

Sociologia Visuale



Il mondo in cui viviamo si fonda su una civiltà visiva, di immagini, che privilegia la vista, su cui l'individuo pensa di possedere un controllo maggiore, agli altri sensi. È attraverso la percezione visiva che l'uomo principalmente entra in rapporto con il mondo esterno. Ci sono molte e importanti citazioni a testimonianza che l'occhio permette all'uomo di riconoscere il mondo come altro da sé, di costruire la propria identità culturale, il proprio senso di appartenenza sociale ed esprimere la propria soggettività. Sin dalla polemica filosofica fra Aristotele e Platone, quindi fra il primato della conoscenza sensibile del primo verso la conoscenza intellettuale del secondo, si può evincere che l'osservazione era già considerata l'attività cognitiva primaria per l'acquisizione di conoscenza: *“Non è possibile conoscere intellettualmente qualcosa di cui prima non si abbia avuto sensazione”* (Aristotele, De Anima, 354 a.C.) e qualche secolo più tardi *“Le cose mentali che non sono passate per il senso, sono vane e false”* (Leonardo da Vinci, Quaderni di anatomia, 1510).

E' però giusto e corretto pensare alla percezione sensoriale e al ragionamento come momenti distinti di un unico processo in cui una necessita dell'altra; successione dove però l'osservazione precede e conduce al pensiero e alla classificazione, infatti *“Non si può mai pensare senza un'immagine”* (Aristotele, De Anima, 354 a.C.).

L'immagine può essere definita come *“qualsiasi rappresentazione visibile, spesso idealizzata, ottenuta mediante*

il disegno, la pittura, la scultura o la fotografia, dell'aspetto esteriore di un oggetto o una persona" (Istituto dell'Enciclopedia Italiana, 1970).

Le immagini costituiscono delle "testimonianze oculari" dei fenomeni sociali. Criterio scoperto e applicato per la prima volta dai Greci e consiste nella regola di attenersi alla rappresentazione di quello e solo quello che *potrebbe* vedere un testimone oculare da un particolare punto di osservazione in un momento particolare. L'esperienza del testimone oculare trasmette sia la rappresentazione di quanto accaduto, sia quella che sarebbe potuto accadere a noi se ci fossimo trovati in quella situazione.

Un'immagine ci presenta la realtà riprodotta, ci da una rappresentazione di una cosa o di un fatto. La rappresentazione prende il posto del fatto o della cosa. L'immagine sostituisce, rappresenta la realtà riprodotta.

La macchina fotografica rappresenta il prolungamento "naturale" dell'occhio umano ed una fotografia, per le scienze sociali, può essere considerata una fonte. Questo potrebbe bastare per intuire i motivi del suo utilizzo. La fotografia, che letteralmente significa scrivere con la luce, è un prodotto culturale e un atto selettivo, nonché una forma di comunicazione con funzioni informative, documentarie e descrittive. Proprio per queste sue caratteristiche ha avuto, fin dalla sua nascita (approssimativamente la stessa data della

sociologia, prima metà dell'800), contatti con le scienze sociali anzi, è stata utilizzata da queste per rilevare e far emergere le anomalie urbane delle società industriali e le contraddizioni dello sviluppo economico quali la migrazione, la sovrappopolazione, il lavoro, il lavoro minorile, l'alienazione, l'emarginazione dei contesti poveri e sub - culturali, la devianza e la marginalità fino a far nascere l'equivalenza:

fotografia = documento = testimonianza.

La fotografia può essere definita come un'espressione figurativa ottenuta mediante un procedimento fotochimico (impressione della pellicola) che si serve di un apparecchio (macchina fotografica) attraverso il quale è fissata e resa permanente su un supporto materiale sensibile ai raggi luminosi. (questa definizione si riferisce all'immagine fotografica tradizionale, che non considera, quindi, l'evoluzione della tecnica, ad esempio quella digitale).

Alla fotografia viene riconosciuta una grande utilità euristica, ma per confermarla ci deve essere un uso motivato della fotografia stessa; motivazioni dettate dagli scopi e dalle intenzioni del soggetto che fotografa. In effetti, ciò che differenzia le immagini iconografiche non è tanto il contenuto quanto le interpretazioni e gli utilizzi che se ne fanno: "*La realtà umana, non può trovarsi nella fotografia, ma nell'intenzione del fotografo*" (F. Ferrarotti, *Dal documento alla testimonianza. La fotografia nelle scienze sociali*, 1974). L'immagine fotografica rappresenta il prodotto tra

la realtà e l'interpretazione di quella realtà da parte del fotografo. La fotografia, dotata della doppia natura mezzo di riproduzione e di espressione, non è l'esatta riproduzione della realtà. I significati che le immagini assumono, solo convenzionalmente possiamo definirli oggettivi, dato che dipendono da meccanismi percettivi interiorizzati socio-culturalmente.. Da qui la polisemia dell'immagine, legata ai valori culturali della società e all'interazione fra oggetto fotografato, soggettività del fotografo e caratteristiche tecniche della macchina, a cui va aggiunta la soggettività dell'osservatore. Come ogni forma di conoscenza, la fotografia, è un'impresa umana volontaria, storicamente e socialmente determinata. Proprio il contesto socioculturale, in cui l'atto del fotografare e quello dell'interpretare avvengono, può porre dei limiti a tali soggettività, dovuta al fatto che *“per interpretare un documento iconico non occorre passare attraverso un codice”* (R. Barthes, *La camera chiara*, 1980). I codici visivi, segni accettati convenzionalmente, sono suddivisibili in due dimensioni: una denotativa (l'oggetto rappresentato, il contenuto della foto) e una connotativa (gli scopi rappresentativi dai quali è possibile rintracciare il senso di chi ha scattato la foto).

La storia delle immagini del sociale inizia nel XVIII secolo che, grazie alle fotografie, rende possibile registrare e restituire la realtà quotidiana anche se dinamica, sfuggente e inaccessibile.

Inizialmente è uno strumento adottato dall'etnologia, dall'etnografia e dall'antropologia culturale. Il primo caso degno di nota, di istantanee non più considerate mero accompagnamento illustrativo ma come fonti originali, è quello dell'**American Journal of Sociology**, che tra il 1896 e il 1916 sperimenta il rapporto complementare e di reciproca stima, attraverso una fertile ma breve collaborazione tra sociologia e fotografia *concerned*, di due diverse modalità espressive quali il segno grafico e il segno figurale. Il direttore della rivista, A. Small, istituì nel 1892 il dipartimento di Sociologia dell'Università di Chicago, da cui si sviluppò quell'indirizzo di pensiero sociologico che comunemente viene indicato con la Scuola di Chicago e da cui prese le mosse la Sociologia visuale.

Le immagini sparirono dalla sociologia e trovarono posto nel fotogiornalismo e nella tradizione documentaristica di Hine e Riis, da un lato, e dell'etnografia (o antropologia) visuale dall'altro. prima fra tutti la ricerca che i Mead pubblicarono nel 1942 con il titolo *Balinese Character* – che si svilupparono su binari destinati a non incontrare per molti decenni quelli sui quali viaggiava la sociologia.. Per questo motivo i sociologi visuali concordano nel far risalire le proprie origini a queste discipline affini.

Soltanto dagli inizi degli anni Ottanta i sociologi visuali si sono riuniti nell'*International Visual Sociology Association (IVSA)*, che pubblica una rivista semestrale dal titolo *Visual Studies*.

Questa branca della sociologia qualitativa considera importante l'uso di tecniche e metodi di natura iconica nella ricerca sociale (Cipolla, Faccioli 1995) e individua il ruolo primario dell'esperienza visuale nel processo conoscitivo, tramite il dato visuale stesso.

Strettamente legata all'etnografia si è sviluppata nell'ambito dell'antropologia e della fotografia-documentario ed è rimasta a lungo al di fuori delle università, sviluppando solo negli ultimi decenni un'esistenza specifica.

Il precursore della Sociologia Visuale, colui che traccia le premesse teoriche dello stretto legame tra fotografia e sociologia, è **Howard Becker**. Esponente di spicco della Nuova Scuola di Chicago, dà un'identità alle tecniche visive qualificandole come tecniche qualitative e per primo tenta di definire la Sociologia visuale: *“Think of a camera as a machine that records and communicates much as a typewriter does. People use typewriters to do a million different jobs: to write ad copy designed to sell goods, to write newspaper stories, short stories, instruction booklets, lyric poems, biographies and autobiographies, history, scientific papers, letters. The neutral typewriter will do any of these things as well as the skill of its user permits. Because of the persistent myth that the camera simply records whatever is in front of it (about which I will say more below), people often fail to realize that the camera is equally at the disposal of a skilled practitioner and can do any of the above things, in its own way. Photographers have done*

all of the things suggested above, often in explicit analogue with the verbal model' (H. Becker, 1974, *Photography and Sociology*, in "Studies in the Anthropology of Visual Communication" n. 1, 1974).

Nel 1983, successivamente alla fondazione dell'**International Association of Visual Sociology** che ha l'obiettivo di riunire e coordinare le esperienze scientifiche di continenti diversi, viene organizzato il primo Congresso Internazionale di Sociologia Visiva, per valutare e promuovere la produzione scientifica del campo visuale: filmati, proiezioni, documentari, mostre e dibattiti; tutto all'interno di un unico contesto disciplinare.

Come definire sociologico l'uso delle immagini? Traducendo i concetti sociologici in immagini. Come si può usare la comunicazione visuale in una ricerca sociologica? L'immagine è entrata nella scena sociologica sia come oggetto di studio che come strumento di ricerca.

In questi due quesiti con rispettive risposte si può racchiudere l'entità scientifica del metodo visuale: il vedere dei sociologi è sempre orientato da ipotesi teoriche. Per Sociologia Visuale, si intende **una disciplina che abbia un apparato concettuale di riferimento capace di dare delle definizioni sistemiche**. Per acquisire legittimità scientifica e quindi essere considerata sociologica, la fotografia deve attenersi ai criteri, con procedure teoricamente e metodologicamente fondate, di validità (principio di corrispondenza fra immagini e concetto) e attendibilità

(credibilità tecnica) prima, di comparabilità, coerenza e convergenza poi (F. Mattioli, *Sociologia visuale*, 2007) . Si può racchiudere come metodo orientato alla dimensione sociale dell'esperienza visiva, il cui obiettivo principale è cogliere l'oggetto studiato in ogni suo aspetto e con il punto di vista dell'altro. Nella storia della sociologia alcuni approcci teorico-metodologici l'hanno posta in un ruolo di forte predominanza: la Fenomenologia (Husserl e Schutz), l'Interazionismo simbolico (Mead), l'Etnometodologia (Garfinkel) e la Grounded theory.

La Sociologia visuale lavora “*con*” e “*sulle*” fotografie. Il primo filone (metodologico) si può sintetizzare come la produzione o l'uso di immagini come dati per l'analisi delle informazioni o come strumenti per raccogliere le informazioni stesse; mentre il secondo (culturologico: analizza dati ‘visuali’ prodotti all'interno di una cultura e l'oggetto di studio è la comunicazione visuale) si può definire come l'analisi delle immagini che altri hanno fatto, per comprendere come i soggetti comunicano per mezzo di queste e per rintracciarne gli elementi indicativi della cultura e delle relazioni sociali.

La visione non è solo un fatto fisico, ma soprattutto una esperienza sociale e culturale condivisa.

Nel caso delle immagini realizzate mediante tecniche cine-fotografiche, esse offrono una rappresentazione della realtà che necessita di una particolare competenza interpretativa: a rigor di logica la fotografia di una sedia è un pezzo di carta che contiene alcuni segni geometrici in bianco e nero: erra non

rappresenta una sedia finché non scattano alcuni meccanismi percettivi, di natura prevalentemente socioculturale, che ci consentono di riconoscere in quel simulacro bidimensionale l'immagine, cioè la riproduzione convenzionale e concordata, dell'oggetto tridimensionale "sedia". Riproduzione convenzionale e concordata: cioè soggetta ad una serie di regole condivise elaborate dalla nostra società e dalla nostra cultura – i codici visivi – che vengono appresi attraverso il processo di socializzazione e poi interiorizzati, al punto di rendere automatica l'interpretazione del contenuto dell'immagine¹.

Generalmente la maggior parte delle definizioni della sociologia visuale contengono due elementi:

1. un riferimento alla macchina fotografica [*"Visual Anthropology"* di John e Malcolm Collier (1967-1986): individua un inventario di tecniche e linee guida per utilizzare la fotografia e il film (o il video) nella realizzazione di uno studio di comunità o di carattere antropologico].
2. una trattazione dello scopo analitico di colui che la usa [Jon Wagner Introduzione a *Images of Information* (1979): definisce lo scopo analitico in termini di "modi" di ricerca fotografica; su questa prospettiva, la ricerca fotografica è ancora dipendente principalmente dalla macchina fotografica ma è ora concepita come un luogo per

¹ Francesco Mattioli, *La sociologia visuale che cosa è, come di fa*, Bonanno Editore, 2007

metodologie più ampiamente applicabili o modi di ottenere e comunicare tipi caratteristici di informazioni].

Harper afferma che: *“La fotografia sociologica deve essere guidata da concetti sociologici, che crescono induttivamente mano e mano che le proprie teorie vengono riviste”*.

In altre parole, il lavoro fotografico o di ripresa filmica deve essere guidato da idee e ipotesi teoriche: perché ciò sia possibile il sociologo visuale deve imparare a tradurre i concetti sociologici in immagini, allo stesso modo in cui il sociologo che lavora con fonti scritte e verbali deve saper tradurre in variabili e in indicatori di rilievo. Nell'atto di fotografare si raccolgono informazioni e tali informazioni devono essere organizzate e raccolte nei termini di idee verbalizzabili.

Nella teoria sociologica, nei concetti che guidano l'atto del fotografare sta la differenza tra sociologia visuale e le altre attività che contemplano l'uso delle immagini. Se consideriamo il modo in cui i sociologi e i fotografi utilizzano i concetti, vediamo che i primi partano da idee astratte verso specifici fenomeni osservabili, come indicatori o incarnazioni di quelle idee, mentre i secondi seguono un percorso inverso: partono dalle immagini verso la loro (soggettiva) traduzione in concetti. Entrambe le operazioni consistono nel collegare un'idea a qualcosa di osservabile visualmente, ma è il punto di partenza che fa la differenza: non è la stessa cosa cominciare da un'immagine e trovare un'idea che si adatti ad essa e, al

contrario, cominciare da un'idea e cercare qualche manifestazione visuale che la incarni.

I **criteri metodologici** che garantiscono la funzione conoscitiva dell'immagine sono:

1. **validità**: principio di corrispondenza fra immagini e concetto, che può essere tradotto in pratica tramite il ricorso a meccanismi logici, concorrenziali, teorici;
2. **attendibilità**: principio di credibilità tecnica, che rinvia ad una preparazione professionale e ad una strumentazione operativa del massimo livello;
3. **comparabilità**: principio di confrontabilità secondo codici definiti, che apre le porte ad una logica e ad un agire di tipo relazionale;
4. **coerenza**: principio di compatibilità dentro una determinata strategia euristica, che connette le icone alla rete complessiva delle ipotesi della ricerca;
5. **convergenza**: principio di congruenza con immagini collaterali, il quale ci impone che il senso di un'icona non sia incrinato da immagini da essa distanti, comunque successive ed esterne alla ricerca.

Non basta utilizzare delle immagini per fare sociologia visuale. E' necessario accertarsi del loro *grado di iconocità*, che è dato *“sia dalla capacità intrinseca di registrare un certo tipo di realtà [...], sia dalla validità di contenuto, cioè dalla capacità di porsi come indicatore visivo rispetto al concetto di riferimento”*.

John Wagner in *Images of Information* (1979) individua alcuni metodi propri della sociologia visuale:

1. Le interviste foto-stimolo,
2. La registrazione sistematica delle interazioni sociali,
3. L'analisi del contenuto delle fotografie prodotte dai soggetti dell'indagine,
4. La produzione soggettiva di immagini,
5. La ricerca video-fotografica sul campo.

Le aree metodologiche della sociologia visuale possono essere così individuate:

AREE DELLA SOCIOLOGIA VISUALE	
Sociologia con le immagini	<ul style="list-style-type: none"> - Foto-stimolo - Video-stimolo - Produzione soggettiva - Ricerca sul campo
Sociologia sulle immagini	<ul style="list-style-type: none"> - Interpretazione - Spiegazione
Restituzione	<ul style="list-style-type: none"> - Visualizzazione - Spiegazione - Produzione di saggi visuali

Sociologia con le immagini

E' l'area della *ricerca* vera e propria e riguarda la produzione o l'uso di immagini come dati per l'analisi dei comportamenti o come strumenti per raccogliere le informazioni.

Le tecniche più consolidate sono:

- l'*intervista con foto-stimolo (photo- elicitation)*,
- la *produzione soggettiva di immagini (native image making)*
- la *ricerca video-fotografica sul campo* (che comprende l'osservazione partecipante, la ripetizione fotografica e la videoregistrazione dell'interazione)

Sociologia sulle immagini

Fare ricerca visuale sulle immagini significa innanzitutto selezionare quei lavori che risultano utili agli scopi dell'indagine, così, di un archivio di decine di migliaia di fotografie possono risultarne utili poche centinaia.

La ricerca sulle immagini comprende:

- l'**interpretazione**: l'identificazione dei significati simbolici delle immagini che sono state prodotte nel corso di un'attività sociale, come ad esempio tutte le dimensioni del mondo visibile e della cultura materiale;
- la **spiegazione**: il processo di identificazione e analisi dei significati simbolici/culturali/storici di immagini che sono state prodotte allo scopo di raccontare una storia, ad esempio film di *fiction*, fotografie, fumetti, storie illustrate.

Restituzione dei risultati

Si tratta della **visualizzazione**: rappresentazione visuale dei dati (grafici, mappe, diagrammi, tabelle e modelli) che serve a chiarire le relazioni che ci sono fra i concetti, o anche a crearne di nuovi (Grady 1999).

Include anche sequenze fotografiche e video, allo scopo di comunicare un messaggio riguardante i comportamenti studiati. Si tratta di presentare i risultati della ricerca sotto forma di un *saggio sociologico visuale*, che, a differenza del documentario, è costruito tenendo sotto controllo i criteri su cui si basa la ricerca sociologica.

Gli strumenti fondamentali della sociologia visuale sono le immagini: in particolare ci si orienta su **fotografia** e **videotape**, il loro utilizzo è legato agli scopi e all'oggetto della ricerca. La prima può essere più facilmente rappresentativa e per la sua staticità si presta a una più attenta osservazione, il secondo però ricolloca l'immagine nel suo contesto più generale, permette di analizzare relazioni e interazioni coinvolgendo anche il suono e il movimento nel tempo.

La fotografia è:

1. lo specchio del reale, l'immagine appare in modo automatico, quasi naturale;
2. il mezzo che trasforma la realtà secondo un suo proprio codice (sia tecnico che culturale);

3. L'indice, ovvero segno indelebile della realtà che ritrae è un indicatore di un oggetto in quel preciso istante.

E' possibile individuare dei limiti:

1. nell'autocertificazione rispetto all'attendibilità;
2. nella presenza di coloriture espressive nella costruzione dell'immagine;
3. nella decontestualizzazione, mancanza di riferimenti.

Appare, quindi necessario procedere a:

1. accompagnare le foto con altre che rendano il contesto,
2. fare riprese con obiettivi che allarghino il campo visuale e riproducano il campo visivo umano,
3. fare riprese con prospettive diverse,
4. fare riprese dell'insieme di cui le foto sono solo un dettaglio,
5. utilizzare un'illuminazione diffusa,
6. annotare tempo e luogo, e caratteristiche tecniche (ottica e formato).

Per quanto riguarda il **videotape**, il suo utilizzo è strettamente collegato al lavoro etnografico.

Costituisce un grosso apporto informativo alla ricerca, permette infatti di:

1. raccogliere informazioni sull'agire sociale in atto,
2. rivedere il comportamento dell'attore e avere un feedback,
3. avere duttilità e capacità di performance sia dello strumento sia del documentario,
4. intervenire in tempo per ridefinire l'ambito della ricerca,

Gli svantaggi riguardano sempre il fatto che è il ricercatore a selezionare, cosa, quando, e come riprendere l'oggetto di studio.

Una volta tenuto conto dei criteri metodologici, grazie a una profonda conoscenza dello strumento e alla consapevolezza degli effetti che producono i mezzi di raccolta dei dati visivi il ricercatore dovrebbe quindi annotare le varie fasi e le reazioni dei soggetti, in modo da essere consapevole delle **distorsioni**. La sua abilità starà nella capacità di coinvolgere l'osservato e di introdurre il mezzo di registrazione nel modo più naturale possibile all'interno della relazione.

Bibliografia

- Becker, Howard S., *Photography and Sociology*, Chicago, Chicago University
- Ferrarotti, Franco, *Dal documento alla testimonianza. La fotografia nelle scienze sociali*. Napoli, Liguori, 1974
- Mirzoeff, Nicholas, *Introduzione alla cultura visuale*. Roma, Meltemi, 2005
- Mattioli, Francesco, *Sociologia visuale. Che cosa è. Come si fa* – Bonanno Editore, Roma, 2007
- Cipriani, Roberto, *L'analisi qualitativa. Teorie metodi e applicazioni*. Roma, Armando Editore, 2008

- Faccioli, Patrizia e Losacco Giuseppe, Nuovo manuale di sociologia visuale. Dall'analogico al digitale, Milano, Franco Angeli, 2010.

Genova, 31 gennaio 2011