

ВИЗУАЛЬНЫЙ ОНЛАЙН-ПОИСК КАК ИНСТРУМЕНТ ИКОНОГРАФИЧЕСКОГО ВИЗУАЛЬНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ В СОЦИОЛОГИИ

Статья описывает возможности применения мобильных приложений для визуального онлайн-поиска при социологическом анализе визуальных данных методом иконографии и иконологии Э. Панофского.

Ключевые слова: визуальный исследования, визуальная социология, визуальный онлайн-поиск, иконография, иконология, визуальные данные, фотография, реклама, мобильные приложения.

N.M. Sergeeva, Samara University

VISUAL ONLINE SEARCH AS A TOOL OF ICONOGRAPHIC VISUAL RESEARCH IN SOCIOLOGY

The article describes the possibilities of mobile applications for visual online search in the sociological analysis of visual data by E. Panofsky method of iconography and iconology.

Keywords: visual research, visual sociology, visual online search, iconography, iconology, visual data, photography, advertisement, mobile applications.

За последние годы мобильные телефоны, цифровые планшеты, портативные компьютеры значительно упростили повседневную жизнь человека: и работу, и учёбу, и досуг. Однако дело отнюдь не в гаджетах как таковых, а скорее в тех программах и специальных приложениях, которые они поддерживают. Тот же мобильный телефон давно используется не только как средство связи, но как устройство, выполняющее множество простых и сложных задач: от определения геолокации и вызова такси без звонка и общения с оператором, заказа еды и других товаров до изучения иностранных языков и быстрого поиска любой информации через встроенные поисковики. Сегодня эти возможности цифровых мобильных приложений (Apps) и специальных компьютерных программ можно рассматривать, в том числе, и как новые инструменты социологических исследований на службе традиционных исследовательских методов и процедур.

В настоящей статье я предлагаю рассмотреть возможности приложений для визуального онлайн-поиска при решении задач «визуальной социологии» [1].

В 1939 году известный американский искусствовед немецкого происхождения Эрвин Панофский предложил метод интерпретации произведений искусства, при котором, опираясь на формальные признаки изображения и в целом визуальный словарь изучаемой культуры, исследователь мог бы проследить некие канонические символы, устойчивые образы и аллегории и, наконец, раскрыть подлинный, внутренний, смысл изображенного. Сам Панофский в своём сочинении «Иконография и иконология: введение в изучение искусства Ренессанса» [2] приводит пример, как данный метод позволяет расшифровать, кто изображен на конкретной картине: Юдифь, убившая Олоферна или Саломея с головой Иоанна Крестителя. Метод, подробно описанный Панофским, был назван *иконографическим* и *иконологическим* *подходом к интерпретации* изображений.

Название подхода связано с тремя последовательными этапами работы с изображением: 1 – доиконографическим описанием; 2 – иконографическим анализом; 3 – иконологической интерпретацией.

На первом этапе происходит простая *фактическая* идентификация форм, линий, объектов, цветов: «это мужчина», «это ребенок», «это дом», «это автомобиль» и т.д. Для этого интерпретатору достаточно по прежнему своему опыту, чаще всего самому обывательскому, быть знакомым с предметами и ситуациями. Здесь же происходит описание идентифицированных предметов и ситуаций на *выразительном* уровне – за счёт «вчувствования» и оценки эмоциональной атмосферы: «мужчина приветлив», «ребенок новорожденный», «дом жилой», «автомобиль быстрый». Эти фактический и выразительный смыслы Панофский относит к группе *первичных* и *естественных* значений.

Уровень иконографического анализа уже более сложный. На этом этапе рассматривается *вторичный* или *условный* смысл (сюжет) изображения. Практического знакомства с теми или иными предметами и ситуациями, а также их чувственной оценки здесь уже недостаточно – требуется рассудочный анализ, знание литературных источников, определенных тем и понятий.

Наконец, *подлинный, внутренний*, смысл изображения, его содержание, раскрывается на третьем этапе. Интерпретатору здесь требуется так называемая синтетическая интуиция, знакомство с основными тенденциями человеческой мысли, интеллектуальной традицией, культурой эпохи. Как на практике запустить эту «синтетическую интуицию», которую Э. Гомбрих также называл

«чутьём» и даже «везением» [3]? Важным условием реализации иконологической интерпретации является или большая насмотренность исследователя или, что более реалистично, возможность просмотреть как можно больше изображений, имеющих отношение к анализируемому сюжету по принципу схожих мотивов и композиции. Изображения эти обязательно должны быть созданы ранее анализируемого и быть достаточно известными и доступными – именно тогда они потенциально могут рассматриваться в качестве исходного мотива.

Допустим, есть картина, на которой изображена женщина. По фактическим и выразительным признакам (например, символам, стилю письма, композиции) в картине узнаётся некий библейский сюжет. Вторичный смысл подсказывает, что это может быть Мария Магдалина. Тогда, чтобы проверить гипотезу, исследователю необходимо выяснить, а каков канон изображения Марии? Как писали её ранее? Для этого и привлекаются все возможные созданные прежде изображения Марии.

Сегодня иконографию как способ выяснить, *кто* изображен, и иконологию как ответ на вопрос, *почему именно так, а не иначе*, используют не только искусствоведы, раскрывающие содержание живописных полотен, но и социологи, интерпретирующие значение тех или иных фотографий, например, размещенных в СМИ, или анализирующие язык рекламы.

Так же, как это происходит в живописных полотнах, в фотографии, как современной, так и архивной, можно узнавать стиль (почерк) ранее творившего мастера или канон (клише, стереотип) фотографирования, характерный для тех или иных условий. К слову, такие творческие практики поиска «вдохновения» весьма распространены и в фотографии, и в дизайне, и даже в кино. Социальный исследователь здесь должен соотносить свою интерпретацию изучаемого изображения с представлениями о смысле всех доступных ему изображений, связанных с запечатленной ситуацией или явлением. Как и в случае с предметами искусства, главное – рассмотреть как можно больше предшествующих изображений. На помощь синтетической интуиции социолога приходят поисковые системы сети Интернет. Различные комбинации поисковых запросов позволяют получить большое количество тематически и контекстуально-близких по смыслу изображений, хотя, безусловно, они нуждаются в строгом отборе и анализе по критерию соответствия.

Визуальный поиск информации (visualsearch) приходит на помощь исследователю, когда подбор ключевых слов для текстового поиска затруднителен или не приводит к желаемому результату. Изначально этот

сервис привлек внимание ритейлеров, потому как помогал улучшать качество обслуживания. Клиенты в данном случае производят поиск необходимых им товаров не по ключевым словам, а по фотографии, в том числе, собственноручно сделанным. Это существенно сокращает время, избавляет от информационного «шума», помогает найти более точные совпадения и, наконец, способствует большей вовлеченности в текущую маркетинговую коммуникацию.

Одной из первых визуальный поиск «Объектив (Lens)» [4] ввела такая популярная визуальная социальная сеть как «Pinterest» с целью дать пользователям возможность с помощью камеры мобильного устройства найти онлайн то, что они встретили в реальной жизни. Вскоре после «Pinterest» собственный сервис визуального поиска запустил и «Google (GoogleLens)».

Сегодня архивы визуальных данных в сети стремительно расширяются, а, значит, растут шансы результативного поиска визуальных соответствий, позволяющих как решать социологические задачи иконологической интерпретации, так и в целом проследивать в изображениях типичные сюжеты, повторяющиеся символы и клише.

Список литературы:

1. Harper D.A. Visual sociology. New York: Routledge, 2012.
2. Панофский Э. Иконография и иконология: введение в изучение искусства Ренессанса // Панофский Э. Смысл и толкование изобразительного искусства. СПб.: Академический Проект, 1999. С. 43 -57.
3. Гомбрих Э. О задачах иконологии // Советское искусствознание. Вып. 25. – М.: Советский художник, 1989. С. 275-285.
4. Пинтерест (Pinterest) URL: <https://www.pinterest.com>