

ностью, публичные отношения организаций и общества — это атрибут демократии, не менее важный, чем свобода слова, информации и выбора.

Принципиальный вопрос, возникающий по прочтении книги, таков: а могут ли PR быть другими (честными и ответственными) в обществе с незрелой демократической политической культурой и гражданским обществом, до сих пор пребывающим на стадии становления? Возможности утвердительного ответа на этот вопрос — и это второе преимущество издания — авторы усматривают в дальнейшей профессиональной институционализации сферы PR, в трансформации их из арсенала сугубо технических приемов влияния на сознание и массовых дилетантских экспериментов в сфере связей с общественностью в социально значимый институт публичности, который бы определял и регулировал взаимодействие власти, предприятий и организаций, с одной стороны, и граждан, общественных групп, клиентов и потребителей — с другой.

И даже усматривая некоторый романтический оптимизм в таких авторских ожиданиях, учитывая сложную диалектику необходимых и достаточных условий, агентности и структуры, следует признать небезосновательность данной позиции. Одним словом, представляемая книга является фундаментальным вкладом в становление отечественных профессиональных, социально ответственных связей с общественностью, а значит — и просветительским вкладом в формирование демократической политической культуры и гражданского общества в стране.

**МАКСИМ РЕПКА,**

*аспирант отдела истории, теории и методологии социологии Института социологии НАН Украины*

## **Визуализация как социологический метод исследования социальной реальности**



**Штомпка П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования : учебник / Пер. с польск. Н.В.Морозовой, авт. вступ. ст. Н.Е.Покровский. — М.: Логос, 2007. — 168 с. + 32 с. цв. ил.**

В эпоху информационно-коммуникативных технологий социологи берут на вооружение многие технологические новации: от компьютера и Интернета до новейших средств визуализации реальности. Одним из гениальных изобретений человечества является фотография.

Социология как наука и фотография как техника возникли и развивались практически в один исторический период — с конца XIX века. Сначала к фотографии обратились антропологи, этнологи, а затем, в начале XX века, к ней проявила интерес и социология. Мнение Э.Дюркгейма о том, что “объективная реальность общественных фактов является для социологии явлением фундаментальным”, весьма актуально применительно к проблеме визуальности. Речь идет об онтологической сущности общественных фактов, их конкретности, доступности исследованию, способности социолога к наблюдению. Не эти ли факторы свойственны и фотографии?

Петр Штомпка, выдающийся современный польский социолог, попытался в рамках своей работы “Визуальная социология” раскрыть широкий научный потенциал, который несет в себе фотография. Само понятие “визуальная социология” до сих пор не слишком распространено, даже среди социологов. Работа Штомпки призвана убедить в том, что социология — это не только оперирование вербальными понятиями, опирающимися на опросы, сбор статистических данных, но и изучение человеческих действий, являющихся вполне реальными и подлежащими четкой фиксации. Почему же именно фотография? Ведь визуальная социология имеет дело со всеми видами визуальных источников (видео, “виртуальная реальность”, анализ рекламы, анализ визуальных материалов в средствах массовой информации и т.д.). Дело в том, что именно фотография как наиболее популярная техника видения мира соответствует критериям “массовости” и доступности и требованиям широкого спектра семиотических исследований, которые проводят в этом направлении современные социологи. Исследование визуальных образов в наше время становится все более актуальным среди ученых. Изучению социальных, культурных явлений помогает “закрепление” действия через фиксированный документальный образ в фотографическом клише (пленке или цифровой матрице) фотокамеры — образ, который потом можно подвергнуть тщательному анализу.

На примере фотографии автор раскрывает теоретические аспекты развития визуальной социологии. Автор интерпретирует такие понятия, как “социальная ориентировочная фотография” и “социологическая фотография”, прослеживает развитие интереса к фотографии от момента ее возникновения до наших дней. Отход от позитивистской парадигмы и возвращение к символическому интеракционизму, драматургической социологии и этнометодологии в конце XX века сыграли свою роль в возрождении интереса социологов к фотографии. Теоретические аспекты визуальной социологии автор исследует в контексте этнометодологии, драматургической социологии, феноменологической социологии.

Замечу, что эта книга — своеобразный учебник, и фотография в нем позиционируется как метод исследования. Крайне полезно для социологов представление фотографии в качестве дополнения к таким методам социологии, как интервью, метод изучения личных документов, контент-анализ, наблюдение. Каждый из этих социологических методов сбора информации может быть обогащен фотографией, что и доказывает автор. Причем в некоторых случаях фотография может выступать и как основной, и как вспомогательный инструмент.

Фотографический образ служит предметом интерпретации социолога. Фотография не может говорить сама за себя, ее нужно расшифровать. Это является задачей герменевтического, структурного, дискурсивного и семиотического анализа, вызовом для социологического воображения исследователя. Углубленная интерпретация фотографий может послужить импульсом к реализации ее новых функций в социологии, среди которых автор выделяет следующие: 1) стимулирование внимания и воображения (социологу нужно уметь концентрироваться на определенных образах социальной реальности, расшифровывать повседневные знаки для их дальнейшего изучения); 2) эвристическая инспирация (иногда фотографические образы могут выявить характерные атрибуты людей или событий, то, чего нельзя обнаружить придирчивым глазом мастеров слова); 3) регистрация и документиро-

вание, которые являются особо ценными свидетельствами при нынешних темпах культурных событий; 4) повод для фотографического интервью или для дискуссий в сформированной группе (в результате созерцания фотографического материала у респондентов возникают определенные ассоциации, дающие материал для изучения); 5) иллюстративная функция (фотографию используют в современных социологических изданиях для визуализации социологических понятий, тем и сюжетов). Наконец, по мнению автора, фотографию можно использовать с утилитарно-практической целью — в рекламных, агитационных и идеологических практиках, хотя эта функция несколько “выходит” за рамки социологии.

Книга дополнена практическими заданиями для тренировки визуального воображения социолога путем работы с фотографией. Разумеется, научиться этому только по книге невозможно. Поэтому берите фотоаппарат и отправляйтесь учиться, призывает автор. Можно также использовать уже сделанные снимки. Приведенные в книге задания основаны на личном дидактическом опыте автора, но при желании их можно самому дополнить и модифицировать.

Социолог, подобно журналисту, фотографу или другому исследователю, найдет в книге что-то свое, дополнит собственный арсенал практических и эмпирических знаний. Фотоснимки, сделанные автором, дополняют этот учебник и наглядно доказывают важность фотографии как техники и метода в инструментарии социологии. Интерес к визуальной социологии растет в мировой и отечественной науке (в частности, в публикациях Л. Малес). Новая книга Штомпки, без сомнения, встретит признательного читателя, послужит предметом обсуждений и дискуссий.