

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ПСИХОЛОГІЇ, ІСТОРІЇ ТА СОЦІОЛОГІЇ  
КАФЕДРА СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ, СОЦІАЛЬНОЇ ПЕДАГОГІКИ  
ТА СОЦІОЛОГІЇ**

**СОЦІОЛОГІЯ ТВОРЧОЇ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ**

**Кваліфікаційна робота (проект)**

на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»

Виконав: студент IV курсу 07-451 групи  
Спеціальності 054 Соціологія  
Освітньо-професійної програми «Соціологія»  
Олександр ВОРОНЦОВ

Керівник: к.соц.н., доцент Олександр ВОЛОШИН

Рецензент: к. психол. наук, доцент Іван КРУПНИК

Херсон – 2021

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІОЛОГІЇ ТВОРЧОЇ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ .....	6
1.1 Уточнення основних понять дослідження «візуальна соціологія», «фотографія», «творча візуалізація» .....	6
1.2 Теоретичні підходи до вивчення візуальної соціології.....	11
Висновки до розділу 1 .....	19
РОЗДІЛ 2. ФОТОГРАФІЯ ЯК МЕТОД СОЦІОЛОГІЇ ТВОРЧОЇ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ. 21	
2.1 Фотографія як метод візуальної соціології .....	21
2.2 Практика використання фотографії як сучасної технології візуальної соціології .....	25
Висновки до розділу 2 .....	31
РОЗДІЛ 3. ПРАКСЕОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІОЛОГІЇ ТВОРЧОЇ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ.....	32
3.1 Контент-аналіз, семіотична та структурна інтерпретація як методи соціологічного дослідження фотографії .....	32
3.2 Аналіз візуального зображення – фото протестних настроїв у суспільстві.....	36
Висновки до розділу 3 .....	41
ВИСНОВКИ .....	43
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	46
ДОДАТКИ .....	51

## ВСТУП

На сучасному етапі розвитку гуманітарних наук відбувається так званий «візуальний поворот». Такі зміни в науці відбуваються внаслідок підвищення інтересу до вивчення візуальної культури (дослідження кіно, масової культури, телебачення) з позиції сучасних філософських і соціальних теорій. Такі культурні зміни, в свою чергу, змінили розстановку дослідних акцентів. На сьогоднішній день візуальність набуває нового статусу в науці та культурі. Зважаючи на це необхідним є нове ставлення до таких змін і з боку соціологічного знання. Візуальна культура є актуальним викликом для соціології.

Візуальна соціологія виступає спробою розробки методологічних основ дослідження візуальної культури, за допомогою чого можуть досліджуватись різноманітні сфери суспільства і соціальної взаємодії – економічна, політична, культурна та духовна.

Сприйняття навколишньої дійсності опосередковано візуальними образами, які створюють постійний вплив на масову й індивідуальну свідомість, формуючи певні стереотипи та моделі поведінки в суспільстві. Візуальність виступає базовим модусом сучасної соціальності, культури, загальним принципом структури їх форм.

Розвиток технологій та інформаційного суспільства відкриває нові можливості для дослідження соціальної реальності. Фотографія як один із способів відображення дійсності виступає ефективним методом дослідження соціологічної проблематики на сьогоднішній день. За допомогою фотографії можливо досліджувати стан соціальної реальності на даний момент, розглядати розвиток соціологічних процесів і явищ у ретроспективній площині, робити порівняльний аналіз стану певної проблематики у різних країнах світу.

Стан наукової розробки проблематики представлений роботами вітчизняних та зарубіжних вчених. Різними аспектами дослідження візуальних образів та методів дослідження займалися: Р. Барт, Ж. Бодрійяр, П. Бурдьє, Г. Дебор,

Ж. Дерріда, Ж. Лакан, М. Фуко, М. Шапіро, П. Штомпка, У. Еко та ін. Теоретичні роботи, які можна віднести до класичних для візуальної соціології, розробили такі науковці, як Г. Беккер, Дж. Грейді та Д. Гарпер. Дослідженнями в рамках візуальної соціології в Україні займаються С. Котова-Олійник, Т. Марценюк, О. Рождественська, О. Данилевська (гендерні стереотипи в рекламі).

Слід зазначити, що сьогодні у вітчизняній і зарубіжній науковій літературі викладено значну кількість ідей і обґрунтованих пропозицій теоретичного і практичного характеру, в яких досліджуються різноманітні аспекти соціології творчої візуалізації. При цьому динамічний розвиток інформаційної сфери зумовлює часткову втрату актуальності теоретичних і практичних доробок. Кожного року з'являються нові методи та технології, що застосовуються в рамках соціології творчої візуалізації. Тому доцільною є актуалізація та дослідження сучасного стану соціології творчої візуалізації.

**Метою роботи** є дослідження фотографії як сучасної соціології творчої візуалізації.

Зазначена вище мета досягається постановкою таких **завдань**:

- уточнити основні поняття дослідження: «візуальна соціологія», «фотографія», «творча візуалізація»;
- виділити теоретичні підходи до вивчення візуальної соціології;
- охарактеризувати фотографію як метод візуальної соціології;
- визначити практику використання фотографії як сучасної технології візуальної соціології;
- охарактеризувати контент-аналіз, семіотичну та структурну інтерпретацію як метод соціологічного дослідження фотографії;
- проаналізувати візуальні зображення – фото протетсних настроїв у сучасному суспільстві.

**Об'єктом роботи** виступає соціологія творчої візуалізації.

**Предметом роботи** є фотографія як сучасна технологія соціології творчої візуалізації.

**Методи дослідження.** У науковій роботі для розв'язання поставлених завдань використано низку методів: аналіз (для виокремлення підходів до визначення поняття «візуальна соціологія» «фотографія» та «творча візуалізація»; синтез (зادля узагальнення існуючих підходів до розуміння ролі фотографії в соціологічному знанні). Важливими методологічними основами курсової роботи є праці зарубіжних та вітчизняних соціологів, у яких досліджено зміст візуальної соціології, теоретичні підходи до вивчення візуальної соціології та ролі в ній фотографії як сучасної соціології творчої візуалізації. За допомогою системного методу соціологія творчої візуалізації розглядається як складна система взаємодії інформаційного, технологічного та соціального елементів. Структурно-функціональний метод дозволяє виділити основні компоненти соціології творчої візуалізації. Історичний підхід дозволяє розглядати наукову проблематику з точки зору хронологічного розвитку. За допомогою таких прикладних методів наукового дослідження, як контент-аналіз та семіотична і структурна інтерпретація досліджуються фотографії із відображенням протестних настроїв у сучасному суспільстві.

**Наукова новизна роботи** полягає у виявленні сучасних засобів та методів соціології творчої візуалізації, виявленні нових аспектів у дослідженні фотографії як методу візуальної соціології та відображення сучасного стану протестних настроїв у суспільстві за допомогою аналізу фотографій.

**Теоретичне та практичне значення** отриманих результатів полягає в тому, що результати, отримані в ході дослідження, можуть використовуватися при підготовці матеріалів для семінарів, лекцій, круглих столів та конференцій по даній темі, а також виступити основою для подальшого теоретичного дослідження наукової проблематики.

**Структура кваліфікаційної роботи.** Робота складається з вступу, трьох розділів, що об'єднують шість підрозділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІОЛОГІЇ ТВОРЧОЇ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ

### 1.1 Уточнення основних понять дослідження «візуальна соціологія», «фотографія», «творча візуалізація»

Для більш повного дослідження соціології творчої візуалізації доцільно розглянути сутність основних понять наукового дослідження: «візуальна соціологія», «фотографія» та «творча візуалізація».

Візуальна соціологія – поняття, яке викликає дискусії серед науковців щодо визначення сутності цього поняття та співвідношення його з поняттям «соціологія». Візуальна соціологія – це «поле соціології, що відрізняється особливою перспективою дослідження, виробництва та подання знання, що знаходиться в стадії формування і розширення власних кордонів» [19]

Звертаючись до робіт Р. Барта, М. Фуко, Ж. Дерріда, Ж. Лакана, Г.Дебора, М.Шапіро, Т.Дж.Мітчелла, Ж. Бодріяра, Г. Поллок, соціологія виходить сьогодні на новий рівень інтерпретації візуального, прагнучи до вивчення повсякденного життя, способів і ідеологій виробництва візуальних образів. Візуальна соціологія пропонує зовсім інший погляд на вивчення суспільства, роблячи акцент на використанні візуальних методів збору (фото і відео спостереження, контент-аналіз, дискурс-аналіз). У той же час візуальна соціологія стикається з низкою проблем, вирішення яких допоможе їй до кінця оформитися як науковій дисципліні.

Сама по собі візуальність виступає базовим модусом сучасної соціальності, культури, загальним принципом структури їх форм [22, с. 3]. В епоху масштабного поширення нових інформаційних технологій процес візуальної експансії масштабується, при цьому «колишня культура, яка визначається як «літературоцентрична» (А. Левінсон) або «мовна» (М. Риклін), поступово втрачає свої позиції» [17, с. 7]. В даний час візуальна культура являє собою знакову

систему, яка формує в індивідуальній свідомості певні стереотипи і моделі поведінки.

У візуальній соціології візуальне зображення трактується «як безліч смислів, культурних кодів, символів, норм тощо. При цьому постулюється, що багато фрагментів соціальної реальності не можуть бути виражені словами, а тільки візуальними образами» [11; 20]. Яскравий приклад цьому – фотографія. Процес її створення і вона сама починають сприйматися як продукт культури. Причому визнається те, що фотографія є відображенням не тільки того, що знімається, але і того, хто знімає. Таким чином, фотографія розглядається як специфічний спосіб сприйняття і уявлення світу.

Важливою частиною візуальної соціології як емпіричної дисципліни виступає її методологія. Відзначається значимість зорового сприйняття візуальних образів, її культурна обумовленість. За допомогою візуального ми сьогодні все більше вивчаємо соціальність.

Об'єктом візуальної соціології тоді є культура виробництва і споживання візуальних об'єктів.

Як предмет вивчення в візуальній соціології виступає соціальна обумовленість виробництва і споживання візуальних об'єктів. Візуальна соціологія вивчає «візуальні дані соціального життя» [11, с. 43-63]. Це фотографії, журнали, кінофільми, відео, живопис, медіа, реклама, візуальні ЗМІ, мода, сімейні фото- і відеоальбоми, татуювання, пози і т.д. Вони цікаві для дослідників і в якості культурних текстів, і як репрезентації соціального знання.

Візуальна соціологія знаходить інспірації тільки в деяких течіях соціологічної теорії і могла з'явитися тільки тоді, коли теоретичні течії, які сприяють їй, стали сильно впливати на соціологічне мислення [41, с. 102].

Деякі вчені говорять про те, що виділення поняття «візуальна соціологія» є не досить коректним, так як виділяючи візуальну соціологію, за логікою, потрібно виділяти вербальну соціологію [4, с. 67]. Візуальна соціологія не є галуззю

соціологічного знання, як соціологія політики або економіки, так як візуальне характерне для будь-якої сфери життєдіяльності суспільства.

Стратегії і підходи до вивчення візуальної інформації говорять не про виникнення нової науки або соціологічної галузі – «візуальної соціології», – а про особливу точку зору на те, що відбувається в соціумі – крізь призму візуальних образів і репрезентацій. «Дану перспективу цілком можна назвати методологією дослідження візуального, що дозволяє соціології реалізовувати нові функції і розширювати пізнавальні можливості звичних дослідницьких методів. А поширені сьогодні поняття «візуальна соціологія», «візуальні методи», «візуальні дослідження» і подібні до них варто розглядати скоріше як метафоричні найменування великої області вивчення візуального, а також характерні для неї стратегії організації польових робіт і способи використання основних існуючих методів соціологічного дослідження [4, с. 78].

Творча візуалізація є способом відображення соціальної реальності, оточуючого середовища людини, за допомогою застосування технологічних засобів. Творча візуалізація відрізняється такими характеристиками, як специфічний погляд на об'єкти та предмети навколишнього світу, залучення уяви та фантазії для відображення суспільних реалій.

Творча візуалізація – це «дієвий спосіб прояснення своїх цілей і зміцнення впевненості в тому, що ви зможете домогтися цих цілей. Коли ви спокійно обмірковуєте свою мету, ви мобілізуєте необхідну енергію; це надає вам завзятість і допомагає впоратися з внутрішнім напруженням» [38].

Фотографія – є важливим методом отримання візуальної інформації. У сучасному світі фотографія займає досить важливе значення, як з точки зору наукового підходу, так і в повсякденному житті.

Слово фотографія походить від грецьких *phos*, *photos* (родовий відмінок) і *grapho*, що в перекладі на українську мову означає світло, пишу, тобто буквально світлопис [9], що дозволяє отримувати зображення об'єктів «за допомогою оптичного апарату (камери) на світлочутливих пластинках». Тобто фотографія –



це «мистецтво знімати предмети на папір за допомогою світла»[12]. Це також картина, знята за допомогою світла і «... закладів, пристроїв, майстерність художника фотографа» [12].

На сьогоднішній день таке визначення фотографії не цілком відповідає реальності, тому доцільним буде визначити поняття фотографії, як мистецтво знімати предмети на папір чи в цифровому форматі за допомогою технічних засобів.

Фотографія виконує певні функції, які розкривають тип людської діяльності, яку ще в 1932 р. угорський мислитель, дизайнер і педагог в сфері художньої освіти Л. Мохой-Надь назвав «об'єктивною формою зору нашої епохи» [26, с. 44]. Цей художник, виявляючи сутність і сенс фотографії, вважав, що фотографія разом з новою архітектурою (схожість в сприйнятті зображуваного об'єкта і побудові композиції у фотографії і архітектурному мистецтві зазначають і сучасні художники, педагоги і фотографи [18]) привела до нашої здатності «повному дивитися на навколишнє середовище і на своє життя», що в фотографії нам потрібно« шукати не «картину», не звичайне естетичне враження, а особливий інструмент для педагогічних та образотворчих цілей »[26, с. 44-45].

Відносно соціологічної теорії фотографія може виконувати 2 функції: евристичну (висування нових гіпотез, ідей, понять) і перевірочну (надання емпіричних доказів, які підтверджують або спростовують твердження, гіпотези тощо). Однак ефективно виконувати свої функції фотографія може лише по відношенню до певної теорії, а не по відношенню до всіх теорій взагалі. Існують теорії, для яких фотографія не матиме ніякого значення.

Важливо відзначити, що «... сам спосіб тлумачення фотографії залежить від соціального контексту і від того місця, яке фотографія займає в ньому» [18]. Облік соціального контексту обумовлює необхідність розробки відповідних класифікаційних моделей. Одним з варіантів може бути наступна класифікація.

#### 1. Фотографія як діяльність.

Перший критерій класифікації – суб'єкт фотографічної діяльності. На основі цього критерію можна виділити аматорську і професійну фотографію. Другий критерій – об'єкт фотографічної діяльності. Використовуючи цей критерій, фотографію можна поділити на фотозйомку людей і фотозйомку навколишнього світу.

## 2. Фотографія як зображення.

Фотографія може бути як твором мистецтва, так і повсякденно створюваним, використовуваним, але не бути суспільною цінністю, «прохідним» матеріалом. Це може бути ілюстрація до книги, журналістської статті і PR-тексту. Як зображення фотографія може бути також репродукцією картини, репродукцією репродукції картини тощо. Це можуть бути і аматорські фотозображення з повсякденного життя людей. Не варто забувати і про документи: фотографія як історичний документ [24], фотографія в кадрових особистих справах, паспортна фотографія, поліцейська фотографія (фотороботи злочинців, зниклих без вести тощо).

## 3. Фотографія як засіб комунікації.

Фотографія стала засобом вираження (*medium*), за допомогою якого сучасна людина повідомляє про те, що вона робить, де побувала, що бачила, що її цікавить. Фотографія дозволяє зберігати інформацію про минуле. Крім того, фотографія є повідомленням, мовою, кодом (якщо мислити в рамках семіотики), що складається з елементів, що прочитуються. Такий код може бути зрозумілий на міжособистісному, груповому, загальнолюдському і масовому рівнях.

Таким чином, аналіз підходів до визначення основних термінів дослідження дозволив визначити, що під візуальною соціологією доцільно розуміти особливу точку зору на те, що відбувається в соціумі – крізь призму візуальних образів і репрезентацій, це поле соціології, яке відрізняється особливою перспективою дослідження, створення та подання знання. Творча візуалізація являє собою спосіб відображення соціальної реальності, оточуючого середовища людини, за допомогою застосування технологічних засобів; вона характеризується

специфічним поглядом на об'єкти та предмети навколишнього світу, залучення уяви та фантазії для відображення суспільних реалій. Фотографія – це спосіб відображення предметів та об'єктів навколишнього світу, це мистецтво знімати предмети на папір чи в цифровому форматі за допомогою технічних засобів.

## **1.2 Теоретичні підходи до вивчення візуальної соціології**

У соціологічній науці існує декілька підходів до розгляду процесів візуалізації. Одним із важливих наукових підходів є інтеракціоністський підхід, основоположниками якого виступають Г. Беккер, І. Гофман. Одним з перших з необхідністю вивчення фотографії як соціологічного методу зіткнувся відомий американський соціолог Г. Беккер, відомий більше за теорією «навішування ярликів». У одній із перших публікації 1974 р. «Фотографія і соціологія» він порівняв проекти фотографів і соціологів в контексті розвитку соціуму як два паралельних вектора професійних зусиль для пізнання соціальної реальності [45].

З точки зору Г. Беккера, фотографія не може бути знаряддям в руках соціолога, останній повинен бути модератором обговорення проблем, які виступають значимими для кожної групи професіоналів, які вивчають суспільство за допомогою камери або інтерв'ю. На думку вченого, продуктивним буде об'єднання зусиль, адже фотографія і соціологія мають приблизно одну і ту ж дату народження, а проекти обох дисциплін були направлені на дослідження суспільства [45, с. 3].

Фотографія одночасно бореться і за статус бути мистецтвом, і за статус бути соціальним дослідженням [45, с. 5]. Проте фотографічна робота, на думку Г. Беккера, може стати соціологічною тільки в тому випадку, якщо дослідник буде уникати поодиноких знімків і відображати в ній послідовність дій як динамічний аспект соціальної організації або як паттерни і слідства. Важливо пам'ятати, що до неї варто ставитися як до будь-якого іншого методу збору

первинної соціологічної інформації, дотримуючись базових принципів репрезентативності.

Істотний внесок в розробку уявлень про взаємодію соціології та фотографії вніс І. Гофман. У своїх роботах соціолог вказує, що кожне соціальне дійство, що здійснюється індивідом, має виражений взаємозв'язок з тією референтною групою, до якої він себе відносить. Самоідентифікація, за І. Гофманом, опосередкована соціальними знаками (в основному візуальними), за якими оточуючі сприймають індивіда і співвідносять його зі своєю структурою навколишньої дійсності. Вибір соціальних знаків відбувається на підставі бажання стати частиною тієї чи іншої групи з властивими їй паттернами і практиками поведінки.

Новаторською роботою в області візуальної соціології (задовго до її появи) визнається проект І. Гофмана 1976 року під назвою «Гендерна реклама», в якій він на прикладі 508 знімків розглянув структуру відносин між «чоловічим» і «жіночим» [46]. Поведінка людей в соціумі детермінована культурними традиціями і відображає приховані дефініції статі, які були придбані в процесі соціалізації. Гофман зазначає, що експресивність людей не інстинктивна, а нав'язана суспільством, має суспільні стандарти – це особлива соціальна категорія використовує певну виразність, а соціально позначений епізод вказує, коли ця експресивність матиме місце [46, с. 7].

Другим теоретичним напрямом, який заклав підґрунтя для розвитку візуальної соціології є семіотичний підхід, представниками якого є Р. Барт, У. Еко, М.М. Бахтін. Р. Барт поклав на фотографію функцію трансляції соціальних знаків. У своїй роботі «Camera lucida», що вийшла в світ в 1980 р. в США, він намагався з'ясувати сутність фотографії, зрозуміти, що являє собою фотографія як «річ у собі», у чому її «геній» [46]. За Р. Бартом, існує пряма залежність між тим, які саме людина вибирає знаки для саморепрезентації через фотографію, і тим, якими є її внутрішній світ і ціннісна система.

Р. Барт переглядає звичні уявлення про фотографію і підходить до її вивчення в більшій мірі з філософської сторони, ніж попередники [46, с. 28].

Фотографія являє собою механічно точний аналог реальності, тому для того, щоб перетворити реальність в фотографію і навпаки, не потрібно вводити додаткову систему-код, і не існує знакової системи, за допомогою якої можна було б прочитати будь-яке фотографічне повідомлення [1, с. 379-380]. Знімок неможливо поділити на складові, спуститися на рівень або кілька рівнів нижче, ніж власне зображення, бо фотографія виступає цілісним твором.

За Р. Бартом, природа фотографії ділиться на два компоненти: *Studium* і *Punctum*. Перший позначає культурну, мовну та політичну інтерпретацію, другий – емоційний відгук. Сутність природи фотографії, на його думку, полягає в її унікальній здатності до поєднання минулого і сьогодення, її влади над тим, що безповоротно втрачено. Знімок виступає не для співвіднесення себе з об'єктом, а для співвіднесення з епохою. Тому Р. Барт рішуче проти того, щоб фотографія претендувала на статус мистецтва; на його думку, вона виступає в якості еманациї минулої реальності [2].

У. Еко при вивченні фотографій виходить з того постулату, що спроба візуальної інтерпретації візуальної комунікації дає можливість семіології довести свою незалежність від лінгвістики [43, с. 121-122]. Він дотримується думки, що візуальні символи не мають ніякого безпосереднього відношення до кодифікованої мови, виступаючи самостійними одиницями для вивчення.

Згідно У. Еко, фотографічне зображення як частина візуальної комунікації є не більше ніж схожим на реальність. Розпізнавання реальності в фотографії відбувається тільки тому, що ми маємо в своєму розпорядженні закодований набір очікувань, який еквівалентний їй. Як підкреслює дослідник, іконічні знаки відтворюють деякі умовні сприйняття об'єкта, але після відбору, здійсненого на основі коду впізнавання, і узгодження їх з наявними репертуаром графічних конвенцій [43, с. 128].

М.М. Бахтін при розгляді фотографії також схильний дотримуватися думки, що її сутність є наслідування. Як пише вчений, фотографія дає тільки матеріал для звірення, і тут ми не бачимо себе, але лише своє відображення без автора, правда, воно вже не відображає вираження фіктивного іншого, тобто більш чисте, ніж дзеркальне відображення, але воно випадково, штучно прийнято і не висловлює нашої істотної емоційно-вольової установки в подію буття – це сирий матеріал, абсолютно не включений в єдність мого життєвого досвіду, бо немає принципів для його включення [3, с. 33].

М.М. Бахтін приходять до висновку, що денотативна складова фотографії не є цінністю. Візуальний образ людини на знімку є не більше ніж оболонка, внутрішній світ зосереджений всередині. І він може відкритися лише за допомогою художника, скульптора, але ніяк не за допомогою фотографа.

Зовнішність людини, зображена на знімку, на думку М.М. Бахтіна, включена в систему просторово-часових координат. Тобто кожний стан людини має прив'язку до конкретного місця і епохи. І тут М.М. Бахтін приходять до соціологічного розуміння ролі фотографії та слідом за Г. Беккером говорить про те, що необхідно вивчати непоодинокі кадри з життя, відірвані від хронотопу, а аналізувати всю історію зовнішності людини. Інакше дослідник отримає розсіяний спосіб, який може не відповідати образу реальному [3, с. 34]. В такому випадку виходить, що вивчення фотографії буде полягати у виявленні естетики людини, її зовнішності, але ніяк не прояву єдності її внутрішнього і зовнішнього світів. Закінчений портрет особистості може відтворити лише образ іншого, відтворюючи по крупницях і епоху, і простір навколо самого себе. Втім, це не скасовує того факту, що за фотографією соціолог може описати людину в контексті її включеності в систему соціальних відносин.

Третім науковим підґрунтям візуальної соціології є постструктуралістський підхід, представниками якого є П. Бурдьє, Ж. Дерріда, Ж. Бодрійяр, С. Холл.

П. Бурдьє в рамках своїх теорій «габітусу» і «соціальних полів» займався соціологічними і антропологічним дослідженням фотографічної поведінки людей

різних соціальних груп. На його думку, фотографію не слід розглядати чисто механічно, як зображення, яке фіксує світ таким, яким він є в даний момент [23, с. 41]. П. Бурдьє пропонує розглядати її набагато ширше, враховуючи не тільки те, що зображено на ній, а й місце, в якому вона була зроблена, часовий простір, ту людину, яка її зробила, і навіть тих, хто її побачить і збереже згодом.

Вчений бачив в фотографії не просте відображення певних життєвих моментів, а якийсь соціальний контекст, що вимагає всебічного аналізу подій, що відбуваються за фотографією, а також індивідуального ситуативного розгляду кожної фотографії. В контексті постструктуралістської теорії візуальність у нього тісно пов'язана з «темою простору, вже (глибше) – соціального простору (за П. Бурдьє – фізичного простору в соціальному вимірі)» [30, с. 154].

Фотографія, за П. Бурдьє, виступає в якості одного з варіантів величезного числа сприйняття повсякденного життя, в цьому феномені відображаються соціально значущі реальності [23, с. 41]. Фотографічна поведінка включає в себе три аспекти: фотографуватися, фотографувати і споглядати фотографії. При відповіді на питання, чому ці практики стали такі популярні, мислитель не шукає легких шляхів і не піддається поширеному уявленню про те, що фотографія стала просто «доступною і легкою». На його думку, миритися з цим – значить закривати соціологічну проблему таким поясненням, яка сама повинна бути поясненою з точки зору соціології [30, с. 13].

За П. Бурдьє, фотографія є конвенційною системою, яка виражає простір в термінах законів перспектив (швидше за однієї перспективи) і обсягів. Вона виступає в якості інструменту об'єктивного і реального відображення візуального світу, а мова її спілкування – натуральна мова, символічна комунікація без синтаксису.

У соціологічному сенсі фотографія є способом освоєння нової ідентичності і спробою розпрощатися зі старою. Спираючись на багату емпіричну базу, що складається зі спостережень та інтерв'ю, П. Бурдьє описує фотографічні практики різних соціальних груп і приходять до висновку, що вони (практики) нерівно

розподілені в них: так, робочі набагато рідше фотографують, ніж середній клас; а селяни відчують в процесі фотографування якийсь містичний страх.

Фотографія, за П. Бурдьє, виступає і механізмом сімейної інтеграції, так як більшість фотографій робляться в сім'ї в ході здійснення різних ритуалів (весілля, день народження, відпочинок тощо). За допомогою фотографування група створює себе заново, підкреслює своє соціальну єдність. У цьому ключі справедливим є зауваження А.В. Печуріної, що пише про те, що «сімейні фотографії містять інформацію не тільки про родину, а й про більш широку соціальну спільність, в яку включений індивід» [29, с. 92].

Тому бути сфотографованим означає належати до будь-якої соціальної групи, незалежно, чи зроблена фотографія в родині чи ні. Фотографія в даному контексті означає не уявлення індивіда з набором його характеристик, а індивіда з набором його соціальних ролей, вибудовується якась соціограма.

Для Ж. Дерріда фотографія є репродукцією репродукції [14, с. 60]. Для нього фотографія – це, перш за все, ілюзія реального світу, щось, що містить в собі інший світ. Реальний світ має суттєві розбіжності зі світом, зображеним на знімку. Візуальні прояви образів розглядаються не більше ніж образи, і лише в негативі, висловлюючись мовою метафор, можна углядіти ознаки реалізму.

Будь-яке знаряддя фіксації тотожності (фотоапарат, кінокамера, персональний комп'ютер, телефон і т.д.) виступає в якості власного визволителя, який, з одного боку, створює причетність до певної культури і місцем дії, а, з іншого боку, породжує симулякр цієї культури і цього місця. Тим самим людина ліквідує подорож в своєму трансцендентному вимірі, ейдос туризму як способу споживання світу виявляється повністю реалізованим, вичерпаним [13, с. 62].

Фотографія є засобом фіксації реальності, допоміжним апаратом, але апарат безглуздий, коли справа заходить про нашу пам'ять [15, с. 282-283]. З її допомогою людина не згадує раніше побачений об'єкт, а відтворює в пам'яті лише її графічний образ, позбавлений просторово-часових координат. Цей образ має певну стійкість, а міф цього способу практично неможливо зруйнувати.



Ж. Бодрійяр пише, що фотографічне зображення найбільш бездоганне, оскільки не імітує ні час, ні рух, а задовольняється найсуворіший ірреалізм [7, с. 228]. У своїх роботах гуру постмодернізму зводить візуальну культуру до статусу відокремленої одиниці гіперреальності, свого роду надбудови. Чи не в меншій мірі, ніж кіно (а може навіть і більшій), фотографія є симулякр, який породжує певні паттерни поведінки: так, з одного боку, людина відтворює реально існуючі структури, а з іншого – «споживає» ці структури [36, с. 99].

Ж. Бодрійяр схильний вважати, що по-справжньому фотографувати слід лише те, що зазнало насильства, що було захоплено зненацька, позбавлене покривів, викрито всупереч власній волі, те, що ніколи не повинно було бути зображено, бо позбавлене свого зображення і усвідомлення самого себе [7, с. 225]. На думку соціолога, хороша фотографія ніколи не повинна нічого зображувати, вона лише повинна охоплювати радикальну екзотику об'єкта, його нетиповість в порівнянні з іншими.

При цьому віртуальні властивості будуть притаманні не суб'єкту, який відображає світ у відповідності зі своїм баченням, а об'єкту, що використовує віртуальне середовище об'єктива [7, с. 84]. Людський погляд розмінюється на безособове бачення об'єктива, що володіє якимсь магічним змістом.

Фотографія, з точки зору Ж. Бодрійяра, володіє історією, ностальгічно ретроспективною, яка в змозі відновити уявну дійсність зображеного явища. Саме явище таке, що його оригінал не з'явиться більш ніколи, так як з самого початку предмети замишляються в контексті необмеженої репродукції [7, с. 176]. Тому фотографію необхідно вивчати тут і зараз.

Ідеї С. Холла спираються на взаємозв'язок процесів репрезентації і створення смислів. На його думку, саме за допомогою репрезентацій соціальні суб'єкти використовують будь-яку систему знаків для виробництва значень. Одною з ключових тез С. Холла виступає те, що реальні події не існують в принципі до тих пір, поки вони не опосередковані мовою або іншими знаковими системами [30, с. 946].

Кожен знак в сучасному світі стає полісемічним, у нього з'являється все більша кількість конотацій. С. Холл погоджується з Р. Бартом в його припущенні, що конотації являють собою певний тип ідеології: практично будь-який знак стає ідеологічним завдяки своїм конотаціям.

Але, на думку соціолога, в процесі створення знакової системи грань між конотацією і денотацією стирається: справа в тому, що значення настільки закріпилися в суспільній свідомості, що вже не усвідомлюються. Тому, з одного боку, проводити відмінності між двома рівнями означування не має сенсу; з іншого боку, вони дозволяють виявити ступень ідеологічно, так як конотація являє собою тимчасову ідеологію, а денотація – «вічну» [30, с. 946].

В контексті культури візуальної експансії відомий польський дослідник П. Штомпка пише про фіксований парадигмальний зсув, «третьої соціології – після другої соціології поведінки і дії, першої соціології організмів і систем» [40, с. 3]. Але подібної точки зору дотримується далеко не вся наукова спільнота, оскільки зміщення акценту на користь будь-якого термінологічного апарату неминуче призводить до помилки; тому дана перспектива з певною часткою обережності називається методологією дослідження візуального, що дозволяє соціології реалізовувати нові функції і розширювати пізнавальні можливості звичних методів дослідження [4, с. 78].

У вітчизняній соціологічній періодиці домінують три основних напрямки досліджень в області візуальної соціології: розгляд репрезентацій і саморепрезентація, ідентичності і стереотипізації та культури повсякденності. Новий виток інтересу до даної проблематики опосередкований повсюдним проникненням віртуальних соціальних мереж, де візуальна складова віртуальної особистості виступила як інструмент інтеграції індивіда в них, одночасно будучи і засобом ідентифікації і персоналізації користувача, і механізмом його самовираження і визнання [35, с. 160].

Таким чином, представлені базисні підходи до візуальної соціології свідчать про те, що візуальні образи здатні надати значну кількість якісної інформації для

вивчення соціуму. Кожне візуальне повідомлення являє собою зліпок суспільства тут і зараз, тому здатне дати нам безліч соціальної інформації в статиці, а порівняння візуальних паттернів поведінки сучасного і минулого – і в динаміці. На сьогоднішній день візуальна соціологія являє собою широкий континуум інтересів і проектів, що співвідносяться з різноманітними теоретичними основами, це безліч програм дослідження з різними варіантами посилань на соціологію як на дисципліну.

### **Висновки до розділу 1**

В першому розділі теоретичні засади дослідження соціології творчої візуалізації були визначені основні поняття дослідження. В рамках дипломної роботи візуальна соціологія розглядається як особлива точка зору на те, що відбувається в соціумі – крізь призму візуальних образів і репрезентацій, це поле соціології, яке відрізняється особливою перспективою дослідження, створення та подання знання. Творча візуалізація є способом відображення соціальної реальності, оточуючого середовища людини, за допомогою застосування технологічних засобів; вона характеризується специфічним поглядом на об'єкти та предмети навколишнього світу, залучення уяви та фантазії для відображення суспільних реалій. Фотографія виступає способом відображення предметів та об'єктів навколишнього світу, це мистецтво знімати предмети на папір чи в цифровому форматі за допомогою технічних засобів.

Основними теоретичними підходами до візуальної соціології виступають інтеракціоністський, семіотичний та постструктуралістський підходи. Основоположниками інтеракціоністського підходу виступають Г. Беккер, І. Гофман. Згідно цього підходу фотографія не може бути знаряддям в руках соціолога, останній повинен бути модератором обговорення проблем, які виступають значимими для кожної групи професіоналів, які вивчають суспільство за допомогою камери або інтерв'ю. Другим теоретичним напрямом, який заклав

підґрунтя для розвитку візуальної соціології є семіотичний підхід, представниками якого є Р. Барт, У. Еко, М.М. Бахтін. Р. Барт поклав на фотографію функцію трансляції соціальних знаків. Третім науковим підґрунтям візуальної соціології є постструктуралістський підхід, представниками якого є П. Бурдьє, Ж. Дерріда, Ж. Бодрійяр, С. Холл. П. Бурдьє бачив в фотографії не просте відображення певних життєвих моментів, а якийсь соціальний контекст, що вимагає всебічного аналізу подій, що відбуваються за фотографією, а також індивідуального ситуативного розгляду кожної фотографії. Сучасна візуальна соціологія спирається на положення постструктуралістського, інтеракціоністського та семіотичного підходів.

## РОЗДІЛ 2. ФОТОГРАФІЯ ЯК МЕТОД СОЦІОЛОГІЇ ТВОРЧОЇ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ

### 2.1 Фотографія як метод візуальної соціології

Фотографія виступає методом візуальної соціології, виступаючи з однієї сторони документом, який містить первинну соціологічну інформацію, а з іншого є відображенням суб'єктивного сприйняття фотографом соціальної реальності.

Розглядаючи фотографію як об'єкт соціологічного дослідження та метод візуальної соціології, можна говорити про те, що вона здійснює значний психологічний вплив на суспільство і суспільні процеси, що протікають в ньому, впливаючи на світогляд, цінності, культуру та ін. [34]. Аналізуючи фотографічні зображення різних часових періодів, можна побачити зворотну дію, що виявляється у впливі суспільства на розвиток фотографії, що дозволяє побачити відображені в фотознімку соціальні реалії, проблеми, цінності найбільш властиві даному періоду часу і місця, що вже не можна назвати просто картинкою.

На думку Ж. Бодріяра, одного із західних представників семіотичного підходу, фотознімки – це важливий об'єкт для аналізу культурних досліджень [6, с. 103]. Через аналіз соціологічної фотографії можна побачити відмінності, характерні для різних соціальних груп.

В аспекті дослідження фотографії як методу візуальної соціології доцільно відзначити, що візуальна соціологія може бути розділена на два напрямки: методологічний – створення фотографії для аналізу соціальної реальності, і культурологічний – аналіз фотографій, вже існуючих та зроблених іншими людьми, для того щоб досліджувати індикатори культури і соціальних відносин [20].

Обидва напрямки мають свої переваги. Але якщо говорити про дослідження регуляції соціальної поведінки, то більш доречно використовувати другий підхід,

так як аналіз фотографій і практики фотографування дозволяє виявити асоціативні смисли і символи, які продиктовані не індивідуальними перевагами глядача і фотографа, пов'язаними з їх унікальним досвідом, а правилами культури, як історичними традиціями колективу.

Тобто, при проведенні соціологічного аналізу фотографії увага зміщується швидше на те, що фотографія представляє і які смисли несе в собі, а не на фотографію як просте зображення.

Фотокамера – це, в першу чергу, інструмент. Хтось за допомогою фотоапарата створює твори мистецтва, інший знімає важливі моменти в житті, створюючи щоденник пам'яті, а хтось просто фотографує все підряд і створює лише інформаційний шум. Ця різниця транспонується з окремих соціальних акторів на великі соціальні групи аж до цілих країн [16, с. 63].

Фотографія – це документальне фіксування реальності за допомогою технічних засобів. За формою фотографія – візуальний документ. За джерелом інформації фотографічний документ може бути як первинним, так і вторинним. Фотографія є первинною в тому випадку, коли фотографічний документ створений в ході дослідження. Вторинними вважаються фотографії, піддані електронній обробці (фото в ЗМІ, Інтернеті).

Для соціолога цікаві фотографії, що відображають як прояв людської діяльності (матеріальна культура), так і самої людини в різних громадських контекстах. Можна систематизувати фотографії за тематикою: фото з сімейного альбому, за способом отримання фотографії, офіційні – на документи і т.д. [5].

В основному візуальна соціологія займається вивченням вже існуючих зображень, створених незалежно від дослідника або не ним самим: фотографії, фільми, відеоматеріали телевізійних передач і т. д. Аналізуючи фотографію в контексті дослідження іміджу міста, Є.В. Ракевич зазначає, що «з урахуванням цього, коли мова йде про візуальні образи, в тому числі і міста, постає питання «багатошаровості» культурних контекстів їх виробництва» [33, с. 70-71]. Якщо звернутися до фотографії, то О. Запорожець зазначає, що ця багатошаровість

визнається як «подвійна референтність фотографії – відображення не тільки знімається, але і знімає» [19]. А це вже більш складна задача для соціологічного аналізу, і далеко не завжди можна вирішити, оскільки існує величезна кількість анонімних візуальних зображень. Але не менш важливо досліджувати і «споживання» візуальних образів: де вони використовуються і з якою метою, яке враження про зображуваний об'єкті формують.

Унікальність фотографії в тому, що, будучи самостійним і самоцінним візуальним текстом культури, вона в той же час є і засобом вивчення інших проявів соціальної реальності, які потрапляють в її межі [5]. Крім того, сьогодні все частіше предметом осмислення стає не стільки функція фотографії як збереження інформації, скільки її здатність бути репрезентацією тієї чи іншої події і явища, поданого крізь призму бачення агентів фотозйомки.

Фотографічний знімок може вказати [41, с. 113]:

1. Вид дій, особливо різні сторони праці, «тілесна активність».
2. «Тілесні рухи» – стану спокою, руху, дії.
3. Матеріали світу життя, тобто різноманітні предмети, що використовуються людьми.
4. Ситуаційні обставини.
5. Запас знань, який можна визначити за рівнем складності виконуваної професії.
6. Сигнали сенсу, прийняті особистостями у вигляді знаків і символів.
7. Акти комунікації між людьми (жести, міміка, пози тіла тощо)
8. Культурні типи і типологізації (стереотипи поведінки, які можна відтворити за допомогою серії знімків).
9. Дисонанс культурних типів між учасниками культури і аутсайдерами, що знайде вираження в нелогічності і незв'язності сцени, що спостерігається.

Основні функції і пізнавальні можливості фотографії в соціології пов'язані з її здатністю виступати в якості:

- відтворення сконструйованої реальності;

- засоби та інструменти для аналізу соціокультурної дійсності;
- засоби комунікації з приводу актуальних соціальних проблем, в тому числі в рамках публічної соціології;
- прийменника і стимулу для фотографічного інтерв'ю;
- стимулювання уваги і уяви дослідника;
- надання ілюстративного матеріалу для інтерпретації соціологічних понять [5].

Фотографії можуть наочно показати [41, с. 119]:

1. Що роблять люди в даних ситуаціях, надаючи їм порядок і сенс.
2. В рамках яких суспільних ситуацій вони діють.
3. Якими показниками користуються при взаємному узгодженні сенсу ситуації.
4. Як виглядають різні суспільні сцени в момент порушення порядку: анархія на вулиці, паніка в театрі тощо.
5. Як відбувається репродукція практик через покоління в суспільстві, що може бути помічено на серії знімків, зроблених в різний час.

В залежності від фокусу сприйняття фотографії дослідником і його пізнавальних інтенцій в соціології Н.М. Богданова виділяє два підходи до роботи з візуальними даними і фотографічними техніками:

- інструментальний підхід (фотографія і фотокамера як інструменти збору первинної інформації в дослідницькому полі або візуалізації досліджуваних аспектів соціальної реальності, як кінцевого продукту польових спостережень);
- інтерпретативний підхід (фотографія як об'єкт аналізу з метою отримання інформації про суспільні процеси і явища). При цьому фотографію можна розглядати або як документ, що відображає аспекти соціальної реальності (фотографія – рамка для розглянутого соціального явища), або як особливий візуальний текст культури (фотографія – репрезентація соціально-культурного феномена) [5].



Пізнавальну силу інструментального та інтерпретативного підходів до аналізу візуальних даних підвищує свідоме співпраця зі спеціально відібраними респондентами або досліджуваною соціальною групою. Приватним проявом даної стратегії є візуальні методи зворотного зв'язку:

– метод фотографічного виявлення (дослідник створює чи систематизує вже існуючі зображення, щоб надати їх для аналізу інформанта, фотографія виступає як альтернатива вербальному питанню, стимуляція наративу);

– метод фотографічного відгуку (дослідник стимулює виробництво зображень представниками досліджуваної соціальної групи).

Таким чином, фотографія з соціологічної точки зору може розглядатися в двох аспектах: методологічному і культурологічному. Фотографія як відображення соціальної дійсності впливає на суспільство, відображаючи стереотипи, типологізації, моделі поведінки. А з іншого боку – суспільство впливає на фотографії, актуалізуючи та популяризуючи певні способи фотографування та зйомки. При проведенні соціологічних досліджень, що включають аналіз фотографій, доцільно, щоб соціолог не виступав автором фотографій. Це дозволить отримати об'єктивні результати дослідження, що виключають суб'єктивізм фотографа та його точку зору на досліджувану проблематику.

## **2.2 Практика використання фотографії як сучасної технології візуальної соціології**

На протязі досить тривалого часу фотографії використовуються в соціологічних дослідженнях, як документальне підтвердження подій, явищ, як додаткове та основне джерело первинної соціологічної інформації. Фотографія як зображення соціальної реальності і явище суспільних відносин може стати об'єктом і матеріалом практичного дослідження, при цьому аспекти, що вивчаються будуть визначатися темою і специфікою конкретного наукового

підходу. Фотографія як об'єкт, матеріал і (або) інструмент дослідження може бути продуктом медіа, особистим документом [10], витвором дослідника.

Фотографія як продукт, що функціонує в полі впливу засобів масової інформації, вивчається або застосовується в дослідженнях, наприклад, способів впливу і існування в масовій свідомості образів реклами; візуальної складової ідеології. У цьому випадку важливо саме хто, для кого і навіщо знімає. «Можна рахувати фотографії, задавати про них питання, вивчати їх використання в соціальних контекстах, в яких вони виробляються і споживаються» [47].

Тобто ситуація тиражування фотографічних образів в масовій культурі (на прикладі ЗМІ) відкриває можливість застосування кількісних методів в комплексі з візуальними методами. Фотографії в якості особистих документів вивчаються, зокрема, в біографічних дослідженнях в комплексі з методом біографічного інтерв'ю як допоміжний матеріал (свідчення, що відновлюють соціокультурний контекст) або як основний – темою такого дослідження може стати, наприклад, біографія крізь призму фотографічних презентацій важливих життєвих етапів в певній культурній традиції.

Фотографія може застосовуватися як інструмент соціологічного дослідження, якщо соціолог стає одночасно автором зображень. З одного боку, він отримує можливість формулювати проблему, вибираючи об'єкт, ракурс його подачі на знімку, свідомо представляючи досліджуване явище під певним кутом зору і створюючи зображення, аналіз якого буде ефективним в контексті конкретного наукового підходу, якщо на етапі збору матеріалу його вже виділено.

З іншого боку, деякі соціологи, прагнучи максимальної об'єктивності і відстороненості особистості дослідника в процесі створення наукового знання, не можуть дозволити собі використовувати такий метод. Менш радикально налаштовані науковці настановлюються на необхідність відділення своєї суб'єктивної позиції від об'єктивної соціальної реальності на етапі обробки матеріалу.

У будь-якій дослідницькій ситуації процес аналізу та інтерпретації фотографії багатовимірний і проходить в кілька етапів. В її виробництві та функціонуванні в суспільстві беруть участь: фотограф-автор; людина і соціальна реальність як предметний зміст простору (тексту) зображення; люди, що створюють ситуацію існування фотографічного зображення в суспільстві.

Автор фотографії вибирає, що саме буде поміщено в кадр. «Фотограф робить вибір на всіх етапах створення фотографії: під час пошуку об'єкта, при фотографуванні, під час друку» [8]. Свідомий чи випадковий вибір відомого фотографа або звичайної людини з фотоапаратом в руках обумовлений характеристиками, загальними для соціальної групи, до якої належить автор в певному суспільстві, зображення презентує його реальну або бажану ідентичність.

В розрізі використання фотографії як сучасної технології творчої візуалізації в соціології доцільним є дослідження списків, складених П. Штомпкою, візуально доступних об'єктів і явищ, які давали б найбільшу можливість соціологічного пізнання.

Вчений також склав матрицю, де по рядках розташовувалися виділені їм 15 найважливіших суспільних контекстів, а по стовпцях 6 аспектів: діючі особи, їх дії, взаємодія (і суспільні відносини), колективність (і її структура), культура і оточення (середовище). Контексти П. Штомпка поділяв на ті, які є базовим життєвим досвідом кожної людини: будинок, робота, споживання, подорожі, хвороба, смерть. І ті, які зустрічаються в більшості людських культур і відображають або суспільні форми людського буття, або драми колективного існування: освіта (виховання), релігія, політика, відпочинок, природні катастрофи.

Доцільно розглянути більш детально кожний із аспектів, виділених П. Штомпкою. Перший аспект – людські особистості. Перш за все, соціологів цікавить стать, вік і раса. Потім тілесні характеристики – зріст, фігура, рослинність на обличчі. Саме по собі тіло є багатим джерелом інформації. «Ми не помічаємо одяг, зачіску, міміку, пози і т.д. Ми можемо спостерігати певні символи, присвоєні особистості колективом, в якому вона перебуває. Також

символи соціального статусу – костюм, краватка, символи визнання і престижу – ордена, медалі, знаки відмінності. Ми можемо помітити прояви особливих прикмет відторгнення суспільством, наприклад, неохайність зовнішнього вигляду, стан алкогольного чи наркотичного сп'яніння і т.д» [41, с. 34].

Аспект зовнішнього вигляду відображений в циклі Ф. Івена «Ритуал краси». Він показував жінок в косметичному салоні, показуючи різницю в підході до своєї краси, яка проявляється у жінок чорної і білої раси, а також в різних вікових групах.

Другий аспект – дії. У суспільному житті люди проявляють різномірну активність. Зовні поведінка людей може бути спостережена, вона різномірна і виконує різні функції в різних контекстах суспільного життя. Можна виділити ритуальну поведінку, рутинну поведінку, девіантну, типову поведінку, церемоніальну.

Третій аспект – соціальна взаємодія (інтерація). Можна виділити найпростіші інтерації – розмова, зіткнення) і складні інтерації. Складні інтерації Дж. Мід визначив як сукупну діяльність людей, що входять одночасно у велику кількість перехресних або паралельних інтерацій (наприклад, дискусія на науковому семінарі, засідання «круглого столу»).

Для протікання інтерації дуже важливе просторове положення партнерів. Аналізуючи його, ми можемо робити висновки про ідентичність, соціальний статус і громадські компетенції тієї чи іншої людини.

Прикладом використання фотографії може служити проект Е. Холла, який займався вивченням просторової дистанції. На основі аналізу фотоматеріалів він виділив в інтераціях інтимну дистанцію (до 45 см), індивідуальну (до 1,2 м), громадську (до 3-4 м) і публічну (більше 7 м), а також визначив, що значення дистанцій різні для різних культур.

Четвертий аспект – колективність і колективні дії. При фотореєстрації людських колективів, перш за все, нас цікавить чисельність, форма або просторова структура колективу, вид, різні прояви нерівності – статевої, расової

або майнової. Крім цього за зовнішніми ознаками часто вдається визначити мету колективу, характер дій, що робляться. За допомогою серії знімків можна відобразити ритм колективної активності, що змінюється і проявляється в різні періоди часу (в святкові та будні дні, в період відпусток або в робочий період). Великий інтерес представляють вуличні виступи, демонстрації, катастрофи, війни.

Показовим є соціологічний проект, складений з фотографій, присвячених найбільш масовому громадському руху XX століття – негритянському руху за громадянські права в США під проводом Мартіна Лютера Кінга [41, с. 38].

П'ятий аспект – культура. Безпосередньо спостережуваним є матеріальна культура. Це знаряддя праці, предмети домашнього побуту, оформлення будинків, одяг. Важливим є місця, в яких можна знайти масові основи суспільної свідомості – церкви, цвинтаря, книжкові магазини, пам'ятники, музеї і т.д. Ми можемо запам'ятовувати насичення нашого оточення візуальними образами (реклама, логотипи, білборди, плакати, які виявляють різними способами зовнішні істотні цінності культури).

Шостий аспект – навколишнє середовище суспільства. Предметом спостережень може бути локалізація окремих людей і колективів в просторі. Йдеться про екологію, яка істотно впливає на людську активність. У містах істотним є просторове розташування, насичення зеленню: парки і сади. Також важливою обставиною є клімат, тип поселення, вид доріг і дорожня мережа, естетика навколишнього середовища.

Окремим пунктом стоїть технічна цивілізація людей або інфраструктура. Вона включає в себе структуру населених пунктів, організацію житлового простору, прикраси, типові предмети (книги, газети, сувеніри і т.д.). Проводився величезний міжнародний порівняльний проект, який ґрунтувався на фотографуванні обраних самими жителями важливих в їх розумінні елементів обладнання, які виносилися перед будинком і трактувалися як сценографічний фон для колективних портретів. Шістнадцять фотографів оформили 30 таких

сімейних колективних портретів в оточенні предметів домашнього ужитку. Ці портрети були зроблені в 30 країнах. Найбільш вражаючим виявилось те, що на всіх знімках присутній телевізор – своєрідний «культурний універсалій» [41, с. 41].

Багато характерних візуальних особливостей демонструє виробниче середовище. Тут нас цікавить організація робочого місця, характер знарядь і використовуване обладнання. Окремо слід сказати про область, що займає в сучасному світі значну частину людської активності – споживання. Багаті візуальною інформацією всілякі споживчі товари, зовнішній вигляд, упаковка тощо.

Досліджуючи роль фотографії в соціології сучасного світу слід також зацентувати увагу на можливості обробляти фотографії, ставити певні акценти кольору, світла і тіні. Сучасні програми для обробки фотографій дозволяють фотографам робити незвичні та цікаві знімки. В цьому аспекті цікавим для соціолога є дослідження фотографій з урахуванням впливу фотографа на саму фотокартку. Якщо раніше фотографія була простим відображенням дійсності, в якій фотограф обирав ракурс, масштаб фотографії та об'єкт фотографування. То зараз фотограф обирає тип обробки фотографій, в якому проявляються індивідуальні особливості фотографа. Різні способи обробки фотографій передають різний настрій.

Це дає можливість досліджувати з соціологічної точки зору зміни в сфері створення фотографії як сфери соціального життя, досліджувати особистість певних фотографів (якщо це дослідження біографічної історії певної особистості), досліджувати культурні та соціальні віяння у сучасному суспільстві і спостерігати зміни цінностей, норм та стереотипів поведінки у сучасному світі в динаміці.

Таким чином, аналізуючи роль фотографії в соціології, слід відмітити, що фотографія є надзвичайно багатим й різноманітним візуальним проявом шести виділених аспектів суспільства. За допомогою дослідження фотографії можливо проаналізувати та дослідити життя певної соціальної групи, біографічну історію

особистості, вплив ЗМІ на масову свідомість, пануючі в культурі цінності, норми та правила поведінки, архітектуру та промисловість, повсякденне життя, провідні течії культури. Також важливо відмітити, що за допомогою фотографії можна оцінити існуючий стан соціальної реальності, а також її динаміку – при дослідженні серії фотографій.

## **Висновки до розділу 2**

У другому розділі фотографія як метод соціології творчої візуалізації визначено, що фотографія розглядається в методологічному аспекті, як створення фотографії для аналізу соціальної реальності, і культурологічному, як аналіз вже існуючих та зроблених іншими людьми фотографій, для того щоб досліджувати індикатори культури і соціальних відносин. Фотографія впливає на суспільство, відображаючи стереотипи та визначені моделі поведінки, а з іншого боку суспільство впливає на фотографії, актуалізуючи та популяризує певні способи фотографування та зйомки. Для отримання об'єктивних результатів дослідження, що виключають суб'єктивізм фотографа та його точку зору на досліджувану проблематику, доцільно, щоб соціолог не виступав автором фотографій.

Проаналізовано, що фотографія є надзвичайно багатим й різноманітним візуальним проявом різних суспільних аспектів. Дослідження фотографії дозволяє проаналізувати та дослідити життя певних соціальних груп та спільнот, біографічні історії особистості, визначати вплив ЗМІ на масову свідомість, пануючі в культурі цінності, норми та правила поведінки, аналізувати архітектуру та промисловість, повсякденне життя, а також провідні культурні течії. Фотографія дозволяє оцінити існуючий стан соціальної реальності, її динаміку – при дослідженні серії фотографій, робити порівняльний аналіз певної соціологічної проблематики за територіальною ознакою.

## РОЗДІЛ 3. ПРАКСЕОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІОЛОГІЇ ТВОРЧОЇ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ

### 3.1 Контент-аналіз, семіотична та структурна інтерпретація як методи соціологічного дослідження фотографії

Фотографія, як об'єкт соціологічного дослідження може вивчатися за допомогою методів кількісного та якісного аналізу. Предметом дослідження дипломної роботи виступають протестні настрої, які відображаються на фотографіях. Тому при аналізі доцільно використовувати комплексний підхід до дослідження обраної проблематики. Так, семіотична та структурна інтерпретація дозволять проаналізувати проблематику дослідження з точки зору якісного аналізу, а контент-аналіз – з кількісної.

Використання якісного аналізу фотодокументів полягає у тлумаченні відомостей, які містяться в документі. Якісний аналіз дозволяє охоплювати глибинні, приховані сторони змісту документа. Як розшифрування символів і знаків доцільно використовувати семіотичний підхід.

Знак є формою, що представляє як предмет, так і інформацію про нього: мова йде не про сам предметі, а саме про подання, уособлення даного предмета. Оскільки фотографія є документальним фіксуванням реальності, то за допомогою зображення на фотографії дослідник фіксує знаки і інтерпретує їх в соціальному контексті. Зображення необхідно «читати» як текст, інтерпретуючи знаки.

Як зазначав Р. Барт, малюнок являє собою повідомлення [2], яке кимось створено і комусь адресоване. Тобто інформація, що міститься в символічному вигляді на фотознімках, доповнюється відомостями про те, ким був зроблений цей знімок, як, за яких обставин, для чого і для кого тощо. Це так звані «рівні позначення» (за Р. Бартом), коли спочатку в дослідницький ракурс потрапляє сам



знімок і його символічний зміст, потім його творець (фотограф) і далі враховується культурний і ментальний досвід того, хто розглядає фотографію.

Всі ці рівні ставлять завдання для герменевтичного, семіотичного, структурного і дискурсивного підходів до інтерпретації фотодокументів. Саме їх пропонує використовувати П. Штомка разом з конкретним інструментарієм для візуальної соціології у вигляді «аналітичної матриці контекстів і аспектів, в яких проявляється суспільне життя» [41].

Методологія і методи аналізу фотографій орієнтують не тільки на сам знімок (зображені персонажі, образи, символи), а й на весь соціокультурний контекст його створення і подальшого використання.

Семіотичний аналіз являє собою вивчення знаків і символів, що містяться в образах, зображених на знімку, їх денотації і конотації (Р. Барт). Денотація, як зазначає сам П. Штомка, в соціологічному сенсі є перш за все асоціацією, продиктованої «не індивідуальними уподобаннями глядача, пов'язаними з його унікальним досвідом, а правилами культури, які є спадщиною історичних традицій колективу» [42]. Такий підхід дозволяє зменшити ступінь суб'єктивізму дослідника, але при цьому вимагає певних знань про культурний контекст знімка.

Структурна інтерпретація передбачає виявлення в сукупності зафіксованих на фотографіях образів елементів суспільних структур – людської діяльності, суспільних норм і правил, переконань, цінностей, мотивів, соціальних можливостей. Такий аналіз можна здійснити, якщо в розпорядженні дослідника є серія знімків, що відображають соціальне явище або процес.

Описані вище підходи до дослідження фотографій відносяться до якісної стратегії. Відповідно, для них характерні орієнтація на інтерпретацію – і розуміння досліджуваного предмета, можливість використання для наукового аналізу одного унікального випадку, пошук виняткових особливостей даного явища або процесу, подальша індукція. Всі ці характеристики гармонійно поєднуються із сутністю візуальних проявів соціальної реальності, настільки

різноманітних і неоднозначних. Проте при аналізі фотодокументів можливе використання і елементів кількісної стратегії, наприклад методу контент-аналізу.

Оскільки фотографія – це документ, то, як і будь-який документ, вона може бути піддана аналізу. Аналіз документів в міжнародній класифікації називають контент-аналізом, при цьому єдиного визначення цього поняття не існує.

На думку філософа В.Ф. Іванова, «під контент-аналізом розуміють систематичну числову обробку, оцінку та інтерпретацію форми та змісту інформаційного джерела» [21, с. 228].

Американські дослідники Дж.Б. Мангейм і Р.К. Річ визначають контент-аналіз як «дослідницьку техніку для отримання результатів шляхом аналізу змісту інформаційного повідомлення про стан і властивості соціальної дійсності» [25, с. 270].

У визначенні Л.Н. Федотової під контент-аналізом розуміють методику виявлення частоти використання певних характеристик, які цікавлять дослідника та дозволяють йому робити висновки щодо намірів творця тексту або можливих реакцій адресата [37, с. 7].

Для застосування контент-аналізу при аналізі фотографії як документа доцільно використовувати смислові одиниці. Дослідник повинен визначитися з терміном «смислова одиниця», порахувати частоту її використання в досліджуваному матеріалі. Слід зазначити, що необхідна серія знімків, тільки в такому випадку підрахунок частоти використання смислових одиниць доведе або спростує гіпотезу дослідника.

При контент-аналізі знімків формується досить об'ємний масив фотоматеріалів, який потім характеризується з точки зору кількісного прояву в них тих чи інших візуальних контекстів, аспектів, персонажів і образів [27].

Як показує дослідний досвід, «в контент-аналізі візуальних документів можна використовувати такі стандартні змінні, як вік, стать, а іноді і політичні переваги (їх операціоналізують за допомогою прапорів, транспарантів та інших політично значимих символів)» [27].

Так, А. Олійник досліджував протестні настрої за допомогою аналізу певного масиву фотознімків. Науковець зазначає, що точне визначення статі учасників акцій протесту рідко представляє труднощі. Коректне визначення їх віку більш утруднено. Участь в кодуванні не одного, а декількох дослідників, що представляють різні вікові групи, сприяє збільшенню ступеня внутрішньої достовірності при кодуванні змінної «Вік». Використання методів триангуляції має той же ефект, причому не тільки щодо віку учасників масової мобілізації. Ступінь зовнішньої достовірності може бути збільшена за допомогою роботи з випадковими вибірками зображень. Існування в Інтернеті великих фотобанків, подібних Flickr, робить задачу побудови випадкової вибірки технічно розв'язуваною [27].

Автор у статті стверджує, що контент-аналіз фотодокументів дозволяє отримати соціальний портрет учасників протестів. Він також допомагає сформулювати ряд гіпотез щодо тих факторів, які сприяють широкомасштабній мобілізації.

Крім суто методологічних переваг використання контент-аналізу фотодокументів для вивчення масових протестів, ця новація дозволяє вирішити і ряд суто практичних завдань. А. Олійник зазначає, що «оцінка числа учасників протестів часто має політичний вимір. Володарі влади, що виступають в як основний об'єкт критики демонстрантів, мають тенденцію до заниження числа учасників акцій протесту, а ось самі демонстранти і симпатизують їм особи найчастіше дають завищені оцінки» [27, с. 88].

Таким чином, виходить, що методологія і методи аналізу фотографій орієнтують не тільки на сам знімок (зображені персонажі, образи, символи), а й на весь соціокультурний контекст його створення і подальшого використання. Даний контекст полягає не в об'єктивних обставинах (історичний період, актуальна культура, технологія створення, носій, спосіб зберігання і поширення), але і з дійових осіб (акторів), які застосовують практику створення, демонстрації, розглядання знімків. У цьому одночасно полягають і можливості і обмеження

даного прикладного об'єкта соціологічного дослідження. Фотографія містить певний обсяг соціальної інформації, яку можна перевести в соціологічне знання. Але без урахування аспектів появи та існування знімків в соціальній реальності, що можливе тільки при використанні методологічної або методичної триангуляції, цю інформацію не можна назвати достатньою для побудови концептуальних висновків дослідження.

### **3.2 Аналіз візуального зображення – фото протестних настроїв у суспільстві**

Для проведення емпіричного дослідження – аналізу протестних настроїв в Україні у період 2013-2014 рр. та в Білорусі 2020-2021 рр. використовуються фотографії, розміщені у вільному доступі в мережі Інтернет. Фотографії були взяті з пошукової системи Google. Запит для отримання фотографій був однаковим для двох країн, лише з уточненням країни та років: «фото протестів Україна 2013-2014» та «фото протестів Білорусь 2020-2021».

Соціологічний аналіз фотографій проводиться за допомогою трьох методів аналізу візуальної інформації:

- семіотична інтерпретація;
- структурна інтерпретація;
- контент-аналіз.

Завдяки семіотичній інтерпретації виділяються типи знаків, що зображені на фотографіях: знаки-ікони, знаки-вказівки, знаки-символи.

Результати семіотичного аналізу представлені у таблиці 1.

Таблиця 1

### Результати семіотичного аналізу фотографій протестних настроїв

	Фото протестних настроїв Україна	Фото протестних настроїв Білорусь
Знаки-ікони	Полум'я, звалище речей, натовп.	Полум'я, натовп, плакати.
Знаки-вказівка	Дим, репортери, протектори, рука піднята вгору	Дим, натовп, захисні предмети на силовиках (шоломи, захисні жилети)
Знаки-символи	Жовто-блакитний прапор, представники беркуту, Майдан	Червоні прапори, силовики

Семіотична інтерпретація фотографій протестних настроїв показує, що ситуації в Україні в 2013-2014 рр. та в Білорусі у 2020-2021 рр. досить схожі. Знаки ікони допомагають виявити події, що відбувались в країнах під час протестів: бійки, в результаті яких були пожежі, зібрання великої кількості людей для прояву своїх протестних настроїв.

Знаки вказівки вказують на те, що події в Україні добре освітлювались в ЗМІ (наявність репортерів з камерами), показують войовничий настрій українців – рука піднята вгору. Знаки вказівки вказують на те, що події в Білорусі викликали занепокоєння владних структур, так як присутня велика кількість силовиків на фото, які повністю забезпечені захисними елементами одягу.

Знаки символи на фото дозволяють відзначити, що в Україні громадяни захищали свої національні інтереси і відстоювали українську незалежність. Фото

Майдану символізує незалежність України. Прапори України підтверджують, що метою протестів є збереження України та її національних інтересів.

Знаки символи, зображені на фото протестних настроїв Білорусі показують, що метою протестів білорусів є збереження своїх національних інтересів та занепокоєння влади з цього приводу.

В результаті семіотичної інтерпретації фото протестних настроїв в Україні у 2013-2014 рр. та в Білорусі в 2020-2021 рр. було виявлено, що метою протестів в обох країнах є збереження національних інтересів та їх захист. В обох випадках присутня велика кількість представників силових структур, що показує занепокоєність зі сторони влади.

За допомогою структурної інтерпретації виділяються чотири структурні елементи, виділені П. Штопкою [25]: людська діяльність, суспільні норми та правила, ідеї, життєві можливості. Результати структурної інтерпретації протестних настроїв в Україні 2013-2014 рр. та в Білорусі 2020-2021 рр. представлені в таблиці 2.

Таблиця 2

### Результати структурної інтерпретації фотографій протестних настроїв

	Фото протестних настроїв Україна	Фото протестних настроїв Білорусь
Людська діяльність	Допомога один одному (див. рис. 3), бійки (див. рис. 1 та рис. 5), підтримка один одного (див. рис. 4).	Бійка (див. рис. 7 та рис. 10), мітинг (див. рис. 6 та рис. 9), тримання за руки (див. рис. 9).
Суспільні норми	Хаос та відсутність норм у соціальній взаємодії (див. рис. 1, рис. 3 та рис. 5), підтримка	Повага (див. рис. 9), хаос (див. рис. 6 та рис. 9).

	учасників протесту (рис. 4).	
Ідеї	Відстоювання національних інтересів, подолання влади, освітлення подій в ЗМІ.	Відстоювання національних інтересів.
Життєві можливості	Прояв та відстоювання власних та суспільних інтересів.	Прояв та відстоювання власних та суспільних інтересів.

В результаті структурної інтерпретації фото протестних настроїв в Україні у 2013-2014 рр. та в Білорусі в 2020-2021 рр. було виявлено, що учасники протестів підтримують та поважають один одного, як в Україні, так і в Білорусі. Протиборство виявляється між представниками силових структур та учасників протестів. Основною ідеєю протестів є відстоювання власних та суспільних інтересів.

Для проведення контент-аналізу фотографій протестних настроїв були виділені ключові індикатори, які аналізувались. Такими індикаторами виступили: кількість людей на фото, діючі суб'єкти на фото, об'єкти, зображені на фото, політичні атрибути, кольорова гама фотографії, та статево-вікові особливості зображених на фото людей

№	Кількість людей на фото	Суб'єкти	Політичні атрибути	Переважаючі кольори	Вікова група людей на фото	Стать людей на фото
1	20-50	Учасники протесту	Прапор	Червоно-чорний	Молодь, середній вік	Чоловіки
2	50-100	Учасники протесту	Прапор	Жовто-блакитний	Молодь	Жінки, чоловіки
3	50-100	Учасники протесту	Прапор	Сірий	Середній вік	Чоловіки
4	Більше 100	Учасники протесту	Прапор	Жовто-блакитний	Молодь середній вік	Жінки, чоловіки
5	Більше 100	Силовики	Прапор, силовики	Сірий	Невизначено	Чоловіки
6	Більше 100	Учасники протесту	Силовики	Сірий, помаранчевий	Невизначено	Чоловіки, жінки
7	20-50	Учасники	Відсутні	Сірий,	Молодь	Чоловіки,

		протесту		помаранчеви й		жінки
8	50-100	Учасники протесту	Силовики	Сірий, помаранчеви й	Невизначено	Чоловіки, жінки
9	50-100	Учасники протесту і силовики	Стяг	Червоно-білий	Молодь	Чоловіки, жінки
10	10-20	Учасники протесту і силовики	Силовики	Чорний	Молодь	Чоловіки

В результаті контент-аналізу фото протестних настроїв в Україні у 2013-2014 рр. та в Білорусі в 2020-2021 рр. було виявлено, що існують певні загальні тенденції прояву протестних настроїв в обох країнах, при цьому існують і відмінності.

Загальними проявами протестних настроїв та їх візуального відображення виступають:

- відображення учасників протесту в Україні у 2013-2014 рр. та в Білорусі в 2020-2021 рр. в більшій мірі на візуальних зображеннях;
- присутність на фото представників силових органів;
- прояв національних настроїв за допомогою прапорів та стягів;
- переважання темних кольорів на фото – сірий, чорний;
- участь у протестах чоловіків та жінок;
- вікова характеристика учасників протестів в переважній більшості – молодь.

Відмінними ознаками візуального відображення протестних настроїв в Україні у 2013-2014 рр. та в Білорусі в 2020-2021 рр. виступають:

- велика кількість прапорів на фото протестів в Україні і незначна – в Білорусі;
- на фото протестів в Білорусі в більшій мірі присутні силовики;
- на фото протестів в Україні в більшій мірі зображені чоловіки, в той час як на фото протестів в Білорусі – і чоловіки, і жінки.



Таким чином, аналіз візуальної інформації – фотографій протестних настроїв в Україні у 2013-2014 рр. та в Білорусі в 2020-2021 рр. показав, що метою протестів в обох країнах є збереження національних інтересів та їх захист. В обох випадках присутня велика кількість представників силових структур, що показує занепокоєність зі сторони влади. Відзначена підтримка учасниками протестів один одного, як в Україні, так і в Білорусі. Протиборство відображено між представниками силових структур та учасників протестів. Основною ідеєю протестів є відстоювання власних та суспільних інтересів. Загальними тенденціями прояву протестних настроїв в обох країнах є відображення учасників протесту в Україні у 2013-2014 рр. та в Білорусі в 2020-2021 рр. в більшій мірі на візуальних зображеннях, присутність на фото представників силових органів, прояв національних настроїв за допомогою прапорів та стягів, переважання темних кольорів на фото – сірий, чорний, вікова характеристика учасників протестів в переважній більшості – молодь. Відмінним у відображенні протестних настроїв є велика кількість прапорів на фото протестів в Україні і незначна – в Білорусі, на фото протестів в Білорусі в більшій мірі присутні силовики, а на фото протестів в Україні в більшій мірі зображені чоловіки, в той час як на фото протестів в Білорусі – і чоловіки, і жінки.

### **Висновки до розділу 3**

В третьому розділі праксеологічні засади дослідження соціології творчої візуалізації було визначено, методологія аналізу фотографій орієнтуються на весь соціокультурний контекст його створення і подальшого використання. Методологія дослідження візуального відображення протестних настроїв складається з використання семіотичної та структурної інтерпретації та контент-аналізу, за допомогою чого можливо проаналізувати кількісні та якісні аспекти досліджуваної проблематики.

В результаті аналізу фотографій протестних настроїв в Україні у 2013-2014 рр. та в Білорусі в 2020-2021 рр. було виявлено, що метою протестів в обох країнах є захист, збереження та відстоювання національних інтересів. В обох випадках присутня велика кількість представників силових структур, що показує занепокоєність зі сторони влади. Відзначена підтримка учасниками протестів один одного, як в Україні, так і в Білорусі. Протиборство відображено між представниками силових структур та учасників протестів. Загальними тенденціями прояву протестних настроїв в обох країнах є відображення учасників протесту в Україні у 2013-2014 рр. та в Білорусі в 2020-2021 рр. в більшій мірі на візуальних зображеннях, присутність на фото представників силових органів, прояв національних настроїв за допомогою прапорів та стягів, вікова характеристика учасників протестів в переважній більшості – молодь. Відмінним у відображенні протестних настроїв є велика кількість прапорів на фото протестів в Україні і незначна – в Білорусі, на фото протестів в Білорусі в більшій мірі присутні силовики, а на фото протестів в Україні в більшій мірі зображені чоловіки, в той час як на фото протестів в Білорусі – і чоловіки, і жінки.

## ВИСНОВКИ

Соціологія творчої візуалізації на сьогоднішній день набуває особливого значення, що зумовлено розвитком інформаційної сфери, технологій та популяризацією віртуальної сфери життєдіяльності суспільства.

Візуальна соціологія виступає спробою розробки методологічних основ дослідження візуальної культури, за допомогою чого можуть досліджуватись різноманітні сфери суспільства і соціальної взаємодії – економічна, політична, культурна та духовна.

Визначені основні поняття дослідження: візуальна соціологія – це особлива точка зору на те, що відбувається в соціумі – крізь призму візуальних образів і репрезентацій; творча візуалізація – це спосіб відображення соціальної реальності, оточуючого середовища людини, за допомогою використання технологічних засобів; фотографія – це спосіб відображення предметів та об'єктів навколишнього світу, мистецтво знімати предмети на папір чи в цифровому форматі за допомогою технічних засобів.

Основними теоретичними підходами до візуальної соціології виступають інтеракціоністський, семіотичний та постструктуралістський підходи. Згідно інтеракціоністського підходу фотографія не може бути знаряддям в руках соціолога, останній повинен бути модератором обговорення проблем, які виступають значимими для кожної групи професіоналів, які вивчають суспільство за допомогою камери або інтерв'ю. В рамках семіотичного підходу фотографія виконує функцію трансляції соціальних знаків. Представники постструктуралістського підходу бачили у фотографії не просте відображення певних життєвих моментів, а певний соціальний контекст, що вимагає всебічного аналізу подій.

В методологічному аспекті фотографія розглядається як створення знімку для аналізу соціальної реальності та як аналіз вже існуючих та зроблених іншими

людьми фотографій, з метою дослідження індикаторів культури і соціальних відносин. Для отримання об'єктивних результатів дослідження, що виключають суб'єктивізм фотографа та його точку зору на досліджувану проблематику, доцільно, щоб соціолог не виступав автором фотографій.

Проаналізовано, що дослідження фотографії дозволяє виявити та дослідити життя певних соціальних груп та спільнот, біографічні історії особистості, визначати вплив ЗМІ на масову свідомість, пануючі в культурі цінності, норми та правила поведінки, аналізувати архітектуру та промисловість, повсякденне життя, а також провідні культурні течії. Фотографія дозволяє оцінити існуючий стан соціальної реальності, її динаміку – при дослідженні серії фотографій, робити порівняльний аналіз певної соціологічної проблематики за територіальною ознакою.

Методологія дослідження візуального відображення протестних настроїв складається з використання семіотичної та структурної інтерпретації та контент-аналізу, за допомогою чого можливо проаналізувати кількісні та якісні аспекти досліджуваної проблематики.

В результаті аналізу фотографій протестних настроїв в Україні у 2013-2014 рр. та в Білорусі в 2020-2021 рр. було виявлено, що метою протестів в обох країнах є захист, збереження та відстоювання національних інтересів. В обох випадках присутня велика кількість представників силових структур, що показує занепокоєність зі сторони влади. Відзначена підтримка учасниками протестів один одного, як в Україні, так і в Білорусі. Протиборство відображено між представниками силових структур та учасників протестів. Загальними тенденціями прояву протестних настроїв в обох країнах є відображення учасників протесту в Україні у 2013-2014 рр. та в Білорусі в 2020-2021 рр. в більшій мірі на візуальних зображеннях, присутність на фото представників силових органів, прояв національних настроїв за допомогою прапорів та стягів, участь в більшій мірі молоді у протестах. Відмінним у відображенні протестних настроїв є велика кількість прапорів на фото протестів в Україні. На фото протестів в Білорусі в

більшіймірі

присутні

СИЛОВИКИ.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Барт Р. Camera lucida. Комментарий к фотографии / пер. с фр., послесл. и ком. М. Рыклина. М.: Ad Marginem, 1997. 272 с.
2. Барт Р. Система Моды. Статьи по семиотике культуры / пер. с фр., вступ. ст. и сост. С.Н. Зенкина. М.: Издательство им. Сабашниковых, 2003. 512 с.
3. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1979. 424 с.
4. Богданова Н.М. «Визуальная социология» – новая наука или особый угол зрения? Социологический журнал. 2012. № 3. С. 67-79.
5. Богданова Н.М. Фотография как объект социологического познания: автореф. дис. ... канд. социол. наук. М., 2014. URL: <http://cheloveknauka.com/fotografiya-kak-obekt-sotsi> (дата звернення: 16.03.2021).
6. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / пер. с фр., послесл. и примеч. Е. А. Самарской. М.: Республика; Культурная революция, 2006. 269 с.
7. Бодрийяр Ж. Прозрачность зла / пер. с фр. Л. Любарской, Е. Марковской. М.: Добро-свет, 2000. 260 с.
8. Бойцова О. Структура фотографического сообщения (на примере любительской фотографии) URL: <http://kogni.narod.ru/boitsova.htm> (дата звернення: 03.03.2021).
9. Большой словарь иностранных слов. М.: Изд-во «ИДДК», 2007. URL: [http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic\\_fwords/12640](http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords/12640) (дата звернення: 12.03.2021).
10. Голофаст В. Ветер перемен в социологии. Журнал социологии и социальной антропологии. 2000. Т. III. № 4.
11. Давыдов А.А. Конкурентные преимущества системной социологии. Москва, 2008. 278 с.

12. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка: в 4 т. СПб., 1863-1866. URL: <http://slovari.yandex.ru/~книги/Толковый%20словарь%20Даля/ФОТОГРАФИЯ> (дата звернення: 12.03. 2021).

13. Деррида Ж. Жак Деррида в Москве: деконструкция путешествия / пер. с фр. и англ.; предисл. М.К. Рыклина. М.: РИК «Культура», 1993. 208 с.

14. Деррида Ж. О почтовой открытке от Сократа до Фрейда и не только / пер. с фр. Г.А. Михалкович. Минск: Современный литератор, 1999. 832 с.

15. Деррида Ж. Письмо и различие / пер. с фр.; под ред. В. Лапицкого. СПб.: Академический проект, 2000. 430 с.

16. Емельянова О.Г. Фотография как объект социологического исследования. Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики Тамбов: Грамота, 2015. № 10 (60): в 3-х ч. Ч. II. С. 62-66.

17. Женщина и визуальные знаки. Антология. Под ред. А. Альчук. М.: Идея-пресс, 2000. 264 с.

18. Жолудев Н. Композиция в фотографии. М.: Эксмо, 2012.

19. Запорожец О.Н. Візуальна соціологія в пошуках кордонів. URL: <https://www.inter-fnisc.ru/index.php/inter/article/download/4416/4202> (дата звернення: 10.12.2020).

20. Захарова Н.Ю. Визуальная социология: фотография как объект социологического анализа. Журнал социологии и социальной антропологии. 2008. Том XI. №1. С. 147-161.

21. Иванов В. Ф. Контент-анализ как формализованный метод исследования документов. Философская и социологическая мысль. 1994. № 3. С. 223-230.

22. Колодий В.В. Визуальность как феномен и ее влияние на социальное познание и социальные практики: автореф. дис. ...канд. философ. наук. Томск, 2011. 152 с.

23. Круткин В.Л. Пьер Бурдьё: фотография как средство и индекс социальной интеграции. Вестник Удмуртского университета. 2006. № 3. С. 40-55.
24. Магидов В.М. Кинофотофонодокументы в контексте исторического знания. М.: РГГУ, 2005.
25. Мангейм Джарол Б., Рич Ричард К. Политология. Методы исследования / пер. с англ. М.: Весь Мир, 1997. 554 с.
26. Мохой-Надь Л. Фотография, объективная форма зрения нашего времени. М.: Ад Маргинем Пресс, 2014.
27. Олійник А. Кто эти мужчины и женщины на фотографии? Контент-анализ фотографий массовых протестов. Вестник общественного мнения № 2 (112). 2012. 87-102.
28. Павлюк Л. Знак, символ, міф у масовій комунікації. Львів: ПАІС, 2006. 120 с.
29. Печурина А.В. Увидеть необычное в обычном: исследования семейной фотографии. Социологический журнал. 2010. № 2. С. 92-97.
30. Постмодернизм. Энциклопедия / сост. А.А. Грицанов, М.А. Можейко. Мн.: Интерпрес-сервис; Книжный Дом, 2001. 1040 с.
31. Почепцов Г. Семиотика. Киев: Ваклер, 2002. С. 125.
32. Почепцов Г. Теория коммуникации. Москва: Ваклер, 2001. С. 264.
33. Ракевич С.В. Потенциал методов визуальной социологии для исследования имиджа города. С. 70-75. URL: [https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/34200/1/rakevich\\_vestnik\\_2015\\_2\\_70-75.pdf](https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/34200/1/rakevich_vestnik_2015_2_70-75.pdf) (дата звернення: 16.03.2021).
34. Семенов С.А. Фотография как метод визуальной социологии. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fotografiya-kak-metod-vizualnoy-sotsiologii> (дата звернення: 16.03.2021).
35. Ушкин С.Г. Визуальные образы пользователей социальной сети «ВКонтакте». Мониторинг общественного мнения. 2012. № 5. С. 159-169.



36. Ушкин С.Г. Симулякры и симуляция в зеркале современной киноиндустрии. Гуманитарий: актуальные проблемы гуманитарной науки и образования. 2010 (11). № 3. С. 92-100.

37. Федотова Л. Н. Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой коммуникации: монография. Ин-т социологии РАН. М.: Научный мир, 2001. 214 с.

38. Хагеманн Г. Творческая визуализация в шести шагах для достижения целей. URL:

[http://www.elitarium.ru/tvorcheskaja\\_vizualizacija\\_dostizhenije\\_celej/#:~:text=%](http://www.elitarium.ru/tvorcheskaja_vizualizacija_dostizhenije_celej/#:~:text=%)

(дата звернення: 13.03.2021).

39. Шамилов М. Роль визуальных коммуникаций в комплексе маркетинга. Кемерово, 2008. С. 66.

40. Штомпка П. В фокусе внимания повседневная жизнь. Новый поворот в социологии. Социологические исследования. 2009. №8. С. 3-13.

41. Штомпка П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования. Москва: Логос, 2007. 168 с.

42. Штомпка П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования. М.: Логос, 2007. С. 32.

43. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / пер. с ит. А.Г. Погоняйло и В.Г. Резник. СПб.: ТОО ТК Петрополис, 1998. 432 с.

44. Юстина Н.И. Визуальная коммуникация и конструирование социальных представлений. Образование. Наука. Инновации: Южное измерение. 2011. №16. С. 77–78.

45. Becker H.S. Photography and Sociology. Studies in the Anthropology of Visual Communication. 1974. № 1. P. 3-26.

46. Goffman E. Gender Advertisements. Cambridge: Harvard University Press, 1979. 94 p.

47. Margolis E. Sociologies of the Image: Methodologies for Using Historical Picture. URL: [http://www.visualsociology.org/proceedings\\_2006/Margolis\\_Sociologies\\_Image.ppt](http://www.visualsociology.org/proceedings_2006/Margolis_Sociologies_Image.ppt) (дата звернення: 03.03.2021).

## ДОДАТКИ

## Додаток А1

КОДЕКС АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ  
ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ХЕРСОНЬСЬКОГО  
ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Додаток 1

Я, Воронцов Олександр Вадимович  
учасник(и) освітнього процесу Херсонського державного університету, УСВІДОМЛЮЮ, що академічна доброчесність – це фундаментальна етична цінність усієї академічної спільноти світу.

**ЗАЯВЛЯЮ**, що у своїй освітній і науковій діяльності **ЗОБОВ'ЯЗУЮСЯ**

- дотримуватися:
  - вимог законодавства України та внутрішніх нормативних документів університету, зокрема Статуту Університету;
  - принципів та правил академічної доброчесності;
  - нульової толерантності до академічного плагіату;
  - моральних норм та правил етичної поведінки;
  - толерантного ставлення до інших;
  - дотримуватися високого рівня культури спілкування;
- надавати згоду на:
  - безпосередню перевірку курсових, кваліфікаційних робіт тощо на ознаки наявності академічного плагіату за допомогою спеціалізованих програмних продуктів;
  - оброблення, збереження й розміщення кваліфікаційних робіт у відкритому доступі в інституційному репозитарії;
  - використання робіт для перевірки на ознаки наявності академічного плагіату в інших роботах виключно з метою виявлення можливих ознак академічного плагіату;
- самостійно виконувати навчальні завдання, завдання поточного й підсумкового контролю результатів навчання,
  - надавати достовірну інформацію щодо результатів власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використання методик досліджень та джерел інформації;
  - не використовувати результати досліджень інших авторів без використання покликання на їхню роботу;
  - своєю діяльністю сприяти збереженню та примноженню традицій університету, формуванню його позитивного іміджу;
    - не чинити правопорушень і не сприяти їхньому скоєнню іншими особами;
    - підтримувати атмосферу довіри, взаємної відповідальності та співпраці в освітньому середовищі;
    - поважати честь, гідність та особисту недоторканність особи, незалежною на її стать, вік, матеріальний стан, соціальне становище, расову належність, релігійні й політичні переконання;
    - не дискримінувати людей на підставі академічного статусу, а також за національного, расового, статевого чи іншого належності;
    - відповідально ставитися до своїх обов'язків, чесно та сумлінно виконувати необхідні навчальні та науково-дослідницькі завдання;
    - запобігати виникненню у своїй діяльності конфлікту інтересів, зокрема не використовувати службових і родинних зв'язків з метою отримання нечесної переваги в навчальній, науковій і трудовій діяльності;
    - не брати участі в будь-якій діяльності, пов'язаній із обманом, нечесністю, списуванням, фабрикацією;
    - не підробляти документи;
    - не поширювати неправдиву та компрометуючу інформацію про інших здобувачів вищої освіти, викладачів і співробітників;
    - не отримувати і не пропонувати винагород за несправедливе отримання будь-яких переваг або здійснення впливу на зміну отриманої академічної оцінки;
    - не залучувати й не провадити агресії та насильства проти інших, сексуальні домагання;
    - не завдавати шкоди матеріальним цінностям, матеріально-технічній базі університету та особистій власності інших студентів та/або працівників;
    - не використовувати без дозволу ректорату (деканату) символи університету в замах, не пов'язаних з діяльністю університету;
    - не здійснювати і не заохочувати будь-яких спроб, спрямованих на те, щоб за допомогою нечесних і негідних методів досягти власних корисних цілей;
    - не завдавати загрози власному здоров'ю або безпеці інших студентам та/або працівникам.

УСВІДОМЛЮЮ, що відповідно до чинного законодавства у разі незотримання Кодексу академічної доброчесності буду нести академічну та/або інші види відповідальності й до мене можуть бути застосовані заходи дисциплінарного характеру за порушення принципів академічної доброчесності.

20.05.2020  
(дата)

[Підпис]  
(підпис)

Воронцов О.В.  
(ім'я, прізвище)

## Фотографії протестних настроїв Україна



Рис. 1. Протестні настрої Україна 2014



Рис. 2. Протестні настрої Україна 2014



Рис. 3. Протестні настрої Україна 2014



Рис. 4. Протестні настрої Україна 2014



Рис. 5. Протестні настрої Україна 2014

## Фотографії протестних настроїв Білорусь



Рис. 6. Протестні настрої Білорусь 2020-2021



Рис. 7. Протестні настрої Білорусь 2020-2021



Рис. 8. Протестні настрої Білорусь 2020-2021

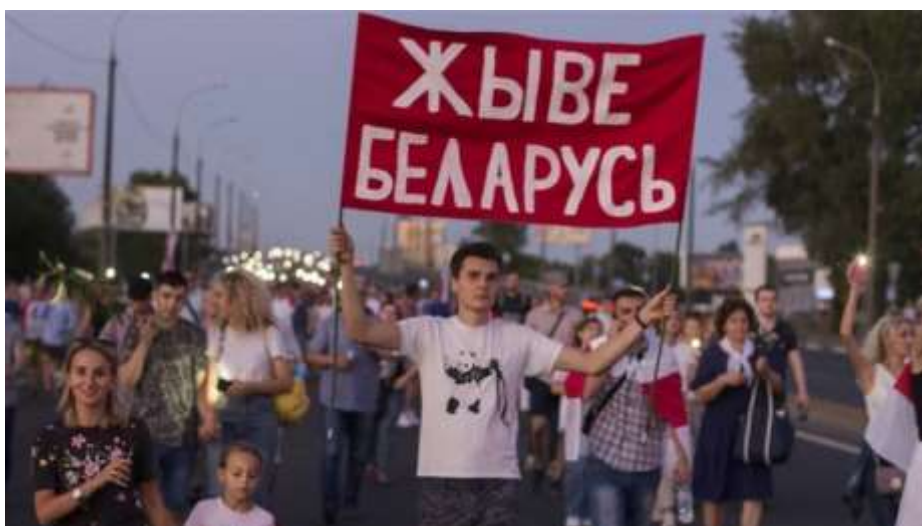


Рис. 9. Протестні настрої Білорусь 2020-2021





Рис. 10. Протестні настрої Білорусь 2020-2021