

# АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ, СОЦІАЛЬНОЇ ПЕДАГОГІКИ ТА ЗДІЙСНЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

---

УДК 364.4:352

## СПЕЦИФІКА АНАЛІЗУ ВІЗУАЛЬНОЇ ІНФОРМАЦІЇ В ДОСЛІДЖЕННЯХ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

**О. С. КОВТУН  
С. С. БАРАНОВА**

Сучасна соціальна комунікація стає все більш візуальною, заміщуючи інші форми передачі інформації в процесі соціальних взаємодій. Візуальність у сучасному суспільстві набуває раніше не притаманних їй функцій: сьогодні окремі індивіди та соціальні групи отримують знання про оточуючий світ із кіно, серіалів, реклами, які задають ціннісні, соціальні та споживацькі орієнтири. Таким чином, візуальна комунікація сьогодні конституює соціальну реальність, що підвищує актуальність розробки адекватних методів її дослідження.

Не буде перебільшенням твердження, що більшість дослідників не довіряють візуальним матеріалам як із першоджерелами соціологічної інформації. Вони більш схильні до роботи із статистичними даними, до яких можна застосувати кількісні методи аналізу. Усвідомлена й усталена звичка працювати з цифрами, а не із зображеннями породила певною мірою деяку зневагу і недовіру до візуальних документів як джерела соціологічної інформації.

Більшість праць методологічного спрямування присвячена саме такій тематиці або спрямована на більш докладний її розгляд. Робіт, де увага акцентувалася б на специфіці аналізу візуальної інформації та джерел, не так уже і багато. Але в контексті зростання популярності використання якісних та якісно-кількісних методик у соціології та в суміжних науках увага дослідників все-таки починає звертатися до візуальних джерел та візуальної інформації.

Методологія аналізу візуальних даних досить ґрунтовно розроблена як у вітчизняній соціології, а саме в роботах таких дослідників, як Н. Костенко, І. Чудовська, М. Яковлев, так і у зарубіжній соціологічній науці – М. Ball, М. Banks, Н. Becker, Р. Bourdieu, D. Harper, S. Pink, G. Rose, P. Sztompka. Але незважаючи на це, методи аналізу та інтерпретації візуальних джерел інформації досі залишаються на периферії сучасного наукового пошуку.

Отже, **мета статті** полягає у виявленні специфіки вивчення візуальної комунікації.

Фотографія, кінокартина, відеофільм – це цілком самодостатні візуальні джерела, які потребують такої ж джерелознавчої критики та відповідного методичного інструментарію. Візуальні документи важливі не тільки фіксованим зоровим образом, а й закодованою у них інформацією. Вона може бути відкритою, закритою, прихованою тощо. Комплексне дослідження, вилучення та використання інформації таких джерел дає змогу дослідникові не лише доповнити свої судження про певні соціальні феномени, а й поглянути на них у буквальному розумінні цього слова.

Візуальні документи як твори образотворчого мистецтва можуть бути проаналізовані в трьох напрямках:

- 1) як документи минулих епох, що дозволяють робити висновки про ті чи інші сторони соціального життя, про ті чи інші деталі побуту;
- 2) як документація з образотворчого мистецтва в тому випадку, якщо саме це мистецтво як соціальне явище стає предметом дослідження;
- 3) як „людські документи”, тобто документи, як і дозволяють судити про особи їх авторів [3, с. 296].

Як документальні свідчення про події та явища такий вид візуальних джерел як документальні кінофільми та фотографії є особливо цінним матеріалом, необхідним джерелом інформації при дослідженні кіно і телебачення як соціальне явище з одного боку, та як джерело фактуальних даних, з іншого.

Отже, можна окреслити основні характеристики візуальних джерел та інформації. Це доцільно робити з кількох позицій.

По-перше, візуальні джерела розкривають соціальні факти у вигляді конкретних статичних або динамічних зорових образів. Безпосередня фіксація інформації у момент дії – одна з головних властивостей переважної більшості різновидів візуальних джерел. Ці документи (фото-, кіно-, відео-), по-перше, образно відображають конкретику часу і місця; по-друге, самі є свого роду артефактами; по-третє, закодована в них інформація потребує семантичного (знакового) прочитання і розуміння. Відповідно, вони часто не поступаються за інформативністю джерелам іншим документальним джерелам.

По-друге, особливістю візуальної інформації та джерел є те, що вони конкретизують вербальний контекст контурів соціальної реальності загалом та повсякденності зокрема.

Повсякдення майже не фіксується в офіційних повідомленнях і зведеннях і тому складно прочитується. Це може бути дуже потрібним по відношенню до конкретного об'єкту та мети дослідження, а не врахування деяких аспектів може призвести до втрати ґрунтовності висновків. Візуальні джерела можуть містити інформацію, яка не буде зафіксована в іншому виді документальних джерел.

По-третє, в умовах візуалізації та інформатизації світу, яку докладно описують багато соціологів, є масовим і доступним джерелом документальної інформації. Сучасний розвиток технологій та комунікативних практик, поширення соціальних мереж і віртуального спілкування полегшує розповсюдження візуальної інформації.

По-четверте, створення візуального документа – це, перш за все, творчий процес. У цьому контексті візуальні джерела та інформація самі розглядаються як артефакти. Це також сприяє розкриттю додаткового, прихованого змісту, розкриття думки й погляду автора, його особистості.

По-п'яте, візуальні джерела відкривають для дослідників нові шляхи для розуміння минулого, збагачуючи дослідницький арсенал і способи аналізу. Аналіз таких документів становить свого роду процес соціального пригадування.

По-шосте, візуальні джерела можуть набувати статус історичних документів, пам'яток історії. За таких умов візуальні джерела набувають особливого значення для дослідників різних соціальних й історичних наук.

По-сьоме, при роботі з візуальною інформацією та джерелами завжди потрібно враховувати контекст. Такі документи, хоча і є автономними, але не можуть існувати від'ємно від соціального контексту. Тільки за таких умов розкривається їх сутність та закладаються основи для декодування візуальної інформації.

Що стосується самих образів як способу передачу інформаційного повідомлення у візуальних документах, то тут потрібно звернути увагу на декілька критеріїв.

Перший критерій – це техніка їх створення. Тут можна виділити різноманітні категорії: живопис і графіка, скульптура, кіно, класична фотографія, електронний або цифровий образ, сценографія і спектакль. Важливо, що всі ці техніки, хоча й різною мірою, дають можливість багаторазового репродукування цих образів та самих джерел.

Другий критерій – локалізація образу, місце його презентації. Місцем локалізації може виступати доступний медіапростір, публічний простір, ще публічний, але більш ексклюзивний простір (наприклад музей, сцена, кінотеатр), приватний простір. Локалізація визначає не тільки доступність образу, а й характер сприйняття.

Третій критерій стосується функції, яку виконує образ. Одні образи реалізують художню функцію – експресивну і естетичну, інші – функцію інформаційну чи документальну, а треті – функції комерційні, рекламні, пропагандистські. Ці функції не виключають один одного і можуть виступати в різних комбінаціях [4, с. 26].

Таким чином, фото, відео, кіно, електронні ЗМІ, інші різноманітні візуальні матеріали становлять інтерес для дослідника і як культурні тексти, і як репрезентації культурного знання, і як контексти культурного виробництва, соціальної взаємодії й індивідуального досвіду.

Дослідження різних видів візуальних джерел та інформації – фотографій, малюнків, відеоматеріалів, будь-яких інших зображень – на думку багатьох сучасних науковців – суспільствознавців, нерозривно пов'язане із центральними значенням візуального у сучасній культурі. Отримуючи новий візуальний вимір, соціологія не просто використовує порівняно недавні і новітні досягнення техніки і технології фіксації, збереження і передачі зображень, відбувається кардинальне розширення сфери візуального в самій структурі суспільного життя. Людство у процесі свого поступу накопичило багато різноманітних візуальних артефактів, які можна і варто досліджувати як джерела

цінної інформації про різноманітні суспільно-політичні явища. Саме тому аналіз візуальних джерел та інформації набуває широкої популярності серед дослідників, хоча ще сильно поступається іншим методам соціологічного дослідження.

Аналіз візуальних матеріалів як дослідницький напрям загалом розвивається в межах різних наук. Своєрідна міждисциплінарність цього напрямку в сучасній науці має свої переваги та недоліки. З одного боку, до аналізу візуальних джерел можна підійти з теоретико-методологічних засад різних наукових дисциплін. А з іншого, аналіз візуальних матеріалів не є структурованим і систематизованим. Навіть у межах соціологічної царини методи дослідження візуальної інформації не становлять окрему групу методів [5, с. 107].

У сучасних публікаціях, присвячених дослідженню візуальних джерел та інформації, немає чіткого викладення процедур аналізу візуальних матеріалів. Автори коротко викладають, які візуальні матеріали і з якою метою вони використовували у своїх дослідженнях, проте на технічному аспекті вони акцентують зовсім мало уваги. Методологи роблять особливий наголос на теоретичних підходах до інтерпретації візуальної інформації, уникаючи деталізованого викладу технік. Отже слабкою стороною аналізу візуальних джерел є відсутність структурованого викладу прийомів та логіки його перебігу з прив'язкою до теоретико-методологічних засад дослідження візуального в цілому [6, с. 10].

Отже, перше, на що потрібно звернути увагу при розгляді особливостей соціологічного дослідження візуальних матеріалів, – це розмежування кількісних та якісних традицій. У випадку кількісних методів, які можна проілюструвати на прикладі кількісного контент-аналізу, дослідження слідуватиме дедуктивній логіці перевірки висунутих гіпотез для спростування або підтвердження певної теорії, за умов відсторонення дослідника від предмета дослідження. У випадку якісних методів, до яких можна віднести, наприклад, інтерпретативний аналіз візуальних джерел та інформації, який представлений у роботах Джиліан Роуз, Ервіна Панофські та Роелофа Ван Стратена, акцент робиться на застосуванні логіки розуміння, яка є менш структурованою і в якій досвід дослідника привноситься у процес дослідження [6, с. 12].

Але використання лише одної з представлених традицій у дослідженні візуальних матеріалів значно обмежує евристичний потенціал роботи з даним видом документів. Саме тому у сучасних соціальних науках активно розробляються процедури з використанням змішаної методології або якісно-кількісні методики, до яких можна віднести контент – аналіз як метод соціологічного дослідження.

Отже, що собою являє контент-аналіз як метод та які особливості його застосування для візуальних джерел та інформації?

Дослідникам, які займаються контент-аналітичними дослідженнями, протягом тривалого часу цілком достатнім здавалося класичне визначення, яке дав контент-аналізу Б. Берельсон. Він визначав його як дослідницьку техніку для об'єктивного, системного і кількісного опису наявного змісту комунікації, яка відповідає цілям, поставленим дослідником. Але через те, що сам контент-аналіз розвинувся у соціологічний метод вивчення документів, дане визначення є дещо застарілим. Дж. Мангейм та Р. Річ пропонують розглядати контент-аналіз як систематичну числову обробку, оцінку та інтерпретацію форми та змісту інформаційного джерела. На думку авторів, контент-аналіз постачає нас серією методів, за допомогою яких можна узагальнювати ті або інші матеріальні прояви поведінки і відносин різних типів суб'єктів [2, с. 11].

Ще одне визначення дає Є. Таршіс, за яким контент-аналіз виступає як дослідницька техніка для отримання висновків шляхом аналізу змісту тексту про стан і властивості соціальної дійсності. Ч. Осгуд дотримується думки, що контент-аналіз – це процедура, при посередництві якої можна робити висновки про джерела і одержувачів інформації, виходячи з відомостей, які містяться у самих повідомленнях.

Отже, узагальнюючи попередні визначення, на нашу думку, для подальшого розуміння поняття контент-аналізу та специфіки його застосування доцільно використовувати наступну дефініцію, яка дає в своїй роботі Н. Костенко. „Контент-аналіз – це якісно-кількісний метод вивчення документів, який характеризується об'єктивністю висновків і строгістю процедури та полягає у квантифікаційній обробці тексту з подальшою інтерпретацією результатів. Предметом контент-аналізу можуть бути як проблеми соціальної дійсності, котрі висловлюються чи навпаки приховуються у документах, так і внутрішні закономірності самого об'єкта дослідження” [1, с. 44].

Одразу зазначимо, що контент-аналіз – це не кількісний, але якісно-кількісний метод. При дослідженні документів з його допомогою має велике значення не тільки, частота появи тієї чи іншої категорії, а взагалі чи присутня вона у досліджуваному тексті, чи ні. Це уточнення надзвичайно актуальне при роботі з візуальними джерелами, оскільки суто кількісний аналіз обмежує пізнавальні можливості методу.

Взагалі при застосування контент-аналізу відносно до візуальних джерел необхідно враховувати низку факторів, які і будуть складати особливості застосування методу в по відношенню до такого типу інформації.

1. Робота з візуальним джерелом – це, перш за все, робота з образами. Тому потрібно враховувати їх персональні характеристики (зміст, форма, розмір, колір, тощо), які є своєрідними деталями, розташування образів, стилістичні особливості, частоту їх використання. Саме з цим фактором пов'язана специфічність процедур кодування та декодування інформації.

2. Візуальне джерело може виявитися синтезом образу та тексту. Тоді до дослідження потрібно залучати процедури контент-аналізу не тільки образної, але й текстуальної інформації.

3. Контекстуальність. Візуальне джерело є найбільш чутливим до соціального та культурного контексту. Без його врахування можна повністю втратити зміст повідомлення. Більшість візуальних джерел взагалі розуміються лише в певному контексті.

4. Локалізація. Важливо враховувати простір розміщення візуального документу. Це може наближати як до розуміння змісту, так і до усвідомлення мети створення документа.

5. Творчість. Створення візуальних джерел є процесом творчості автора. Повідомлення переломлюються через призму його суб'єктивності та власного бачення проблематики, які потрібні бути врахованими.

6. Характер (художній або документальний) – особливо важливо при інтерпретації інформації фото- та відеоматеріалів. На цьому ґрунтується розгляд джерела як художнього твору або як документального джерела фактуальної інформації.

7. Ускладнення процесу квантифікації для окремих візуальних джерел, якщо йдеться не про підрахунок частоти появи певних образів, а про змістовні одиниці.

Також при роботі з візуальними джерелами необхідно враховувати ту обставину, що контент-аналіз пропонується здійснюватися в дві стадії:

1. Стадія первинної обробки. Вона зводиться до опису і аналізу ситуації, яка представлена у візуальному джерелі, та декодування повідомлення, основної ідеї автора. Тут варто звернути увагу на те, хто та що зображено в документі, проаналізувати сюжет, звернути увагу на символи і стереотипи, завдяки яким можна визначити, хто є персонажами. Особливу увагу слід звернути на позицію автора.

2. Стадія вторинної обробки. Це є саме метою дослідження джерела. На цьому етапі слід звернути увагу на особливості ситуації і представлені події та факти соціального життя, на співвідношення даного джерела з іншими джерелами (як текстовими, так і візуальними), на соціально-культурний контекст.

В епоху візуалізації та інформатизації суспільства велику вагу набуває передача повідомлень за рахунок зорових образів та каналів їх поширення. Така ситуація змінює саме сприйняття соціального і формування візуальної уяви, про яку згадував П. Штомпка в контексті візуальної соціології. Саме тому необхідна розробка валідних, системних та обґрунтованих методів дослідження візуальних джерел й інформації. Одним із таких методів стає контент-аналіз, перевагою якого стає його спрямування на квантифікацію даних.

Але при застосуванні методу контент-аналізу до вивчення візуальних джерел та інформації необхідно враховувати ряд особливостей, таких як образність, синтез образу та тексту, творчість, локалізація, контекстуальність, співвідношення художності і документальності й особливості квантифікації. Саме вони лежать в основі специфічності використання методу для цього виду документальних джерел та інформації.

#### Список використаної літератури:

1. Костенко Н. Досвід контент-аналізу : моделі та практики / Н. Костенко, В. Іванов. – К. : Центр вільної преси, 2003. – 200 с.
2. Мангейм Дж. Б. Политология. Методы исследования / Дж. Б. Мангейм, Р. К. Рич – М. : Весь Мир, 1997. – 544 с.
3. Пэнто Р. Методы социальных наук / Р. Пэнто, М. Гравиц. – М. : Прогресс, 1972. – 607с.
4. Штомпка П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования / П. Штомпка. – М. : Логос, 2007. – 168 с.
5. Чудовська-Кандиба І. Візуальне у дослідженнях культури / Ірина Чудовська-Кандиба // Якісні дослідження в соціологічних практиках : [навчальний посібник] / за ред. Н. Костенко, Л. Скокової. – К. : Інститут соціології НАНУ, 2009. – С. 96–119.
6. Яковлев М. В. Техніки та алгоритми аналізу візуального матеріалу : розмежування якісних і кількісних підходів / М. В. Яковлев // Наукові записки НаУКМА. – К, 2011. – Т. 122 : Соціологічні науки. – С. 5–13.