

ANTROPOLOGIA VIZUALĂ VERSUS ANTROPOLOGIA VIZUALULUI

RADU STĂNESE

Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu

radu.stanese@ulbsibiu.ro

Title: “Visual Anthropology vs. Anthropology of Visual Communication”

Abstract: In visual anthropology there are three different directions, overlapping but also competing with each other at the same time: there is the visual anthropology itself, which focuses mainly on the production of ethnographic and folklore film, for promotion and teaching; another kind of visual anthropology aims at the study of pictorial means usually represented by television and film; and the third subcategory is the anthropology of visual communication (anthropology of the visual), the most ambitious of the three, which includes the anthropological study of all forms of cultural visuality, as well as the production of visual media for anthropological purposes. An overview on the epistemological and methodological implications of visual anthropology reveals a whole new direction of research, in which the role of the scientific text must be rethought in the light of nonverbal means.

Keywords: *visual anthropology; anthropology of visual communication; cultural pattern; multimedia; anthropologic photography; anthropologic film; ethnology;*

Relațiile de angrenare empirică și de subordonare taxonomică dintre antropologia vizuală și antropologia vizualului par ușor de intuit, însă realitatea ultimilor ani indică o segregare din ce în ce mai accentuată a modului de expunere științifică. În timp ce antropologia vizuală nu poate evita dezbaterile cu privire la poliseimia și subiectivismul limbajului iconic utilizat în discursul științific, subdomeniul antropologiei vizualului încearcă o delimitare de acest domeniu originar, prin cercetarea obiectului plastic independent de melanjul limbajelor uzitate. Odată ce este fotografiat sau filmat, un artefact cultural poate fi reprodus vizual ori poate fi menționat ca sursă în cadrul unei cercetări textuale oricât de ample; demersul specific antropologiei vizuale, dimpotrivă, caută să mențină prevalența argumentului iconic (fotografie, film, produs multimedia sau hipermedia etc). Așadar, se constată mai degrabă o dezvoltare complementară a celor două direcții, una pentru consemnarea vizuală și popularizarea informațiilor antropologice, iar cealaltă pentru cercetarea aprofundată a fenomenului sau a obiectului iconic.

Cât de pertinentă este o asemenea observație și ce semnificație poate avea o atare dezvoltare a ramificării antropologice?

Așa cum nici alte domenii ale antropologiei nu au putut fi riguros enunțate, nici antropologia vizuală nu este cuprinsă într-o singură definiție unificatoare. În

accepția unor cercetători ai antropologiei vizuale, se disting trei direcții relativ diferite, suprapuse dar și concurente între ele în același timp: există antropologia vizuală propriu-zisă, ce se axează în principal pe producția filmului etnografic și folcloristic, cu scopul promovării și al predării; un alt gen de antropologie vizuală urmărește studiul mijloacelor pictoriale reprezentate de obicei de televiziune și film; iar a treia subcategorie este antropologia comunicării vizuale, cea mai ambițioasă dintre cele trei diviziuni, ce cuprinde studiul antropologic al tuturor formelor de vizualitate culturală, precum și cel al realizării unor produse vizuale cu destinație antropologică¹.

Se constată aici o desfășurare orizontală a subcategoriilor de antropologie vizuală, primele două cu o definire concretă a suportului (film și televiziune), cea de-a treia fără această specificare tehnologică. Așadar, din perspectiva genului discursiv, cele trei subdomenii se reduc la antropologia vizuală și la antropologia vizualului prezentate inițial. De vreme ce antropologia comunicării vizuale se referă la iconicitate ca la obiectul de studiu propriu-zis, subdomeniul se confundă, practic, cu antropologia vizualului.

Din perspectivă cronologică, întâietatea antropologiei vizuale este fără echivoc, cum la fel de indiscutabil rămâne scopul academic al filmului etnografic ca instrument exclusiv de cercetare. Însă cei implicați în activitatea de predare sunt convinși că filmul singur nu este nici adecvat și nici suficient pentru a explica antropologic importanța subiectului și, prin urmare, un studiu aferent scris, cu rol de ghid este întotdeauna esențial.

De altfel, însăși apariția antropologiei în a doua jumătate a secolului 19, care coincide întru totul cu pionieratul fotografiei, confirmă strânsa legătură dintre cele două domenii. După mai bine de un secol, respectiv în perioada anilor 1970, antropologia vizuală avea să devină principalul promotor al tuturor categoriilor antropologice, apelând la întregul registru tehnologic: de la fotografie și film la recente *new media*.

Mai tână antropologie a comunicării vizuale (sau antropologie a vizualului) pornește de la premisa că elementele unei culturi iconice nu pot fi analizate decât prin simțul văzului ca parte a întregului proces social. Lumea vizuală se adresează privirii cu intenția de a comunica unui public ceva anume, ceea ce lipsește domeniilor teoretice. Este provocarea a tot ceea ce unii oameni fac pentru ca alții să vadă – expresiile lor faciale, costumele lor, utilizări simbolice ale obiectelor și spațiilor, locuințele lor și designul interior, precum și gama de artefacte plastice creată de ei. Antropologia vizualului pleacă, în mod logic, de la premisa că orice cultură se manifestă prin simboluri vizibile încorporate în gesturi, ceremonii, ritualuri și artefacte situate în medii construite sau naturale.²

Etnologul și esteticianul Petru Ursache analizează paralela dintre etnologia de sorginte franceză și antropologia de origine anglo-saxonă, ajungând astfel să distingă esența inițial colonială, azi neocolonială a celei din urmă.³

¹ Jay Ruby, *The last 20 years of visual anthropology – a critical review*, Rev. Visual Studies, Vol. 20, No. 2, October 2005, Taylor & Francis Group, New York, p.159.

² *Ibidem*, pp.160-165.

³ Petru Ursache, *Antropologia, o știință neocolonială*, Ed. Eikon, Cluj-Napoca, 2014, pp.69-85.

Argumentele sale se referă atât la fenomenul de aculturație pe care antropologia îl studiază adesea în cazul culturilor exotice, cât și la expansiunea „dictatorială” a științei anglo-saxone în detrimentul altor discipline socio-umane.⁴ Astfel, în cadrul unui interviu concludiv, Petru Ursache afirmă cu toată răspunderea: „nu numai folclorul a devenit «un fapt muzeistic», chiar și țărănul.”⁵

Ironia este că tocmai cercetarea antropologiei vizuale își propune ca adevărul etnologic să fie experimentat în mod direct, prin imaginea „brută”, adesea nesupusă montajului sau postprocesării elaborate. Fără a diminua câtuși de puțin rolul perspectivei critice pe care autorul mai sus menționat o propune, este demn de remarcat caracterul holistic al antropologiei în sensul cercetării nemijlocite in situ, pentru înțelegerea obiectivă și subiectivă a fenomenului studiat.

Într-un ghid sumar de folosire dedicat antropologiei vizuale, dr. Ioana Popescu, director de cercetare la Muzeul Țăranului Român din București, sintetizează: „obiectul cercetării antropologice este Celălalt, străinul, fie el îndepărtat sau apropiat, și mai ales relațiile și raporturile pe care acesta le întreține cu lumea”⁶. Tot aici, autoarea identifică antropologia vizualului ca o subdisciplină tematică a domeniului antropologic general, definind-o astfel: „studiul antropologic al produselor vizuale create de om”⁷, în timp ce antropologia vizuală nu este doar o subcategorie, ci „are aceleași ambiții holistice cu disciplina-mamă și constituie de fapt un sistem alternativ de documentare, interpretare și comunicare a realității umane. Presupune mijloace și echipamente tehnice vizuale (camera de foto, video și film), și un discurs preponderent vizual.”⁸

Atât de frecvent clamatele abordări multi- și interdisciplinare din mediul academic au aici ocazia de a deveni concrete tocmai datorită mijloacelor tehnice presupuse și a reflexivității argumentelor vizuale. Antropologia vizuală are deja o istorie semnificativă în ceea ce privește inovarea teoretică și metodologică. La începutul secolului 20, când antropologia era acceptată ca o disciplină științifică de rang academic, antropologii vizuali au căutat să integreze produsele lor specifice în proiectele de cercetare curente. Însă spre sfârșitul secolului 20, aceștia au început să se îndepărteze de paradigma științifică în favoarea unor lucrări subiective, reflexive, ceea ce oferea căi vizuale novatoare cunoașterii etnografice, fiind percepute ca o provocare pentru cercetările antropologice scrise. Odată cu secolul 21, apare dezbaterea referitoare la criza „culturii scriitoare” și, totodată, se observă insistența asupra subiectivității și a reflexivității, pentru o nouă abordare a discursului antropologic, în care noile tehnologii să ofere vizualului un loc din ce în ce mai prominent.⁹

Antropologul vizual Sarah Pink, de la Universitatea din Manchester, una

⁴ *Ibidem*, p.5

⁵ *Ibidem*, p.389.

⁶ Ioana Popescu, *Antropologie vizuală – ghid sumar de folosire*, <http://www.muzeultaranuluiroman.ro/av/?p=64>, accesat la data de 10.05.2021.

⁷ *Ibidem*.

⁸ *Ibidem*.

⁹ Sarah Pink, *The Future of Visual Anthropology. Engaging the senses*, Routledge Taylor & Francis Group, London, New York, 2006, p.38.

dintre cele mai active personalități ale domeniului, arată că experiența antropologică nu se poate opri la simțul văzului, ci trebuie să implice și celelalte simțuri deopotrivă. Cercetările sale evidențiază faptul că filmul singur nu poate reda complexitatea experienței senzoriale, la fel cum nici scrisul nu o poate face. Deși mirosul și gustul au un rol decisiv în cercetarea antropologică in situ, aceste informații nu pot fi descrise, traduse sau clasificate, deci nu pot fi convertite în idei teoretice pentru uzul academic. Niciunul din noile tehnologii media nu oferă un răspuns satisfăcător, astfel încât workshop-ul sau evenimentul antropologic nemijlocit sunt singurele în măsură a oferi experiența vorbitului, a văzului, a mirosului și a tactilului pentru obținerea unei reprezentări holistice asupra fenomenului cercetat.¹⁰

În accepția cercetătoarei Sarah Pink, interdisciplinaritatea antropologiei vizuale constă în intervențiile vizuale ale subiecților. Spre deosebire de filmul etnografic, documentarul antropologic reprezintă un cinema participativ, unde controlul este cedat subiectului interviuat. Se trece astfel de la o analiză antropologică teoretică la o antropologie vizuală aplicată, ce urmărește metodologii ca parte a procesului de creare a unor intervenții concrete, oportune și eficiente.¹¹ Intrarea în era hipermedia oferă prilejul unei noi ramificări în antropologia vizuală: cea academică și cea aplicată, a căror mijloace și reprezentări au scopuri diferite.¹²

Față de textul propriu-zis, hipertextul are marele avantaj ca, prin *update* și *link*, să beneficieze de tot ceea ce oferă internetul. Interviuurile pot avea loc online, în timp real, la fel ca asaltul comentariilor ce rezultă în urma dezbaterilor vizuale. Publicul instituțional are posibilitatea reacției imediate, astfel încât proiectele de antropologie vizuală aplicată să aibă șansa de-a influența în mod direct factorii decizionali.

Pe măsură ce studiul mijloacelor vizuale și utilizarea lor ca metodologie încep să aibă o influență determinantă în antropologie, devine necesară și învederarea provocărilor ce rezultă din acest angajament. În primul rând, acest lucru necesită „regândirea” vizualului în ceea ce privește relațiile sale cu alte elemente de experiență și de reprezentare. Un asemenea scop are mai multe implicații pentru teoria și practica antropologiei vizuale. De exemplu, ar putea căuta un răspuns la întrebarea: ce este vizualitatea și cum funcționează atât ca experiență corporală, cât și ca funcție culturală în diferite contexte sociale? Apoi, cum sunt construite relațiile culturale între văz și alte categorii senzoriale, dar și cum sunt acestea legate de convențiile culturale pentru a le reformula sau a le schimba? În al doilea rând, o astfel de regândire necesită analiza aplicată a metodelor vizuale și a instrumentelor de cercetare, pentru a examina relația dintre componentele multimedia/hipermedia și celelalte mijloace de comunicare.

Ca atare, Sarah Pink concluzionează: „antropologia vizuală ar putea fi redefinită, dincolo de antropologia vizualului și utilizarea metodelor specifice în cercetare și reprezentare, ca o antropologie a relației dintre elementele vizuale și alte elemente ale culturii, societății, practicii și experienței, pe de-o parte, și practica

¹⁰ *Ibidem*, pp.41-58.

¹¹ *Ibidem*, pp.89-91.

¹² *Ibidem*, p. 115.

metodologică de combinare a vizualului cu alte componente media în producerea și redarea cunoștințelor antropologice, pe de altă parte."¹³

Se constată, așadar, o relativitate programată a modului în care antropologia vizuală își exercită rolul științific. Nu există o metodologie riguroasă în construcția discursului tocmai pentru că nu se urmărește un scop exclusiv academic. Iar situația aceasta nu este o consecință a inflației mijloacelor de comunicare digitală din prezent, ci a fost o condiție încă de la apariția antropologiei vizuale. După cel de-al Doilea Război Mondial, denumirea de antropologie vizuală a fost recunoscută ca o formă de înregistrare a diferitelor culturi prin intermediul camerei fotografice sau de filmat, însă fără a se specifica un anumit mod de captare a imaginilor în contextul respectiv.¹⁴

Una dintre cele mai importante personalități care au contribuit la ramificarea antropologiei comunicării vizuale din antropologia vizuală, Margaret Mead, și-a învățat studenții să identifice *pattern-urile culturale*¹⁵ în cadrul cercetărilor, unde fotografiile trebuie privite ca dovezi pentru ilustrarea acestor modele specifice, și nu ca „adevăruri” și „realități” în sine.¹⁶ Folosirea suportului tehnologic pentru captarea vizuală a pattern-urilor ridică din nou problema relativității antropologice, respectiv a legăturii pe care utilizatorul o are relativ la aparatura fotografică. Astfel, omul de știință culege imagini *despre* cultură, iar persoana indigenă surprinde fotografii *din* cultură,¹⁷ ceea ce schimbă optica asupra produsului vizual antropologic. Subiectivismul pătrunde în discursul științific dintr-o perspectivă interioară a culturii studiate, cu posibilitatea de a oferi privitorului din exterior senzația experienței propriu-zise. Registrul larg pe care îl oferă azi tehnologiile multimedia și hipermedia, extinde limitele unor asemenea experiențe la nivel global. În plus, produsul antropologiei vizuale beneficiază, pe lângă conținutul cercetării științifice, și de funcția estetică¹⁸, întrucât argumentele întregului demers se doresc a fi convingătoare obiectiv și subiectiv, deopotrivă, atât din perspectiva culturii studiate, cât și pentru publicul mai mult sau mai puțin avizat.

Pe lângă valoarea ilustrativă, fotografiile antropologice sunt folosite în mod curent pentru trei funcții științifice: *măsurare*, *numărare* și *comparație*.¹⁹ În arheologie, aceste funcții s-au dovedit atât de utile încât se regăsesc, după multe decenii, și în cercetările recente. Fotografiile comparative sunt sugestive în aceeași măsură pentru specialiști și pentru publicul larg, ceea ce explică prezența lor frecventă pe site-urile de profil. Internetul face posibil accesul tuturor celor interesați

¹³ *Ibidem*, p.144.

¹⁴ Sol Worth, *Margaret Mead and the Shift from "Visual Anthropology" to the "Anthropology of Visual Communication"*, *Rev. Studies in Visual Communication*, Vol. 6, Issue 1, Spring 1980, University of Pennsylvania, p.18.

¹⁵ Sintagma aparține antropoloagei Ruth Fulton Benedict (1887-1948), de la care Margaret Mead (1901-1978), în calitate de studentă și parteneră, a preluat conceptul și l-a dezvoltat în cadrul studiilor sale.

¹⁶ Sol Worth, *op.cit.*, p.17.

¹⁷ *Ibidem*.

¹⁸ Ioana Popescu, *op. cit.*

¹⁹ John Collier Jr, *Photography and Visual Anthropology*, Vol. *Principles of Visual Anthropology*, Edited by Paul Hockings, Mouton de Gruyter, Berlin, New York, 1995, p.237.

la rezultatele cercetărilor antropologice, astfel încât verificarea prin juxtapunere a informațiilor să fie posibilă la o scară fără precedent. Practic, cele trei funcții pot fi folosite pentru a sistematiza cunoștințele antropologice printr-o metodologie comună, dar mai ales, pentru a identifica pattern-urile culturale propuse de Ruth Fulton Benedict și Margaret Mead.

Unele pattern-uri pot fi identificate statistic, dar în cazul produselor vizuale acestea nu sunt întotdeauna evidente, și nici nu este posibilă găsirea unor asemenea modele generale prin simpla sistematizare cantitativă. Un set de fotografii desfășurat pe o masă, fără nicio ordine, poate prezenta informații preliminare pattern-urilor, ce sunt percepute pur și simplu prin impactul vizual cu imaginile. Este mai productivă identificarea pattern-urilor în întregul domeniu al datelor, confirmarea detaliată sau statistică urmând a fi solicitată ulterior. Scopul unui bun proiect de cercetare și al diferitelor proceduri aplicate în cadrul acestuia constă în descoperirea și definirea celor mai elocvente pattern-uri.²⁰

O privire de ansamblu asupra implicațiilor epistemologice și metodologice presupuse de antropologia vizuală dezvăluie o direcție cu totul nouă a cercetării, în care rolul textului științific trebuie regândit pentru a fi adus în lumina unor înțelegeri ce pot fi accesate doar prin mijloace nonverbale.²¹

Concluzii

Dezbaterile ce au loc pe tema creării unei antropologii vizuale mature, cu principii specifice aduse laolaltă, trebuie înlocuite cu analiza mai atentă a principiilor ce rezultă atunci când specialiștii de pe teren încearcă să regândească antropologia utilizând mijloace vizuale. O asemenea abordare va duce, foarte probabil, la reformularea discursului științific și, implicit, la o schimbare structurală a limbajului antropologic.

Prin conturarea tot mai accentuată a sensului centrifugal pe care antropologia vizualului îl propune sferei epistemice, respectiv din interiorul fenomenului de generare iconică spre suprafața hermeneutică, această ramură se opune într-un tot perspectivei adoptate de antropologia vizuală, anume cea pornită centripetal, din spre cercetătorul aflat în exterior, dornic să plonjeze prin intermediul tehnologiilor de captare a imaginii, spre lăuntrul inefabil al subiectului. Complementaritatea abordărilor se regăsește și în caracterul participativ al celor două categorii antropologice, unde raportul biunivoc dintre planul obiectiv și cel subiectiv solicită depășirea limitei vizuale în favoarea unei experiențe senzoriale holistice. Emergența limbajului antropologic prefigurează astfel o reconfigurare a discursului științific, în care textul va fi condiționat paradigmatic de mijloacele nonverbale.

²⁰ John Collier, Jr.; Malcom Collier, *Visual Anthropology. Photography as a Research Method*, University of New Mexico Press, Albuquerque, 1986, p.195.

²¹ David MacDougall, *The visual in anthropology*, Vol. *Rethinking Visual Anthropology*, Edited by Markus Banks and Howard Morphy, Yale University Press, New Haven, London, 1997, p.292.

Bibliografie / Bibliography:

Collier, John, Jr., *Photography and Visual Anthropology*, Vol. *Principles of Visual Anthropology*, Edited by Paul Hockings, Mouton de Gruyter, Berlin, New York, 1995.

Collier, John, Jr.; Collier, Malcom, *Visual Anthropology. Photography as a Research Method*, University of New Mexico Press, Albuquerque, 1986.

MacDougall, David, *The visual in anthropology*, Vol. *Rethinking Visual Anthropology*, Edited by Markus Banks and Howard Morphy, Yale University Press, New Haven, London, 1997.

Pink, Sarah, *The Future of Visual Anthropology. Engaging the senses*, Routledge Taylor & Francis Group, London, New York, 2006.

Popescu, Ioana, *Antropologie vizuală – ghid sumar de folosire*, <http://www.muzeul-taranuluiroman.ro/av/?p=64>, accesat la data de 10.05.2021.

Ruby, Jay, *The last 20 years of visual anthropology – a critical review*, Rev. Visual Studies, Vol. 20, No. 2, October 2005, Taylor & Francis Group, New York.

Ursache, Petru, *Antropologia, o știință neocolonială*, Editura Eikon, Cluj-Napoca, 2014.

Worth, Sol, *Margaret Mead and the Shift from "Visual Anthropology" to the "Anthropology of Visual Communication"*, Rev. *Studies in Visual Communication*, Vol. 6, Issue 1, Spring 1980, University of Pennsylvania.