

## ВИЗУАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ

*А.В. ПЕЧУРИНА*

### **ВИЗУАЛИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ: НОВЫЕ ДАННЫЕ ИЛИ НОВЫЕ ЗНАНИЯ?**

Визуальное направление сегодня уже достаточно прочно утвердилось в качестве важной, а порой и неотъемлемой части западной социальной науки. Крупные конференции, серьезные издания и научные группы подтверждают этот факт. Ситуация, когда визуальный компонент используется в исследовании как дополнительный, в целом воспринимается положительно, хотя и вызывает много вопросов (см., например, книгу Дж. Мейсон [15]).

Способы и техники, применяемые социологами, антропологами и этнографами, работающими с визуальными данными, меняются в зависимости от типа исследования, поставленных задач, онтологической позиции и проч. Это, однако, приводит к путанице в понятиях и названиях, когда в определении «визуальные исследования» (visual research) могут вкладываться разные смыслы. В общем смысле под «визуальными методами» принято понимать ситуацию включения в исследование визуальных средств и использования визуальных данных. К визуальным данным относятся фотографии, фильмы, видео- и телесюжеты, дисплеи, графика, рисунки, картины и т. д. Из всех перечисленных видов фотография занимает доминирующее положение, хотя этот факт вызывает критику некоторых исследователей [10].

В целом, несмотря на относительно длительную историю использования визуальных методов, их основной характеристикой по сей день остается идея «все ставить под вопрос» и подвергать сомнению, начиная с выбора того или иного средства и заканчивая правомерностью

---

**Печуринна Анна Вячеславовна** — PhD-студент Манчестерского университета, Школа социальных наук. **Адрес:** The University of Manchester, School of Social Sciences, Oxford Road, Manchester, M13 9PL. **Телефон:** 0161–275 2501. **Электронная почта:** [anna.pechurina@postgrad.manchester.ac.uk](mailto:anna.pechurina@postgrad.manchester.ac.uk)

использования визуальных данных. Этому способствует неоднозначность самого ресурса — с одной стороны, это документ и физический объект в пространстве, а с другой — визуальный образ и изображение, имеющие некий самостоятельный смысл и значение [15, р. 103–119].

Начало использования визуальных материалов, в первую очередь фотографий, в социальных науках относят к 1940-м годам и связывают, прежде всего, с антропологией. Лидерство антропологии вполне объяснимо особенностью объекта ее исследования, а именно — культуры малых народов и племен. Отсутствие текстовой информации, производимой внутри племени, необычность объекта, а порой и необходимость собрать информацию о материальной культуре и предметах, используемых информантами, требовали от исследователей дополнительных методов сбора данных, таких как фотография или видеосъемка. Первые исследования, фокусирующиеся на изучении культуры и ее основных элементов с использованием этнографических фильмов, проводились Г. Бэйтсоном (Gregory Bateson) и М. Мид (Margaret Mead). Однако Мид, работая в рамках реалистской перспективы, рассматривала этнографический фильм прежде всего как документальную и объективную фиксацию реальности [19, р. 182], что абсолютно неактуально в рамках современной науки, утверждающей множественность значений этой реальности.

В социологии появление «визуальной» тематики развивалось позднее в рамках (пост)структурализма и семиотики. В первую очередь, это работы П. Бурдьё, Р. Барта, М. Фуко, Т. Ван Дейка и проч. Первоначально социологи обращали внимание на фотографическое представление различных исторических событий, а также на взаимоотношения фотографии и власти, отражение в визуальных репрезентациях различных идеологий и стратегий контроля. Так, основной тезис Бурдьё заключался в представлении массовой любительской фотографии как «искусства посредственности», занимающего промежуточное положение между низшим и высшим видами искусства. Первичная социальная функция фотографий сводилась к выражению социальных норм и имплицитных правил и культивированию группового единства и солидарности. Согласно Бурдьё фотография, прежде всего, представляет социальные роли и стратификационные различия, а все индивидуальные особенности уходят на второй план [8]. Барт, давший начало семиотическому подходу, рассматривает «различения», представляемые в фотографии, а также мифы и уровни значений, которые в ней заключены. Основная задача семиотики сводится к определению и интерпретации кодов и подразумеваемых ассоциативных значений фотоснимка — так называемых коннотаций. Тем не менее, необходимо признать, что семиотика ввиду своей субъективности и авторского подхода к анализу не нашла широкого практического применения в социологии.

Новый всплеск исследований визуального наблюдается в начале 1990-х — как в антропологической, так и в социологической школах. Появляется большое количество публикаций, специализированных изданий, и факультетов в ведущих вузах, что выдвинуло «визуалистику» как дисциплину в область дискуссий и полемик. При этом фокус также сместился к рассмотрению визуальных репрезентаций как инструмента критики существующего порядка. Одним из ярких примеров здесь является книга Э. Чаплин (Chaplin 1994) «Социология и визуальная репрезентация» (“Sociology and Visual representation”) [9], в которой она предлагает рассматривать фотографию не только как способ фиксации данных, но и как медиум, передающий и создающий новое знание [17, р. 13]<sup>1</sup>.

Относительно распространенной техникой, которая однозначно определяется разными исследователями, на сегодня является так называемое «фотовыявление» (photo-elicitation), что в общем виде означает направление в визуальной социологии, основывающееся на идее внедрения фотоматериалов в исследовательский процесс [13, р. 13].

Фотографии, используемые в ходе исследования (чаще во время интервью), могут быть получены самим исследователем непосредственно на месте или же представлять собой всевозможные фото из газет/журналов, архивов, фотоальбомов. Выбор соответствующего типа фотографий зависит от области исследования и решаемых задач. Но в любом случае, основной целью использования техники «фотовыявление» является не столько получение большего количества информации, сколько изменение ее качества. Как говорят исследователи, информант смотрит на явление с другой точки зрения, с другой стороны [12, р. 188–190]. При описании фотографий информанты могут давать оценки событий, отличающиеся от тех, которые они дают, только отвечая на вопросы. Считается, что, если во время интервью информант имеет перед глазами картинку или изображение, он больше включается в процесс и вспоминает больше деталей об описываемом явлении. Иными словами, интервью, использующие изображения, «стимулируют респондентов к самоанализу и пониманию того, как они сами интерпретируют те или иные события» [13, р. 19]. Когда респондент смотрит на изображение, он как бы видит себя со стороны и потому может описать событие как «независимый» наблюдатель, то есть представить себя в качестве автора собственной истории. Примеры использования «фотовыявления» самые разнообразные — это может быть фотографирование велосипедистов на улицах Болоньи [12], фотографирование респондентов в их домашнем окружении [23–25], на рабочем месте [22], обсуждение значимых фото, отобранных

<sup>1</sup> Как развиваются идеи Э. Чаплин, можно проследить по ее интернет-блогу, где она каждый день публикует по фотографии:  
<<http://www.wimbledonpark.blogspot.com>>.

самими респондентами [5], и даже обсуждение с фермерами фотографий их ферм, снятых аэрофотосъемкой [14]. Каждое исследование — это попытка внести что-то новое, чтобы дополнить и усовершенствовать неоднозначный метод.

Характеризуя современную ситуацию в целом, можно сказать, что изучение визуальных источников включает весь набор их возможного использования в качестве ресурса, объекта и основного сюжета исследования в западных социальных науках. Достаточно прочно визуальные методы закрепились в исследовании семьи и биографий, когда фотоальбом является объектом обсуждения и построения нарратива (примеры можно найти в [11, 26]. При этом, если некоторое время назад и социологи, и антропологи разделяли тезис о том, что визуальность есть первичный измеритель социальной действительности, задающий основные траектории ее (ре)конструирования и репрезентации, сейчас это лишь один из измерителей в ряду всех остальных, включая слух, зрение, обоняние и прочее. Мультидисциплинарность и совмещение нескольких методик является ключевой линией исследования. Так, Баньоли, изучая идентичности молодых людей, совмещала дневниковые записи респондентов, прожективную технику автопортрета, глубинные интервью и анализ фотографий респондентов [5]. Данный подход позволил ей получить связанную с глубокими эмоциями и потому обычно трудно выражаемую информацию. Подход С. Пинк, представленный далее, также является одним из показательных в данном направлении.

Визуальные исследования в отечественной социальной науке, прежде всего, являются отражением западных концепций и идей, большая часть которых только недавно стала известна в России. Возможным тормозом развития теоретических разработок является отсутствие переводных публикаций, ставших уже классическими для визуальной социологии и антропологии, таких как «Балийский характер» Грегори Бэйтсона и Маргарет Мид (1942) [6], «О фотографии» Сьюзен Зонтаг (1977) [20] или «Фотография и социология» Говарда Беккера (1986) [7]. В то же время обилие «новых» текстов, ставших доступными благодаря электронным ресурсам и зарубежным библиотекам, вносит путаницу в понимание того, как их следует применять. Однако в последние годы интерес к визуальным исследованиям, носивший «разведывательный» и экспериментальный характер (если не сказать «любительский») стал оформляться институционально. Примеры тому — вышедший недавно сборник «Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность» (2007) [2], специализированные курсы и семинары в РГГУ и ЕУСПб, многочисленные дискуссионные группы и сообщества, в том числе в Интернете<sup>2</sup>. Наиболее

<sup>2</sup> Например, поддерживаемый автором Интернет-проект «Визуальные исследования» ([www.visualresearch.ru](http://www.visualresearch.ru)) открыт с осени 2006 г; на базе

активно и успешно визуальные исследования осуществляются в смежных с социологией дисциплинах, таких как культурология, антропология и этнография. Это, вероятно, объясняется близостью методологии и аналитических инструментов и соответственно меньшими трудностями при попытках применить и «перевести» новый метод. Так, с исследованиями в области анализа кино можно ознакомиться на примере публикаций Н. Самутиной (2006) [3]; к сфере антропологии относится проект О. Бойцовой по изучению семейных фотоальбомов и фотографий в интерьере (2007) [1]; в этнографии использованием семейных фотоальбомов в процессе интервью с представителями армянской диаспоры активно занимается Е. Фирсов [см., например, 4]. В основном, отечественные исследователи анализируют уже произведенные кем-то (респондентом, СМИ) визуальные данные, снимать собственные кадры или сюжеты пока не вошло в привычку.

Сара Пинк, профессор Университета Локбороу (University of Loughboroug, UK), предлагает развитие идеи большего включения респондента в интервью. В попытке инкорпорирования визуального компонента в социальное исследование Пинк разработала собственный подход — «видеоинтервью» [16–18]. Таким образом, она предлагает респонденту не только представить себя участником событий во время просмотра фотографий, но и фактически стать им, находясь перед камерой.

Пинк является активной сторонницей использования визуальных методов в антропологическом исследовании, что отражено в ее монографиях: «Будущее визуальной антропологии: вовлечение чувств» («The future of visual anthropology: Engaging the senses», 2006) [16], «Практика визуальной этнографии: образы, средства и репрезентация в исследовании» («Doing visual ethnography: Images, media and representation in research», 2006) [17], «Домашние истины: гендер, предметы и повседневность» («Home truths: gender, domestic objects and everyday life», 2004) [18]. Этот автор занимает особую позицию, определяя свою исследовательскую область как «антропологию чувств» (anthropology of senses). По мнению Пинк, социологи придают слишком большое значение визуальному компоненту, в результате чего визуальная социология «закрывает» от исследователей другие не менее важные измерители. Пинк предлагает заменять термин «визуальный» на «сенсорный», подчеркивая важность всего набора чувств — не только зрительного восприятия, но также слуха, зрения, обоняния. Для Пинк визуальное — это лишь один из измерителей в общей сенсорной композиции, представленной в пространстве дома.

философского факультета МГУ действует творческая лаборатория «Визиология» <<http://www.visiology.fatal.ru>>, а также несколько тематических сообществ, интересующихся «визуальными исследованиями» в блоге «Живой Журнал» <[www.livejournal.com](http://www.livejournal.com)>.

При этом Пинк не отрицает полностью визуальную антропологию, предлагая использовать ее преимущества. По мнению этого исследователя, визуальная антропология может быть полезна тем, что она позволяет фиксировать и репрезентировать некоторый сенсорный опыт. Так, иногда материальный (*embodied*) и сенсорный опыты могут быть доступны исследователю только визуально и не могут быть выражены словами. Однако при этом необходимо учитывать, что видеозапись не обязательно воспроизводит один и тот же опыт, а зачастую создает новый. Но это все равно лучше, чем не использовать камеру совсем. Так, проводя интервью с камерой, исследователь, кроме того что слышит респондента, фиксирует выражение его лица, передвижения, невербальные жесты и материальные референты (объекты), на которые ссылается респондент при описании своего опыта, — свечи, лампы, ароматические масла, аудиокассеты.

Идею использования видеокamеры в ходе интервью Пинк разрабатывала вместе с другим своим концептом — «сенсорным домом» (*sensory home*). «Сенсорный дом» — это композиция зрительного восприятия, звука, запаха, вкуса и всего остального сенсорного опыта, испытываемого индивидом в месте проживания. Согласно Пинк социологи и антропологи, особенно те, которые исследуют, как люди живут в своих домах, не должны ограничивать себя одними только интервью, но стараться «прочувствовать» опыт респондентов, приблизиться к чувственному контексту дома.

Чтобы достичь лучшего понимания чувств, представленных в доме, Пинк использовала видеозапись своих интервью; это помогало ей более глубоко погрузиться в контекст дома. Как показывает Пинк, исследователь должен быть более вдумчивым и гибким и опираться на свой собственный опыт и чувства. Исследователь должен включаться в контекст и не быть независимым наблюдателем (например, если он хочет понять запах, он должен попробовать его). В своем исследовании практик уборки в домах Испании и Англии (2004) [18] Пинк проводила интервью, состоящие из двух частей. Первая часть, которая занимала около часа, представляла собой обычное глубинное интервью, вторая же часть была часовым видеointerview, во время которого респонденты представляли свои дома перед камерой. Исследователь и информант обсуждали декорирование дома, такие вещи, как свечи, ароматические масла, парфюм; всевозможные материальные объекты дома — корзины для собак, содержимое шкафов, картинки на стенах. Как показало исследование Пинк, в конечном итоге «информанты воспроизводили не только свои биографии и идентичности, но также глубокий набор чувств, укорененных в доме, через визуальную демонстрацию (*visual display*), текстуры, музыку, запахи и создаваемую атмосферу» [18, p. 6]. Так интервью трансформировались в особые проекты «презентации дома» перед

камерой с описанием ежедневной деятельности, значений вещей в доме и декора. Использование камеры позволяло усилить получаемые результаты, так как респонденты чувствовали себя менее скованно и больше включались в ход интервью. В конечном итоге, они вели себя так, как будто они создавали некое представление себя перед камерой.

Развивая свой подход, Пинк считает, что визуальная антропология нуждается в большем включении скорее мультимедийных, чем только визуальных методов, ввиду несовершенства каждого измерителя по отдельности. При этом речь идет не только о самом исследовании, но и о презентации исследовательских материалов [16, р. 73–78]. Согласно Пинк текстовое изложение и видеозапись должны дополнять друг друга и тем самым помогать исследователю собирать информацию не только о фактическом, но и о чувственном опыте информантов (который не обязательно является исключительно визуальным) [17, р. 58]. В настоящее время Пинк работает над проектом «Женские миры» (Women's Worlds), в котором она пытается применить свои идеи на практике и представить антропологический текст как мультимедийный проект. Результаты своего исследования Пинк представляет как гипертекстовую страницу, включающую, кроме текста, профайлы респондентов с их фотографиями, видеоклипы, смонтированные на основе материалов видеointервью, и аудиофайлы. Таким способом Пинк пытается представить своих информантов и их истории так, как они раскрывались во время ее видеointервью. Этот способ позволяет получать более глубокие интерпретации не только самому исследователю, проводящему интервью, но и другим социологам и антропологам, которые будут «читать» достигнутые результаты в дальнейшем [17, р. 73–78].

Одним из основных исследовательских принципов является установка о неоднозначности и неопределенности исследования, включающего использование визуальных средств и данных. «Не существует однозначного (one-way) визуального метода или подхода, которые доминируют над всеми остальными способами производства смысла (sense making)» [21]. Подход, предлагаемый Пинк, полностью соответствует данной установке, тем более что сам автор также подчеркивает индивидуальность и контекстность использования визуальных методов. Однако один из главных вопросов, который должен задать себе исследователь, желающий осуществить подобный проект, касается того, как поступать с огромным количеством данных, включающим часы видеопленки, транскрипты интервью, дневниковые записи и личные впечатления. Если решение об использовании визуальных данных может быть продиктовано обстоятельствами исследования и быть их естественным следствием, то анализ полученных материалов полностью зависит от мастерства и индивидуальности исследователя.

Следующий вопрос связан с общей компетентностью исследователя в области видеозаписи и обращения с видеотехникой, а также доступностью всех необходимых средств в нужное время. Понятно, что видеокамера в отличие от фотоаппарата предоставляет больше возможностей для записи события и манипулирования изображением. Но как и когда применять эти возможности, на каком основании принимать решение в ситуации, если имеется несколько вариантов съемки? Неоднозначность и полисемичность изображения, когда снимок «переходит» из одной категории в другую, превращаясь из любительской фотографии в арт-объект, вносит еще большую путаницу и приводит к утрате связи с основными исследовательскими задачами.

Наконец, насколько сами респонденты готовы к такому способу интервью, то есть насколько они готовы воспринимать данный процесс как интервью, а не как нечто другое (что, собственно, и случилось в исследовании Пинк, когда ее интервью трансформировались в мини-передачи про «представление своего дома перед камерой»). Смена рамки беседы может приводить к появлению новых данных, но насколько эти данные связаны с целями и задачами исследования, вопрос открытый.

Следуя Пинк, можно предположить, что более детальная и изощренная презентация полученных результатов с использованием гипертекстовых страниц, мини-видео и фотографий и внимательное описание методологии могут отчасти помочь решению проблемы. Однако общая ситуация пока вынуждает социологов смотреть на визуальный метод только как на дополнительную технику, позволяющую расширить уже имеющиеся данные, полученные с помощью интервью или других традиционных методов. Но стоит признать и то, что неоднозначность визуальных методов и их постоянный статус как объекта полемики и дискуссий привлекает исследователей, в результате чего появляются новые и неординарные попытки комплексного анализа социальных явлений.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Бойцова О.* Фотографии в городском интерьере // III московский международный фестиваль и конференция визуальной антропологии «Камера-посредник». 8–13 октября 2006 г. Сборник статей. М., 2006.
2. Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность: Сборник научных статей / Под ред. Е.Р. Ярской-Смирновой, П.В. Романова, В.Л. Круткина. М.: Научная книга, 2007.
3. *Самутина Н.* Фантастическое кино. Эпизод первый: Сборник статей. М.: Новое литературное обозрение, 2006.
4. *Фирсов Е., Кривушина В.* К изучению коммуникационной среды российской армянской диаспоры (по материалам полевых исследований локальных групп Владимирской области) // Диаспоры. 2004. № 1. С. 6–45.

5. *Bagnoli A.* Researching identities with multi-method autobiographies // Sociological Research Online. 2004. Vol. 9. No. 2 [online]. Date of access: 19 June, 2007. URL: <<http://www.socresonline.org.uk/9/2/bagnoli.html>>
6. *Bateson G., Mead M.* Balinese character: A photographic analysis: Special publications. Vol. 2. New York: New York Academy of Sciences, 1942.
7. *Becker H.S.* Photography and sociology // Doing things together: Selected papers. Evanston, IL: Northwestern University Press, 1986.
8. *Bourdieu P.* Photography: A middle-brow art. London: Polity Press, 1990.
9. *Chaplin E.* Sociology and visual representation. London: Routledge, 1994.
10. *Emisson M., Smith P.* Researching the visual. London: Sage Publications, 2000.
11. Family snaps: The meanings of domestic photography // Ed. by J. Spence, P. Holland. London: Virago, 1991.
12. *Harper D.* Reimagining visual methods // Ed. by N. Denzin, Y. Lincoln. Collecting and interpreting qualitative materials. 2nd ed. London: Sage Publications, 2003.
13. *Harper D.* Talking about pictures: A case for photo-elicitation // Visual Studies. 2002. Vol. 17. No. 1. P. 13–26.
14. *Harper D.* Changing works: Visions of a lost agriculture. Chicago: University of Chicago Press, 2001.
15. *Mason J.* Qualitative researching. 2nd ed. London: Sage Publications, 2002.
16. *Pink S.* The future of visual anthropology: Engaging the senses. London: Routledge, 2006.
17. *Pink S.* Doing visual ethnography: Images, media and representation in research. London: Sage Publications, 2006.
18. *Pink S.* Home truths: Gender, domestic objects, and everyday life. Oxford: Berg, 2004.
19. *Pink S.* Interdisciplinary agendas in visual research: Re-situating visual anthropology // Visual Studies. 2003. Vol. 18. No. 2.
20. *Sontag S.* On photography. 2nd ed. Harmondsworth, UK: Penguin, 1979.
21. *Prosser J.* Researching with visual images: Some guidance notes and a glossary for beginners. Working paper [online]. Date of access: 19 June, 2007. URL: <<http://www.reallifemethods.ac.uk/research/wps/2006-2007-rlm-prosser.pdf>>
22. *Steiger R.* First Children and Family Dynamics // Visual Sociology. 1995. Vol. 10. No. 1/2. P. 28–49.
23. *Suchar C.S., Rotenberg R.* Judging the adequacy of shelter: a case from Lincoln Park // Journal of Architectural and Planning Research. 1994. Vol. 11 No. 2. P. 149–165.
24. *Suchar C.S.* Icons and images of gentrification: The changed material culture of an urban community // Gentrification and Urban Change: Research in Urban Sociology. 1992. No. 2. P. 165–192.
25. *Suchar C.S.* Photographing the changing material culture of a gentrified community // Visual Sociology Review. 1988. Vol. 3. No. 2. P. 17–22.
26. *Wagner J.* Images of information: Still photography in the social sciences. Beverly Hills; London: Sage Publications, 1979.