

Грамадазнаўцы да іх ліку адносяць патрэбнасць у развіцці асобы, у самарэалізацыі, самаактуалізацыі; у асэнсаванні свайго прызначэння ў свеце, у задавальненні пачуцця хараства, справядлівасці; патрэбнасць у сутнасным спазнанні навакольнага свету і г. д. Выходзячы за межы сацыяльнай і біялагічнай

прыроды, гэтыя патрэбнасці складаюць асобную сферу вышэйшых каштоўнасцяў, духоўнага вопыту, асэнсавання сябе і свайго жыцця. Разуменне і прыняцце гэтага з боку старэйшага пакалення — умова фарміравання гарманічнага грамадства і росквіту беларускай дзяржавы.

#### Спіс выкарыстаных крыніц

1. Левикова, С.И. Молодежная субкультура : учеб. пособие / С.И. Левикова. — М. : ФАИР-ПРЕСС, 2004. — 608 с.
2. Латышева, Т.В. Феномен молодежной субкультуры: сущность, типы / Т.В. Латышева // Социологические исследования. — 2010. — № 6. — С. 93–101.
3. Ярская, В.Н. Социология молодежи в контексте социальной работы / В.Н. Ярская. — Саратов : СТГУ, 2004.

05.05.2014

УДК 316

Е. Г. Павлова

## СУБЪЕКТИВНЫЙ ХАРАКТЕР ВИЗУАЛЬНОЙ СОЦИОЛОГИИ

*Рассматривается феномен визуальной социологии с точки зрения специальной социологической теории: выделяется ее объект, предмет, категории, методы; понятие социологического воображения описывается в качестве неотъемлемой профессиональной характеристики современного социолога.*

*The author studies the phenomenon of visual sociology from the point of view of the special sociological theory. Its object, subject, categories, methods are allocated; the concept of sociological imagination is described as the integral professional characteristic of the modern sociologist.*

Социология как наука об обществе имманентно реагирует на изменения, происходящие в структуре и характере социума. Повсеместное развитие и внедрение новых технологий — Интернета, мобильной связи, расширение возможностей видео- и фотосъемки — вносят существенные коррективы в структуру общественной жизни, что закономерно влечет появление новых концепций социологического осмысления общества. Так, визуальная социология сегодня уже не «экзотика», а отдельная сфера социологического теоретизирования, приобретающая все большую значимость. Мы ставим перед собой задачу раскрыть сущность визуальной социологии для широкого круга читателей. В современной социологической науке за термином «визуальная социология» стоит ряд аналитических концепций и методологических практик. Рассмотрим феномен визуальной социологии под углом зрения специальной социологической теории, выделив ее объект, предмет, категории и методы анализа социальной реальности.

**Объектом визуальной социологии** выступают визуальные изображения и зрелищные объекты (фотографии, видеофильмы, телепередачи, открытки, игрушки, одежда, художественное оформление тела, домашний интерьер и др.). Визуальные изображения в качестве источника данных создают визуальную модель ситуации, недоступной для прямого наблюдения. К примеру, глядя на одежду (ее фасон, покрой, цвет, сферу применения и т. п.), можно прочесть социальную тенденцию, кроющуюся за ней. Школьная форма в советские времена была окрашена в темные тона и выполняла функцию, служила

фактором унификации учащихся. В постсоветской школе, в частности в Беларуси, форма была поначалу отменена под лозунгами воспитания эстетического вкуса у школьников, а позднее учебные заведения стали вводить определенные требования к внешнему виду учеников, чтобы посредством одежды подчеркнуть принадлежность к социальной группе («элитная школа», «форма гимназиста»). Современная школьная форма имеет более лояльные характеристики цвета и фасона. Визуальное сравнение советской и современной школьной формы отражает тенденции децентрализации советской власти, падения коллективистских ценностей, актуализации ценностей индивидуализма.

**Предмет визуальной социологии** — тенденции и закономерности функционирования общества посредством анализа визуальных изображений и зрелищных объектов. Иными словами, визуальная социология использует изображения и другие зрелищные объекты, чтобы анализировать общество и культуру. Существенное замечание в данной связи делает П. Штомпка [1], обращая внимание на то, что визуальные изображения в широком смысле охватывают любые предметы, людей, места, события или ситуации, которые может наблюдать человеческий глаз. Для визуальной социологии эвристическим потенциалом обладают визуальные данные в более узком смысле — социологические визуальные данные, то есть связанные с деятельностью человека. Это исключает из сферы интереса визуальной социологии богатый образами мир природы. Однако снимки преобразованной в ходе человеческой деятельности

ти природы несут потенциальную социологическую информацию.

Анализируя предпосылки становления визуальной социологии, исследователи выделяют три аспекта [2]. *Во-первых*, социальное осмысление визуальных образов культуры в гуманитарном знании второй половины XX в. Такие исследователи, как В. Беньямин, Р. Уильямс, С. Холл, Р. Барт, заложили основы изучения визуальных явлений культуры. Благодаря их работам стало возможным интерпретировать изображения как значимые аспекты культуры. *Во-вторых*, совершенствование эмпирических методов социологического исследования. Впервые о возможности использования фотографий и других изображений в социологическом исследовании обосновано заявил Г. Беккер (1974). В своей работе «Фотография и социология» автор сопоставляет проекты фотографов и социологов как две линии профессиональных усилий, движимых интересом к социальным фактам. Беккер обсуждает положительные эффекты знания теоретических идей для человека, нажимающего кнопку фотокамеры, привлекает внимание к значительным возможностям выражения социальных идей на языке образов, отмечает общие проблемы работы «в поле», то есть формирует соединительный фундамент для синтетического направления. С 1972 г. в Бостонском университете начал издаваться журнал «Видеосоциология» (редакторы А. Блюменстайл и К. Стац-Штоль). Сессии по визуальной социологии проводились почти ежегодно на базе Американской социологической ассоциации с 1974 г. (Монреаль) до настоящего времени. Кроме того, сессии имели место на региональных социологических конференциях и на всемирных конгрессах социологов. Особенно важное влияние на развитие эмпирической визуальной социологии оказали проекты М. Мид и Г. Бэйтсона, реализовавших съемку этнографического кино на Бали (1942) — «Балийский характер: фотографический анализ». *Третьей* предпосылкой становления визуальной социологии можно считать «парадигмальный сдвиг» в социологической теории, характеризующийся усилением внимания к наблюдению повседневных практик людей в противовес теоретическим концепциям анализа общественного организма в целом.

В течение последних лет были предприняты многочисленные попытки определения концептуальной структуры и дисциплинарных границ визуальной социологии. Визуальная социология может быть разделена на два направления: культурологическое (анализировать фотографии, сделанные другими, чтобы исследовать индикаторы культуры и социальных отношений) и методологическое (создавать фотографии, чтобы анализировать социальную реальность) [3]. Когда социолог становится автором изображений, он получает возможность формулировать проблему, выбирая объект, ракурс его подачи в кадре, сознательно представляя изучаемое явление под определенным углом зрения и создавая изображение, анализ которого будет эффективным в контексте конкретного научного подхода, если на этапе сбора материала он уже выделен. Так, П. Бурдье, очерчивая

перспективу анализа социального пространства города, исходил из методологического тезиса о том, что архитектура города является символическим отражением власти. Учитывая два указанных направления, фотография в современной социологии рассматривается как объект, материал практического исследования, а также как метод сбора социологической информации.

Среди **категорий визуальной социологии** как специальной социологической теории можно выделить следующие. *Визуальное изображение* — видимый глазу носитель символической информации. *Визуальная модель ситуации* — реконструкция ситуации, недоступной для непосредственного наблюдения. *Репрезентативность фотографии* — свойство фотографии как репродукции отдельных элементов социальной реальности воспроизводить параметры и значимые элементы изображаемой социальной реальности. *Визуальное взаимодействие* — как синоним невербальной коммуникации, где акцент делается, например, на создании имиджа тела, стиль одежды рассматривается как проявление статуса. *Визуальные технологии* — фотография, кинематограф, телевидение, цветная печать, копировальная техника, компьютерные программы. «*Фотографическая активность*» (по Р. Барту) включает активность трех видов: снимающий; снимающийся; рассматривающий снимки.

На какие вопросы пытаются ответить социологи, работающие в проблемном поле визуальной социологии [2]?

1. *Теоретическое определение самого предмета визуальной социологии.* Каковы социальные факторы, которые влияют на видение? Что определяет способ видения вещи и способ придания значения тому, что мы видим? Каковы характер, роль и институциональная организация визуальной символики в социальном конструировании реальности? Какие идеи в понимании характера и организации общества могут быть отчетливо показаны через анализ изображений?

2. *Социальные образы в средствах информации.* Определенное внимание должно быть направлено на фотографии, телевидение и кинофильмы. Необходимо рассмотреть содержание образов в развлекательных программах, информационных программах и рекламе. Важны для исследования контроль и управление образами в СМИ, осуществляемые корпорациями и социальными институтами в целом. Визуальные образы в СМИ инициируют социальные изменения или просто отражают происходящие изменения?

3. *Визуальные измерения социального взаимодействия.* Внимание здесь может быть сосредоточено на невербальной коммуникации и создании имиджа тела. Какими способами одежда и мода проявляются как символы статуса и власти? Какие имиджи тела используются в художественной среде, а какие — в повседневных невербальных коммуникациях?

4. *Социология визуального искусства.* Данное направление связано с исследованием социального содержания искусства и как художественного мира,

и как институциональной сферы. Кто приходит в художественные музеи и почему? В какой степени искусство является автономным от других институтов? Какова степень связи искусства с другими институтами? Каковы отличительные характеристики символического языка в визуальных искусствах? Какие социальные значения накладываются как культурный багаж на символы в визуальных искусствах?

5. *Визуальные технологии и социальная организация.* Каковы последствия главных событий в развитии визуальных технологий — фотографии, кинематографа, телевидения, цветной печати, копировальной техники, компьютерных программ и т. д. — для семьи, образования, политики, бизнеса и других сфер? Какую роль семейные фотографии играют в структурировании личной истории? В какой степени основные социальные институты управляют развитием и использованием визуальных технологий? Каковы наилучшие способы применения визуальных технологий в изучении общества?

В социологическом мире постоянно идут дискуссии о том, насколько визуальный анализ адекватен целям и методам социологии как таковой. При этом задается вопрос: на каком основании делают те или иные выводы в контексте анализа визуального ряда? Как утверждает Н. Е. Покровский [1], здесь в силу вступает принцип процессуальной дискуссии. Действительно, множественность интерпретаций одних и тех же зафиксированных зрительных феноменов практически всегда имеет место. Но процесс коллективного обсуждения как раз и становится основой анализа, где в столкновении точек зрения возникает социальный феномен, выявляется тенденция.

Для успешного использования методов визуальной социологии исследователю следует развивать навык *социологического воображения*. Данное понятие было введено в научный обиход Ч. Р. Миллсом для обозначения принципа социологической генерализации, то есть подведения конкретных фактов под обобщенную категорию или тенденцию. Ключевым элементом социологического воображения является взгляд как бы стороннего наблюдателя — попытка абстрагирования исследователя от привычного культурного контекста, что может привести к обнаружению новых, неизвестных ранее смысловых пластов человеческого бытия. Польский социолог П. Штомпка определяет социологическое воображение как вытекающую из признания разнообразия и множественности социальных явлений способность связать любое событие в обществе со структурными, культурными и историческими контекстами, а также с индивидуальными и коллективными действиями членов общества. В структуре социологического воображения Штомпка выделяет пять компонентов:

- способность рассматривать все социальные явления как результат деятельности социальных агентов и идентифицировать их;
- способность понимать скрытые за поверхностью явлений структурные и культурные ресурсы и ограничения, влияющие на социальную жизнь;
- изучение предшествующей традиции, живого наследия прошлого и его постоянного влияния на настоящее;

- способность воспринимать общественную жизнь в ее динамике, изменчивом процессе становления;
- признание огромного разнообразия и вариантов форм проявления общественной жизни.

Оригинальную методику развития социологического воображения у студентов с помощью метода включенного визуального наблюдения разработали М. В. Семина и А. О. Ганжа в рамках спецкурса «Визуальная социология и развитие социологического воображения», преподаваемого на социологическом факультете МГУ им. М. В. Ломоносова [4]. В основе спецкурса лежат две идеи: во-первых, развить умение детально наблюдать за окружающей обстановкой, выделять из канвы повседневности существенные детали и по ним делать обобщения; во-вторых, соединять умение детально наблюдать с практикой использования визуальных средств (видео-, фотосъемка). Концепцию *детального наблюдения* авторы спецкурса базируют на следующих правилах:

- наблюдатель не должен отрицать свою субъективность, его мысли и чувства помогают осознанию проблемы в поле;
- исследователь должен описывать то, что он видит, достаточно детально, нюансированно;
- описывая наблюдаемые явления, исследователь должен стремиться выйти за установленные в данном обществе категориальные рамки, предлагая «нестандартное» видение исследуемого объекта;
- развитие множественных описаний одного и того же явления.

Студентам предлагается провести наблюдение за жизнедеятельностью социальных объектов: торговых центров, кинотеатров, поликлиник, парков, мест массового скопления людей (транспорт). С помощью фотографирования и видеосъемки студенты учатся отображать отдельные социальные темы. Авторы спецкурса предлагают перечень возможных вариантов тем для визуального исследования: «Семейные фотографии как социологическое отображение социального времени»; «Граффити городской среды: классификация по районам»; «Памятники в городской среде — чей это город? Социологический анализ памятников города»; «Визуальный анализ трансформации образа матери и ребенка»; «Стили поведения жителей столицы и приезжих»; «Современное студенчество: доска объявлений в студенческом общежитии»; «Зонирование города: паркинги автомобилей»; «Кодовая система субкультур»; «Гендерные особенности поведения в торговых центрах (система и характер покупок)»; «Социальные роли в группе друзей»; «Реклама как отражение гендерных стереотипов в гляцевых журналах».

Методологическую матрицу для проведения «фотонаблюдения» в рамках визуального исследования формулирует П. Штомпка, выделяя 15 основных общественных контекстов, то есть областей повседневного функционирования людей, подлежащих наблюдению: дом, работа, потребление, путешествия (перемещение в пространстве), болезнь, смерть, образование (воспитание), религия, политика, наука (познание), искусство, отдых (развлечения), спорт, война, природные катастрофы. В каждой из этих областей выделяются шесть «единиц наблюдения»:

- непосредственно действующие личности;
- их действия;
- взаимодействие (и общественные отношения);
- коллективность (и ее структура);
- культура;
- окружение (среда).

Известный российский социолог С. А. Кравченко [5] разрабатывает концепцию нелинейно-гуманистического социологического воображения, основанную на постулатах постоянного усложнения социокультурной динамики общества и востребованности «Действующего Гуманистического Человека». Современному социологу в своих теоретических воззрениях и эмпирических практиках следует исходить из априорного признания текучести, неустойчивости, постоянного видоизменения социума под воздействием человеческой деятельности.

Существенную роль в развитии социологического воображения у молодых студентов-социологов играет личность преподавателя. Духовная культура преподавателя высшей школы менее обсуждается в литературе, в отличие от его профессиональных характеристик. Однако давно замечено, что наука и техника, образование сами по себе, изолированные от

духовного развития человека, могут способствовать формированию технократического типа личности — профессионально компетентной, но бездуховной, антигуманной. Осуществление воспитательного процесса в высшей школе возможно только при условии соответствия профессорско-преподавательского состава высоким духовно-нравственным стандартам. Именно на преподавателе лежит ответственность за развитие мировоззрения студента, основанного не только на научной картине мира, но и на духовно-нравственных ценностях, разумеется, для реализации данной цели преподавателю необходимо обладать достаточным уровнем духовной культуры. По результатам проводимых в ряде российских вузов исследований [6] среди формируемых под воздействием педагогов ценностей студенты в открытом вопросе отметили уважение, порядочность, доброту, стремление к самосовершенствованию.

Таким образом, мы рассмотрели феномен визуальной социологии, вписав его в рамки специальной социологической теории, обозначив ее специфический объект, предмет, категории, методы; описали социологическое воображение в качестве неотъемлемой профессиональной характеристики современного социолога.

#### Список использованных источников

1. Штомпка, П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования / П. Штомпка; пер. с пол. Н.В. Морозовой; авт. вступ. ст. Н.Е. Покровский. — М.: Логос, 2007. — 168 с.
2. Сергеева, О.В. Исследовательское поле визуальной социологии / О.В. Сергеева // Журн. социологии и социальной антропологии. — 2008. — № 1. — С. 136–146.
3. Захарова, Н.Ю. Визуальная социология: фотография как объект социологического анализа / Н.Ю. Захарова // Журн. социологии и социальной антропологии. — 2008. — № 1. — С. 147–161.
4. Семина, М.В. Визуальная социология и развитие социологического воображения / М.В. Семина, А.О. Ганжа // Журн. социологии и социальной антропологии. — 2008. — № 2. — С. 153–167.
5. Кравченко, С.А. Динамика социологического воображения: всемирная культура инновационного мышления / С.А. Кравченко. — М.: Анкил, 2010. — 392 с.
6. Лапшина, И.А. Востребованность духовной культуры вузовского преподавателя / И.А. Лапшина // Социол. исслед. — 2011. — № 6. — С. 89–94.

15.05.2014

УДК 314.74 (476)

С. А. Пушкевич

## ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЙ ТРУДОВОЙ МИГРАЦИИ НАСЕЛЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

*Дана характеристика внешней трудовой миграции населения Беларуси за период 2000–2013 гг. На основе данных о трудовых мигрантах, выезжающих из Республики Беларусь и въезжающих в республику на основе заключенных договоров и контрактов, выявлены особенности экспорта и импорта рабочей силы. Рассмотрена структура внешней трудовой миграции населения Беларуси и тенденции ее развития.*

*A description of the external labour migration of the population of Belarus in 2000–2013 is given. On the basis of data on migrant workers leaving and arriving in the Republic of Belarus based on the concluded labour contracts and agreements, the peculiarities of the export and import of labour are uncovered. The structure of foreign labour migration in Belarus and its development trends is reviewed.*