

ТЕМАТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ «СОЦИОЛОГИЯ ВИЗУАЛЬНОГО»

Социология визуального: зрение, взгляд, изображение в цифровую эпоху. Введение к тематическому разделу

О. В. Сергеева

Санкт-Петербургский государственный университет,
Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7–9
Социологический институт РАН — филиал Федерального научно-исследовательского
социологического центра Российской академии наук,
Российская Федерация, 190005, Санкт-Петербург, ул. 7-я Красноармейская, 25/14

Для цитирования: *Сергеева О. В.* Социология визуального: зрение, взгляд, изображение в цифровую эпоху. Введение к тематическому разделу // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2023. Т. 16. Вып. 2. С. 131–134. <https://doi.org/10.21638/spbu12.2023.201>

Предлагаемый вниманию читателей тематический раздел родился из стремления включиться в неуклонно расширяющуюся в течение двух недавних десятилетий волну визуальных исследований. Экспоненциальный рост публикаций о визуальном вызван в том числе оповседневниванием цифровой коммуникации и среды, где визуальные объекты легко генерируются и передаются. Мы постоянно используем технологии создания образов, благодаря чему способны визуализировать то, что раньше оставалось вне нашей зоны видимости. Наша способность видеть усилена, как писал П. Вирильо (P. Virilio), «машинами зрения», с одной стороны, с другой же — вся наша визуальная среда потенциально не константна, делегируема, она чаще дезориентирует, чем дает ориентиры [1].

Распространение новых медиа сопряжено с изменениями основных характеристик социальных связей и культуры. Люди и цифровые медиатехнологии на арене актуальных действий соединяются, формируя новые культурные объекты и практики. Цифровые медиа еще более, по сравнению с медиа предшествующих эпох, разрывают границы между тем, что мы знаем благодаря нашему опыту, и тем, что известно по картинке. Меняются и отношения между создателем и потребителем: в цифровой среде изображение становится объектом с открытым содержанием, доступным для трансформации по мере его восприятия, а также при появлении новых акцентов контекста через комментирование. Поэтому отношения между создающим изображение и рассматривающим его легко переворачиваются, отме-

няются и комбинируются, а акцент в производстве визуального смещается с человека-пользователя и изображения на медиатехнологию с ее рамками допустимостей (affordances). Именно цифровизация подталкивает нас задуматься о сложных ансамблях, в которых медиум, автор изображения и аудитория объединяются и ретрансформируются.

Сегодня чрезвычайный интерес к визуальному проявляется повсюду, включая гуманитарные, социальные, естественные науки и профессии, ссылки на визуальные данные все больше внедряются в академическую работу. При этом представления о возникновении междисциплинарных визуальных исследований как отдельного поля уступили место тенденции развитию исследований визуального аспекта в рамках традиционных академических дисциплин.

Представители социальной науки в течение длительного времени были сосредоточены на сборе данных с использованием методов, дающих не только вербальный, но и визуальный материал — съемка в поле, обращение к визуальным стимулам для интервью и т. д. Как писал Д. Харпер (D. Harper) об основных областях визуальной социологии, это создание изображений исследователями или их испытуемыми, в ходе полевых наблюдений или интервью, плюс изучение изображений, сделанных социальными акторами в их повседневной жизни [2, р. 55]. С конца XX в. расширились дебаты по поводу мультимодальных форматов представления результатов социологических исследований: социологических выставок фотографий, визуальных эссе, социологического кино и др. Таким образом, визуальные социологи (как и антропологи) интенсивно апробировали методы документирования наблюдаемой реальности, тем самым выдвигая на первый план эмпирические исследования на основе свежих визуальных данных «из поля», а также собирая существующие визуальные ресурсы в интересующих их сообществах.

Хотя обычно отмечается, что социальные ученые включились в аналитику визуального позже гуманитариев, развивавших теорию и историю искусства и массовой культуры, но при этом забывается роль социологического взгляда, принципиальная для направления мыслей обществоведа. Как говорит Э. Чаплин (E. Chaplin), работа социолога сконцентрирована на наблюдении, поскольку социологи теоретизируют то, что они видят: «условия жизни, пространственное расположение, внешний вид людей и их действия; при этом огромное значение визуального измерения социального мира и тот факт, что мы переводим его в слова, мало замечаются» [3, р. 2].

В унисон с Э. Чаплин размышляет ее коллега по редакционному совету журнала «Визуальные исследования» Д. Вагнер (D. Wagner): «Все, что я изучал за последние 50 лет, привело меня к вопросам о визуальных измерениях и перспективах. В какой-то момент на этом пути я пришел к выводу, что каждый аспект культуры и общественной жизни имеет материальное измерение, которое можно исследовать визуально — буквально все, даже все то, что, как мы думаем, не из области визуального, например мышление, чтение, разговор и слова. Когда мы читаем, то мы смотрим на физическую книгу или читаем визуальный текст на экране, или слушаем, как кто-то читает. Эти физические процессы можно исследовать визуально, и они во многом связаны с тем, как мы думаем о мире и что мы готовы включить в мир, в котором мы живем, или что можем исключить из него. И вопросы об этих многочисленных измерениях того, что является визуальным, остались со мной» [4, р. 264].

Во многом благодаря привязке социальных исследователей к ситуации, в которой изображения включаются в обиход, научная повестка в аналитике визуального сместилась от вопроса «что мы видим?» к вопросам «как мы видим?» и «при каких условиях видим / не видим?». Поэтому сегодня объектами визуальных исследований являются не только образы, но и способы видения, условия просмотра/зрительства и циркуляции изображений.

Итак, визуальное имеет значение для социологов как минимум по следующим причинам:

- изображения отражают жизненные миры и социальные отношения их создателей и пользователей; повторяющиеся визуальные клише говорят о важности каких-либо тем и их специфической трактовке в различные исторические периоды;
- изображения часто являются формирующими элементами социальной жизни, убеждая, делая осязаемыми какие-либо идеи и ценности (в пропаганде, рекламе и т. п.);
- изображения могут хранить документальную информацию о людях, событиях, пространствах;
- изображения включены в бытовые и институциональные практики, в которых социальная среда обучает нас видеть или не видеть что-либо, а также создавать изображения по правилам эпохи.

Изображения являются социальными объектами, но их социальность не лежит на поверхности и не дается в максимальной открытости и ясности. Извлечение социальной информации из них требует критического социологического прочтения. Социальная природа визуального материала определяется тем, что он создается и воспроизводится в условиях, диктующих способы видения и репрезентации; визуальное всегда зависит от материальных инфраструктур и, наконец, представляет собой дискурсивную практику, предполагающую параметры героев в кадре и воображаемую аудиторию. Это не новые акценты, и они касаются многих общих тем, которые социологи обычно исследуют, руководствуясь своей предметной направленностью.

Как показывают статьи в подготовленном тематическом разделе, цифровые технологии ведут к новым формам видимости, которые ранее были неосуществимы. Мониторинг состояния организма с помощью носимой электроники способен дополнить образ «я» человека, выводя на экран статистику невидимых и иногда даже не ощущаемых телесных процессов (см. статью Е. С. Богомягковой). Социальные сети и смартфоны сделали человеческое общение более наглядным в качестве дополнения к текстовому и устному общению, цифровая визуализация имеет важные последствия, такие как возросшая способность к визуализации эмоций и саморепрезентации (см. статью С. В. Тихоновой). Вместе с тем важно осознавать потенциальные ограничения, которые визуальная нормативность накладывает на людей в повседневной практике: мы сталкиваемся со стандартизирующей эстетикой фотографии со смартфона и возникающими социальными нормами, связанными с возрастом, в ходе распространения изображений в социальных сетях (см. статью К. А. Галкиной). «Эпоха цифры» дает новую жизнь архивным изображениям, делая, например, детские рисунки 1917 г. доступным объектом для наблюдения и социологического изучения (см. работу Е. А. Орех и О. Ю. Бойцовой). Исследования, представленные в тематическом разделе, способствуют пониманию различ-

ных областей визуальной научной экспертизы и акцентируют внимание на социальной обусловленности взглядов и изображений.

Литература/References

1. Virilio P. *The vision machine*. St. Petersburg, Nauka Publ., 2004. (In Russian)
2. Harper D. Visual sociology: Expanding sociological vision. *American Sociologist*, 1988, vol. 19, pp. 54–70.
3. Chaplin E. *Sociology and Visual Representation*. London, Routledge, 1994.
4. The future of visual studies live roundtable. International Visual Sociology Association 40th annual conference, 7 July 2021. *Visual Studies*, 2021, vol. 36, pp. 261–271.

Статья поступила в редакцию 3 июня 2022 г.;
рекомендована к печати 28 апреля 2023 г.

Контактная информация:

Сергеева Ольга Вячеславовна — д-р социол. наук, доц., вед. науч. сотр.; o.v.sergeeva@spbu.ru

Sociology of the visual: Vision, view, image in the digital age. Introduction to the thematic section

O. V. Sergeeva

St. Petersburg State University,
7/9, Universitetskaya nab., St. Petersburg, 199034, Russian Federation
Sociological Institute of the RAS — Branch of the Federal Center of Theoretical
and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences,
25/14, ul. 7-ya Krasnoarmeyskaya, St. Petersburg, 190005, Russian Federation

For citation: Sergeeva O. V. Sociology of the visual: Vision, view, image in the digital age. Introduction to the thematic section. *Vestnik of Saint Petersburg University. Sociology*, 2023, vol. 16, issue 2, pp. 131–134. <https://doi.org/10.21638/spbu12.2023.201> (In Russian)

Received: June 3, 2022
Accepted: April 28, 2023

Author's information:

Olga V. Sergeeva — Dr. Sci. in Sociology, Associate Professor; o.v.sergeeva@spbu.ru