

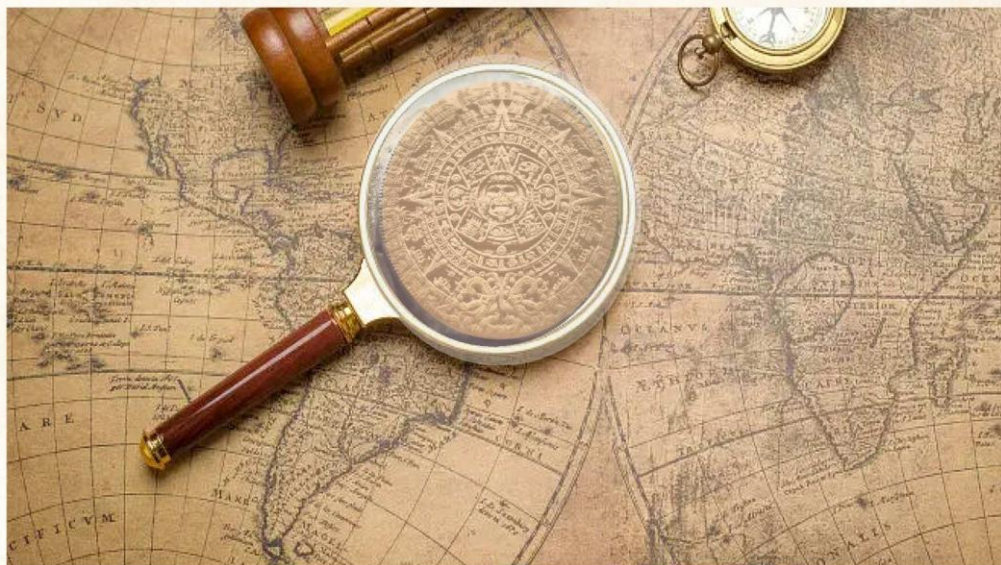


UNIVERSITATEA DE STAT DIN MOLDOVA  
Facultatea de Istorie și Filosofie  
Departamentul Filosofie și Antropologie

**Dina BARCARI**

# ANTROPOLOGIA VIZUALĂ

*Ghid metodic*



CHIȘINĂU, 2023



UNIVERSITATEA DE STAT DIN MOLDOVA  
Facultatea de Istorie și Filosofie  
Departamentul Filosofie și Antropologie

---

**Dina BARCARI**

# **ANTROPOLOGIA VIZUALĂ**

*Ghid metodic*

*Aprobat de  
Consiliul Calității al USM*

CHIȘINĂU, 2023  
Editura USM

**CZU 77+791(075.8)**

**B 31**

Recomandat de Departamentul Filosofie și Antropologie și de  
Consiliul Facultății de Istorie și Filosofie.

**Recenzent:** *Cristina GHERASIM, doctor, conferențiar universitar*

**DESCRIEREA CIP A CAMEREI NAȚIONALE A CĂRȚII  
DIN REPUBLICA MOLDOVA**

**Barcari, Dina.**

Antropologia vizuală: Ghid metodic / Dina Barcari; Universitatea de Stat din Moldova, Facultatea de Istorie și Filosofie, Departamentul Filosofie și Antropologie. – Chișinău: Editura USM, 2023. – 46 p.

Referințe bibliogr. p. 43-44 (25 tit.). – 50 ex.

ISBN 978-9975-62-553-1.

77+791(075.8)

B 31

**ISBN 978-9975-62-553-1**

© Dina BARCARI, 2023

© EdUSM, 2023

# CUPRINS

PRELIMINARII .....	4
<b>I. OBIECTIVELE GENERALE ALE DISCIPLINEI .....</b>	<b>5</b>
<b>II. ADMINISTRAREA CURSULUI.....</b>	<b>6</b>
<b>III. STRATEGII DE EVALUARE .....</b>	<b>8</b>
<b>IV. TEMATICA ȘI REPARTIZAREA ORIENTATIVĂ A ORELOR DE CURS, DE SEMINAR ȘI ALE LUCRULUI INDIVIDUAL</b>	<b>10</b>
<b>V. CONȚINUTUL ORELOR DE CURS ȘI DE SEMINAR.....</b>	<b>11</b>
<b>VI. BIBLIOGRAFIE .....</b>	<b>43</b>
<b>VII. CERINȚE PENTRU LUCRUL INDIVIDUAL AL STUDENTULUI.....</b>	<b>45</b>
<b>VIII. LISTA PROIECTELOR DE CERCETARE.....</b>	<b>46</b>

## PRELIMINARII

Cursul *Antropologia vizuală* este adresat studenților specialității Antropologie, care tinde să ofere acestora o nouă perspectivă de cercetare atât în domeniul etnografic, cât și sociocultural. Cursul este o parte componentă a antropologiei socioculturale, însă tinde să se îndepărteze de aceasta prin instrumentele cercetare ale vizualului. Disciplina *Antropologia vizuală* oferă noi oportunități de analiză a filmului și fotografiei, precum și a căilor metodologice, științifice de a le cerceta. Cursul vizează prezentarea teoretică și practică a domeniului de cercetare a vizualului, filmului etnografic, filmelor documentare de ecranizare băștinașă, spoturilor de prezentare a Republicii Moldova în cadrul aderării la Uniunea Europeană (cum are loc prezentarea poporului autohton peste hotare și cât de bine se conformează aceste prezentări cu realitatea actuală a R. Moldova), precum și a problemelor sociale prezente în Republica Moldova – din perspectiva cercetării antropologice.

În cadrul cursului se va atrage atenție asupra interesului antropologic pentru fotografia etnografică și alte practici fotografice asociate disciplinei. Se vor lua în considerare arhivele fotografice antropologice prin care s-a contribuit la dezvoltarea disciplinei începând cu secolul al XIX-lea. Ceea ce se va stimula prin acest curs este reconsiderarea fotografiei și a filmului etnografic ca imagine citită dincolo de interpretările oferite de către antropologi.

# I. OBIECTIVELE GENERALE ALE DISCIPLINEI

## **La nivel de cunoaștere și înțelegere:**

- definirea specificului antropologiei vizuale și istoricul acesteia;
- identificarea etapelor de dezvoltare a antropologiei vizuale;
- relatarea principalelor referințe ale problematicii antropologiei vizuale;
- recunoașterea metodelor de analiză a filmului etnografic și a celui documentar;
- descrierea metodelor de analiză practică și conceptuală în antropologia vizuală.

## **La nivel de aplicare:**

- stabilirea tangențelor dintre antropologia vizuală și alte subdomenii antropologice;
- depistarea metodelor antropologice de investigare a unui film documentar sau etnografic;
- interpretarea concepțiilor antropologice în vederea realizării lucrărilor proprii;
- utilizarea tehnicilor metodologice ale antropologiei vizuale și a bagajelor de cunoștințe acumulate pe parcursul orelor.

## **La nivel de integrare:**

- reevaluarea societății autohtone în baza analizei efectuate în cadrul orelor;
- construirea unui portofoliu în care să se evidențieze analiza antropologică a cercetării propuse (fiecare va prezenta lucrul individual în măsura posibilităților sau prezentarea prin fotografii sau printr-un film de scurt metraj);
- estimarea utilității practice a acestui curs (eficiențele și ineficiențele acestuia).

***Cuvinte-cheie:** antropologie, antropologie vizuală, imagine, film, film documentar, film etnografic, fotografie, etnografie, cinematografie, funcționalism, cultură vizuală, studii vizuale, analiză de conținut, analiza discursului, comunicare vizuală, artă, creativitate, reflexivitate, film antropologic.*

## II. ADMINISTRAREA CURSULUI

Forma de învățământ	Codul disciplinei	Denumirea disciplinei	Responsabil de disciplină	Semestrul	Ore				Evaluarea	Nr. de credite	
					Total	Inclusiv					
						C	S	L	LI		
cu frecvență la zi	S.04.O.031	Antropologia vizuală	Dina Barcari, asist. univ.	IV	52	13	13		26	examen	2

### COMPETENȚE PROFESIONALE ȘI FINALITĂȚI DE STUDIU

Competențe profesionale	Finalități/outcomes (rezultate)
Cunoașterea, înțelegerea și interpretarea evoluției metodelor și tehnicilor din antropologia vizuală	A aplica metodele și tehnicile studiate din domeniul antropologiei vizuale asupra unui sistem social
Analizarea și sintetizarea teoriilor interdisciplinare	A adapta metodele antropologiei vizuale la diverse medii socioculturale
Culegerea, extragerea, analizarea și evaluarea datelor cantitative și calitative utilizând metodele calitative din antropologie	A transpune mesajele domeniului de studiu antropologic vizual la grupul țintă
Identificarea obiectivelor profesionale, formularea și aplicarea ipotezelor referitoare la acțiunile umane	A dezvolta abilitățile analitice de încadrare a noțiunilor de bază ale antropologiei vizuale la studiul efectuat în cadrul cursului

### *Antropologia vizuală*

---

Proiectarea metodologiilor de realizare a activității profesionale în teren	A stabili principiile metodologice de teren pentru realizarea unui studiu obiectiv
Realizarea analizei comparative a societăților umane contemporane	A analiza datele textuale și cele vizuale existente în contextul real autohton



### III. STRATEGII DE EVALUARE

*Antropologia vizuală* este un curs universitar teoretic și practic care are ca finalitate formarea și dezvoltarea competențelor profesionale ale studenților în domeniul antropologiei prin efectuarea unei analize a vizualului.

#### Metode de predare

Tipurile de *curs/seminar*, la care se va recurge în procesul de studii, sunt următoarele: *cursul tematic curent*, *curs-prelegere clasică*, *curs-dezbateri problematizată*, *cursul mixt prelegere-dezbateri*. În ce privește organizarea instruirii active și eficiente în cadrul *seminarului*, se va da prioritate următoarelor tipuri: introductiv, seminar-laborator, de reluare și aprofundare, de sistematizare, de aplicare, seminar-dezbateri, seminar de dezvoltare, seminar în baza lucrărilor individuale elaborate, seminar-training, seminar integrativ, de evaluare. Se va urmări în mod consecvent aplicarea diverselor forme de activitate didactică, pentru eficientizarea procesului de instruire: învățarea colectivă (frontală), individuală, în perechi, în echipe. Accentul va fi plasat pe susținerea individuală și în grupuri mici.

Dintre *metodele interactive de predare-învățare-evaluare și de cercetare*, cel mai frecvent programate pentru a fi utilizate la curs, remarcăm: dezbaterile, studiile de caz, discuțiile; studierea literaturii de specialitate, simulările etc.

**Evaluarea curentă** se va realiza la fiecare seminar prin diferite metode, inclusiv evaluarea sumativă, probe orale și de lectură. Evaluarea intermediară va avea ca scop atestarea studenților și se va efectua în baza unui test scris sau a unui colocviu oral; evaluarea finală se va realiza în formă scrisă.

**Probe de evaluare (mostre)**

**Test**  
**pentru examen la disciplina *Antropologia vizuală*,**  
**Anul II/III, Licență**

**Subiectul I: Metode calitative utilizate în cercetarea vizualului**

*Activități de evaluare:*

- a) Identificați direcții de analiză a imaginilor (3 pct.)
- b) Analizați elementele de bază ale stilului de viață autohton prin intermediul metodei observației (5 pct.)
- c) Proiectați o cercetare cu menționarea temei, scopului, obiectivelor și descrierea metodelor vizuale utilizate (7 pct.)

**Subiectul II. Tehnici de cercetare în antropologia vizuală:  
fotografia**

*Activități de evaluare:*

- a) Descrieți caracteristicile metodelor vizuale (3 pct.)
- b) Determinați rolul fotografiei ca tehnică de cercetare în antropologie (5 pct.)
- c) Evaluați contextul utilizării metodelor vizuale (fotografia) prin exemple (7 pct.)

**IV. TEMATICA ȘI REPARTIZAREA  
ORIENTATIVĂ A ORELOR DE CURS,  
DE SEMINAR ȘI ALE LUCRULUI INDIVIDUAL**

Nr. d/o	Unități de conținut	Numărul de ore		
		Curs	Seminar	Lucrul individual
1.	Introducere în antropologia vizuală (AV)	2	2	2
2.	Metode calitative utilizate în cercetarea vizualului	2	2	4
3.	Metode vizuale: fotografia	2	2	4
4.	Comunicarea vizuală și comunicarea prin imagini	2	2	4
5.	Relația dintre artă și antropologie: practica etnografică contemporană	3	3	4
6.	Filmul documentar și filmul etnografic	2	2	8
	<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>26</b>

## V. CONȚINUTUL ORELOR DE CURS ȘI DE SEMINAR

### 1. INTRODUCERE ÎN ANTROPOLOGIA VIZUALĂ (AV)

#### Unități de conținut

- Etapele procesului de formare a antropologiei vizuale
- Paradigmele istorice de dezvoltare a antropologiei vizuale
- Antropologia vizuală aplicată
- Importanța antropologiei vizuale pentru contemporaneitate

#### Obiective

Studentii vor urmări:

- să definească perspectiva multidisciplinară a domeniului antropologiei vizuale;
- să stabilească etapele procesului de formare a antropologiei vizuale;
- să identifice principalele paradigme de dezvoltare a antropologiei vizuale;
- să aplice creativ aceste concepții în vederea formării unei viziuni proprii asupra cazurilor de cercetare.

*Cuvinte-cheie: antropologie, vizual, etnografie, documentar, cinematografie.*

Antropologia s-a dezvoltat ca o prelungire modernă a etnologiei și a etnografiei. Obiectul cercetării antropologice este Celălalt și relațiile inter- și intraumane. Antropologia presupune:

- viziune holistică care oferă libertatea de a studia orice comportament susceptibil de a deveni relevant;
- o cercetare de teren indispensabilă prin care contactul direct cu Celălalt este obligatoriu, folosind ca metode predilecte de cercetare *interviul și observația directă – pasivă sau participativă.*

Ca domenii, au apărut antropologia politică, antropologia economică, antropologia religiei, antropologia urban-rurală, antropologia vizuală etc.

Antropologia vizuală (în continuare AV) **este studiul antropologic al produselor vizuale create de om**. AV constituie, de fapt, un sistem alternativ de documentare, interpretare și comunicare a realității umane. Presupune mijloace și echipamente tehnice vizuale (camera foto, video și film) și un discurs preponderent vizual.

În ceea ce privește obiectivitatea, AV oferă, de fapt, o viziune asupra realității, o metaforă. Pentru ca privirea antropologului să fie mai obiectivă, folosește mijloacele tehnice de înregistrare și prelucrare a unui fenomen social care se apropie mai mult de realitatea virtuală.

În folosirea fotografiei și a filmului (vizualului și audiovizualului) ca mijloc de cercetare antropologică, importantă este, de fapt, observarea. Observarea celui care documentează un grup social, observarea individului devenit obiect al cercetării, observarea celui pus în fața produsului cercetării – sunt cele trei perspective conjugate care sunt luate în considerare în cadrul oricărei cercetări în antropologia vizuală. Toate aceste cercetări sunt impuse sau influențate de zona geografică, de momentul desfășurării cercetării și de mentalitățile predominante care se confruntă cu această ocazie, chiar curente artistice sau de moda timpului.

Antropologia vizuală se conturează ca disciplină la începutul anilor 1960 și se află pretutindeni în continuă definire și redefinire a teoriei, a granițelor domeniului și a metodologiei. Prin anii 1990 se vorbea despre o antropologie a vizibilului. J. Ruby considera că antropologia vizuală este și studiază: tot ceea ce fac oamenii; tot ceea ce este și o fac pentru a o vedea alții – locuințele, designul spațiului de locuire, artefactele produse etc., toate cu scopul de a implementa particularitățile propriei existențe și de a evidenția modul particular de manifestare.

Pentru prima dată termenul „antropologie vizuală” a fost folosit după cel de-al doilea război mondial. Primele instrumente vizuale ale antropologiei utilizate au fost filmul documentar și fotografia. Pionierii antropologiei vizuale sunt F. Boas și M. Mead. Ceea ce doreau să realizeze prin utilizarea camerei a fost înregistrarea dansurilor din

societățile tradiționale: kapa wa kapa, jocurile dintre copii, activitățile meșteșugărești, cântecele ș.a. Obiectivul lor era de a obține o colecție de date supuse mai târziu interpretării și nu doar de a întemeia o narațiune sau o poveste istorică.

AV are ca *scop principal* studiul, descrierea și interpretarea comportamentelor umane, proxemice (studiul spațiului uman și al efectelor pe care le are omul asupra comportamentului, comunicării și interacțiunii sociale), formele și manifestările corpului, gesturile și mimica, dansurile, costumele naționale și orice alt artefact popular cultural; arhitectura, panourile publicitare ș.a.

Conform definiției „părintelui” antropologiei vizuale S. Worth, aceasta este *o teorie ce cuprinde interpretarea formelor de comunicare vizuală sau pictorială a societăților analizate*. Interpretarea vizează imaginile, subiectele și temele la care o cultură recurge pentru a-și consemna experiența. Problema transmiterii sensului prin intermediul unor „instituții” ale vizualității pornește de la realitatea tehnologică a domeniului: biodocumentare, filme convenționale, fotografii, înregistrări ale obiectelor culturale pe dispozitive sau pe alte suporturi vizuale. Toate acestea au devenit instrumente des utilizate de către antropologi. Întrebarea centrală rămâne aceeași ca și a tuturor teoriilor culturii vizuale: putem cunoaște o altă cultură (sau propria noastră cultură) prin analiza expresiilor vizibile ale acesteia? Pentru S. Worth, culturile transmit „semnale” vizuale prin intermediul unor scheme și construcții manifestate în imagine, pe care antropologul le decodifică, tratându-le ca pe niște mesaje a căror semnificație îi este destinată.

Prin aceasta antropologia vizuală este domeniul aflat la intersecția majorității formelor și teoriilor culturii vizuale. Sociologia vizuală, sociosemiologia, studiile culturale sau studiile artelor reprezentării sunt utilizate de antropologi pentru o mai bună înțelegere a realității.

Se cunosc trei paradigme ale AV: paradigma științifică, paradigma etnografică, paradigma documentar–cinematografică.

### ***Paradigma științifică***

În SUA domeniul AV se instituționalizează în anii 1970-1980, odată cu fondarea societății *Fild Stady Center* ca componentă a Muzeului de

Arheologie și Etnografie din Harword. Principalele producții ale acestei societăți au fost filmele etnografice despre societatea tradițională. În 1966, societatea *Program In Etnografic Film* devine membru al America Anthropology Asociation (AAA)<sup>1</sup>. Ca obiective și componente de cercetare se enumeră:

- utilizarea pentru producția etnografică a filmelor, fotografiilor și a altor forme pictoriale;
- analiza acestor manifestări din punct de vedere cultural și simbolic;
- încercarea de a supune științei și teoretizării cele observate din instrumentele vizuale indicate mai sus;
- analiza modului în care oamenii își structurează realitatea;
- identificarea relațiilor dintre oameni, a modului de comunicare și percepția asupra imaginii;
- studiul formelor sociale, politice, economice și de organizare.

### ***Paradigma etnografică***

După anul 1950 are loc trecerea de la paradigma științifică la *paradigma etnografică*. În această perioadă antropologia utilizează instrumentele vizuale nu doar pentru a prezenta o colecție de date, ci și pentru a le supune teoretizării; altfel spus, metodele vizuale sunt utilizate pentru a găsi explicații la procesele și fenomenele urmărite. Tot în această perioadă filmele etnografice se apropie tot mai mult de arta cinematografică.

Caracteristic pentru aceasta este producerea filmelor documentare. Diferența majoră dintre această paradigmă și celelalte este calitatea oferită celei dintâi. Ca reprezentant este R. Flaherty, care a realizat filmul etnografic *Nanook of the North*<sup>2</sup>. R. Flaherty a utilizat camera pentru a filma oamenii în viața lor cotidiană. Filmul cuprinde două părți. Prima parte a fost realizată în Siberia, cea de-a doua parte este despre un tânăr polonez și familia sa. Importanța acestor două filme este că publicul larg a luat cunoștință de alte tipuri de societăți, de un alt tip de cultură și tradiție.

---

<sup>1</sup> <https://americananthro.org/>

<sup>2</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=3IAcRjBq93Y>

AV are propriile sale studii, diferite de alte științe clasice. Se poate spune că unele dintre problemele societății contemporane nu pot fi supuse abordărilor tradiționale, ci pot fi tratate folosind metodele și principiile AV.

Centrul de cercetare al AV este despre comunicarea situațiilor, proceselor de capturare a vieții oamenilor prin fotografie și video. O astfel de cercetare presupune și identificarea apartenenței culturale, atitudinii subiecților cercetați față de antropolog și viceversa, precum și înțelegerea ulterioară a identității culturale, a esteticii de filmare.

Practicile antropologiei exterioare aplicate mediului academic devin din ce în ce mai populare în sectorul public, în industrie, în organizații non-guvernamentale (ONG-uri) și în alte arii ale comunităților.

Datorită disponibilității și accesibilității spațiului vizual și a tehnologiei, sunt folosite și metodologiile, și reprezentările vizuale. În unele cazuri inovațiile în aceste metodologii de cercetare și reprezentare s-au dezvoltat atunci când practica antropologiei vizuale academice netestată a fost aplicată. Sunt mai mulți factori ce stau la bază, cum ar fi: oportunități diferite de finanțare, libertatea inovării fără restricțiile impuse de anumite convenții antropologice și diferitele așteptări ale audienței. Antropologii academicieni au avut tendința de a fi sceptici în ceea ce privește antropologia aplicată și au respins ideea că practica aplicată poate contribui major la dezvoltarea disciplinei academice.

Importanța AV pentru procesele contemporane sociale și culturale este confirmată de numeroase studii, autori care au început să acorde o tot mai mare atenție în ultimii ani aspectelor vizuale ale proceselor antropologice.

Între anii 1999 și 2001 o serie de noi publicații în cadrul științelor sociale și umaniste dezvăluie un interes interdisciplinar înfloritor față de metodele de cercetare vizuală. Cercetările recente privind metodele vizuale au tendința, în mod eronat, de a discredita antropologia vizuală prin critica rădăcinilor ei coloniale și prin proiectele observaționale de la jumătatea secolului al XXI-lea.



**Avantajele AV:**

- Posibilități sporite de înregistrare, spre deosebire de caiet și creion;
- Comunicare directă cu publicul, spre deosebire de carte;
- Impactul vizual puternic are puterea de convingere.

**Dezavantajele AV:**

- Polisemantismul imaginii, care conduce la ambiguitate de receptare sau chiar la posibilitatea de manipulare;
- Înregistrarea și analiza sunt limitate doar de ceea ce este văzut și auzit.

**Tematica și sarcinile seminarului**

***INTRODUCERE ÎN ANTROPOLOGIA VIZUALĂ (AV)***

**Sarcini de învățare/evaluare**

1. Determinați etapele procesului de formare a antropologiei vizuale.
2. Analizați paradigmele istorice de dezvoltare a antropologiei vizuale.
3. Vizionați filmul „Nanook of the North” de R. Flaherty.
4. Argumentați importanța antropologiei vizuale pentru contemporaneitate.

**Bibliografie:**

1. FLAHERTY, Robert. *Nanook of the North* <https://www.youtube.com/watch?v=lkW14Lu1IBo&t=946s>
2. FRANZ, Boas. *Anthropology and Modern Life*. New York: Carverth Press, 1928. 226 p.
3. MEAD, Margaret. Their Use of Photography and Film. In: *Cultural Anthropology*, 1988, vol. 3, no 2, p. 160-177.

4. RUBY, Jay. *Country Auction Study Film: Reflexive Musings*. Chicago: University of Chicago Press, 2010. 258 p.
5. WORTH, Sol. *Fundamentals of Visual Communication*. Pennsylvania: University of Pennsylvania Press, 1981. 216 p.

## **2. METODE CALITATIVE UTILIZATE ÎN CERCETAREA VIZUALULUI**

### **Unități de conținut**

- Analiza de conținut aplicată cercetării vizuale
- Tipuri de analiză de conținut
- Analiza de discurs
- Metodologiile analizei contextului

### **Obiective**

Studentii vor urmări:

- să identifice nivelurile analizei contextuale;
- să descrie structurile analitice ca obiecte ale analizei contextuale;
- să aplice strategiile de cercetare în domeniul vizualului.

**Cuvinte-cheie:** vizual, analiză de discurs, analiza contextului, antropologie.

Analiza de conținut este utilizată ca metodă statistică datorită faptului că în aplicarea ei se utilizează o grilă de coeficienți măsurabili având ca rezultat validarea datelor obținute. Totuși, această metodă poate fi aplicată cu succes în cercetările sociale calitative. Desfășurând o astfel de analiză putem afla informații deosebit de importante despre subiectul propus spre cercetare. În esență, aplicăm analiza de conținut în cercetarea unor teme, subiecți prin prisma documentelor scrise (ziare, dosare, rapoarte statistice, e-mailurile și orice alt tip de text).

Pentru antropologie analiza de conținut a ziarelor se dovedește a fi o metodă eficientă și chiar necesară. Astfel, putem aplica următoarele tipuri de analiză de conținut:

- ✓ Analiza sintactică – structura discursului (modurile și timpii verbului). Realizând o astfel de analiză identificăm, de fapt, dacă titlul enunțului corespunde într-adevăr tematicii enunțate.

- ✓ Analiza lexicală – se are în vedere bogăția vocabularului, frecvența și apariția cuvintelor ce fac trimitere la tema de cercetare.
- ✓ Analiza tematică – identificarea temelor și a frecvenței lor de apariție pe un anumit eșantion (de exemplu, într-o perioadă de trei luni).

În analiza unor articole, pentru evaluarea unui subiect anumit (om politic, de cultură, o instituție socială, anumite localități, un anumit fenomen specific precum ar fi sărăcia, mizeria ș.a.) acordând note corespunzătoare, vorbim astfel despre analiza imagologică. Acest tip de analiză urmărește reflectarea în mass-media a unui eveniment sau a unui fenomen social în general. Dacă ne referim, de exemplu, la un articol apărut în presă într-o perioadă de timp ce are ca subiect de abordare un personaj politic, atunci se va recurge la notarea articolului cu note de -4 și +4, după cum urmează:

1. -4: articolul excelează în cuvinte dure, teme compromițătoare;
2. -3: articolul conține aprecieri foarte negative;
3. -2: articolul conține aprecieri negative;
4. -1: articolul conține aprecieri ironice, ușor răutăcioase;
5. 0: articolul conține știri pur informative;
6. +1: articolul conține aprecieri ușor pozitive, binevoitoare;
7. +2: articolul conține aprecieri pozitive;
8. +3: articolul conține aprecieri foarte bune;
9. +4: articolul conține aprecieri la superlativ.

Pe baza acestor note se poate calcula coeficientul de imagine săptămânală prin formula:

$$C_{is} = C_{iz} + N_a$$

unde:

- $C_{is}$  – coeficientul de imagine săptămânală
- $C_{iz}$  – coeficientul de imagine zilnic
- $N_a$  – numărul de articole pe săptămână.

Pe lângă calculele respective mai ținem cont de următoarele indicații:

- a) volumul articolului în pagină (de obicei, împărțit în treimi sau părți);

b) poziția articolului în pagină (dreapta, stânga, sus, jos);

c) identificarea actanților principali și a celor adiționali.

Și în final este necesară analiza teoretică, științifică și deductivă a ceea ce se relaționează în articol.

Termenul *analiza discursului* cunoaște mai multe sensuri, nu întotdeauna precise sau delimitate clar. Accepțiunea cea mai largă privește analiza discursului drept analiză a uzului limbii. Dintr-o perspectivă larg împărtășită în spațiul anglo-saxon, analiza discursului este echivalentă cu analiza conversațională, iar discursul este considerat ca activitate interacțională prin excelență. Aceste definiții vagi fac dificilă precizarea trăsăturilor prin care analiza discursului se deosebește de alte discipline care au ca obiect de studiu discursul.

Analiza discursului privită ca disciplina care, în loc să procedeze la o analiză lingvistică a textului sau la o analiză sociologică ori psihologică a „contextului” său, vizează articularea enunțării sale (a textului) la un anumit loc social, încearcă să rezolve problematica genurilor discursului, fie că este vorba de apartenența acestora la anumite câmpuri discursive (politic, științific etc.), fie de relația funcțională în spațiul social (instituții, organizații etc.). Acest tip de analiză armonizează perspectivele mai multor discipline încercând să ofere o imagine integratoare asupra discursului. Imaginea se formează dintr-un ansamblu de fațete care corespund punctelor de vedere specifice fiecărei discipline fără însă a se identifica cu acestea. În funcție de perspectiva adoptată, se poate aprecia caracterul multi-, inter- și, mai ales, transdisciplinar al analizei discursului. Astfel, analiza discursului integrează fațete diverse: de la retorică (argumentare, figuri etc.) la analiza conversațională (dialog, strategii etc.); de la sociolingvistică (diversități și comunități lingvistice) la psiholingvistică (utilizarea codului lingvistic).

Orice disciplină, pentru a-și susține statutul legitim, trebuie să-și afirme identitatea, trăsăturile care o disting de alte discipline. Circumscrierea delimitării în triada obiect de studiu specific–metode de studiu specifice–terminologia specifică este completată de problemele legate de filiație și de ceea ce se poate numi opțiune strategică sau (căutarea unui) ideal.

Analiza discursului este determinată de trei tendințe importante ale anilor: lingvistica textuală, etnografia comunicării și școala franceză de analiză a discursului. Idealul analizei discursului poate fi rezumat la: studierea producției verbale în ansamblul ei sau la analiza tuturor enunțurilor în situații de comunicare specifice (spre deosebire de studiul limbii în afara contextului). Dacă discursul reprezintă o unitate transfrastică, orientată, (inter)activă, atunci corpusul pe care se face analiza discursului este o noțiune deschisă, care poate îngloba unități diverse – de la conversații amicale până la tratate științifice (inclusiv lucrări de analiză a discursului). În fața dificultății imense de delimitare cantitativă a acestui câmp de investigație se pune în primul rând problema definirii conceptului *analiză de discurs*.

Cercetătorii au propus mai multe formule metalingvistice, care ar putea fi circumscrise tipologiei următoare:

1. Definiții cuprinzătoare, vagi: „studiul enunțurilor efective în situații efective”.
2. Definiții exclusive, cum ar fi cele date de școala americană, pentru care discursul este în relație de sinonimie cu interacțiunea orală (ceea ce conduce inevitabil la echivalarea analizei discursului cu analiza conversațională).
3. Discursul este un obiect de studiu pe care și-l dispută un ansamblu de discipline cu identitate puternică, precum analiza conversațională, sociolingvistica, retorica argumentativă, analiza lingvistică etc. Aceste discipline constituie fațete de abordare specifică a discursului.
4. Refuzul definiției poate reprezenta o reacție de apărare la imposibilitatea circumscrierii noționale a imensității și diversității faptelor de analizat. Refuzul unei definiții poate fi suplinit însă și de o explicație: analiza discursului este suma tuturor practicilor analitice care prezintă interes într-un anumit spațiu și la un anumit moment.

D. Maingueneau propune următoarea definiție: „Analiza discursului reprezintă analiza articulării textului și a locului social în care acesta se produce”.

În viziunea lui D. Maingueneau, textul reprezintă obiectul de studiu al lingvisticii textuale, în timp ce discipline ca sociologia sau etnologia studiază locul social. Analiza discursului se va situa deci într-o poziție transdisciplinară, în care va încerca să armonizeze diverse perspective. Textul și locul social sunt precum părțile recto și verso ale unei foi de hârtie: discursul va reprezenta deci un text, un loc social și un mod de enunțare care le articulează. Această definiție se opune definiției analizei discursului în cadrul sociolingvisticii, care se interesează, în primul rând, de varietatea lingvistică prezentă în cadrul unei societăți. Definiția este diferită și de perspectiva analizei conversaționale, care studiază modul de cooperare și regulile de conversație determinate de norme culturale chiar în interiorul aceleiași limbi. Sociolingvistica și analiza conversațională au privilegiat anumite accente antropologice și psihologice, pentru a sublinia faptul că discursul nu poate fi redus la statutul de obiect de studiu în proprietatea exclusivă a unei discipline. Analiza discursului este studiul acestui „de ce”; limbajul este utilizat „într-un anumit mod”, într-o anumită situație de comunicare. Genul de discurs va depinde deci de instituția discursivă, iar dimensiunea instituțională a „vorbirii” va defini scopul său. Deși se referă la discurs, analiza discursului este ea însăși un discurs prin definiție, determinată de parametri spațiali și temporali. Acești parametri explică diversitatea curenților care traversează câmpul de cunoaștere a discursului. În acest vast câmp problematic se intersectează tradiții culturale și științifice diferite: tradiția europeană marcată de tendințe puternic raționaliste și cea americană, mai empirică și mozaică.

Scopul analizelor de context este acela de a folosi „unitățile” contextului social ca surse interpretative pentru înțelegerea fenomenului vizualului. Criteriul de bază este acela că analiza calitativă trebuie să fie profund justificată, simpla dorință de observație a unei situații nu constituie garanția studierii calitative. Propunem doi factori pentru evaluarea disponibilității analizei calitative:

*1. Localizarea* este primul factor de evaluare a disponibilității analizei calitative. Relevanța acestui factor se caracterizează prin localizarea sitului, gradul de acces și nivelul de interes pentru context.

Principalele metode calitative pentru analiza contextului sunt tehnicile observării. Participarea prin observare presupune imersiunea cercetătorului în contextul în care se desfășoară un fenomen.

Observarea directă izvorăște din epistemologia privatizării a familiarului cu producerea dimensiunii culturale a ființei umane. Observarea poate fi fizică sau ideatică, adică descrierea se orientează ori spre natura obiectului, ori spre structura ideatică a grupului. Interviuurile intensive (neștiințifice sau structurate) pot fi utilizate în paralel cu observarea participativă.

Observarea participativă presupune stabilirea unor legături profunde între cercetător și situații, unde prin urmărire la asistarea fenomenului analistul pătrunde în interiorul contextului. Pătrunderea în contexte se poate realiza în două situații specifice: contextele deschise (locuri publice, terase, parcuri, gări ș.a.) și contextele închise (locuințe private, birouri).

La rândul său, investigația poate fi făcută de:

- un analist anonim, investigatorul poate participa la evenimente publice cu acces liber necunoscut însă de către cei observați;
- investigatorul poate fi sub acoperire;
- investigatorul poate fi analistul cunoscut de către participanți sau poate fi chiar solicitat de către participanți să realizeze acțiunea de cercetător.

2. *Autolocalizarea*, constituie un alt factor de descriere a contextului. Exemple ar putea fi: istoria persoanei, biografia curentă, unde prezentarea descriptivă a evenimentului și a experienței personale devine sursa de informație științifică.

Primul nivel al analizei contextului sunt semnificații generali – opinii, stereotipuri, norme culturale, ideologii etc.

Semnificații generale sunt definiți prin analiza elementelor comune grupurilor, prin relația cu alte grupuri sau prin definiția dată grupurilor de către ceilalți. Noțiunea fundamentală a acestor abordări este aceea că realitatea este produsă ca un construct social.

Un al doilea nivel al analizei contextuale sunt practicile sociale – considerate rezultate ale acțiunii sau ale discursului social. Descrierea



relației dintre participarea la dinamica grupului are valoare socială și dimensiune culturală.

G. Gmelch a definit trei tipuri de practici:

- ritualurile (acțiuni pozitive);
- tabuurile;
- fetișurile (obiecte investite cu semnificații).

Studierea tipurilor de manifestări ale umanului devine exemplară pentru existența individuală și cea colectivă. Aici propunem analiza următoarelor determinante:

*Analizarea unor episoade.* Sunt descrise acele momente ale situației observaționale care nu sunt repetitive (ritualul este repetitiv), ci sunt cu o puternică încărcătură emoțională. Tipologii ale episoadelor pot fi:

- vârstele;
- dezastrele naturale;
- catastrofele personale;
- evenimentele publice etc.

*Analizarea contactelor.* Un contact este o situație care descrie întâlnirile semnificative a mai multor subiecți într-un microgrup și modul cum interacționează aceștia. Interacțiunile lor devin sursa informațiilor pentru ansamblul mentalului lor.

*Analizarea rolurilor.* Indivizii își asumă în grup rolurile formative: sex, poziția socială, vârstele etc.; rolul informativ sau ocupațional: liderul, șmecherul de cartier, tipurile sociale (băiatul de treabă mândăciosul); tipurile sociopsihosociale (definite prin intermediul: activ – pasiv, pozitiv – negativ); rolurile articulate (așa cum ele apar din manifestări și discuțiile actanților).

*Analizarea relațiilor* presupune interpretarea modurilor de interacțiune în interiorul grupurilor, care pot fi: prietenie, negociere, falsitate, fățărnicie.

*Analizarea grupurilor* – descrierea modului de funcționare a grupului pe mai multe niveluri: ierarhii, adaptarea (temporală – modul cum funcționează în timp grupul, tematica – modul cum comunică grupurile), solidaritatea socială etc.

*Analizarea organizațiilor:* comunicarea organizatorică, structurarea

funcțională din interiorul instituțiilor, care devin și sursa documentelor pentru compartimentele corpului social în ansamblul său.

*Analizarea structurilor sociale:* grupurile mici, precum sate, cartiere, zone urbane, străzi etc.; universuri sociale – analizarea acelor comunități care conțin mai multe tipuri de structuri sociale, sunt greu de definit, extrem de mobile și au o natură informală, de ex.: taberele de odihnă, stilurile de viață – deci analizarea unor fenomene descriabile pe criterii economice sau sociodemografice.

### **Tematica și sarcinile seminarului**

#### ***METODE CALITATIVE UTILIZATE ÎN CERCETAREA VIZUALULUI***

#### **Sarcini de învățare/evaluare**

1. Analizați datele vizuale din imaginile publicitare, din mass-media în baza algoritmului de analiză.
2. Identificați în baza unui articol din presa scrisă (tipărită sau online) regularitatea publicării unei teme sociale sau culturale.

#### **Bibliografie:**

1. MAINGUENEAU, Dominique. *Analyse du discours et dispositifs d'énonciation*. Limoges: Lambert-Lucas, 2015. 310 p.
2. GMELCH, George. *Urban Life: Readings in the Anthropology of the City*. Illinois: Waveland Pr Inc, 1995. 440 p.
3. DAFINOIU, Ion. *Personalitatea: metode calitative de abordare*. Iași: Polirom, 2002. 239 p.
4. EL GUINDI, Fadwa. *Visual Anthropology-Essential method and theory*. Oxford: AltaMira Press, 2004. 272 p.
5. ILUȚ, P. *Abordarea calitativă a socioumanului*. Iași: Polirom, 1998. 184 p.
6. KING, F.R. *Strategia cercetării. Treisprezece cursuri despre elementele științelor sociale*. Iași: Polirom, 2005. 328 p.

### 3. METODE VIZUALE: FOTOGRAFIA

#### Unități de conținut

- Contextul utilizării metodelor vizuale
- Caracteristicile metodelor vizuale
- Fotografie, antropologie și istorie
- Rolul fotografiei în cercetarea socială, antropologică

#### Obiective

Studentii vor urmări:

- să distingă caracteristicile metodelor vizuale utilizate în cercetarea antropologică de-a lungul timpului;
- să analizeze contextul producerii imaginilor ca surse de dovezi sau ca produse, urme ale activității umane;
- să explice utilitatea imaginilor și a fotografiilor pentru o cercetare antropologică;
- să analizeze imaginile ținând cont de: procesele prin care au fost produse imaginile, conținutul imaginilor și contextul în care acestea sunt vizualizate;
- să evalueze fotografia ca sursă de dovadă pentru cercetarea antropologică.

**Cuvinte-cheie:** vizual, fotografie, antropologie, cercetare socială.

Cercetarea socială presupune utilizarea metodelor vizuale ca instrument de documentare în vederea producerii unor înregistrări video, în interviuri cu scopul de a stimula subiecții la discuție pentru a investiga modalitățile de a privi și de a înțelege, prin analizarea culturii vizuale și materiale, dar și utilizând mijloacele vizuale pentru a reprezenta descoperirile unei astfel de înregistrări.

Deoarece pe cale vizuală pot fi comunicate cunoștințe, experiențe și idei în modul în care n-ar fi posibil utilizând cuvântul scris sau rostit,

metodele vizuale se afirmă din ce în ce mai mult ca metode de importanță socială. Au fost propuse o varietate de metode:

- documentarea vizuală;
- interviurile pe bază de fotografie și imagini video;
- solicitarea participanților să producă imagini;
- observarea participativă cu cameră de filmat (doar dacă avem consimțământul respondenților);
- realizarea filmelor etnografice.

Putem clarifica imaginile folosite în cercetarea socială în:

- 1) imagini produse de cercetător;
- 2) imagini găsite sau produse de respondenți.

*Documentarea vizuală* – fotografia, înregistrarea video sau desenele produse de cercetător. Ar putea fi folosite pentru a cerceta vizual un loc sau eveniment constituind o înregistrare a contextului respectiv așa cum este văzut de cercetător.

Metodele vizuale implică adesea producerea unor imagini în colaborare cu coordonatorii. De exemplu: în interviurile video și fotografice. În timp ce vor intervieva o persoană, cercetătorii vor folosi o cameră foto sau de filmat. De asemenea, înregistrările video, fotografiile sau desenele ca parte a unui proiect de observare participativă îi pot ajuta pe cercetători să înțeleagă sau să vadă punctele de vedere ale respondenților sau „felul” de a vedea al acestora.

Imaginile sunt folosite pentru reprezentarea concluziilor cercetărilor sociale. Aceasta poate lua forma unui film documentar, a unei expoziții fotografice sau artistice ori a unui proiect multidimensional realizat pentru intermediari. În cercetarea socială mai sunt folosite și imagini produse de respondenți. Cercetătorii sociali analizează colecțiile de imagini deja existente ale altora și imagini pe care informatorii le-au produs pentru cercetare.

Cercetătorii analizează imaginile oamenilor de artă, imaginile pe care le afișează pe pereții casei și filmele lor de familie. De exemplu, un informator ar putea să fotografieze, filmeze și să deseneze aspecte din viața sa ținând un jurnal fotografic sau video pe care să-l înmâneze ulterior cercetătorului pentru a fi analizat. Acest lucru poate fi pus în paralel cu

anumite tipuri de terapie; oamenilor li se cere să facă desene cu anumite subiecte sau experiențe.

De la începutul secolului al XX-lea, antropologii au realizat că pentru a asigura valoarea științifică a descoperirilor lor ei trebuie să studieze subiectele lor în același mod ca și cercetătorii din științele naturii, printr-o observație sistematică. Pentru a descrie cât mai obiectiv și precis culturile, ei trebuie să trăiască printre oamenii pe care îi studiază. Ca și strategie de cercetare, munca de teren este pentru un antropolog esențialmente experimentală, pentru că antropologul își colectează datele trăind efectiv în cultura pe care o studiază. Aceasta înseamnă că el trebuie să învețe și să experimenteze noi moduri de gândire și de comportament. Un element important în alegerea tehnicilor este receptivitatea oamenilor studiați față de o tehnică sau alta, iar cercetătorul trebuie să țină seama de acest aspect atunci când își planifică cercetarea de teren. Un alt element important este flexibilitatea cercetătorului în alegerea tehnicilor pentru a culege diferite tipuri de date. În teren, antropologul este disponibil să renunțe la o anumită tehnică, chiar dacă a planificat-o din timp și a investit în ea, dacă constată că datele obținute nu sunt autentice și relevante pentru scopul urmărit. În ultimă instanță, indiferent de tehnica aleasă, antropologul, pentru a asigura credibilitatea și validitatea datelor, va folosi un suport de tehnici. Datorită studiului de caz, cercetătorul poate obține diferite tipuri de date despre aceeași problemă, care pot fi folosite ca elemente de verificare reciprocă.

Fotografierea este o tehnică frecvent utilizată de antropologi și foarte utilă, chiar și pentru completarea și documentarea cartografierii etnografice a unei comunități. Fotografierea este panoramică (de exemplu, din avion) cu scopul de a cuprinde întreg spațiul și elementele culturale din spațiu, dar și direct de la sol, utilizând aparatul de fotografiat sau camera de filmat pentru a înregistra secvențe (proces) din cultura comunității cercetate. Ca urmare a dezvoltării și perfecționării tehnicilor de înregistrare video, antropologii consideră filmele etnografice utile în analiza proximității (distanța la care se plasează oamenii unii față de alții, în interacțiunile obișnuite) sau în analiza evenimentelor (documentarea unor evenimente cum ar fi ceremoniile de înmormântare, căsătorie, inițiere).

Astfel este apreciat în mod deosebit aparatul de fotografiat ca tehnică de colectare a datelor. Avantajul tehnicii ține de faptul că e ușor de mânuit și de purtat pe teren. Cu ajutorul aparatului de fotografiat se pot obține înregistrări cu privire la relațiile ecologice, dar și cu privire la fixarea unor momente semnificative. Prin fotografie se documentează tehnologia unei culturi (unelte, arme), modul de folosire a acestora (de către cine, unde, când), etapele unui proces tehnologic, rolurile sexului (genului) etc. De asemenea, fotografiile sunt folosite ca probe pentru interviu. De exemplu, fotografia este obiectul unei discuții în care informatorul se simte mai puțin subiect al discuției și mai mult comentator sau expert al discuției, atunci când descrie imaginea dintr-o fotografie. În sfârșit, prin fotografie se realizează și „diagramele sociometrice”.

În contemporaneitate, fotografia și cercetările antropologiei au un rol foarte important. Există mai multe instrumente pentru documentarea dinamicii societăților în lume. Documentele oficiale și neoficiale, izvoarele scrise și nescrise, comunități și indivizi, toate acestea oferă materiale pentru artiști. Spațiul artistic are nevoie de documentare și înțelegere în ceea ce privește funcționarea mecanismelor și resorturilor unor grupuri sociale, societăți sau culturi.

În antropologia vizuală, oamenii și spațiile cu care artistul interacționează devin evidențe particulare și detalii culturale. Odată înțeleasă esența lucrurilor studiate, integrată în propriul referențial cultural, apare noțiunea de intimitate între fotograf și subiect. Momentul în care cercetătorul ajunge să aibă o relație bazată pe încredere cu subiectul său și poate pătrunde cu aparatul de fotografiat – care în această situație devine și un element declanșator al relației particulare dintre cei doi și totodată al cercetării propriu-zise – se observă o degajare și o transformare a cercetării vizuale.

Efectul fotografiei este un aspect al realității. Într-un sens, putem spune că gândim și comunicăm fotografic. Fluența de recunoaștere este motivul de bază pentru care aparatul este important în comunicarea și analiza antropologică. Aparatul de fotografiat ajută antropologul în timpul cercetării să revină la fotografiile de la un anumit eveniment de câte ori este necesar. Fotografia este un proces abstract de observare, de aseme-

nea fotografia adună informații selective, care sunt specifice, informații pe care nu le poți afla din notițele dintr-un carnet. Fotografiiile sunt înregistrări precise ale realității materiale. Aparatele de fotografiat sunt fundamental limitate de cei care le folosesc. Antropologia, dintre toate domeniile, este cea mai conștientă de acest lucru. Antropologii moderni folosesc, în general, fotografiile strict ca ilustrații.

## **Tematica și sarcinile seminarului**

### ***METODE VIZUALE: FOTOGRAFIA***

#### **Sarcini de învățare/evaluare**

1. Determinați rolul fotografiei ca metodă de cercetare vizuală.
2. Realizați și prezentați fotografii sociale din mediul de locuire.

#### **Bibliografie:**

1. LITTERA, George. *Istoria filmului universal*. București: UNATC PRESS, 2010. 174 p.
2. IACOB, Luminița Mihaela. *Etnopsihologie și imagologie*. Iași: Polirom, 2003. 256 p.
3. IONICA, Lucian. *Imaginea vizuală. Aspecte teoretice*. Timișoara: Marineasca, 2000. 148 p.

#### **4. COMUNICAREA VIZUALĂ ȘI COMUNICAREA PRIN IMAGINI**

##### **Unități de conținut**

- Conceptul de imagine
- Funcțiile comunicării vizuale
- Tipologia imaginilor vizuale
- Elementele imaginii vizuale
- Necesitatea și avantajele comunicării vizuale

##### **Obiective**

Studentii vor urmări:

- să definească conceptul de imagine;
- să identifice funcțiile comunicării vizuale;
- să descrie tipologia imaginilor vizuale;
- să explice elementele imaginii vizuale;
- să argumenteze necesitatea și avantajele comunicării vizuale.

**Cuvinte-cheie:** *imagine, comunicare vizuală, imagine vizuală.*

Termenul *imagine* provine din latinescul *imago* și este definit ca ansamblul percepțiilor pe care un individ le are față de un obiect. Dar percepția omului asupra lumii nu este suma percepției unor părți componente, ci o percepție globală care cuprinde totalitatea așteptărilor, ideilor și sentimentelor pe care le are o persoană față de un obiect. Imaginea este portretul subiectiv, impregnat psihologic și cultural al realității. Imaginea este un mediu prin care se comunică o informație vizuală, atât prin formă, cât și prin conținut. Pornind de la etimologia greacă, imaginea, cu sensul de *eikon* (reprezentări mentale – imaginea unui lucru, viziunea într-un vis și reprezentări materiale ale unor realități fizice – portret, statuie), este o noțiune legată de experiența vizuală, care ne oferă lumea într-un mod spațial. Dar nu numai ochiul, ca organ și văzul, ca funcție biologică a ființei vii, are contribuție la formarea



imaginilor. Această participare conferă experienței senzoriale funcții expresive și de comunicare noi.

*Imaginea vizuală.* În percepția vizuală, mintea elaborează o imagine analogică a datului exterior, traducând un anumit număr de stimuli în informații neuronale, care vor induce în conștiință o anumită viziune a obiectului. Aceasta are calitatea de conformitate cu mesajele externe și cea de autonomie. Prelucrarea de către creier a vizualului presupune o modelizare a datelor externe. Rezultatul modelizării corespunde unui obiect fără a fi replica lui exactă. Cu alte cuvinte, putem spune că imaginea presupune asemănare și neasemănare, este o duplicare a imaginii și o abatere de la model. Imaginile vizuale trebuie să îndeplinească anumite funcții:

- să atragă atenția prin elemente cum ar fi contrastul, culoarea, poziția neobișnuită;
- să informeze, să joace rolul de mediator al unor trăiri;
- să constituie un instrument important în influențarea comportamentului uman;
- funcția de orientare, imaginea înlesnește perspectivarea unui anumit segment al realității;
- funcția de simplificare este legată de sentimentul de încredere, de nevoia firească a omului de a se mișca pe un teritoriu cunoscut, cel oferit de creatorii de imagine.

Funcțiile comunicării vizuale pot fi rezumate astfel:

- a) *o funcție ostensivă*, de indicare a unui anumit referent individual sau a clasei acestuia;
- b) *o funcție de investigare a realității* situată în afara ferestrei perceptive, o mare parte din realizările tehnologice ale ultimilor ani se situează în această direcție;
- c) *o funcție de modelare a realității*, atât abstracte, ideale sau imaginare, cât și concrete;
- d) *prin forma sa intuitivă*, imaginea facilitează înțelegerea relațiilor și fenomenelor complexe, ea a avut și are un important rol didactic. Ușurința de a înțelege imaginea se referă doar la acele imagini figurative pentru care este necesară doar experiența obișnuită.

Ea se referă doar la imaginea obiectului, nu și la imaginea ca obiect ideal, care presupune o altfel de inițiere și exercițiu.

*Clasificarea imaginilor vizuale* se poate face din perspectiva modului în care sunt produse. Distingem trei categorii de imagini:

- 1) *imagini naturale* – cum ar fi umbra, urmele animalelor, amprenta întipărită în piatră a frunzelor sau a altor vietăți fosilizate etc.;
- 2) *imagini instrumentale* – realizate cu ajutorul aparatelor, fără intervenția directă a omului. Imaginile din această categorie sunt urme ale unui fapt concret, fără a se reduce în chip necesar doar la atât;
- 3) *imagini artistice* – unde sunt cuprinse reprezentările artelor plastice (picturi, gravuri, desene, mozaicuri, fresce etc.), precum și cele folosite în alte domenii, dar care au fost executate manual.

În opinia lui L. Ionică, elaborarea *imaginii ca obiect ideal* și a sensurilor ei presupune o îndepărtare de simpla înregistrare mecanică a unor aspecte exterioare ale obiectelor. Acest fapt poate fi de la sine înțeles în cazul artelor plastice, dar ni se pare interesant să aflăm cum pot să facă același lucru autorii de imagini instrumentale, pentru a realiza o înțelegere specifică a unui anumit eveniment sau pentru a comunica vizual propria lor interpretare a lucrurilor. Urmărind demonstrația lui L. Ionică, specificăm că imaginile foto, cinematografice și de televiziune s-au transformat în limbaje cu statut propriu.

Necesitatea comunicării vizuale este determinată de intraductibilitatea unor informații vizuale în cuvinte. Spre exemplu, pentru o mai exactă orientare într-un oraș vizitatorul are nevoie, pe lângă alte explicații verbale, și de o hartă a orașului. Pentru construirea unui avion sau automobil e nevoie de planuri detaliate. Relația dintre cuvânt și vizual nu trebuie pusă în termeni concurențiali, ci în termenii complementarității. Dacă discutăm relația dintre vizual și verbal, din perspectiva comunicării, vom constata existența a trei zone:

- a) enunțuri verbale, imposibil sau foarte greu de transpus în imagine;
- b) enunțuri și informații ce pot fi comunicate ușor atât verbal, cât și vizual – „traducerea” lor reciprocă neridicând probleme;
- c) informații și idei de factură vizuală, foarte greu sau chiar imposibil de tradus în cuvinte.

## Tematica și sarcinile seminarului

### *COMUNICAREA VIZUALĂ ȘI COMUNICAREA PRIN IMAGINI*

#### Sarcini de învățare/evaluare

1. Identificați definiții ale conceptului de imagine în literatura de specialitate.
2. Descrieți funcțiile comunicării vizuale.
3. Determinați tipurile de imagini vizuale.
4. Stabiliți elementele imaginii vizuale.

#### Bibliografie:

1. IONICA, Lucian. *Imaginea vizuală. Aspecte teoretice*. Timișoara: Marineasca, 2000. 148 p.
2. PAȘCU, Rodica. *Analiza imaginii publicitare: Ghid metodic*. <https://pdfcoffee.com/analiza-imaginii-publicitare-pdf-free.html>
3. CORJAN, I.C. *Enunț, text și discurs publicitar*. [http://www.rsoslr.goldenideashome.com/archiv/2003\\_1-2/11IonCorjan2003.pdf](http://www.rsoslr.goldenideashome.com/archiv/2003_1-2/11IonCorjan2003.pdf)
4. CAILLOIS, R. *Abordări ale imaginarului*. București: Nemira, 2001. 279 p.
5. CHICIUNDEAN, I., HALIC, B.-A. *Imagologie. Imagologie istorică*. București: Comunicare.ro, 2003. 275 p.
6. PERCIUN, A. Analiza imaginilor în științele sociale. În: *Materialele conferinței dedicate Zilei Mondiale a Filosofiei „Filosofia și perspectiva umană” - Societatea bazată pe cunoaștere: realități și perspective*. Chișinău, 2014, p.76-80.

## **5. RELAȚIA DINTRE ARTĂ ȘI ANTROPOLOGIE: PRACTICA ETNOGRAFICĂ CONTEMPORANĂ**

### **Unități de conținut**

- Artă și antropologie: înțelegerea muncii de teren ca *artă* – pictura, performance, filmul, fotografia, arta electronică
- Rolul creativității în etnografie
- Munca de teren ca sursă de materiale pentru artă/artiști

### **Obiective**

Studentii vor urmări:

- să descrie semnificația noțiunilor de documentar și documentar vizual;
- să vizualizeze la dorință filmele documentare autohtone;
- să efectueze o analiză antropologică proprie, în baza filmelor vizionate.

Termenul care s-a impus la începutul anilor 1960, ca rezultat al dialogului epistemologic, este *filmul etnografic*. Deși privat de o definiție general acceptată de către teoreticieni și practicieni, termenul desemnează, în cel mai general sens al său, acel gen de film documentar, care reflectă, într-un fel sau altul, o anumită înțelegere etnografică. Filmul etnografic este atât un subgen al antropologiei și, mai precis, al antropologiei vizuale, care pe lângă filmul etnografic mai cuprinde și studiul sistemelor vizuale sau fotografia etnografică etc., cât și un subgen al filmului documentar.

Filmul etnografic se prezintă ca un domeniu matur și complex demn de un statut complementar cu cercetarea antropologică clasică. Componenta tehnologică, precum și complexitatea aspectelor metodologice ale filmului etnografic, fie că vorbim despre filmul observațional, participativ, experimental sau aplicat, prezintă astăzi tot mai mult interes pentru scena antropologică și academică.

Trecerea de la fotografia etnografică la filmul etnografic a fost însoțită de unele blocaje de ordin hermeneutic: astfel, imaginea în mișcare a fost analizată „științific” prin descompunerea în unități secvențiale, observabile și măsurabile, fapt care a produs o distorsionare în înțelegerea adevăratei naturi a filmului.

Fotografia exprimă în detaliu modurile faptului/evenimentului etnografic, în vreme ce înregistrarea video redă timpul real. Odată cu aparatura video (video-player și video-recorder) a devenit posibilă și conjuncția dintre viziunea științifică și limbajul cinematografic, grație unui nou raport cronotopic cu realitatea și a posibilității de a reproduce durata exactă a evenimentului etnografic, de a reduce ponderea ficțională și de a simplifica montajul și, la nivelul receptării, prin anularea condiției spectaculare, de a diminua statutul pasiv și cvasihipnotic al consumatorului de cinema. Acum camera video poate fi menținută cu discreție (date fiind dimensiunile ei tot mai reduse) și în mod continuu (în virtutea costurilor relativ accesibile ale casetelor) pe terenul de cercetare, urmărindu-se secvențele exacte ale realității. Materialul filmat poate fi proiectat în forma sa neprelucrată, ca document credibil al realității, care poate fi analizat în succesiunea obișnuită a faptelor, văzut și revăzut cadru cu cadru. Video-ul și, mai mult decât acesta, computerul (ca stație grafică) devin astfel indispensabile cercetării etnografice și antropologice, în special în documentare, în arhivare, în consultarea intermediară și în restituirea analitică a datelor.

Facem distincția dintre utilizarea privată și instrumentală, în medii specializate, a documentarelor video-antropologice și „cinematograful etnografic”, gen cu o difuzare spectaculară limitată, care depășește pragul contextului strict științific prin mesajul public intenționat de autor. De asemenea, precizăm că nici filmul documentar nu renunță la caracterul ficțional și la finalitatea spectaculară specifică filmului de artă. Filmul etnografic poate fi realizat în două modalități euristice diferite. În primul caz, filmul e un mijloc de transmitere a conținuturilor și cunoștințelor deja modelate de autor, exprimate și prin intermediul altor media, independente de filmul însuși. Cercetarea, construită eventual și prin media audiovizuale, e comunicată astfel unui public diferențiat prin formula

cinematografică. În această situație, antropologul va trebui să se întrebe cu privire la obiectivele vizate și la congruența mijloacelor utilizate. În al doilea rând, cercetările pot fi ele însele elaborate prin restituirea cinematografică și atunci se va pleca de la o povestire scrisă și de la o sumă de reprezentări omogene, susceptibile la o tratare vizuală. Documentarul etnografic, spre deosebire de film, urmărește să traducă în imagini, fără intermedierea unui scenariu, o carte sau un material scris, fapt ce determină și o anume defazare, sărăcire și monotonie a discursului vizual. Dar materialul filmat poate fi organizat și altfel, prin alternarea cu precizie a duratelor și a secvențelor.

Distincția dintre documentarul video etnografic și cinematograful de ficțiune:

<b>Documentarul video etnografic</b>	<b>Cinematograful de ficțiune</b>
Sensul e dat de capacitatea autonomă a fotografiilor de a construi semnificație.	Sunt privilegiate aspectele narative, mesajele de tip informațional și simbolic, codurile de comunicare explicite și directe.
Sisteme de comunicare implicite și indirecte.	Sisteme de comunicare explicite și directe.
„aderența la o realitate referențială”	„invenția liberă”
Construirea predominantă a semnificatului „pe sensul implicit și pe logicele structurale ale fotografiilor”.	Construirea semnificației „pe sensul evident și pe logicele istorice ale secvenței”.
Lectura critică a fotografiilor. Analiza instrumentală a fotografiilor are la bază modelul fixității fotografice.	Lectura critică a montajului narativ. Analiza și interpretarea filmului e mai puțin centrată pe fotografiile decât pe montaj.

Relația strânsă dintre descriere și interpretare: descrierea nu e o activitate neutră, ci e profund conotată în sens auctorial, întemeindu-se pe

privire, pe observarea unui subiect și pe regulile comunicative și convențiile retorice proprii unui medium. Niciun discurs etnografic nu e obiectiv, în măsura în care acceptăm faptul că datele empirice ale realității nu sunt decât viziuni și interpretări, după cum niciun discurs nu e complet subiectiv, trebuind să răspundă regulilor și convențiilor predeterminate și restrictive, încadrându-se într-un gen literar.

### **Tematica și sarcinile seminarului**

#### ***RELAȚIA DINTRE ARTĂ ȘI ANTROPOLOGIE: PRACTICA ETNOGRAFICĂ CONTEMPORANĂ***

### **Sarcini de învățare/evaluare**

1. Determinați rolul filmului și al fotografiei în munca de teren a antropologului.

### **Bibliografie:**

1. RUBY, Jay. *Country Auction Study Film: Reflexive Musings*. Chicago: University of Chicago Press, 2010. 258 p.
2. MEAD, Margaret. Their Use of Photography and Film. In: *Cultural Anthropology*, 1988, vol. 3, no. 2, p. 160-177.
3. WORTH, Sol. *Fundamentals of Visual Communication*. Pennsylvania: University of Pennsylvania Press, 1981. 216 p.

## **6. FILMUL DOCUMENTAR ȘI FILMUL ETNOGRAFIC**

### **Unități de conținut**

- Definirea noțiunilor de film, film documentar, film antropologic
- Reflexivitate și antropologie/filmul antropologic (analiza filmelor documentare care vizează un interes antropologic, analiza contextului, manierei de a transpune realitatea, analiza comportamentului nonverbal)

### **Obiective**

Studentii vor urmări:

- să descrie semnificația noțiunilor de documentar și documentar vizual;
- să vizualizeze la dorință filmele documentare autohtone;
- să efectueze o analiză antropologică proprie, în baza filmelor vizionate.

**Cuvinte-cheie:** *documentar, documentar vizual, film antropologic.*

*Filmul* este termenul utilizat pentru desemnarea, în accepțiune mai largă, a produsului final al artei și al industriei cinematografice. Arta și industria cinematografică sunt cunoscute în vorbirea curentă sub denumirea de *cinematografie*. La rândul ei, industria cinematografică se împarte în două sectoare distincte: producția de film și difuzarea lui în săli de cinematografe sau televiziuni, blu-ray, DVD-uri sau descărcându-l de pe internet.

*Filmul documentar* este producția cinematografică fără actori, realizarea sa bazându-se pe filmarea unor persoane, evenimente, peisaje sau obiecte din realitate. În filmele documentare nu se recurge la puneri în scenă și nu se folosesc decoruri sau costume. Documentarele pot fi: filme de călătorie, filme științifice, filme didactice ș.a.m.d. Primii promotori ai filmului documentar sunt înșiși inventatorii cinematografului, cei care au



realizat prima proiecție cu public, frații Lumière. Primul film prezentat de aceștia, *La sortie des usines „Lumière”*<sup>3</sup>, este un documentar veritabil, respectând întru totul definiția. De asemenea și *L'Arrivée d'un train en gare de la Ciotat*<sup>4</sup>.

*Filmul antropologic* se prezintă ca un domeniu matur și complex demn de un statut complementar cu cercetarea antropologică clasică.

*Filmul documentar* reprezintă o mare parte din programele de televiziune. Telespectatorii apreciază abordarea sa generală a aspectelor sociale și politice, precum și documentarele științifice și seriile de documentare despre călătorii și viața animalelor sălbatice. Fiind foarte apropiat de producțiile cinematografice, filmul documentar are o imagine bună și este apreciat în școli, care îl folosesc, spre exemplu, pentru a se referi la un autor și la munca acestuia. În constantă evoluție, filmul documentar folosește diferite formate, inclusiv de ficțiune și scenaristică. Bazată pe situații reale, partea artistică a imaginilor este subliniată de producătorul filmului prin alegerea cadrelor, luminii și a coloanei sonore. Etapele de analiza a unui film documentar/film antropologic sunt:

1. *Analiza unui documentar necesită vizionarea filmului și o abordare globală a operei.* Vă puteți concentra pe anumite părți ale documentarului în contextul său: genericul de început, teaser, lansarea documentarului, genericul de final sau una/două secvențe alese. Acest tip de document media este complex, din care motiv sunt descrise și analizate diferitele părți înainte de a putea lucra la sensul global. Această analiză ia în considerare diversele percepții ale cursanților și contextul clasei.
2. *Analiza tipului de poveste*
  - 2.1. Observați cum este construită povestea: introducere, concluzie, diferitele evenimente. Temele pot fi organizate ca un roman polițist, un basm, o nuvelă, un portret sau alte genuri literare tradiționale. Pot include sau nu personaje (ex.: documentare

---

<sup>3</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=J1EdyZtkGXo>

<sup>4</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=e1u7Fgoocc>

despre animale sau de călătorie). Povestea se bazează pe un cumul de interviuri/relatări și pe o succesiune de personaje. Povestea este spusă în ordine cronologică sau prin reveniri în trecut.

- 2.2. Observați succesiunea secvențelor, construcția tranzițiilor, schimbarea locurilor, întâlnirea personajelor. Acestea sunt elemente esențiale pentru construirea momentului din documentar și pentru o narațiune liniară.
- 2.3. Observați cum este construită dramatizarea: combinarea diferitelor elemente (imagini, sunete), alegerea momentelor de maximă intensitate pentru impact, modul în care se influențează emoțiile etc.

3. *Filmele documentare folosesc limbajul și tehnicile cinematografeiei pentru a transmite mesaje clare.*

4. *Observați personajele.* Alegerea personajelor din film este esențială. Se pot întâlni două tipuri de personaje: experți (cercețători, oameni de știință, politicieni) și oameni obișnuiți (actori, martori, victime ale unei situații). Observați tipurile de personaje alese, discursul lor, mediul în care sunt filmate (aceste elemente dau toată semnificația și bogăția filmului).

5. *Descoperiți rolul dat spectatorului.* Structura documentarului și modul de narare îi oferă spectatorului diferite roluri: simplu spectator, victimă, actor (voce peste text, mișcările camerei, modul de filmare a personajelor, lumini). Prin aceste elemente se înțelege intenția producătorului filmului.

6. *Studiați condițiile necesare pentru producția filmului.* Analizați condițiile de filmare a unui documentar.

## **Tematica și sarcinile seminarului**

### ***FILMUL DOCUMENTAR ȘI FILMUL ETNOGRAFIC***

#### **Sarcini de învățare/evaluare**

1. Identificați un film etnografic și analizați-l conform criteriilor.

#### **Bibliografie:**

1. RUBY, Jay. *Country Auction Study Film: Reflexive Musings*. Chicago: University of Chicago Press, 2010. 258 p.
2. FRANZ, Boas. *Anthropology and Modern Life*. New York: Carveth Press, 1928. 226 p.
3. MEAD, Margaret. Their Use of Photography and Film. In: *Cultural Anthropology*, 1988, vol. 3, no. 2, p. 160-177.
4. WORTH, Sol. *Fundamentals of Visual Communication*. Pennsylvania: University of Pennsylvania Press, 1981. 216 p.

## VI. BIBLIOGRAFIE

1. BOAS, Franz. *Anthropology and Modern Life*. New York: Carveth Press, 1928. 226 p.
2. CAILLOIS, R. *Abordări ale imaginarului*. București: Nemira, 2001. 279 p.
3. CANT, A. O imagine, două povestiri: Fotografie etnografică și turistică și practica meșteșugurilor în Mexic. În: *Visual Anthropology*, 2015, nr. 28 (4), p. 277-285. <https://www.tandfonline.com/toc/gvan20/current>
4. CHICIUNDEAN, I., HALIC, B.-A. *Imagologie. Imagologie istorică*. București: Comunicare.ro, 2003. 275 p.
5. CORJAN, I.C. *Enunț, text și discurs publicitar*. [http://www.rosliir.goldenideashome.com/archiv/2003\\_1-2/11IonCorjan2003.pdf](http://www.rosliir.goldenideashome.com/archiv/2003_1-2/11IonCorjan2003.pdf)
6. DAFINOIU, Ion. *Personalitatea: metode calitative de abordare*. Iași: Polirom, 2002. 239 p.
7. EL GUINDI, Fadwa. *Visual Anthropology-Essential method and theory*. Oxford: AltaMira Press, 2004. 272 p.
8. FLAHERTY, Robert. *Nanook of the North* <https://www.youtube.com/watch?v=lkWI4LuIIBo&t=946s>
9. GMELCH, George. *Urban Life: Readings in the Anthropology of the City*. Illinois: Waveland Pr Inc, 1995. 440 p.
10. HARPER, D. Metode vizuale în științele sociale. În: Baltes P.B. *Enciclopedie internațională a științelor sociale și comportamentale*. Oxford: Pergamon, 2001, p. 16-26.
11. LITTERA, George. *Istoria filmului universal*. București: UNATC PRESS, 2010. 174 p.
12. LOIZOS, P. Antropologie vizuală. În: Baltes P.B. *Enciclopedie internațională a științelor sociale și comportamentale*. Oxford: Pergamon, 2001, p. 27-37.
13. LUMINIȚA, Mihaela Iacob. *Etnopsihologie și imagologie*. Iași: Polirom, 2003. 256 p.
14. IONICA, Lucian. *Imaginea vizuală. Aspecte teoretice*. Timișoara: Marineasca, 2000. 148 p.

15. ILUȚ, P. *Abordarea calitativa a socioumanului*. Iași: Polirom, 1998. 184 p.
16. MAINGUENEAU, Dominique. *Analyse du discours et dispositifs d'énonciation*. Limoges: Lambert-Lucas, 2015. 310 p.
17. MEAD, Margaret. Their Use of Photography and Film. In: *Cultural Anthropology*, 1988, vol. 3, no. 2, p. 160-177.
18. KING, F.R. *Strategia cercetării. Treisprezece cursuri despre elementele științelor sociale*. Iași: Polirom, 2005. 328 p.
19. ORTEGA-ALCÁZAR, I. *Metode de cercetare vizuală, enciclopedie internațională a locuințelor și locuinței*. San Diego: Elsevier, 2012, p. 249-254.
20. PAȘCU, Rodica. *Analiza imaginii publicitare: Ghid metodic*. <https://pdfcoffee.com/analiza-imaginii-publicitare-pdf-free.html>
21. PERCIUN, A. Analiza imaginilor în științele sociale. În: *Materialele conferinței dedicate Zilei Mondiale a Filosofiei „Filosofia și perspectiva umană” - Societatea bazată pe cunoaștere: realități și perspective*, Chișinău, 2014, p.76-80.
22. PINK, S. Antropologie digital-vizual-senzorial-design. În: *Etnografie, imaginație și intervenție. Arte și Științe Umane în Învățământul Superior*, 2014, nr. 13 (4), p. 412-427.
23. POOLE, D. Exces de descriere: Etnografie, rasă și tehnologii vizuale. În: *Analiza anuală a antropologiei*, 2005, nr. 34 (1), p. 159-179.
24. RUBY, Jay. *Country Auction Study Film: Reflexive Musings*. Chicago: University of Chicago Press, 2010. 258 p.
25. WORTH, Sol. *Fundamentals of Visual Communication*. Pennsylvania: University of Pennsylvania Press, 1981. 216 p.

## **VII. CERINȚE PENTRU LUCRUL INDIVIDUAL AL STUDENTULUI**

1. Actualitatea temei de cercetare
2. Utilizarea materialelor video și a fotografiei în redarea conținutului problemei
3. Raportarea rezultatelor descoperirilor deja existente (documentarea)
4. Formularea corectă a aparatului categorial
5. Analiza/prelucrarea/interpretarea/sintetizarea datelor
6. Respectarea valențelor etice ale cercetării vizuale/antropologice
7. Relevanța concluziilor și prezentarea recomandărilor

## VIII. LISTA PROIECTELOR DE CERCETARE

**Produsul preconizat:** Realizarea unui film sau a unei serii de fotografii pe una dintre temele indicate mai jos.

1. Fotografia de familie
2. Cercetarea vieții cotidiene
3. Copilăria. Rămășițe și patrimoniu
4. Tradițiile, obiceiurile, sărbătorile și legendele urbane
5. Raporturile simbolice de putere în care se angajează indivizii în mijloacele de transport în comun
6. Locuirea în spații comune

**Dina BARCARI**

## **Antropologia vizuală**

*Ghid metodic*

---

Redactare – *Ariadna Strungaru*  
Asistență computerizată – *Maria Bondari*

Bun de tipar 28.08.2023. Formatul 60 x 84  $\frac{1}{16}$   
Coli de tipar 3,0. Coli editoriale 2,0.  
Comanda 35. Tirajul 50 ex.

Centrul Editorial-Poligrafic al USM  
str. Al. Mateevici, 60, Chișinău, MD 2009