

УДК 316.4

DOI 10.23683/2227-8656.2019.6.10



**ВИЗУАЛЬНАЯ СОЦИОЛОГИЯ
КАК ОБЛАСТЬ
НАУЧНОГО ЗНАНИЯ:
АНАЛИЗ
ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ОСНОВ
В ТРУДАХ ЗАПАДНЫХ
СОЦИОЛОГОВ**

**VISUAL SOCIOLOGY
AS A FIELD OF SCIENTIFIC
KNOWLEDGE: ANALYSIS
OF THEORETICAL
FOUNDATIONS IN THE
WORKS OF WESTERN
SOCIOLOGISTS**

Исаева Екатерина Юрьевна

Кандидат социологических наук, доцент,
кафедра социальных наук
и этнонациональных процессов,
Орловский государственный университет
имени И.С. Тургенева,
г. Орел, Россия,
e-mail: sheva2977@mail.ru

Ekaterina Yu. Isaeva

Candidate of Sociological Sciences,
Associate Professor,
Department of Social Sciences
and Ethno-national Processes,
Turgenev Orel State University,
Orel, Russia,
e-mail: sheva2977@mail.ru

В статье предлагается обзор области визуальной социологии. В ней рассматриваются области, в которых визуальная социология может предоставить перспективу для изучения социальной реальности и служит образным инструментом для работы с различными предметами исследования. В ней изложены конкретные методы работы с визуальными данными, материал фокусируется на нескольких областях, где визуальные социологические методы могут быть прикладными, такие как изучение городов, общественных мероприятий и новых медиа.

Ключевые слова: визуальная социология; области визуальной социологии; визуальные методы; визуальные данные; визуальный анализ данных.

The article provides an overview of the field of visual sociology. It examines the areas where visual sociology can provide a perspective for the study of social reality and serves as an imaginative tool for working with various subjects of research. It sets out specific methods of working with visual data, the material focuses on several of the many areas where visual sociological methods can be applied, such as the study of cities, social events and new media.

Keywords: visual sociology; areas of visual sociology; visual methods; visual data; visual data analysis.

Введение

Одна из основополагающих идей визуальной социологии заключается в том, что достоверное научное понимание общества может быть получено через теорию, воплощенную в визуальных представлениях, при помощи научного наблюдения и анализа визуальных данных.

Цель визуальной социологии – использование визуальных образов в качестве достоверных данных в пределах социологических исследований. Важнейшим постулатом социологического анализа является использование изображений как данных, а не как иллюстраций для приукрашивания социологического аргумента. Визуальные социологи изучают социальную реальность через образы. Вместе с другими данными изображения, их последовательность и хранение не могут служить в визуальной социологии аргументами, существующими без использования социологической теории (обеспечивают социологическую ценность визуальных методов). Визуальный социологический анализ может быть представленным без каких-либо изображений, может использоваться для анализа невизуальных данных, например при опросе людей о том, как они создают, интерпретируют и распространяют изображения. Здесь визуальные социологи анализируют данные, связанные с тем, как социальный мир видит предметы, а не конкретные изображения.

Методология исследования

Визуальная социология в нашей стране представлена в социологических журналах в незначительном количестве научных статей, несмотря на рост ее популярности на Западе. Однако социологи все чаще признают ценность визуальных методологий, а также значение знаковых явлений в современной культуре. Ученые проявляют интерес к важности изображений и других визуальных данных в рамках микро-социологических исследований (Зуев, 2016). Недавно опубликованные работы в области визуальной социологии посвящались различным социальным проблемам, таким как этнические конфликты, восприятие городского ландшафта, коллективная идентичность и пол. Другие были ориентированы на конкретные методы, с использованием технических носителей в разных контекстах, и подчеркивали необходимость интеграции существующих знаний и опыта в области визуального анализа (Мюррей, 2015). Третья группа ученых была сосредоточена на конкретных темах, таких как глобальные города, кино или иммиграция (Зуев, 2017).

Визуальная социология занимается изучением увиденного и пытается вскрыть невидимые аспекты социальной реальности с использованием инструментов, которые позволяют производить, собирать и анализировать визуальные данные. Эти инструменты включают сбор иконографических документов (видео- и фотодокументация), генерацию предметов исследования, а также другие классические методы, такие как контент-анализ, интервью и включенное наблюдение. Визуальные данные также могут включать в себя анализ трехмерных данных, объектов и настроек, о которых социологически соответствующие выводы могут быть сделаны.

Самым популярным и сложным методом сбора исходных данных, активно продвигающимся визуальными социологами, является интервью с использованием фотоэлиминации (Сазерленд, 2013). Фотоэлиминационное интервью предполагает использование полученных изображений или предметов исследования (визуальных документов) для облегчения выявления информации о том, что без использования изображений не было извлечено. Происходит извлечение, или вынос за порог, рассматриваемых признаков (переменные, факторы, индикаторы), каузально не связанных с изучаемым явлением (процессом). Это может спровоцировать получение отдельных или групповых ответов по разным темам, обеспечить уравновешенный баланс между визуально-устными инструментами исследования.

Если исследователи не имеют надежных ключей к фотографическому контенту, если не знают, что является достоверными доказательствами, что нематериально, то тогда они не смогут использовать фотографию в качестве данных для последующего анализа, и не будет существовать никакого способа для перехода от необработанных фотографических изображений к их синтезированному утверждению.

Некоторые недавние социологические исследования демонстрируют необходимость интеграции методов для выравнивания отношения между классическим исследователем и исследователем средств совместного визуального производства данных с использованием компьютерных визуальных методов, например РАКМАР (Photo Apperception Knowledge Map – «фотокарта знаний апперцепции») (Анзоис, 2013).

Кроме этого, наблюдается рост арсенала этических проблем в некоторых национальных исследовательских контекстах, где визуальные исследования не допускаются без прохождения сложных процедур контроля и рецензирования. Этот фактор был рассмотрен как серьезное препятствие для использования определенных методов сбора дан-

ных, практикуемых визуальными социологами, но в то же время направил творческие решения в более этическое русло исследования.

Существует также другая альтернатива использованию визуальных данных в визуальном социологическом анализе. Например, Эммисон и Смит направляют визуальную социологическую проблему к истокам того, что можно увидеть, а не к тому, что было сфотографировано. Авторы утверждают, что черты социального мира не должны материализоваться для простого анализа и утверждения, что назревшая необходимость предоставления визуальных изображений не является главным требованием для визуального запроса. Пока такой видный защитник визуальной социологии, как Д. Харпер, утверждает, что Эммисон и Смит более широко используют фотографические изображения в качестве источника данных, представляется еще и иная перспектива, способствующая использованию живых визуальных данных (тело, взгляды, жесты, позы, трехмерные материальные объекты и т.п.). Таким образом, они вносят вклад в качественные социологические исследования, которые следуют традициям анализа нереактивных мер или использования визуальных данных на примере Шварца и Якобса в их исследовании «признаков запрета» (Харпер, 1997).

Теоретические концепции Э. Гоффмана о встречах, ритуалах, порядке взаимодействия, поведения в общественных местах и гендерных различиях сыграли важную роль в создании современной визуальной социологической основы и направлениях ее развития. Работа Э. Гоффмана по изучению гендерной рекламы – это не только фундаментальная работа по анализу визуальных медиа (рекламы), но важный вклад при анализе социальных показателей в конкретной социальной ситуации (Вилес, 2018)¹. Такие понятия, как «гиперритуализация» и «кадрирование», позволили перейти к более тонкому пониманию рекламного феномена. В работе Э. Гоффмана, посвященной актуальной для визуального анализа и исследования проблеме современных средств массовой информации и управления впечатлениями, автором рассматривается презентация себя в повседневной жизни, где основной анализ направлен на исследование отношений между производительностью и жизнью. Драматургический анализ, разработанный Э. Гоффманом, предлагает богатый концептуальный аппарат для изу-

¹ Классическая работа Э. Гоффмана, где он описывает, как женственность и мужественность отображаются в западных СМИ. Важное чтение для тех, кто интересуется гендерными стереотипами в визуальных медиа.

чения социальной структуры совместного присутствия и публичные взаимодействия.

Этнометодологические практики похожи на гоффманскую социологию и символический интеракционизм, чья цель состоит в том, чтобы понять социальный порядок и более тонкие детали человеческого поведения. Этнометодология, разработанная Г. Гарфинкелем, является одним из теоретических направлений, включающих визуальный анализ данных, и ориентирована на практики визуализации и видения, или «анализ того, как выглядит вещь» среди других тем. Визуальное измерение особенно важно для этнометодологов, которые интересуются точками зрения участника, а также раскрывают контекстуальные особенности ситуации. Этнометодология – направление, которое особенно подходит для наблюдения и анализа социальных практик, а также того, как они протекают в естественных условиях (Болл, 2011).

Полезные идеи для визуальной социологии могут быть получены из книги П. Бурдьё «Общедоступное искусство. Опыт о социальном использовании фотографии». Объектом социологического интереса являются фотографическая практика и практики визуализации, а предметом не являются фотографии как таковые, а фотографирование рассматривается как социальная практика. П. Бурдьё показывает, как фотографическая практика семейных фотографий может повысить групповую солидарность и позволит предположить, что люди, занимающиеся различными видами фотографической деятельности, могут разграничить границы классов как одной из современных практик фотографирования. Селфи как новшество позволило подняться до теоретических дебатов о коммуникабельности, изменить эстетику самопрезентации, расширило возможности связей визуальной и городской культуры (Бурдьё, 2014).

Распространение технологических инструментов (цифровая (веб) камера, GoPro-камера, смартфон, селфи-палки, дрон, Instagram) и феномена селфи не только подняло вопрос банальности визуальной культуры, а привело к расширению прав, возможностей женщин и их политической активности, способствующей исследованию постфеминизма (Марголис, 2011. С. 490–516). Визуальная социология разработала свои теоретические рамки наряду с событиями в различных теоретических направлениях в социологии, теории искусства, СМИ, исследованиях, демонстрирующих ее сильные стороны.

Разнообразие социальных вопросов, изучаемых в рамках визуальной социологии, демонстрирует необходимость нормализации визуального анализа как неотъемлемой части современного социологи-

ческого исследования. Такая нормализация означает, что для обеспечения максимальной эффективности методы визуальной социологии должны использоваться в сочетании с другими методами исследования. Такая позиция может вызвать более пристальное внимание к амбивалентному характеру фотографического изображения, позволит не пропустить социально-исторический контекст изображения, комментарии, которые могут быть предоставлены производителями и потребителями визуальности.

Многие из классических областей исследования в социологии уже рассматривались через призму визуальной социологии: класс, пол, национализм и мультикультурализм, этнорасовые отношения, труд и организации, урбанизм и семья и др. Визуальная социология как полноценная социологическая отрасль знания является относительно новой. Некоторые из ее областей, такие как городская социология, стали визуальными уже давно.

Труд «Большие города и духовная жизнь» Г. Зиммеля показывал основы современной жизни, автор говорил о потреблении и деньгах, моде, городском туризме, восприятии времени и о большом городе (Зиммель, 2018). Сегодня взаимодействие между локальным и глобальным уровнем показано в работах Дж.Б. Джексона, который считает, что так называемые местные ландшафты и являются местными маркерами социальных изменений. Визуальные подходы могут объединить различные теоретические и прикладные дисциплины, которые сосредоточены на городских формах и функциях. Самый наглядный пример – это труды социолога Борера, изучавшего символические отношения между людьми и местами. Он писал, что для того, чтобы понять мир людей, надо увидеть, как люди инвестируют в те места, которые имеют значение и ценность для них.

С этой точки зрения существуют шесть различных, но связанных между собой исследований: 1) изображения города и изображения в городе; 2) городское сообщество и гражданская культура; 3) мифы, повествования и коллективные воспоминания на основе места; 4) чувство и значение мест; 5) городская идентичность и образ жизни; 6) взаимодействие мест и практики.

Если удалить термин «городской», инструментарий Борера может быть проецирован на большую часть того, что сделано в визуальной социологии.

Все формально городские дисциплины используют визуальный подход более или менее явно, будь то картографирование, архитектур-

ный рендеринг, фотографические съемки, землепользование или строительные работы. Один из самых известных урбанистов-социологов У. Уайт использовал прямое наблюдение, кинокамеры для изучения и описания поведения людей в городских условиях. Его новаторское исследование Нью-Йорка («Городские площади») привело к публикации книги, созданию сопутствующего фильма «Социальная жизнь малых городских пространств» и разработке модели для использования визуальных подходов к анализу современного города.

Визуальные иконки уже давно сыграли важную роль в городских исследованиях, такие как концентрические зоны (круги) Э. Берджесса (Берджесс, 1925). С тех пор большая часть городской этнографии была сосредоточена на зонах перехода, выделенных Э. Берджессом, где базировались спекулянты, бродяги, наркоманы, бедняки, не/белые меньшинства, иммигранты из низшего класса, те, кто жил в гетто, трущобах, черном поясе, Китайском квартале, Маленькой Сицилии.

На уровне символической экологии Д. Дикинсон видит в ландшафте «зоны социальной патологии» более простой процесс отказа – это мнение разделяют представители Чикагской школы и марксистской идеологии. Изучая разрушенные районы, он утверждал, что «эти зоны распада становятся фабриками, производящими руины, которые станут памятниками завтрашнего дня. Здесь затем возникнут лиминальные (пороговые) зоны, где новые значения и ценности согласовываются для старых структур».

Визуальные подходы обычно основаны на социальной семиотике, которая исследует семиотические практики, специфичные для культуры и сообщества, для создания различных видов текстов и значений в различных ситуационных контекстах и контекстах культурно значимой деятельности. Большая часть визуального в городской теории основана на идее зрелища.

Дж. Деборд описал зрелище как совокупность опыта, представленного современным капитализмом как реальность, подобную распространению рекламы и массовости, средства массовой информации. Однако зрелища – это не сами образы, а социальные отношения зрителей, опосредованные ими. Туризм производит свою собственную семиотику, где уличная жизнь этнических анклавов, или естественная активность «людей третьего мира в первом мире», становится продуктом культурного потребления. Зрелище производится из разницы между тем, что турист встречает в анклаве, и тем, что он испытывает дома. Совокупность того, что он испытывает как зритель, детализировано, принято вне контекста и упаковано в продукты культурного потребления.

Визуальные исследования городской жизни значительно продвинулись вперед благодаря теории символического интеракционизма. Согласно Лофланду, интеракционисты внесли значительный вклад в знания о городских мирах, демонстрировали то, как люди общаются через искусственную среду. Отдельные индивиды и группы также взаимодействуют друг с другом через образы, значения которых они узнали в процессе социализации. Утверждалось, что «город из-за его размеров является местом особой социальной ситуации; люди, находящиеся в его пределах в любой момент, лично ничего не знают о подавляющем большинстве тех людей, мнения которых о пространстве они разделяют... городская жизнь стала возможной благодаря упорядочению городских поселений с точки зрения внешнего вида и пространственного расположения так, что жители города могли знать и общаться, только взглянув друг на друга».

Этнические и другие виды местных ландшафтов имеют решающее значение, но часто игнорируют городской текст. Ш. Зукин отметил, что акцент и интерес многих социологов и урбанистов был смещен к географическим сражениям по доступу и представлениям городского центра. В связи с этим утверждал, что «визуальные артефакты материальной культуры и политэкономии позволяют укрепить или прокомментировать социальную структуру». Создавая социальные правила «разборчивыми», они представляют город как видимый признак упадка. Ш. Зукин говорил, что «недооцененное пространство обязательно отступит в народные пейзажи бессильных и замещенных новым ландшафтом власти» (Зукин, 2018).

Д. Харви широко обсуждал «Пространственные практики» А. Лефевра, чтобы отметить, что власть, кроме функции командовать и производить пространство, может воспроизводить и укреплять силы внутри границ (Харви, 2018).

В связи с этим П. Бурдьё отметил, что наиболее успешные идеологические эффекты – это те, которые не имеют слов и являются не более чем соучастным молчанием. Поэтому можно утверждать, что производство символического капитала служит в основе идеологических функций, так как механизмы, с помощью которых они вносят вклад в воспроизведение установленного порядка и увековечивание господства, остаются скрытыми.

Для визуального социолога многие индикаторы скрыты и репрезентации местной общественной жизни переводятся в довольно «простой вид». Понятие П. Бурдьё о габитусе подтверждает в настоящее время случай видимой закономерности, что также полезно в отноше-

нии видения влияния сильных (Бурдьё, 2014. С. 72–95). Для Лефевра визуальное – центр и важный компонент в создании социальных пространств любого масштаба.

Еще одним важным аспектом пространства такого типа является визуальный персонаж, ориентированный на разумное видение; видимость людей и вещей, пространств и того, что содержится в них. Преобладание визуализации служит для сокрытия повторяемости. Люди постоянно смотрят на одни и те же образы ради самой жизни, живут на основе документов и планов, а покупают на основе изображений (Красе, 2012).

Представления города необходимы для построения многомерного анализа городских районов, где противоречивые и гибридные характеристики сосуществуют вместе. Город, пространство, представления городов и городских воображаемых объектов являются центральными объектами в визуальной социологии, предоставляющими средства, которые позволяют показать современные городские процессы: конфликты, потоки, изменения, распад, разрастание.

Визуальный язык многочисленных сайтов блогеров, книг, антологий и источников новостей строит сложную экологию современного города. Визуальные методы документирования представляют комплекс вопросов, которые возникают из анализа сложных городских проблем, предполагая, что визуальный язык города помогает определить его будущее выживание.

Визуальные представления города, а также рассказ о распаде, опасности и моральной деградации позволяют оценить представительство города для многочисленных публик в глобальной информационной среде. Презентации, состоящие из массы визуальных изображений, комментариев, впечатлений и идеологических кадров, создают «публичный экран» города (Уайт, 1980. С. 107–125). Каждый, кто имеет доступ к глобальным медиа или интернет-ресурсам, может участвовать в повествовании, связанном с конкретным географическим положением изучаемого пространства. Что являлось частным для жителей города, становится доступным для более широких слоев общественности и обсуждения. Визуальные методы важны для понимания «мимо-летнего» видения разрозненных границ городов, которые постоянно трансформируются: границы между сообществами, городом и периферией, районами.

Процессность влияет на наше индивидуальное отношение к городу и воспоминание о нем, составляет важную часть городского дискурса, когда публично освещается. Как города связаны через их образ

в нашей памяти, лингвистическое оборудование города позволяет нам помнить эти города – города-воспоминания.

М. де Серто пояснял, что метафора взгляда в городе с вершины башен-близнецов помогает нам понять случившееся: мы должны идти вниз, туда, где живут обычные практикующие города. Для него акт ходьбы создает город, и, как утверждают Дж. Красе¹, Т. Шортелл и Э. Браун, простые прогулки и сбор визуальных данных помогают раскопать глубокую городскую археологию множества слоев и пространств. Они могут иметь разные архитектурные стили, связанные с определенным политическим режимом, быть украшениями, обладать конструктивными особенностями.

В то время как городские пространства могут предоставить лучшие места для визуальных социологов, публичные мероприятия, в том числе торжества, мегасобытия, акции протеста, дают возможность изучить микровзаимодействие участников и ритуализированное поведение в сочетании с контекстуально активируемыми эмоциями и динамикой коллектива. Сам город – это сцена, на которой можно дифференцировать несколько настроек для принятия, практического взаимодействия, выделить материальные и официальные взаимосвязи.

Стандартные общественно-научные методы неидеально адаптированы к анализу событий как явлений со сложными взаимодействиями, акторами и значениями. Так, Дж. Лав и Дж. Урри предположили, что социологии еще предстоит разработать методы, которые хорошо резонируют с важными актами реальности. Множественные сенсорные, эмоциональные и кинестетические элементы событий ускользают от традиционных общественно-научных методов исследования.

В визуальной антропологии кинематографический язык, в частности, позволяет проникать в области, которые ранее избегали академические исследования: эмоции, чувства, относительность поведения и ценностей, культурные значения тела и культурные формы выражения и проч. Фотография – самая демократизированная и доступная визуальная практика, которая позволяет исследователям выделить индикаторы вокруг изображений. Рассматривая фотографии как реляцион-

¹ Видение изменения городов демонстрирует полезность визуальных подходов и изучение обычного городского пейзажа, чтобы документировать и анализировать, как построенная среда отражает изменения культурной и классовой личности жителей окрестностей. Приведенные различные источники из научных и массовых СМИ демонстрируют, как эти изменения связаны с вопросами местной и национальной самобытности и мультикультурализмом. Представляют исследования разных городов по обе стороны Атлантики, чтобы показать, насколько глобальные силы и конкуренция между городскими жителями в «оспариваемой местности» меняют облик городов вокруг света.

ные, можно выделить социальные объекты и истолковать их, понять, чего желали фотографы и объекты их фотографий (Пауэльс, 2015).

Разнообразные события изучаются с помощью визуальных методов, включая детальный визуальный анализ микровзаимодействий или ритуальных цепочек взаимодействия, различные церемониальные мероприятия или ритуалы, которые также включают праздничные мероприятия (религиозные и светские праздники) (Зуев, 2016). В зависимости от внимания СМИ незначительное событие может стать мегасобытием, и визуальный социолог обязан вмешаться и раскрыть суть значений, прикрепленных к такому событию.

Мегасобытия, такие как Олимпийские игры, выставки и чемпионаты мира по футболу, – довольно неоднозначные общественные мероприятия, так как они признают победу принимающей страны так же, как и интернационализм и универсальный человеческий дух в спортивных соревнованиях. Олимпийские игры, в частности, становятся первостепенными представлениями о нации, где патриотизм транслируется посредством церемоний открытия и закрытия. Контрастное представление СМИ о событиях и визуальная политика освещения значимого события позволяют взглянуть на ситуацию глубоких политических разногласий и наличия напряженности в отношениях между различными региональными и международными организациями.

Олимпийские игры, равно как и фестивали или карнавалы, являются крупными коммерческими предприятиями для туристов и всех заинтересованных. Товары и атрибутика подлежат контролю, тщательно планируются связи с общественностью, рекламные кампании и маркетинг события, служат основой для построения национального имиджа. В значительной степени визуальная реклама и продвижение мероприятия способствуют повышению праздничных чувств и эмоций, усиливают визуальную политическую борьбу (Моск, 2012).

Фотожурналистические отчеты также полезны для визуального анализа данных при изучении различных событий. Одним из преимуществ их использования является нейтральность, поскольку они не отражают позицию исследователя или респондента. Также можно изучить влияние изображения с помощью анализа содержания комментариев зрителей (если эта функция включена онлайн). Это особенно важно при изучении влияния видео на YouTube. Иногда фотографии, сделанные во время значительных событий, становятся знаковыми и позже используются как фрески, граффити и/или как агитационный материал. Некоторые события связываются с определенной фотогра-

фией, один момент, запечатленный визуальным исследователем, превращает событие в культовое изображение для чего-то большего.

Подводя итог, можно сказать, что публичные мероприятия, фестивали и спектакли являются значительным источником для получения эмпирических данных в визуальной социологии. Знание и объяснение контекста события, его истории и символической окраски имеют решающее значение в понимании визуального. Кроме этого, визуальная социология становится чрезвычайно актуальной в таких областях исследования, как исследование общественных движений, включая практики сопротивления, экологическая справедливость и активность, использование новых СМИ радикалами и боевиками группы активистов и др. (Зуев, 2011).

Интернет предоставляет визуальной социологии огромные возможности, так как все больше людей делится своими личными фотографиями и видео через сайты социальных сетей. Несмотря на это, визуальные предложения все еще находятся в тени устных рассказов в исследованиях социальных сетей. Исследователи изучают материальные и структурные возможности социальных медиаплатформ, а не свойства визуального на этих платформах. На сегодняшний день существует немного исследователей, которые используют визуальный анализ онлайн-данных в исследованиях городской среды и городского пространства. Сайты социальных сетей и платформ для обмена видео и фото, такие как Facebook, Twitter, Instagram, Vine, Snapchat, Pinterest, Meerkat и Periscope, являются неотъемлемой частью современной визуальной культуры общества. Но они редко получают должное внимание визуального социолога. Социальные медиа формируют процессы использования данных, обмена опытом, личность, самопрезентацию, визуальное общение и потребление.

Фундаментальные отношения между индивидом и обществом ставятся под сомнение в ряде исследований по социальным сетям, в которых визуальные данные перегружены. В своем исследовании Б. Аггер показывает перспективу чрезмерного разделения и избытка изображений в современном представлении себя и появляющегося нового режима конфиденциальности и наблюдения.

Важнейший аспект современной социальной жизни – это не только то, как мы наблюдаем и записываем видимый мир, обращаем внимание на невидимое, но и то, как наше присутствие и движения наблюдаются агентами власти в городе, с воздуха и в его границах. Нас не только видят и записывают постоянно через присутствие средств массовой информации и наблюдательные технологии, но потенциаль-

но и мы можем записывать все происходящее в любое время подвижным взглядом – наблюдение с самолетов, дронов, камер наружного наблюдения и спутников (Зуев, 2017).

Визуальная социология всегда пыталась решать вопросы, выходящие за рамки картины. Новые методы наблюдения порождают новые методы анализа информации. География невидимости и новые режимы взгляда способствуют появлению новых методов сопротивления взгляду. Динамичная борьба между видимостью и остающаяся за ее пределами сфера видящего глаза определяет будущие запросы визуальной социологии.

Реальные люди и места давно стали самыми привлекательными предметами для визуальных социологов, которые хотели наблюдать и записывать далекие, статичные и меняющиеся социальные реалии. Одним из основных и актуальных методологических вопросов является вопрос, касающийся заинтересованности социологии в осмыслении большого визуального набора данных, заинтересованности в сингулярности (единичности, в захвате и сосредоточении внимания на одном моменте, а не на количественном определении расширяющейся галактики).

Социальные проблемы все чаще передаются визуально. Некоторые из знаковых изображений сегодняшнего дня – это те, которые лучше всего отражают внутренние проблемы общества с посягательствами на нашу свободу, безопасность, здоровье, мир, справедливость и естественный баланс. Эти изображения меняют наше восприятие, присутствие в этом мире, заставляют остановиться и взяться за понимание независимо от близости или отдаленности от источника изображения.

Мощные образы связывают всех членов общества через любые границы. Эти знаковые изображения составляют суть визуального анализа и анализа социальной реальности, стоящей за ними. Огромный объем работы идентифицируется визуальными социологами. Все исследования сосредотачиваются на процессах, непосредственно связанных с просмотром, видением, фиксацией взаимодействий с визуальным и в визуальной сфере (Натансон, 2013)¹ как контексте продолжающегося научного дискурса.

¹ Этот сборник оригинальных статей посвящен двум переплетающимся общим вопросам: что такое визуальная сфера и какие средства мы можем изучать социологически? Эти вопросы служат логикой для разделения книги на два раздела: первый («Визуализация социального, социологизация визуального») фокусируется на значениях визуальной сферы, а второй («Новые методологии для социологических исследований визуального») рассматривает различные методы социологического исследования, чтобы лучше понять визуальную сферу.

Выводы

Теоретический анализ изученного и изложенного в статье материала позволяет констатировать, что визуальные подходы в антропологии и социологии становятся повсеместными в социальной науке. Все чаще происходит их теоретический поворот к применению качественных методов и анализов иконографических документов, являющихся инструментами исследования и источниками для получения данных. Проблема заключается в адаптации к быстроразвивающейся социальной и культурной картине мира, обогащенной визуальной и особенно цифровой основой общения и взаимодействия.

Быстрое развитие информационных технологий сопровождается огромным увеличением использования визуальных форм общения. Цифровое хранение и передача изображений, доступность видеотехнологий, распространение технологий визуального наблюдения, переход от текстовых к визуальным формам общения превращают визуализацию в инструмент анализа различных форм единого целого.

Практики производства и распространения изображений быстро и постоянно меняются. Повседневные практики составляют наше социальное и визуальное существование и всегда будут оставаться решающей областью запросов в визуальной социологии. Для визуальной социологии важно наблюдать эволюцию практики самопрезентации и визуализации; придется (пере) изобрести инструменты для анализа полученных изображений и их распространения через мобильные устройства, различные приложения и платформы. Повестка дня визуального социолога не ограничивается анализом 2D-изображений или даже распространением новых способов передачи изображения в киберпространстве. Их деятельность ориентирована на критический анализ социальных изменений и сдвиг в социальной реальности. Сосредоточив внимание на процессах, которые являются видимыми и невидимыми в инфраструктуре городских трансформаций, можно увидеть неравенство дизайна, а также различные формы визуального и цифрового совместного производства и обмена изображениями: обмен мечтами, рисунками, граффити-коллекциями, видеонаблюдениями, видео с дрона и фотопроизводство и др.

Визуальные социологи работают над разработкой методов по борьбе с видимыми и невидимыми сторонами человеческого существования, сторонами, которые, возможно, еще неизвестны и недоступны. Новые поколения визуальных социологов, ссылаясь на новаторские работы ученых-визуалистов, работавших в основном с фотогра-

фиями и видео, двумерными образами и медиапредставлениями, будут все чаще рассматривать связи между новыми медиатехнологиями, материальностью, политикой и новыми режимами видимости.

Литература

Анзоис В., Мутти С. Представляющие восприятия: интеграция фотоэффектов и ментальных карт в изучение городского ландшафта. 2013.

Берджесс Э. Рост города / Р.Е. Парк, Э. Берджесс (ред.). Чикаго: Университет Чикаго Пресс, 1925. С. 114–123.

Болл М., Смит Дж. Этнометодология и визуальные практики взгляда, визуализации и воплощенного действия.

Бурдьё П., Болтански Л., Кастель Р., Шамбордон Ж.-К. Опыт о социальном использовании фотографии. М.: Праксис, 2014. 464 с.

Вилес Р., Коффей А., Робисон Дж., Проссер Дж. Этическое регулирование и визуальные методы: создание визуального исследование невозможно или выработка хорошей практики? // Социологические исследования онлайн. № 17 (1). Режим доступа:

www.socresonline.org.uk/17/1/8.htm.

Дикинсон Дж. Энтропийные зоны: здания и сооружения современного города // CNS. 1996. № 7 (3). С. 81–95.

Зиммель Г. Большие города и духовная жизнь / Пер. с нем. М.: Stresla Press. 2018. 112 с.

Зуев Д. Визуальное измерение протеста: анализ ритуальных взаимодействий во время русского марша // Антропология. 2011. № 23 (3). С. 221–253.

Зуев Д. Визуальные методы в исследовании событий // Достижения в исследовании событий. Нью-Йорк, 2016. С. 96–119.

Зуев Д., Братчфорд Г. Видя как дрон. Презентация на 2-й визуальной социологии. Семинар, Университет Центрального Ланкашира, 2017.

Зукин Ш. Культуры городов / Шарон Зукин; пер. с англ. Д. Симановского. 2-е изд. М.: Новое литера-

References

Anzois, V., Mutti, S. (2013). Representative perceptions: Integration of photo effects and mental maps into the study of urban landscape.

Burgess, E. (1925). The growth of the city. In: Park R.E. and Burgess E.W. (Eds.). Chicago: Chicago University Press.

Boll, M., Smith, G. Ethnomethodology and visual practices of sight, visualization and embodied action.

Bourdieu, P., Boltanski, L., Castel, R., Chamboredon, J.-K. (2014). Experience about the social use of photography. M.: Praxis publishing house.

Viles, R., Coffey, A., Robison, J., Prosser, J. Ethical regulation and visual methods: creating visual research is not possible or developing good practice? *Sociologicheskie issledovaniya onlajn*, 17 (1). Available at: www.socresonline.org.uk/17/1/8.html.

Dickinson, J. (1996). Entropy zones: buildings and structures of a modern city. *CNS*. 7 (3), 81-95.

Simmel, G. (2018). Big Cities and Spiritual Life. Transl. from German. M.: Stresla Press. 112 p.

Zuev, D. (2011). Visual dimension of protest: analysis of ritual interactions during the Russian march visual. *Antropologiya*, 23 (3), 221-253.

Zuev, D. (2016). Visual methods in the study of events. Event Research Achievements. New York: Routledge.

Zuev, D., Bratchford, G. (2017). Seeing like a drone. *Presentation at the 2nd visual sociology. Workshop*, University of Central Lancashire.

Zukin, Sh. (2018). Culture of cities. Sharon Zukin; trans. from English D. Simanovsky. 2nd ed. M.: Novoye litera-turnoye obozreniye, 442 p.

Krasé, J. (2012). An argument for vi-

турное обозрение. 2018. 424 с.

Красе Дж. Аргумент для видения в городской социальной науке // Городские районы. 2012. № 2 (1). С. 18–29.

Моск С.Дж. «В чью игру они играют»: нация и эмоции в канадской телевизионной рекламе во время зимней Олимпиады-2010 // Исследования по изучению этнической идентичности и национализма. 2012. № 12 (1). С. 206–226.

Мюррей Д.С. Примечания к себе: визуальная культура селфи в эпоху социальных медиапотреблений // Рынки и культура. 2015. № 18 (6). С. 490–516.

Сазерленд Дж.-А., Фелтей К. Кинематологическая социология: общественная жизнь в кино. Лос-Анджелес: Мудрец, 2013. С. 13–16.

Смит Дж. Р., Сандерсон Дж. Я и Instagram! Анализ самопрезентации спортсмена в Instagram // Журнал вещания и электроники СМИ. 2015. № 59 (2). С. 342–358.

Социология. Визуальная сфера / Р. Натансон, Д. Зув (ред.). Нью-Йорк: Рутледж, 2013.

Справочник по визуальным исследованиям / Э. Марголис, Л. Пауэльс (ред.). Лос-Анджелес: Видение, 2011.

Пауэльс Л. Рефрейминг визуальной социальной науки: на пути к более визуальной социологии и антропологии. Кембридж: Изд-во Кембриджского ун-та, 2015.

Уайт У. Социальная жизнь малых городов. Пространства. Вашингтон, 1980.

Харви Д. Социальная справедливость и город / Дэвид Харви; пер. с англ. Е.Ю. Герасимова. 2-е изд. М.: Новое литературное обозрение, 2018. 458с.

Харпер Д. Визуализация структуры: поверхности для чтения социальной жизни // Качественная социология. 1997. № 20 (1). С. 57–77.

sion in urban social science. *Urban areas*, 2 (1), 18-29.

Mosk, S.J. (2012). “Whose game they play”. Nation and emotions in Canadian television commercials during the 2010 Winter Olympics // *Studies on the research of ethnic identity and nationalism*, 12 (1), 206-226.

Murray, D.S. (2015). Personal notes: Selfie visual culture in the era of social media consumption. *Markets and culture*, 18 (6), 490-516.

Sutherland, J.-A., Feltey, K. (2013). Cinematological sociology: social life in cinema. Los Angeles: Sage.

Smith, J.R., Sanderson, J. (2015). Me and Instagram! Analysis of the athlete’s self-presentation on Instagram. *Journal of Broadcasting and Media Electronics*, 59 (2), 342-358.

Sociology. Visual sphere (2013). R. Natanson, D. Zuev (Eds.). New York: Routledge.

Visual research handbook (2011). E. Margolis, L. Pauvel's (Eds.). Los Angeles: Vision.

Powels, L. (2015). Reframing visual social science. On the way to more visual sociology and anthropology. Cambridge: Cambridge University Press.

White, U. (1980). The social life of small towns. Spaces. Washington, DC: Conservation Fund.

Harvey, D. (2018). Social Justice and the City. David Harvey; per. from English E.Yu. Gerasimova. 2nd ed. M.: Novoye literaturnoye obozreniye, 458 p.

Harper, D. (1997). Visualization of the structure: surfaces for reading social life. *Qualitative sociology*, 20 (1), 57-77.

Поступила в редакцию

1 августа 2019 г.