



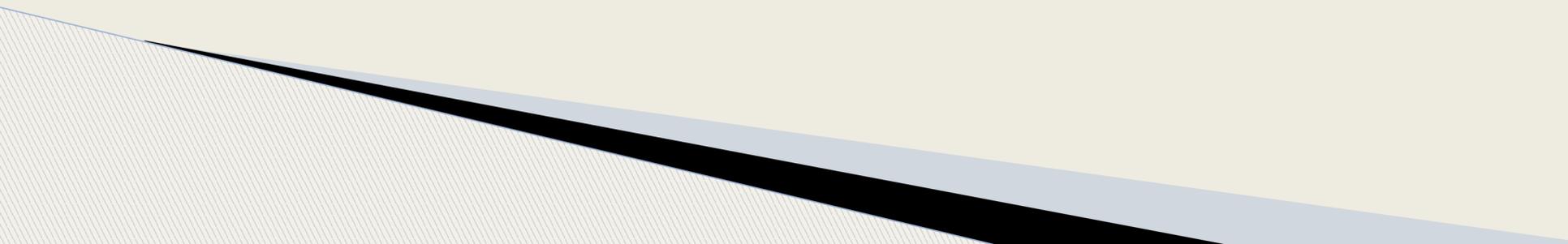
# Тема 2. Методы анализа визуальной информации

Кимерлинг Анна Семеновна  
Кандидат исторических наук, доцент НИУ ВШЭ -  
Пермь

# Контрольный точки

- ▣ **Задание на самостоятельную работу: аналитическая записка:**
- ▣ Подберите 5 рекламных роликов аналогичных продуктов разных фирм.
- ▣ Выделите знаковое содержание роликов.
- ▣ Опишите смыслы, представленные в рекламе.
- ▣ Выявите мифологическое содержание.
- ▣ Опишите целевую аудиторию и их систему ценностей.
- ▣ Опишите достоинства и недостатки роликов с точки зрения визуального, смыслового и мифологического ряда.
- ▣ Какие характеристики культуры позволяют ролику воздействовать на потребителя.
- ▣ **Эссе о современном потреблении и влиянии рекламы.**
- ▣ Напишите эссе на тему «Мой друг – потребитель».
- ▣ Каждый ставит проблему в рамках этой темы индивидуально. Проводит исследование методом включенного наблюдения, берет интервью (опросник согласовывает с преподавателем). Формулирует не менее пяти тезисов и приводит аргументы и примеры.

# План лекции

- Герменевтический анализ
  - Семиотический анализ
  - Структурный анализ
- 

## □ **Герменевтический анализ**

- Сьюзен Сонтаг: «никто не делает одинаковых снимков одного и того же объекта, и предположение, что камера предоставляет безличный, объективный образ, уступило констатации того, что фотографии являются свидетельством не только того, что на них представлено, но и того, что личность наблюдает, не только регистрацией, но и оценкой мира»



**ФОТОСНИМОК  
ПОСРЕДСТВОМ  
ОБЪЕКТИВА  
ИЛИ  
«СУБЪЕКТИВА»  
?**

Автор

Образ

Аудитория

Исследовательские  
вопросы:

Кто  
сделал  
снимок  
Какую  
социал  
ьную  
В какой  
роль  
ситуац  
играл  
И  
автор?  
на какой  
целью  
лся?  
сделан  
для  
снимок  
кого  
сделан  
Какова  
снимок  
общест  
венная  
каковы  
позици  
стереот  
ипы  
автора  
автора,  
связанн



# Авторский аспект снимка

- Мотивацией фотографа являются художественные устремления
- «жажда реализации "искусства" может привести фотографа к пренебрежению деталями, которые могли бы расстроить его художественную концепцию» уменьшить документальную или доказательную роль снимка
- идентификация вида, к которому относится фотография: для прессы, репортерская, соответствующая данному моменту, официальная, пропагандистская, рекламная, портретная, памятная, семейная, туристическая, художественная, одиночная или фрагмент серии. Свой тип мотивов.
- Презентация по Гофману И.: «культу самого себя». «Личность фиксируется в тот момент, когда находится в идеальном окружении, рядом с теми, чье общество ценит, в одежде, повышающей ее престиж (...), готовится к чему-то многообещающему или завершает какой-то важный этап» (для частных снимков)

# 1966 приватный



КРЕМЛЕВСКИЙ ДВОРЕЦ С'ЕЗДОВ

# Подпись: ? Играет важную роль



- репортажный снимок, имеющий гуманитарное значение показать, как «в другом отношении анонимные и не достойные внимания изображения подтверждают наши обычные взгляды о человеческой экспрессии через выражение (и, вероятно, ненамеренное) таких реакций, как страх, удивление, изумление, любовь, стыд, или таких состояний, как радость, безнадежность, невинность, а также то, как мы выглядим и что делаем, когда считаем, что нас никто не видит»
- Эмпатия - представление себя в роли автора снимка, проникновение в его ситуацию, общественную позицию, перспективу, с которой фотографирует
- Проблема - мы сами субъективны, со своими намерениями, мотивациями, запасом знаний, предрассудками, стереотипами, недовольством, опытом.

# Герменевтика образа: люди на снимке

- Кто они?
- Какое отношение они имеют к автору снимка?
- Каковы их общественные позиции или роли?
- Что они делают?
- На что смотрят?
- Каковы их намерения и мотивы?
- Знают ли они о присутствии фотографа и о том, что их фотографируют?
- Они ведут себя естественно или позировать?
- Что они хотят показать, а что скрыть?

# Границы применения герменевтической интерпретации

- Позволяет выявить сложные и неочевидные смыслы изображения.
- Способствует лучшему пониманию изображения посредством рассмотрения социального и культурного контекста.
- Позволяет исследователю понять смыслы, вкладываемые автором и аудиторией в изображение.
- **Проблемы:**
- Ограниченные возможности эмпатии по отношению к автору и его аудитории
- Непреодолимость разрывов между культурой исследователя и автора фото.
- Интерпретация частичная

# Семиотический анализ

- Образ как определенный визуальный факт
- Образ является знаком или системой знаков, за которыми скрываются культурные значения.
- Язык – знак – образ





# Типология знаков Ч. Пирса:

---

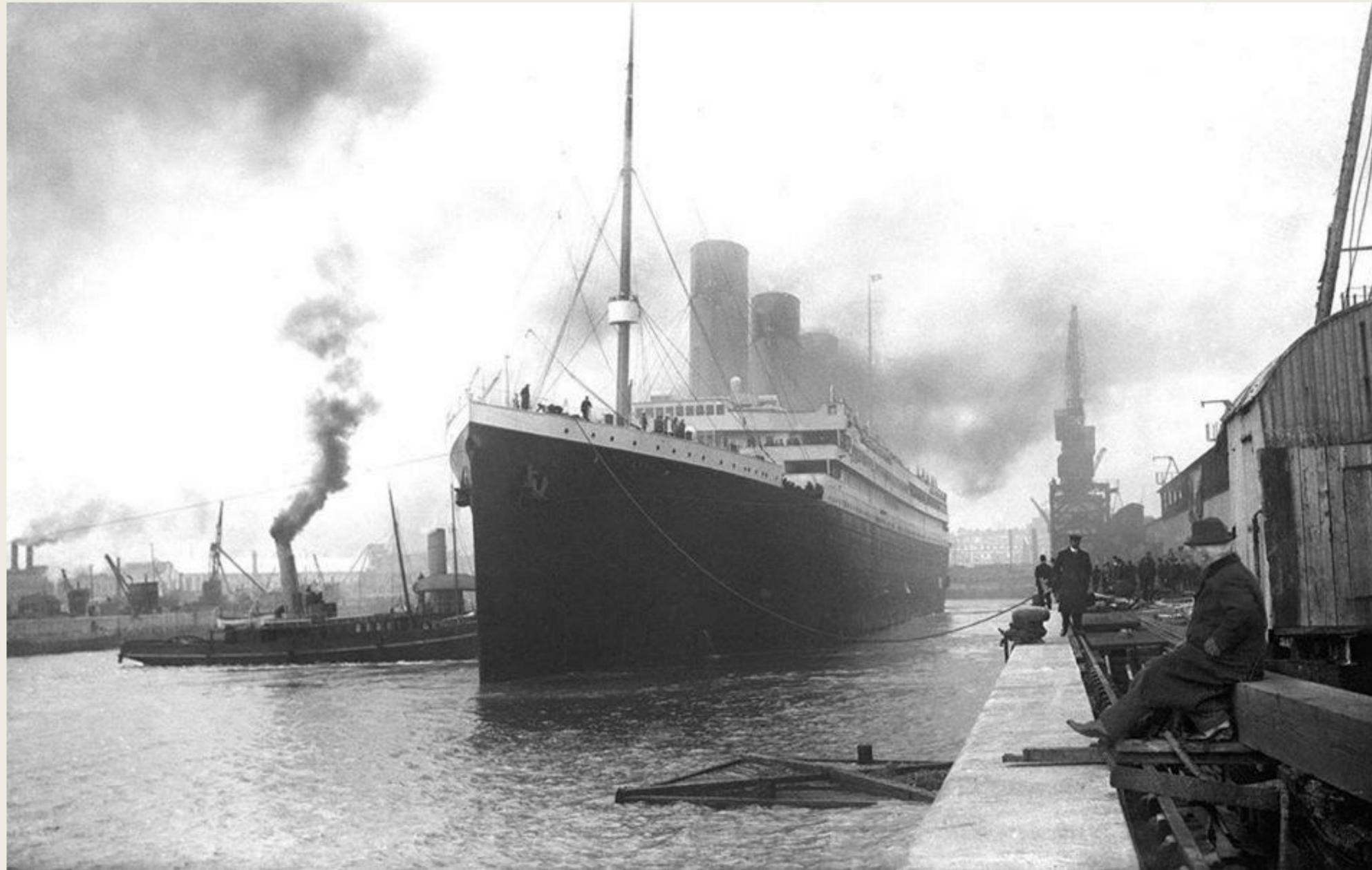
знаки-иконы (изображение и значение схожи)

знаки-указатели (связывают с тем, что они означают) – природные, общественные, экономические, культурные.

знаки-символы (полностью условные)



# 10 апреля 1912 г. Саутгемптон.





## *Ролан Барт: денотации и коннотации*

---

- Денотация - все то, что образ наглядно представляет или к чему знак непосредственно относится (что это такое?)
- Коннотация - это более сложные ассоциации, мысли чувства, которые вызывает образ (знак) (с чем ассоциируется?)





# *МИФ (Р. Барт)*

---

- Миф – коммуникативная система, сообщение.
- Форма, способ обозначения
- Мифологическое слово - Социальное применение материального
- Изображение как носитель мифологического слова
- Миф как семиологическая система
- Означающее , означаемое, знак.
- Миф - вторичная семиологическая система.



# Предвыборная фотогения. Р.Барт

---



# Человек-миф 1961-1967



© PMA-Help-Online, published in druzgo-ivgjournal.com



# Структурная интерпретация проникает в область культуры общих для всего коллектива правил

- «Наиболее тривиальная фотография, независимо от намерений фотографа, выражает систему схем восприятия, мыслей и оценок, общих для всей группы (...) Чтобы адекватно понять фотографию, сделана ли она корсиканским крестьянином или парижским фотографом, мы должны не только восстановить значения, которые он декларирует, т.е. проявленные в определенной степени отчетливо намерения фотографа, но и расшифровать значения, которые символизируют возрастную группу, класс или артистический круг»
- (Bourdieu Pierre. Photography. A Middle-brow Art. Cambridge: Polity Press. 1990)



Образы как проявление общественной жизни

Общественная структура -это сеть (система) отношений между элементами общественной системы.

---

4 вида элементов:

- 1) человеческая деятельность (интеракция)
- 2) общественные правила: сложные комплексы: обычаи, нравы, мораль, законы. Сумму дифференцированных и различным образом связанных общественных правил, принятых в данном обществе - нормативная структура.
- 3) идеи: убеждения, взгляды, преувеличения и тд. Комплексы: мировоззрения, доктрины, идеологии. Совокупность идей и их разнонаправленных связей - идеальная структура
- 4) жизненные возможности: дифференцированные возможности доступа к общественно ценным благам, т.е. к богатству, власти, престижу, образованию, здоровью. структура возможностей .



# Интеракция





[www.perm.hse.ru](http://www.perm.hse.ru)

Phone.: 8 (342) 2055233



# Нормативная структура



# Идеи (идеальная структура)





# *Доступ к общественно ценным благам*



# *Гендерное неравенство*



# Победительницы американского конкурса красоты 1922 года.





# Власть



# Игры в СССР

1986





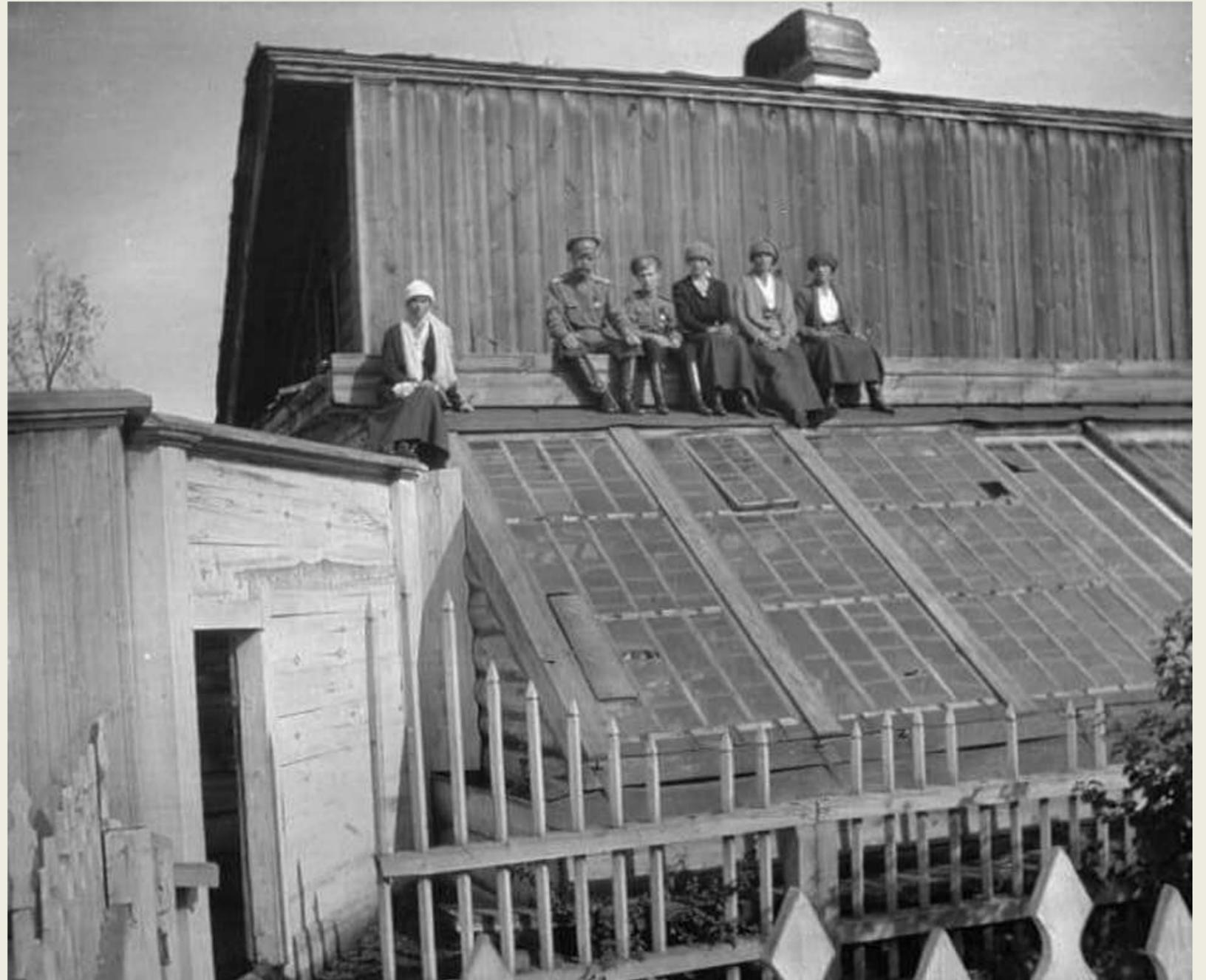
# Власть политическая



1915



1918



# Семинар: Анализ семейных фотографий

- назначение фото,
- целевая аудитория,
- ЭМОЦИИ,
- предубеждения, шаблоны
- знаки культуры
- что хотел сказать автор
- люди на фото