

ФОТОГРАФІЯ ЯК ДЖЕРЕЛО СОЦІАЛЬНОЇ ІНФОРМАЦІЇ

У статті досліджено сутність фотографії як одного з джерел інформації для соціолога. Представлено використання фотографії як методу дослідження на прикладі повсякденного фото. Висвітлюються особливості фотографії. За допомогою таких категорій кодування, як старовинні двоповерхові будівлі, автор висвітлив одну з характеристик сучасного вітчизняного суспільства.

Ключові слова: фото, візуальна соціологія, соціокультурний аналіз, соціальна інформація.

В статье исследована сущность фотографии как одного из источников информации для социолога. Представлено использование фотографии как метода исследования на примере повседневного фото. Освещаются особенности фотографии. С помощью таких категорий кодирования, как старинные двухэтажные здания, автор продемонстрировал одну из характеристик современного украинского общества.

Ключевые слова: фото, визуальная социология, социокультурный анализ, социальная информация.

The article examines the photo as a source of information for sociologist. This method demonstrates us the possibilities of everyday photo. The peculiarities of photo are also illustrated. Author has shown the main characteristics of Ukrainian society due to encoding category which performed in modern architecture (in the form of old two-stored building).

Key words: photo, visual sociology, social and cultural analysis, social information.

Постановка проблеми. Розвиток новітніх сучасних технологій значно полегшує людське життя, але водночас робить його більш насиченим. Сьогодні для того, щоб зробити знімок, не завжди потрібна фотокамера. Для цього достатньо мати під рукою мобільний пристрій чи планшет. Фотографування стало масовою повсякденною практикою. Відтак, велика кількість зроблених фото втрачає свою цінність та актуальність. Адже, цифрові можливості техніки дають змогу зробити безліч кадрів, які так і залишаються назавжди у пам'яті SD-card. Проте для соціолога фотографія становить науковий інтерес: серед багатоманіття побутового фото дослідник намагається побачити несфокусовані деталі повсякденного життя. На основі аналізу таких дрібних деталей представляється можливість побачити інший, так би мовити паралельний сюжет, що розкриває зовсім іншу перспективу. Таким чином, властивості фотографії як джерела соціальної інформації робить цю розвідку актуальною та своєчасною.

Метою дослідження є розкриття властивостей фотографії як одного з важливих інструментів пізнання. Досягнення зазначеної мети зумовило необхідність розв'язання таких дослідницьких

завдань: 1) з'ясувати рівень дослідження цієї проблематики іноземними та вітчизняними вченими; 2) розкрити можливості фотографії як аналітичного інструменту; 3) сформулювати висновки.

Аналіз досліджень і публікацій. Класичною роботою, яка висвітлює використання фотографії як методу соціологічного дослідження, є посібник польського соціолога П. Штомпки «Візуальна соціологія», в якій суспільство характеризується у фотографічному об'єктиві, включаючи людські цінності, дії, соціальні взаємодії, колективність, культуру та навколишнє середовище [14]. Серед інших західних учених, які також вивчали цю проблематику, можна назвати французького дослідника П. Бурдьє [6]. Автор акцентував увагу на фотографії як об'єкті соціологічного дослідження, наголошуючи на тому, що визначення повідомлень об'єктивованої суб'єктивності відбувається за допомогою розшифрування та розкриття значення фотографій. У свою чергу, американський психолог Р. Арнхейм зазначав, що фотографія здатна виявити соціальні проблеми суспільства, напрям його розвитку, хвороби, які для нього притаманні [1]. Французький філософ Р. Барт, відомий своєю роботою «Camera lucida»,

наголошував на тому, що виявлення сутності фотографії можливо лише на основі аналізу особистих переживань, які виникають унаслідок перегляду того, чи іншого знімку [2; 3]. Американський мистецтвознавець С. Зонтаг зауважувала, що фотографія змінила поняття інформації, представляючи собою зріз, «кусок» простору та часу [8]. Разом із тим, цю проблематику активно досліджували ряд вітчизняних учених, таких як: В. Бондар, О. Костлярук, Л. Малес, С. Одинак, О. Хижняк тощо [5; 10; 12; 13]. Серед російських дослідників активну наукову позицію з цього питання займали такі учені, як О. Бойцова, А. Давидов, Ю. Захарова, В. Круткин тощо [4; 7; 9; 11].

Виклад основного матеріалу. Аналіз досліджуваної літератури дав автору підстави стверджувати, що візуальна тематика в соціології розвивалась у рамках постструктуралізму та семіотики (Р. Барт, П. Бурдьє). Однак використання фотографії як методу дослідження бере свій початок із робіт учених Чиказької школи соціології. На поч. ХХ ст. представники цієї наукової студії активно вивчали за допомогою фотографій місто як комплекс, розглядаючи його життя та явища. Активне впровадження кількісних методів дослідження в соціологічну науку сприяло тому, що візуальні дослідження фотографії відійшли на другий план. Проте в 50-60-х рр. ХХ ст. фотоматеріали почали активно використовувати під час висвітлення важливих соціальних подій. Наприклад, роботи відомих фотографів, що стосувалися бідності під час періоду депресії в Америці. Так, фототворення Гарлема (одного з районів Нью-Йорка) створюють образ відчаю і бідності, несуть у собі повідомлення, які привертають увагу до глибшого вивчення зображених явищ, зокрема й соціологами [5, с. 4].

Лише на поч. 80-х рр. ХХ ст. фотографія знову повертається до широкого наукового обігу як один із робочих інструментів, для якого характерні такі особливості: по-перше, одному займатися фотографією неможливо; по-друге, фотографія віддзеркалює окремі моменти часу; по-третє, фотографічний образ є найбільш достовірною репродукцією реальності; по-четверте, фотографія повинна бути мовчазною; по-п'яте, фотографію неможливо розглядати в цілому. Як зазначив із цього приводу Р. Барт, у фотографії все розпадається, все представляється як «абсолютна чистість, суверенна випадковість» [3]. Відтак, фотографічний світогляд не визнає послідовності та взаємозв'язку між явищами та одночасно надає кожному моменту чи явищу певну таємність та многозначність. Таким чином, головні функції фотографії полягають у тому, що вона покликана інформувати, представляти, надавати значущість та спонукати бажання.

Французький соціолог П. Бурдьє виділяв музику, живопис, скульптуру, літературу та театр як такі пласти культури, що відрізняються від кіно,

фотографії, джазу та шансону ступенем легітимації, рівнем формалізації відповідних інститутів, наявністю авторитетів та процедур. Так, у музиці, живописі, скульптурі, літературі та театрі склались універсальні вимоги, система освіти та корпус критиків. У культурному просторі цю роль виконують університети, академії, консерваторії. У свою чергу, фотографія тільки підлягає такого роду легітимації [6].

У вітчизняному академічному середовищі, однією з перших, хто застосував методику візуального викладання соціологічного матеріалу, була професор Харківського національного університету ім. В. Каразіна Іда Дмитрівна Ковальова. Подальший розвиток цього інноваційного методу викладання ми знаходимо в роботах Людмили Володимирівни Малес. Дослідниця зауважувала про необхідність візуалізації викладання соціології. Зокрема, практика ведення власного курсу «Основи соціокультурного аналізу» відкрила для Л. Малес різноманітні можливості соціологічної інтерпретації візуального матеріалу. На її думку, такі міні-дослідження мають цікаву інформацію про структуру повсякденного життя. Зважаючи на це, Л. Малес зазначала, що неминучим стає зміщення акценту від передачі знань до навчання бачити соціологічно [12]. Таким чином, до функцій соціолога належать не тільки опис явища, а й розкриття в соціальному контексті непрямого змісту, який закодований у цьому явищі [11, с. 42].

Важливість використання фотографії як методу дослідження полягає насамперед у тому, що людина сприймає 80 % інформації візуально. Тобто, значну роль у пізнавальних функціях особистості відіграє зір. Відтак, нас оточує безліч візуальних образів: візуальна реклама, білборди, афіші тощо. Більша частина нашого життя регулюється за допомогою картинок. Для соціолога цінність фотографії полягає в тому, що вона здатна віддзеркалювати суспільні реалії, адже в ній закодовано стиль життя людини та суспільства у цілому.

Соціолог здатен дивитись на фотосюжети не як на видумані людиною картини, а як на копії предметів чи дій, які реально існували та мали місце у просторі та часі. Разом із тим, повсякденна фотографія здатна ілюструвати буденне життя людини, вмещаючи додаткові повідомлення про неї. На цій основі у дослідника формується уява щодо соціальної приналежності громадян та особливостей їх поведінки. Відтак, слушною буде думка американського дослідника Р. Арнхейма, який із цього приводу зазначав, що стандартні позначення речей – лише зовнішня упаковка для інформації [1]. Щоб зрозуміти зміст фотографії, необхідно дивитись на неї як на місце зустрічі фізичної реальності з творчим розумом людини. Можна фотографувати реклами міжнародних корпорацій як прояв глобалізації, сучасні автостради як прояви модернізації, хмарочоси як ознаки урбанізації, прихисти біженців як ознаки

міграції чи компанію безхатченків як прояв пауперизації [14, с. 104].

На думку Р. Барта, фотографічна поведінка соціолога включає різні практики: фотографувати, фотографуватися, розглядати фотографії [2; 3]. Натомість польський дослідник П. Штомпка пропонує такі практики: фотографування, інтерпретація та розгляд. Учений вважав, що в контексті дослідження фотографії як дзеркала суспільного життя можливе використання таких методів, як спостереження, контент-аналіз фотоматеріалу, класичне соціологічне інтерв'ю, метод аналізу особистих документів [14].

Виходячи з цього, доцільно навести думку сучасної вітчизняної дослідниці Л. Малес, яка вказувала на те, що фотографія має великий евристичний потенціал у соціологічному дискурсі, що повинен розвиватись і надалі. На думку дослідниці, фотографія цікава для соціолога у трьох аспектах: 1) як об'єкт аналізу (цей аспект включає в себе онтологію: феномен, процес створення, функціонування у повсякденній та професійній сферах); 2) як матеріал соціокультурного аналізу (коли фотографія представляє документ, створений у певній соціальній реальності); 3) як інструмент збору соціологічної інформації (використання фотографії як технічного засобу в різноманітних методиках) [12].

Щоб зрозуміти сутність фотографії, необхідно звернутись до її структури. Р. Барт запропонував розглядати фотографію через такі категорії як *студіум* та *пунктум* [3]. Відтак, студіум завжди є закодованим, а пунктум – ні. Під пунктумом ми можемо розуміти певні фонові стереотипи, які організують наше життя. Сприйняття пунктуму зумовлюється особистісним суб'єктивним підходом. Не завжди деталі, що сприймаються як пунктум одним глядачем, можуть бути такими для іншого. Разом із тим, сутність фотографії також полягає в

її співвідношенням не з об'єктом зображення, а з часом, та визначає *ноему* фотографії формулою «це було». Тобто, фотографія не демонструє те, чого вже нема, а тільки те, що дійсно було.

Спираючись на науковий досвід вітчизняної дослідниці Л. Малес, автор зосередив свою увагу на темі «Міф міста». Вивчення цього питання дозволяє виділити постмодерні риси організації міського простору: поєднання різних стилів та культур; бачення сучасності та минулого одночасно; представлення історичних цінностей проти цивілізаційного комфорту [12].

У результаті фотозйомки деяких вулиць міста Миколаїв, автор намагався подати ті світлини, які свідчать про тотальну комерціалізацію міського пейзажу. Категорією кодування виступила сучасна архітектура міста у вигляді старовинних двохповерхових будівель. На основі кількісного аналізу змісту фотографій автор продемонстрував, що насиченість рекламними плакатами, назвами та установами організацій міського пейзажу спостерігається в історичному центрі міста. «Агресивність» рекламних повідомлень, «кричущі» кольори вивісок робить міський простір інформативно перенасиченим. Відтак, барви настільки заповняють міську архітектуру, що втрачається автентичність будівлі, її історичне та змістовне навантаження. Це свідчить про те, що міське населення не вбачає в архітектурі міста жодного естетичного прояву. Надлишок рекламних щитів на старовинних будівлях є зайвим доказом домінування ринкових відносин серед населення. Інформація, яка розташована на стінах будівель подана згідно з основними маркетинговими технологіями: її яскравість та великі габарити значно полегшують запам'ятовування. Як результат, так би мовити «новітній upgrade» будівлі вступає у дисонанс із його старовинним стилем. Нижче наведені деякі приклади.



Рис. 1. Пр. Леніна (ріг вул. Фалєївської)



Рис. 2. Пр. Леніна (ріг вул. Московської)

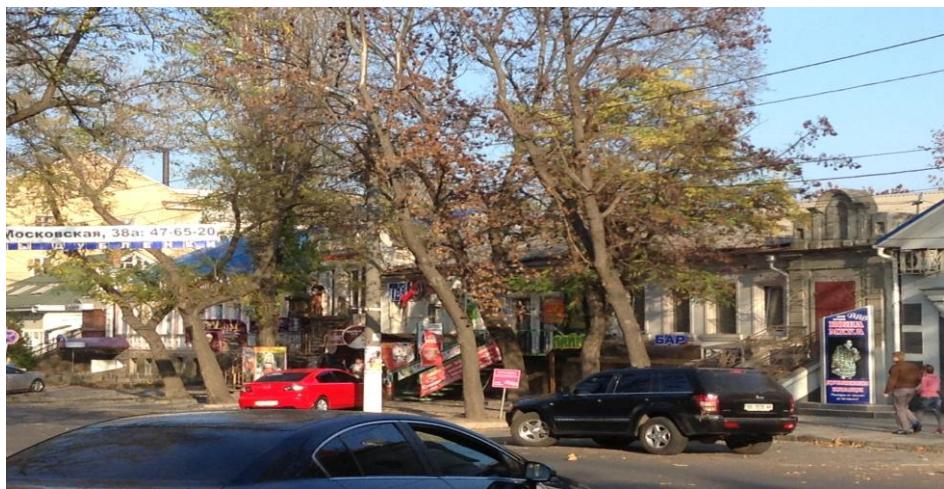


Рис. 3. Вул. Московська

Одним із місць, якому деякою мірою вдалось зберегти стару архітектуру є вул. Адміральська (починаючи від Будинку офіцерів флоту, що на вул. Артилерійській до заводу ім. 61 Комунара). Враховуючи історичне значення цієї вулиці, міська влада певною мірою докладас зусиль до збереження первинних архітектурних форм

(насамперед це стосується Миколаївського обласного краєзнавчого музею). Крім того, до себе привертають увагу стіни заводу. На них відсутні рекламні вивіски, лише деінде на заборі зображено графіті, що свідчить про вторгнення сучасної цивілізації та її вплив на архітектуру міських будівель.



Рис. 4. Вул. Набережна (Миколаївський обласний краєзнавчий музей)



Рис. 5. Вул. Адміральська (завод ім. 61 Комунара)

Крізь призму архітектури міста можна побачити, що для сучасного населення властиві всеохоплювальні процеси консюмеризації. Заповнивши собою аутентичні архітектурні форми, зовнішня візуальна реклама є свідченням того, що для міського населення естетика вулиць та культурна спадщина відіграє другорядну роль.

Таким чином, фотографія здатна відображати різноманітні сторони суспільного життя, які виникають без всілякого задуму, – від одяжі пересічних громадян та кольору машин до фасадів будівель. Відтак, за словами П. Штомпки, фотографічний образ у перспективі візуальної соціології виступає певним засобом пізнання суспільного життя [14].

Висновки. Отже, у результаті дослідження, автор дійшов висновків, що використання фотографії як методу дослідження суспільних процесів і явищ бере свій початок від американської школи соціології поч. ХХ ст. Згодом значну увагу цій проблематиці стали приділяти західноєвропейські учені. Серед українських дослідників вивчення цього питання

стало актуальним після виходу у світ книги польського соціолога П. Штомпки «Візуальна соціологія. Фотографія як метод дослідження» у 2007 р. Необхідно зазначити, що можливості фотографії як аналітичного інструменту достатньо широкі. Враховуючи вищенаведений матеріал, автор зазначає, що «фотографічний метод» має значний евристичний потенціал для соціолога. За допомогою фотознімків ми маємо можливість читати зображення немов би текстове повідомлення, враховуючи наявність пунктів (або деталей) у структурі фотографії. Разом із тим, щоб зробити «соціологічну фотографію», не завжди треба фіксувати людей. Суспільний розвиток може відкриватись і через можливість соціолога побачити щось у навколишньому середовищі. Проте, якщо ми аналізуємо чиясь фотографію як джерело соціальної інформації, не варто забувати, що ми – суб'єктивні та не можемо цього уникнути. Тому результати аналізу повинні ґрунтуватись як на власній суб'єктивності, так і на ідеях того, хто фотографував.

ЛІТЕРАТУРА

1. Арнхейм Р. О природе фотографии [Електронний ресурс] / Р. Арнхейм // Новые очерки по психологии искусства. – М. : Прометей, 1994. – С. 119–132. – Режим доступу : http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/armh. – Назва з екрана.
2. Барт Р. Camera lucida. Комментарий к фотографии [Електронний ресурс] / Р. Барт. – М. : Ad Marginem. – 1997. – Режим доступу : http://fondknig.com/main/115594_Camera_Lucida_kommentarij_k_fotografii.html. – Назва з екрана.
3. Барт Р. Фотографическое сообщение [Електронний ресурс] / Р. Барт // Система моды: Статьи по семиотике культуры. – М. : 2003. – Режим доступу : http://yanko.lib.ru/books/cultur/bart-sistema_modu.pdf. – Назва з екрана.
4. Бойцова О. Структура фотографического сообщения (на примере любительской фотографии) [Електронний ресурс] / О. Бойцова. – Режим доступу : <http://kogni.narod.ru/boitsova.htm>. – Назва з екрана.
5. Бондар В. Візуальна соціологія: розширення епістемологічних меж соціологічної науки [Електронний ресурс] / В. Бондар, Я. Одинак // Наукові записки НаУКМА. – 2011. – Т. 122 : Соціологічні науки. – С. 3–9. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/naukma/. – Назва з екрана.
6. Бурдьє П. Фотография как средство и индекс социальной интеграции [Електронний ресурс] / П. Бурдьє. – 30 июля 2011. – Режим доступу : <http://www.photographer.ru/cult/theory/5270.htm>. – Назва з екрана.
7. Захарова Н. Визуальная социология: фотография как объект социологического анализа [Електронний ресурс] / Н. Захарова // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2008. – Том XI. – № 1. – С. 147–160. – Режим доступу : http://socio.isu.ru/ru/chairs/ksf/courses/V5/10_Zaharovax1x.pdf. – Назва з екрана.
8. Зонтаг С. О фотографии [Електронний ресурс] / С. Зонтаг. – М. : Ad Marginem, 2012. – 268 с. – Режим доступу : <http://www.litmir.net/bd/?b=156137>. – Назва з екрана.
9. Давыдов А. Конкурентные преимущества системной социологии [Електронний ресурс] / А. Давыдов. – М. : КомКнига. – 2008. – 285 с. – Режим доступу : <http://ecsocman.hse.ru/text/19211415/>. – Назва з екрана.
10. Костлярук О. Використання візуальних джерел у відтворенні повсякденності [Електронний ресурс] / О. Костлярук. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Nvuuv_Ist/2008_21/028.htm. – Назва з екрана.

11. Круткин В. Фотографический опыт и его субъекты / В. Круткин // Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность : сб. науч. ст. / под ред. Е. Ярской-Смирновой, П. Романова, В. Л. Круткина. – Саратов : Научная книга, 2007. – С. 43–61. – Режим доступа : http://vestnik.udsu.ru/2005/2005-02/vuu_05_02_14.pdf. – Назва з екрана.
12. Малес Л. Фотография в социологических дисциплинах [Электронный ресурс] / Л. Малес // Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность : сб. науч. ст. / [под ред. Е. Ярской-Смирновой, П. Романова, В. Круткина]. – Саратов : Научная книга. – 2007. – С. 168–182. – Режим доступа : http://sociologist.nm.ru/articles/males_01.htm. – Назва з екрана.
13. Хижняк О. Визуальный компонент у дослідженні колективної соціальної дії [Електронний ресурс] / О. Хижняк // Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент. – 2012. – № 7. – С. 58–65. – Режим доступа : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Mnf/2011_7/index.htm. – Назва з екрана.
14. Штомпка П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования : учебник [Электронный ресурс] / П. Штомпка ; [пер. с польск. Н. В. Морозовой, авт. вступ. ст. Н. Е. Покровский]. – М. : Логос, 2007. – 168 с. + 32 с. цв. ил. – Режим доступа : http://socioline.ru/files/5/84/piotr_sztompka_socjologia_wizualna_2007.pdf. – Назва з екрана.

Рецензенти: Лозко Г. С., д. філос. н., професор;
Ляпіна Л. А., к. політ. н., доцент.

© Локтіонова Д. А., 2013

Дата надходження статті до редколегії 15.11.2013 р.

ЛОКТІОНОВА Дінара Анатоліївна – кандидат політичних наук, старший викладач кафедри соціології Чорноморського державного університету імені Петра Могили.

Коло наукових інтересів: якісні методи в соціології, електоральна соціологія.