы реконструировать социальный контекст, который репрезентируется визуальными текстами.

### **Список литературы:**

1. Визуальная антропология: настройка оптики / Под ред. Е. Ярской-Смирновой, П. Романова. М.: Вариант, ЦСПГИ, 2009. — 296 с.
2. Круткин В.Л. Фотография в социологическом исследовании: деревенская свадьба на форуме в интернете // Вестник Удмуртского университета. Сер. Философия. Психология. Педагогика. — 2010. — Вып. 2. — С. 88—96.
3. Лангер С. Философия в новом ключе: Исследование символики разума, ритуала и искусства: Пер. с англ. С.П. Евтушенко /Общ. ред. и послесл. В.П. Шестакова. М.: Республика, 2000. — 287 с.
4. Панофский Э. Иконография и иконология: введение в изучение искусства Ренессанса //Панофский Э. Смысл и толкование изобразительного искусства. СПб.: Акад. проект, 1999. — С. 43—57.
5. Романов П.В., Ярская-Смирнова Е.Р. Методология исследований и критического анализа в сфере социальной политики и социальной работы //Социология: 4М. — 2005. — № 21. — С. 51—77.
6. Сарна А.Я. Образ и медиум: основные принципы и методы анализа визуальных текстов СМИ //Теория и методы исследований социальной коммуникации: сб. науч. тр. Вып. 2 / Под ред. О.В. Терещенко. Минск: БГУ, 2009. С. 119—132. / [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL:<http://elib.bsu.by/handle/123456789/11336> (дата обращения 22.11.2013).
7. Штомпка П. Введение в визуальную социологию. Теоретические дискурсы и дискуссии. М.: ВШЭ, 2006. — 210 с.
8. Штомпка П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования: учебник. М.: Логос, 2007. — 168 с.