

УДК 316.2  
DOI 10.17223/1998863X/29/22

С.Г. Ушкин

## ВИЗУАЛЬНАЯ СОЦИОЛОГИЯ: ИНТЕРАКЦИОНИСТСКИЙ, СЕМИОТИЧЕСКИЙ И ПОСТСТРУКТУРАЛИСТСКИЙ ПОДХОДЫ

*Рассматриваются базовые подходы к изучению социологической природы фотографии в современном обществе. Первый из них опирается на анализ формирующихся в обществе благодаря визуализации социальной реальности паттернов поведения и новых механизмов идентификации. Второй предлагает изучение сходства и различия естественного языка и фотографического изображения и поиск вторичных смысловых значений. Третий акцентирует свое внимание на дискурсе символических значений визуальности. Отталкиваясь от постулатов каждого теоретического направления, автор предпринимает попытку построения базовых принципов изучения визуальности в современном обществе как источника качественно новой социальной информации.*

Ключевые слова: визуальная социология, визуализация, фотография, интеракционизм, семиотика, постструктурализм.

### 1. Введение

Восприятие окружающей действительности опосредовано визуальными образами, которые оказывают постоянное воздействие на массовое и индивидуальное сознание, формируя определенные стереотипы и модели поведения в обществе. Сама по себе визуальность выступает базовым модусом современной социальности, культуры, общим принципом структуры их форм [1. С. 3]. В эпоху повсеместного распространения новых информационных технологий процесс визуальной экспансии катализировался, при этом «прежняя культура, определяемая как «литературоцентрическая» (А. Левинсон) или «речевая» (М. Рыклин), постепенно (по крайней мере, в больших городах) утрачивает свои позиции» [2. С. 7]. В настоящее время визуальная культура являет собой знаковую систему, которая формирует в индивидуальном сознании определенные стереотипы и модели поведения.

В социологической науке существует несколько подходов к рассмотрению процессов визуализации. В рамках данной работы мы попытаемся рассмотреть три из них, которые, по нашему мнению, являются базовыми.

Первый подход связан с исследованиями представителей чикагской школы социологии (Г. Беккер, И. Гофман и др.) и развивается в духе изучения паттернов поведения индивидов, существующих в данном обществе. Исследователей интересует то, каким изменениям подвергаются внутренний мир человека, его способность к идентификации себя с другими в ходе визуализации культуры.

Второй подход основан на семиотическом направлении философской и социальной мысли (Р. Барт, У. Эко, М.М. Бахтин и др.) и нацелен на поиск сходства между естественным языком и фотографическим. С одной стороны, фотография обладает свойством механического переноса социальной реальности и не может быть больше самой реальности; с другой – личность фото-

графа накладывает на изображаемую социальную реальность субъективный контекст, который порождает семиозис. Ученые пытаются выявить приемы коннотации и способы наложения на фотоснимок вторичных значений, использующиеся при создании фотографических изображений.

Третий подход опирается на методологию постструктурализма (П. Бурдьё, Ж. Деррида, Ж. Бодрийяр, С. Холл и др.) и предлагает рассмотрение индивидуального сознания и социальной структуры в качестве взаимосвязанных факторов, как влияющих, так и зависящих от визуальной культуры современного общества. Социальная реальность не детерминируется ни сознанием, ни структурой, но формируется под воздействием и того, и другого. Основным направлением при исследовании визуальности выступают проблемы дискурса или той символической роли, которую выполняет фотография.

Остановимся на каждом из подходов более подробно.

## 2. Интеракционистский подход (Г. Беккер, И. Гофман)

Одним из первых с необходимостью изучения фотографии как социологического метода столкнулся известный американский социолог Г. Беккер, известный больше по теории «навешивания ярлыков». В своей пионерской публикации 1974 г. «Фотография и социология» он сопоставил проекты фотографов и социологов в контексте развития социума как два параллельных вектора профессиональных усилий для познания социальной реальности [3].

С точки зрения Беккера, фотография не может являться орудием в руках социолога, последний должен быть модератором обсуждения проблем, которые выступают значимыми для каждой группы профессионалов, изучающих общество с помощью камеры или интервью. По мнению ученого, продуктивным будет объединение усилий, ведь фотография и социология имеют приблизительно одну и ту же дату рождения, а проекты обеих дисциплин были направлены на исследование общества [3. С. 3].

Фотография одновременно борется и за статус быть искусством, и за статус быть социальным исследованием [3. С. 5]. В частности, здесь мы можем вспомнить предпринятую в 1908 г. Национальным Комитетом Детского Труда кампанию против эксплуатации несовершеннолетних на производстве. На фотографиях были изображены малолетние рабочие, раскрыт весь ужас их тяжелого положения. Работы вызвали огромный резонанс в американском обществе, и в результате проблема не только актуализировалась, но и повлекла конкретные политические действия: вскоре после этой кампании был принят закон в защиту детского труда.

Тем не менее фотографическая работа, по мнению Беккера, может стать социологической только в том случае, если исследователь будет избегать единичных снимков и отображать в ней последовательность действий как динамический аспект социальной организации или как паттерны и следствия. Важно помнить, что к ней стоит относиться как к любому другому методу сбора первичной социологической информации, соблюдая базовые принципы репрезентативности.

Существенный вклад в разработку представлений о взаимодействии социологии и фотографии внес И. Гофман. В своих работах социолог указыва-

ет, что каждое социальное действие, совершаемое индивидом, имеет выраженную взаимосвязь с той референтной группой, к которой он себя относит. Самоидентификация, по Гофману, опосредована социальными знаками (в основном визуальными), по которым окружающие воспринимают индивида и соотносят его со своей структурой окружающей действительности. Выбор социальных знаков происходит на основании желания стать частью той или иной группы с присущими ей паттернами и практиками поведения.

Новаторской работой в области визуальной социологии (задолго до ее появления) признается проект Гофмана 1976 г. под названием «Гендерная реклама», в которой он на примере 508 снимков рассмотрел структуру отношений между «мужским» и «женским» [4]. Поведение людей в социуме детерминировано культурными традициями и отображает скрытые дефиниции пола, которые были приобретены в процессе социализации. Гофман отмечает, что экспрессивность людей не инстинктивна, а навязана обществом, имеет общественные стандарты – это особая социальная категория использует определенную выразительность, а социально обозначенный эпизод указывает, когда эта экспрессивность будет иметь место [4. С. 7].

Гофман утверждает, что за мужским и за женским закреплены определенные роли в американской рекламе. Так, если мужчина и женщина делают совместно какую-либо работу, мужчина выполняет руководящую роль. На снимках он сконцентрирован на проблеме, и создается впечатление, что ситуация полностью под его контролем в то время, пока женщина занята своими мыслями, предоставляя мужчине демонстрировать свои компетенции.

В результате своего исследования Гофман неожиданно приходит к парадоксальному выводу: фотографии показывают не только то, какими мы хотим быть, но и то, каковыми мы являемся на самом деле. С одной стороны, коммерческая реклама влияет на наши представления, к примеру, о «мужском» и «женском»; с другой стороны, стереотипы формируются именно благодаря нашим представлениям.

### **3. Семиотический подход (Р. Барт, У. Эко, М.М. Бахтин)**

Р. Барт возложил на фотографию функцию трансляции социальных знаков. В своей работе «Camera lucida», вышедшей в свет в 1980 г. в США, он пытался выяснить сущность фотографии, понять, что представляет собой фотография как «вещь в себе», в чем ее «гений» [4]. По Барту, существует прямая зависимость между тем, какие именно человек выбирает знаки для саморепрезентации через фотографию, и тем, какими являются его внутренний мир и ценностная система.

Барт пересматривает привычные представления о фотографии и подходит к ее изучению в большей степени с философской стороны, нежели предшественники. Для него не существует цветов визуального образа; цвет – это что-то искусственное, потому что важна не «жизнь» фото, а уверенность в том, что фотографируемое тело касается своими собственными лучами, а не добавочным светом [4. С. 28].

Фотография являет собой механически точный аналог реальности, поэтому для того, чтобы преобразовать реальность в фотографию и наоборот, не нужно вводить дополнительную систему-код, и не существует знаковой сис-

темы, с помощью которой можно было бы прочесть любое фотографическое сообщение [5. С. 379–380]. Снимок невозможно поделить на составляющие, спуститься на уровень или несколько уровней ниже, чем собственно изображение, ибо фотография выступает целостным произведением.

По Барту, природа фотографии делится на два компонента: *Studium* и *Punctum*. Первый обозначает культурную, языковую и политическую интерпретацию, второй – эмоциональный отклик. Сущность природы фотографии, по его мнению, заключена в ее уникальной способности к совмещению прошлого и настоящего, ее власти над тем, что безвозвратно утеряно. Снимок выступает не для соотнесения себя с объектом, а для соотнесения с эпохой. Поэтому Барт решительно против того, чтобы фотография претендовала на статус искусства; по его мнению, она выступает в качестве эманации прошлой реальности.

У. Эко при изучении фотографий исходит из того постулата, что попытка визуальной интерпретации визуальной коммуникации дает возможность семиологии доказать свою независимость от лингвистики [6. С. 121–122]. Он придерживается мнения, что визуальные символы не имеют никакого непосредственного отношения к кодифицированному языку, выступая самостоятельными единицами для изучения.

По Эко, фотографическое изображение как часть визуальной коммуникации является не более чем похожим на реальность. Распознавание реальности в фотографии происходит только потому, что мы располагаем закодированным набором ожиданий, который эквивалентен ей. Как подчеркивает исследователь, иконические знаки воспроизводят некоторые условные восприятия объекта, но после отбора, осуществленного на основе кода узнавания, и согласования их с имеющимся репертуаром графических конвенций [6. С. 128].

Любой визуальный знак, по мысли Эко, должен обладать следующими характеристиками: во-первых, оптическими (видимыми); во-вторых, онтологическими (предполагаемыми); в-третьих, условными (в частности, код времени). Вслед за Бартом он связывает фотографию с отдельно взятым временным периодом, но не с событием как таковым, подчеркивая, что для зрителя важны контекстуальные структуры.

М.М. Бахтин при рассмотрении фотографии также склонен придерживаться мнения, что ее сущность есть подражание. Как пишет ученый, фотография дает только материал для сличения, и здесь мы не видим себя, но лишь свое отражение без автора, правда, оно уже не отражает выражения фиктивного другого, то есть более чисто, чем зеркальное отражение, но оно случайно, искусственно принято и не выражает нашей существенной эмоционально-волевой установки в событии бытия – это сырой материал, совершенно не включимый в единство моего жизненного опыта, ибо нет принципов для его включения [7. С. 33].

Бахтин приходит к выводу, что денотативная составляющая фотографии не является ценностью. Визуальный образ человека на снимке есть не более чем оболочка, внутренний мир сосредоточен внутри. И он может открыться лишь при помощи художника, скульптора и т.д., но никак не при помощи фотографа. Ибо в категории «Я» человек, по Бахтину, внешний вид никоим образом не может переживаться как объемлющая и завершающая его ценность, а переживаться она может лишь в категории «Другого». Получается, что для осознания себя как

момента внешнего единого живописно-пластического мира человеку необходимо самому подвести себя под эту самую категорию.

Внешность человека, изображенная на снимке, по мысли Бахтина, включена в систему пространственно-временных координат. То есть каждое состояние человека имеет привязку к конкретному месту и эпохе. И здесь Бахтин приходит к социологическому пониманию роли фотографии и вслед за Беккером говорит о том, что необходимо изучать не единичные кадры из жизни, оторванно от хронотопа, а анализировать всю историю внешности человека. Иначе исследователь получит рассеянный образ, который может не соответствовать образу реальному.

По Бахтину, фотография подобна зеркалу: и в том, и в другом случае мы получаем эстетически фальшивый продукт, корыстно созданный с позиции лишнего самостояния возможного Другого [8, С. 34]. В таком случае получается, что изучение фотографии будет заключаться в выявлении эстетики человека, его внешности, но никак не проявления единства его внутреннего и внешнего миров. Законченный портрет личности может воссоздать лишь образ другого, воссоздавая по крупицам и эпоху, и пространство вокруг самого себя. Впрочем, это не отменяет того факта, что по фотографии социолог может описать человека в контексте его включенности в систему социальных отношений.

#### **4. Постструктуралистский подход (П. Бурдьё, Ж. Деррида, Ж. Бодрийяр, С. Холл)**

П. Бурдьё в рамках своих теорий «габитуса» и «социальных полей» занимался социологическим и антропологическим исследованием фотографического поведения людей различных социальных групп. По его мнению, фотографию не следует рассматривать чисто механически, как изображение, которое фиксирует мир таким, какой он есть в данный момент [9, С. 41]. Бурдьё предлагает рассматривать ее гораздо шире, учитывая не только то, что изображено на ней, но и место, в котором она была сделана, временное пространство, того человека, который ее сделал, и даже тех, кто ее увидит и сохранит впоследствии.

Ученый видел в фотографии не простое запечатление определенных жизненных моментов, а некий социальный контекст, требующий всестороннего анализа событий, происходящих за фотографией, а также индивидуального ситуативного рассмотрения каждой фотографии. В контексте постструктуралистской теории визуальность у него тесно связана с «темой пространства, уже (глубже) – социального пространства (по Бурдьё – физического пространства в социальном измерении)» [10, С. 154].

Фотография, по Бурдьё, выступает в качестве одного из вариантов огромного числа восприятий повседневной жизни, в этом феномене отображаются социально значимые реальности [9, С. 41]. Фотографическое поведение включает в себя три аспекта: фотографироваться, фотографировать и созерцать фотографии. При ответе на вопрос, почему эти практики стали так популярны, мыслитель не ищет легких путей и не поддается распространенному представлению о том, что фотография стала попросту «доступной и легкой». По его мнению, мириться с этим – значит закрывать социологическую проблему таким объяснением, которое само должно быть социологически объяснено [11, Р. 13].

По Бурдьё, фотография является конвенциональной системой, которая выражает пространство в терминах законов перспектив (скорее одной перспективы) и объемов. Она выступает в качестве инструмента объективного и реального отображения визуального мира, а язык ее общения – натуральный язык, символическая коммуникация без синтаксиса.

В социологическом смысле фотография представляет собой способ освоения новой идентичности и попытку распространиться со старой. Опираясь на богатую эмпирическую базу, состоящую из наблюдений и интервью, Бурдьё описывает фотографические практики различных социальных групп и приходит к выводу, что они (практики) неравно распределены в них: так, рабочие гораздо реже фотографируют, нежели средний класс; а крестьяне испытывают к процессу фотографирования некий мистический страх.

Фотография, по Бурдьё, выступает и механизмом семейной интеграции, так как большинство фотографий делаются в семье в ходе воплощения различных ритуалов (свадьба, день рождения, отдых и т.д.). При помощи фотографирования группа создает себя заново, подчеркивает свое социальное единство. И если у Барта фотография есть не что иное, как «сертификат присутствия», то у Бурдьё это скорее «сертификат идентичности». В этом ключе справедливо замечание А.В. Печуриной, которая пишет о том, что «семейные фотографии содержат информацию не только о семье, но и о более широкой социальной общности, в которую включен индивид» [12. С. 92].

Поэтому быть сфотографированным означает принадлежать к какой-либо социальной группе, вне зависимости, сделана ли фотография в семье или нет. Фотография в данном контексте означает не представление индивида с набором его характеристик, а индивида с набором его социальных ролей, выстраивается некая социограмма.

Для Ж. Деррида фотография является репродукцией репродукции [13. С. 60]. Для него фотография – это, прежде всего, иллюзия реального мира, нечто, что содержит в себе иной мир. Реальный мир имеет существенные расхождения с миром, изображенным на снимке. Визуальные проявления образов рассматриваются не более чем образы, и лишь в негативе, выражаясь языком метафор, можно усмотреть признаки реализма.

Любое орудие фиксации тождества (фотоаппарат, кинокамера, персональный компьютер и т.д.) выступает в качестве собственного освободителя, который, с одной стороны, создает причастность к определенной культуре и месту действия, а, с другой стороны, порождает симулякр этой культуры и этого места. Тем самым человек ликвидирует путешествие в своем трансцендентном измерении, эйдос туризма как способа потребления мира оказывается полностью реализованным, исчерпанным [14. С. 62].

Фотография есть средство фиксации реальности, вспомогательный аппарат, но аппарат бессмысленный, когда дело заходит о нашей памяти [15. С. 282–283]. С ее помощью человек не вспоминает ранее увиденный объект, а воспроизводит в памяти лишь его графический образ, лишенный пространственно-временных координат. Этот образ обладает определенной устойчивостью, а миф этого образа практически невозможно разрушить.

Ж. Бодрийяр пишет, что фотографическое изображение наиболее безукоризненно, поскольку не имитирует ни время, ни движение, а довольствуется стро-

жайшим ирреализмом [16. С. 228]. В своих работах гуру постмодернизма возводит визуальную культуру до статуса обособленной единицы гиперреальности, своего рода надстройки. Не в меньшей степени, чем кино (а может даже и в большей), фотография представляет собой симулякр, порождающий определенные паттерны поведения: так, с одной стороны, человек воспроизводит реально существующие структуры, а с другой – «потребляет» эти структуры [17. С. 99].

Бодрийяр склонен считать, что по-настоящему фотографировать следует лишь то, что претерпело насилие, что было застигнуто врасплох, лишено покровов, разоблачено вопреки собственной воле, то, что никогда не должно было быть изображено, ибо лишено своего изображения и осознания самого себя [16. С. 225]. По мысли социолога, хорошая фотография никогда не должна ничего изображать, она лишь должна охватывать радикальную экзотику объекта, его нетипичность по сравнению с другими.

Говоря о природе фотографии, мыслитель дает нам понять, что она – это вечная игра в «кошки-мышки», когда объектив пытается поймать нечто в наше отсутствие. При этом виртуальные свойства будут присущи не субъекту, который отражает мир в соответствии со своим видением, а объекту, использующему виртуальную среду объектива [16. С. 84]. Человеческий взгляд разменивается на безличное видение объектива, что обладает неким магическим смыслом.

В нашу эпоху, эпоху гиперреальности, не осталось ни одного предмета, действия или объекта, который бы не имел желания быть сфотографированным, зафиксированным в ней. Внутренняя логика вполне понятна: все хотят жить вечно, хотя бы в эфемерной памяти фотоснимков, и иметь неисчерпаемую способность к воспроизводству. Но визуальное принуждение является собой принуждение к существованию во всех формах передачи изображения и обладает тотальностью распространения.

Впрочем, по Бодрийяру, изменениям подлежит сама парадигма чувствительности человека. Осязаемость постепенно вытесняется визуальностью, языковая дистанция, отделяющая нас от реальных предметов, становится все больше и больше. Перед человеком возникает стена виртуальности, которая на поверку оказывается непреодолимой. Фото- или видеосообщение является не более чем абстракцией, каковой выступает и вся форма коммуникации.

Фотография, с точки зрения Бодрийяра, обладает историей, ностальгически ретроспективной, которая в состоянии восстановить мнимую подлинность изображенного явления. Само явление таково, что его оригинал не появится более никогда, так как с самого начала предметы замышляются в контексте неограниченной репродукции [16. С. 176]. Поэтому фотографию необходимо изучать здесь и сейчас.

По мысли Бодрийяра, наибольшее сходство фотография обнаруживает с путешествием, с его анаморфозом. Прямое родство же он видит с тем, что дико и первобытно, с тем, что режет глаз смотрящего. Самые лучшие фотографии, по его мнению, – это фотографии дикарей в их естественной среде обитания. Дикарь не чувствует магического страха перед объективом, он бесстрашно смотрит в глаза смерти, а если объектив может быть смертью, то ему и вовсе нечего бояться. Во всех остальных случаях смотрящий в объектив чувствует тот самый мифический страх: страх за результат снимка, за его восприятие в социальной

среде, за свое предвзятое отношение к нему. И именно для того, чтобы нивелировать боязнь за результат, человек прибегает к позированию.

Идеи С. Холла опираются на взаимосвязь процессов репрезентации и создания смыслов. По его мнению, именно посредством репрезентаций социальные субъекты используют любую систему знаков для производства значений. Одним из ключевых тезисов Холла выступает то, что реальные события не существуют в принципе до тех пор, пока они не опосредованы языком или другими знаковыми системами [18. С. 946].

По Холлу, современные средства массовой коммуникации более не транслируют денотативные значения, культура теряет свое универсальное значение, перестает быть понятной для всех. Наше знание об окружающем мире становится дискурсивным – оно опосредовано языком, изображением или звуком.

Каждый знак в современном мире становится полисемичным, у него появляется все большее количество коннотаций. Холл соглашается с Бартом в его предположении, что коннотации являют собой определенный тип идеологии: практически любой знак становится идеологическим благодаря своим коннотациям.

Но, по мысли социолога, в процессе создания знаковой системы грань между коннотацией и денотацией стирается: дело в том, что значения настолько закрепились в общественном сознании, что уже не осознаются. Поэтому, с одной стороны, проводить различия между двумя уровнями означивания не имеет смысла; с другой стороны, они позволяют выявить степени идеологичности, так как коннотация являет собой временную идеологию, а денотация – «вечную» [18. С. 946].

Холл предлагает категоризировать подходы к рассмотрению процессов порождения знаковых значений на основе трех моделей интерпретации: отражательной (миметической), интенциональной и конструктивистской [18. С. 946]. При этом он подчеркивает, что любой объект репрезентации не наделен смыслом, он рождается лишь в процессах интерпретации и коммуникации, кодирования и декодирования текстов и зависит от культурного контекста.

## 5. Заключение

Представленные базисные подходы в визуальной социологии свидетельствуют о том, что визуальные образы способны предоставить значительное количество качественной информации для изучения социума. В контексте культуры визуальной экспансии известный польский исследователь П. Штомпка пишет о фиксируемом парадигмальном сдвиге, «третьей социологии – после второй социологии поведения и действия, первой социологии организмов и систем» [19. С. 3]. Но подобной точки зрения придерживается далеко не все научное сообщество, поскольку смещение акцента в пользу какого-либо терминологического аппарата неизбежно приводит к ошибке; поэтому данная перспектива с определенной долей осторожности называется методологией исследования визуального, позволяющей социологии реализовывать новые функции и расширять познавательные возможности привычных исследовательских методов [20. С. 78].

Каждое визуальное сообщение являет собой слепок общества здесь и сейчас, поэтому способно дать нам великое множество социальной информации в статике, а сравнение визуальных паттернов поведения настоящего и прошлого – и в динамике. На сегодняшний день визуальная социология представляет собой «широкий континуум интересов и проектов, соотносящихся с разнообразными теоретическими основами, это множество программ исследования с разными вариантами ссылок на социологию как на дисциплину» [21. С. 144]. Тем не менее корпус социологических статей по изучению визуальности не является наполненным, в отличие от работ, выполненных в рамках традиционной методологии; важно отметить и тот факт, что визуальные методы более характерны для антропологической или даже психологической науки. В отечественной социологической периодике доминируют три основных направления исследований в области визуальной социологии: рассмотрение репрезентаций и саморепрезентаций, идентичности и стереотипизации и культуры повседневности. Новый виток интереса к данной проблематике опосредован повсеместным проникновением виртуальных социальных сетей, где визуальная составляющая виртуальной личности выступила как инструмент интеграции индивида в них, одновременно являясь и средством идентификации и персонализации пользователя, и механизмом его самовыражения и признания [22. С. 160].

Резюмируя все вышесказанное, можно выделить несколько в той или иной степени универсальных и важных для каждого из представленных подходов выводов. Во-первых, фотографию необходимо рассматривать как механическую копию социальной реальности, воспроизводящую ее структуру, но не соответствующую ей. Она представляет собой статичное изображение, в то время как реальность изменчива. При этом фотография демонстрирует существующие социальные связи и может выступать индикатором их усиления или ослабления. Во-вторых, фотография выступает способом соотнесения себя с определенной социальной группой, будь то семья, одноклассники, коллеги по работе и т.д. Она выполняет функцию посредника между человеком и группой, передавая ему определенные ценности; поведение напрямую зависит от его идентификации, социального ожидания и выполнения ролевых функций. В-третьих, на фотографии происходит маркирование индивида относительно его социального положения, эмоционального состояния, гендерной принадлежности, допустимой социальной дистанции и т.д., что объективно предоставляет возможности изучения социальной структуры данного конкретного общества при наличии большого количества эмпирического материала. В-четвертых, фотография фиксирует связь со временем и пространством. Благодаря этому происходит соотнесение человека с существующими культурными ценностями и традициями. В-пятых, фотография, с одной стороны, отображает наши представления о паттернах поведения; с другой стороны, сама продолжает эти паттерны. При этом фотография отчасти является своим собственным эпигоном, копируя не только существующие структуры реальности, но и саму себя. В конечном счете, появляются образцы фотографий (газетная съемка, художественная съемка и т.д.), на которые остальные стремятся равняться. В-шестых, фотографию в равной степени создают три субъекта: фотограф, фотографируемый и зритель. Фотографируемый желает

предстать в максимально выгодном для себя свете; фотограф желает изобразить фотографируемого в максимально выгодном для себя свете; и, наконец, зритель дает оценку изображению, связывая ее с контекстом фотографии или тем знанием, которое он имеет.

### Литература

1. *Колодий В.В.* Визуальность как феномен и ее влияние на социальное познание и социальные практики: автореф. дис. ...канд. философ. наук. Томск, 2011. 152 с.
2. *Женщина* и визуальные знаки. Антология / под ред. А. Альчук. М.: Идея-пресс, 2000. 264 с.
3. *Becker H.S.* Photography and Sociology // *Studies in the Anthropology of Visual Communication*. 1974. № 1. P. 3–26.
4. *Goffman E.* Gender Advertisements. Cambridge: Harvard University Press, 1979. 94 p.
5. *Барт П.* Camera lucida. Комментарий к фотографии / пер. с фр., послесл. и ком. М. Рыклина. М.: Ad Marginem, 1997. 272 с.
6. *Барт П.* Система Моды. Статьи по семиотике культуры / пер. с фр., вступ. ст. и сост. С.Н. Зенкина. М.: Издательство им. Сабашниковых, 2003. 512 с.
7. *Эко У.* Отсутствующая структура. Введение в семиологию / пер. с ит. А.Г. Погоняйло и В.Г. Резник. СПб.: ТОО ТК Петрополис, 1998. 432 с.
8. *Бахтин М.М.* Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1979. 424 с.
9. *Круткин В.Л.* Пьер Бурдьё: фотография как средство и индекс социальной интеграции // Вестник Удмуртского университета. 2006. № 3. С. 40–55.
10. *Захарова Н.Ю.* Визуальная социология: фотография как объект социологического анализа // Журнал социологии и социальной антропологии. 2008. Т. 11, № 1. С. 147–161.
11. *Bourdieu P.* Photography: A Middle-brow Art. Oxford: Polity Press, 1998. 232 p.
12. *Печурина А.В.* Увидеть необычное в обычном: исследования семейной фотографии // Социологический журнал. 2010. № 2. С. 92–97.
13. *Деррида Ж.* О почтовой открытке от Сократа до Фрейда и не только / пер. с фр. Г.А. Михалкович. Минск: Современный литератор, 1999. 832 с.
14. *Деррида Ж.* Жак Деррида в Москве: деконструкция путешествия / пер. с фр. и англ.; предисл. М.К. Рыклина. М.: РИК «Культура», 1993. 208 с.: ил.
15. *Деррида Ж.* Письмо и различие / пер. с фр.; под ред. В. Лапицкого. СПб.: Академический проект, 2000. 430 с.
16. *Бодрийяр Ж.* Прозрачность зла / пер. с фр. Л. Любарской, Е. Марковской. М.: Добросвет, 2000. 260 с.
17. *Ушкин С.Г.* Симулякры и симуляция в зеркале современной киноиндустрии // Гуманитарий: актуальные проблемы гуманитарной науки и образования. 2010 (11). № 3. С. 92–100.
18. *Постмодернизм.* Энциклопедия / сост. А.А. Грицанов, М.А. Можейко. Мн.: Интерпресервис; Книжный Дом, 2001. 1040 с.
19. *Штомпка П.* В фокусе внимания повседневная жизнь. Новый поворот в социологии // Социологические исследования. 2009. №8. С. 3–13.
20. *Богданова Н.М.* «Визуальная социология» – новая наука или особый угол зрения? // Социологический журнал. 2012. № 3. С. 67–79.
21. *Сергеева О.В.* Исследовательское поле визуальной социологии // Журнал социологии и социальной антропологии. 2008. Т. XI, № 1. С. 136–146.
22. *Ушкин С.Г.* Визуальные образы пользователей социальной сети «Вконтакте» // Мониторинг общественного мнения. 2012. № 5. С. 159–169.

*Ushkin Sergey G.* Mordovian State University (Saransk, Russian Federation).

E-mail: ushkinsergey@gmail.com DOI 10.17223/1998863X/29/22

**VISUAL SOCIOLOGY: INTERACTIONAL, THE SEMIOTIC AND POSTSTRUCTURALIST APPROACHES**

**Keywords:** visual sociology, visualization, photography, interactionism, semiotics, poststructuralism

The paper presents review of basic sociological approaches to the study of nature of photography in modern society. The first one is based on the analysis of emerging in society due to visualization of social reality of behavior's patterns and new mechanisms of identification. The second approach sug-

gests studying of similarities and differences between natural language and photographic image and it involves searching secondary meanings. The third one focuses on the discourse of symbolic meanings of the visualization. Starting from the basic tenets of each theoretical science's branch, the author attempts to uncover the main principles of studying visualization in modern society as the source of a qualitatively new social information.

### References

1. Kolodiy V.V. *Vizual'nost' kak fenomen i ee vliyanie na sotsial'noe poznanie i sotsial'nye praktiki*: avtoref. dis. kand. filosof. nauk [Visuality as a phenomenon and its impact on social cognition and social practice. Abstract of Philosophy Cand. Diss.]. Tomsk, 2011. 152 p.
2. Al'chuk A. (ed.) *Zhenshchina i vizual'nye znaki* [The woman and visual signs]. Moscow: Ideya-press Publ., 2000. 264 p.
3. Becker H.S. *Photography and Sociology. Studies in the Anthropology of Visual Communication*, 1974, no. 1, pp. 3–26.
4. Goffman E. *Gender Advertisements*. Cambridge: Harvard University Press, 1979. 94 p.
5. Bart R. *Camera lucida. Kommentariy k fotografii* [Camera lucida. Comments to this photo]. Translated from French by M. Ryklin. Moscow: Ad Marginem Publ., 1997. 272 p.
6. Bart R. *Sistema Mody. Stat'i po semiotike kul'tury* [The fashion system. Articles on the semiotics of culture]. Translated from French by S.N. Zenkin. Moscow: Typography named after the Sabashnikov, 2003. 512 p.
7. Eco U. *Otsutstvuyushchaya struktura. Vvedenie v semiologiyu* [The lack of structure. Introduction to semiology]. Translated from Italian by A.G. Pogonyaylo, V.G. Reznik. St. Petersburg: Petropolis Publ., 1998. 432 p.
8. Bakhtin M.M. *Estetika slovesnogo tvorchestva* [Aesthetics of verbal creativity]. Moscow: Iskusstvo Publ., 1979. 424 p.
9. Krutkin V.L. P'er Burd'e: fotografiya kak sredstvo i indeks sotsial'noy integratsii [Pierre Bourdieu: photography as a means and the index of social integration]. *Vestnik Udmurtskogo universiteta – The Bulletin of Udmurt University*, 2006, no. 3, pp. 40–55.
10. Zakharova N.Yu. *Vizual'naya sotsiologiya: fotografiya kak ob'ekt sotsiologicheskogo analiza* [Visual Sociology: the photograph as an object of sociological analysis]. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noy antropologii – The Journal of Sociology and Social Anthropology*, 2008, vol. 11, no. 1, pp. 147–161.
11. Bourdieu P. *Photography: A Middle-brow Art*. Oxford: Polity Press, 1998. 232 p.
12. Pechurina A.V. *Uvidet' neobychnoe v obychnom: issledovaniya semeynoy fotografii* [To see the unusual in the usual: the study of family photographs]. *Sotsiologicheskii zhurnal – Sociological Journal*, 2010, no. 2, pp. 92–97.
13. Derrida J. *O pochtovoy otkrytke ot Sokrata do Freyda i ne tol'ko* [About the postcard from Socrates to Freud and beyond]. Translated from French by G.A. Mikhalkovich. Minsk: Sovremennyy literator Publ., 1999. 832 p.
14. Derrida J. *Zhak Derrida v Moskve: dekonstruktsiya puteshestviya* [Jacques Derrida in Moscow: the deconstruction of travel]. Translated from French and English. Moscow: Kul'tura Publ., 1993. 208 p.
15. Derrida J. *Pis'mo i razlichie* [Writing and difference]. Translated from French by V. Lapitskiy. St. Petersburg: Akademicheskii proekt Publ., 2000. 430 p.
16. Baudrillard J. *Prozrachnost' zla* [Transparency of evil]. Translated from French by L. Lyubarskaya, E. Markovskaya. Moscow: Dobrosvet Publ., 2000. 260 p.
17. Ushkin S.G. *Simulyakry i simulyatsiya v zerkale sovremennoy kinoindustrii* [Simulacra and simulation in the mirror of modern film industry]. *Gumanitariy: aktual'nye problemy gumanitarnoy nauki i obrazovaniya – Humanitarian: the actual problems of humanities and education*, 2010 (11), no. 3, pp. 92–100.
18. *Postmodernizm. Entsiklopediya* [Postmodernism. The Encyclopedia]. Minsk: Interpresservis; Knizhnyy Dom Publ., 2001. 1040 p.
19. Shtompka P. *V fokuse vnimaniya povsednevnyaya zhizn'. Novyy povorot v sotsiologii* [The focus of everyday life. A new twist in sociology]. *Sotsiologicheskie issledovaniya – Sociological Studies*, 2009, no. 8, pp. 3–13.
20. Bogdanova N.M. "Vizual'naya sotsiologiya" – novaya nauka ili osoby ugol zreniya? ["Visual Sociology" – a new science or a particular angle of view?]. *Sotsiologicheskii zhurnal – Sociological Journal*, 2012, no. 3, pp. 67–79.
21. Sergeeva O.V. *Issledovatel'skoe pole vizual'noy sotsiologii* [The Research field of visual sociology]. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noy antropologii – Journal of Sociology and Social Anthropology*, 2008, vol. XI, no. 1, pp. 136–146.
22. Ushkin S.G. *Vizual'nye obrazy pol'zovateley sotsial'noy seti "Vkontakte"* [Visual images of the users of the social network "Vkontakte"]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya*, 2012, no. 5, pp. 159–169.