

Визуальные методы в социально-психологическом исследовании

О.Т. МЕЛЬНИКОВА*,
ФГБОУ ВО МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия,
melnikova-o@yandex.ru

А.С. МЕЗЕНЦЕВА**,
Лаборатория «Гуманитарные технологии», Москва, Россия,
alyona.mezentseva@yandex.ru

Рассматриваются методологические и исторические предпосылки использования визуальных методов в социально-психологическом исследовании. Обсуждаются преимущества мультимодального подхода к анализу социальных явлений; систематизируются основные способы включения визуальных данных в качественное исследование. Намечаются ключевые области и направления исследований, использующих визуальный подход. Делается попытка упорядочить все разнообразие визуальных исследований — от использования визуальных данных как вспомогательного средства до анализа визуальных данных как таковых. Основные группы визуальных исследований используют изображения: 1) как средство визуализации результатов; 2) как стимул для инициации обсуждения; 3) как дополнение к вербальной информации, помогающее самораскрытию; 4) как способ выражения своих представлений или отношений; 5) как самостоятельную цель исследования. Несмотря на преобладание в психологии вербальных исследовательских методов, человеческие представления о мире мультимодальны, поэтому использование мультимодальной исследовательской стратегии призвано обогатить знания о человеке и его месте в социальном мире.

Ключевые слова: *визуальные данные, визуальные методы, качественные исследования, интерпретивистский подход, мультимодальный и мономодальный подходы, визуальная культура.*

Для цитаты:

Мельникова О.Т., Мезенцева А.С. Визуальные методы в социально-психологическом исследовании // Социальная психология и общество. 2018. Т. 9. № 3. С. 42–52. doi:10.17759/sps.2018090305

* Мельникова Ольга Тимофеевна — доктор психологических наук, профессор кафедры социальной психологии, факультет психологии, ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова», Москва, Россия, melnikova-o@yandex.ru

** Мезенцева Алена Сергеевна — руководитель отдела исследований и разработок, Лаборатория «Гуманитарные технологии», Москва, Россия, alyona.mezentseva@yandex.ru

Под визуальными данными обычно понимаются зафиксированные в доступной зрительной модальности форме продукты и репрезентации человеческого опыта. Другими словами, визуальные данные — это:

а) то, что может быть *увидено* и *рассмотрено* (доступно зрительной модальности),

б) то, что *создано человеком* (является результатом его деятельности и опыта), и, следовательно,

в) то, что несет в себе определенные *смыслы* и *значения*, открытые в этом опыте, аккумулируемые, сохраненные и передаваемые другому.

Наиболее очевидным примером такого рода данных является фотография: несомненно, снимок может быть увиден и рассмотрен; он создан человеком и является зафиксированной частичкой его визуального опыта; в то же время снимок не является объективным отражением видимой реальности, а несет в себе отпечаток интенций и смыслов его создателя. Бытовой пример — меблировка комнаты: ее можно увидеть, она создана человеком и несет информацию о значимости разных видов активности для владельца данного помещения, его материальном положении, эстетических пристрастиях, об эпохе, в которую живет человек, о стандартах меблировки, принятых в данном обществе, и многом другом.

К визуальным данным относятся также картины и рисунки, видеозаписи, веб-интерфейсы и многое другое. В центре нашего обсуждения будут находиться прежде всего фотографии, рисунки и видеоматериалы.

Визуальные исследования предполагают изучение не только и не столько той реальности, которая схватывается изобразительными средствами — что мы ви-

дим, — но и создателя, *автора*, этого изображения; не только прошлого — момента времени, когда это было зафиксировано на фото пленке, написано на холсте, высечено в камне, — но и того, какой мир *конструирует* такое изображение, такой способ репрезентации реальности [18].

Визуальные исследования разрабатываются главным образом исследователями, работающими в рамках качественного подхода («исследователи-качественники»). В научной литературе уже не раз обсуждалось, что качественные исследования базируются на особой онтологии и эпистемологии [1; 2; 3]. Этот методологический фундамент является общим и для визуальных исследований, которые, будучи сосредоточенными на интерпретации содержания и анализе смыслов, по сути, являются частью качественных.

В решении эпистемологических проблем статуса научного метода и человеческой субъективности визуальные исследователи придерживаются интерпретивистских позиций [8]. В отличие от позитивизма, утверждающего существование объективного знания, добываемого путем выдвижения и проверки теорий, нахождения законов, позволяющих устанавливать причины и следствия явлений и событий, интерпретивизм признает субъективность человеческой реальности, защищает необходимость изучения отдельных уникальных явлений и провозглашает существование множества истин.

Согласно конструктивистской трактовке реальности, окружающие нас явления, прежде всего социальные, конструируются, развиваются, изменяются в реальном социальном взаимодействии. Таким образом, изображения, являясь продуктом социального взаимодействия, с одной стороны, несут в себе информа-

цию об этом взаимодействии, с другой — сами являются агентами конструирования социальной действительности [18].

Кратко рассмотрим историю возникновения и развития визуальных методов в социальных и социально-психологических исследованиях. Различные средства визуализации — рисунки, схемы, чертежи — использовались для представления данных научных исследований с давних пор. Однако польза изображений не только как средств презентации и объяснения, но и как инструментов получения нового знания осознана сравнительно недавно.

С изобретением и усовершенствованием фото- и видеокамер визуальные данные стали повсеместно включаться в социальные исследования. Пионерами здесь являются антропологи. Фотография использовалась как иллюстрация к дневниковым записям, подтверждающая описываемые наблюдения и выводы. Кроме этого широкое распространение получила антропометрическая фотография, пытающаяся ухватить связь между социальными и индивидуальными морфологическими различиями [8]. В целом цели, задачи и способы использования изображений как в антропологии, социологии, так и в психологии на протяжении истории претерпевали ряд серьезных изменений. Как было сказано выше, в XIX в., когда естественные науки заняли лидирующее положение, фотография служила целям наглядного подтверждения научных наблюдений: она помогала систематизировать наблюдение, фиксировать изучаемую реальность в мельчайших подробностях и деталях, делать ее доступной для анализа другими исследователями. В рамках этого подхода к визуальным данным использовал фотографию Чарльз Дарвин, сравнивая выражение эмоций человека и животных, что

дало начало современной сравнительной психологии. С теми же целями объективной фиксации, подтверждения и доказательства существования феноменов использовали видео- и фотосъемку в своих знаменитых экспериментах Аш и Зимбардо [19].

Свой вклад в понимание сущности и исследовательского потенциала визуальных данных внесли идеи психоанализа, в частности психоаналитическая трактовка искусства. Интерпретация произведений искусства как отражения индивидуальных бессознательных процессов художника может быть применима и по отношению к самым разнообразным визуальным данным. Даже фотография, не говоря уже о других способах фиксации и образного отображения, не является всецело объективным средством отражения окружающей действительности, но несет в себе отпечаток идей, смыслов, мотивов, желаний, ценностей ее создателя. Почему фотограф решил снять именно эту сцену? Почему именно с этого ракурса? Почему именно этот снимок выбрал для презентации окружающим? Ответы на эти и другие вопросы позволяют нам понять, что фотография дает информацию не только о том, что изображено на бумаге, но и о том, кто стоит за созданным визуальным продуктом.

С развитием киноиндустрии и монтажа стало ясно, что то, что зафиксировано на пленке, не только не является точным отражением действительности, потому что несет в себе частичку индивидуальности оператора, но и может быть легко смонтировано, изменено, подделано, улучшено [15]. Доверять фотографии можно с такой же долей уверенности, что и словам. В наше время 3D-фильмов, компьютерных игр и виртуальной реальности визуальное все реже фиксирует и

отображает реальные явления и события и все чаще конструирует иные миры. Здесь проявляется третья функция визуальных данных: к фиксации наблюдений и отражению внутреннего мира создателя добавляется способность не только фиксировать уже имеющееся, но и конструировать нечто новое.

В своем историческом развитии социальные науки, в том числе психология, прошли путь от понимания человека как некоторого пассивного объекта, подверженного формирующим воздействиям окружающего мира, до признания активности субъекта, его авторской роли в формировании этого мира. Субъект воспринимает действительность через призму своих мотивов, установок, ценностей. Иными словами, то, что видит смотрящий, определяется не только содержанием изображения и личностью его создателя, но и личностью самого смотрящего. В визуальных исследованиях появляется еще один объект — аудитория, люди, которым адресован тот или иной визуальный материал.

Еще одно изменение в понимании сущности визуальных методов и визуальных данных связано со становлением критического направления в социальных науках [13]. Помимо того что визуальные данные имеют конкретного автора или создателя, они являются продуктом той или иной эпохи, социальных отношений. В тех фотографиях, которые публикуются на страницах газет и журналов, в тех кадрах, которые мы видим по телевизору, отражаются определенные отношения доминирования и власти. Изображения, как и тексты, являются агентами распространения определенной идеологии.

В настоящее время качественные исследования получили широкое распространение и заслужили признание во

многих психологических направлениях: критической, клинической, социальной, педагогической психологии, психологии общения [17; 19]. Целью «исследователей-качественников», в рамках какой бы из субдисциплин они ни работали, является анализ индивидуальных жизненных историй, организующих опыт человека; обнаружение и раскрытие разнообразных путей создания и интерпретации людьми смыслов в процессе непосредственного и непрямого общения и взаимодействия. То есть качественные исследования ищут ответы на вопрос, как люди «испытывают» (во всех смыслах этого слова: ощущают и опробуют) мир и осмысливают полученный опыт. Следовательно, участник исследования, а не его организатор становится центром производства знаний и смыслов.

Как же исследовать эти смыслы? Каков наилучший способ сбора, организации и анализа качественных данных? В какой-то мере являясь следствием дискурсивного поворота в гуманитарных науках, большинство качественных исследований базируются вокруг вербальных и текстовых данных структурированных и неструктурированных интервью, бесед, фокус-групповых дискуссий, дневниковых и других записей. Это так называемый мономодальный подход [19] к качественным исследованиям, опирающийся на устное и письменное слово как основной источник данных о человеческом опыте. Многие визуальные исследователи указывают на ограничения такого подхода и в своих работах освещают большое число исследовательских областей, для изучения которых более оправданно использование мультимодального подхода.

Мультимодальный подход предполагает анализ опыта и жизненных нарративов людей сквозь призму иных мо-

дальностей (прежде всего зрительной). В конце концов, если «исследователи-качественники» хотят изучать опыт, они должны признать, что множество модальностей — зрительная, слуховая, тактильная, а не только языковая (вербальная) — принимают участие в построении картины мира человека и его образа себя в этом мире.

На сегодняшний день исследователи, работающие в рамках визуального подхода, обращаются ко множеству относящихся к психологии тем — от роли тела, телесности и внешности, здоровья и болезни [10; 16] до идентичности [7; 9] и проблем власти и доминирования [18]. Чаще всего мультимодальные работы совмещают анализ визуальных (фотографии, рисунки, картины) и вербальных (интервью, фокус-групповые дискуссии, дневники) данных. Фотографии наряду с разнообразными рисунками, пожалуй, наиболее популярный тип используемых в психологическом исследовании визуальных данных.

Независимо от типа визуальных данных и конкретной техники их использования все визуальные исследователи разделяют ряд общих положений: а) люди «испытывают» мир не только посредством вербальных и текстовых описаний — языка, но также посредством окружающего пространства и ощущений тела; б) люди используют мультимодальные формы передачи полученного опыта и знаний о повседневной жизни окружающим [17]. Кроме того, изображения в качественном исследовании выполняют сугубо прагматические функции: например, они позволяют развернуть хорошо отрепетированные, логичные, социально оправданные и одобряемые нарративы участников исследования и в целом обогатить интервью.

Чтобы упорядочить все разнообразие визуальных исследований, попытаемся расположить их на своеобразном континууме, на одном полюсе которого окажутся исследования, где визуальные данные используются как вспомогательное средство, на другом — исследования, целью которых является анализ визуальных данных как таковых. На этом континууме мы можем выделить пять ключевых точек:

1) изображения как вспомогательное средство визуализации результатов исследования, обеспечения наглядности, объективности выводов;

2) изображения как стимулы, триггеры для инициации и поддержания обсуждения;

3) визуальные данные как дополнение к вербальной информации в ситуации сбора данных, когда респонденты для выражения своих идей или мотивов используют иллюстрации, помогающие самораскрытию;

4) создание визуальных данных (например, рисунков или фотографий) как средства выражения своих мнений, отношения, представлений с целью их последующего совместного с исследователем анализа и обсуждения;

5) анализ изображений как самостоятельная эмпирическая цель исследования.

Итак, на левом полюсе данного континуума расположатся исследования, которые нельзя назвать визуальными в строгом смысле этого слова: средства визуализации используются здесь лишь для обеспечения наглядности имеющихся данных и полученных выводов. Прекрасным примером могут служить хрестоматийные работы этнографов, снабженные фотографиями. В современной исследовательской ситуации функцию иллюстрации выполняет использование видеосъемки. Обычный транскрипт

интервью упускает существенную составляющую процесса общения и взаимодействия людей — невербальные коды (жесты, взгляды, особенности интонации, расположение в пространстве и др.) [11]. Анализ невербальной и вербальной составляющих взаимодействия незаменим при анализе особенностей позиционирования его участников, так как порой значения и смыслы, транслируемые посредством обоих информационных каналов, могут быть прямо противоположны.

Вторая группа исследований использует изображения в индивидуальных и групповых интервью в качестве пусковых механизмов потока мыслей и ассоциаций, в качестве тем к обсуждению, подсказок для памяти [12]. В данном случае изображения не анализируются как таковые, но направляют беседу, облегчают для респондента вербализацию идей и смыслов. Одним из основных методов здесь является интервью с использованием фотографий. Суть данного метода заключается в том, что в процессе интервью респонденту предъявляется ряд специально отобранных в соответствии с целью исследования фотографий, из которых интервьюируемый должен выбрать одно или несколько изображений, наиболее соответствующих его мнению по заданному интервьюером вопросу, и объяснить свой выбор. Ключевое место в данном подходе отводится объяснению респондентом сделанного выбора, а не снимкам как таковым. Сюда же относится использование в интервью фотографий из личных и семейных архивов для облегчения припоминания наиболее значимых событий и этапов жизни [14], использование фото- и видеоматериалов в маркетинговых исследованиях для выяснения отношения к тому или иному бренду или продукту [4] и др.

Третья группа визуальных данных чаще всего представляет собой выбранные (из предлагаемого набора готовых изображений) респондентом изображения, иллюстрирующие и (или) раскрывающие его представления об обсуждаемой теме, феномене, событии. Примером использования таких приемов могут служить широко известные «исследователям-качественникам» методики «Коллаж», «Образные ассоциации» и т. п.

Следующая точка на континууме включает в себя методы, для которых визуальные данные являются, как и в предыдущем случае, не менее значимыми, чем сопровождающие их подписи и пояснения. Отличие этой группы методов заключается в том, что фотографии, рисунки, схемы не взяты в готовом виде из каких-то источников самим исследователем заранее, но создаются респондентом (в сотрудничестве с исследователем или полностью самостоятельно) непосредственно во время интервью или на предыдущих этапах исследовательского процесса. Наверное, это самая многочисленная группа методов: сюда относятся разнообразные рисуночные проективные техники [4], в том числе такие, как автопортрет (или портрет Я), карта отношений, линия жизни [6; 7]; техники фотопродуцирования (photo-production), создание фотографий на заданную тему самим респондентом [17] и др.

Последняя группа, условно называемая «анализ изображений самих по себе», объединяет методы, для которых именно изображения становятся главным объектом анализа. Целью таких исследований является изучение культурных и социальных феноменов так, как они представлены посредством изображений. Исследователи, использующие данные методы, иногда придерживаются критического

подхода к рассмотрению социальных явлений [18]: они пытаются ответить на вопрос, какие ценности, социальный порядок и общественная иерархия транслируются и поддерживаются посредством тех или иных фотографий и изображений, того или иного способа представлять действительность в средствах массовой информации, в рекламных материалах и т. д. В социологии существует отдельное направление, занимающееся изучением социальных процессов и явлений сквозь призму визуальных образов и репрезентаций, — визуальная социология [5].

Выше мы рассмотрели многообразие способов использования визуальных данных в психологическом исследовании, в заключение уместно обсудить те области исследований, в которых визуальные методы не только активно используются, но и зарекомендовали себя как продуктивный исследовательский инструмент.

Как неоднократно отмечалось выше, использование визуальных данных предполагает реализацию мультимодального подхода к анализу человеческого опыта. Наиболее очевидным преимуществом такой стратегии исследования является возможность более глубокого изучения *эмоциональной составляющей* этого опыта. В визуальных исследованиях изображения могут быть использованы как средства, облегчающие выражение и воспоминание ранее пережитых эмоций, а также как стимулы, вызывающие эмоции, которые являются индикаторами ценностно значимых явлений и событий. В частности, использование в биографическом интервью фотографий позволяет получить более эмоционально насыщенные жизненные нарративы и описания исследуемых событий [14]. Различного рода визуальные данные активно используют-

ся в маркетинговых исследованиях, в которых понимание эмоций и ценностей потребителей — одна из основных задач [4].

Следующее преимущество визуальных методов анализа данных заключается в том, что в отличие от метода традиционного интервью, поощряющего респондента организовывать свой опыт в виде связной последовательности событий, использование изображений стимулирует интервьюируемых к рефлексии социального и материального контекста, в котором был получен исследуемый опыт. Использование визуальных методов привносит в обсуждение *пространственное измерение*, которое в противном случае могло бы быть утеряно [8; 11].

Еще одна сфера применения визуальных методов — исследования *внешности и телесности* [10; 16]. Использование изображений помогает исследователю получить ответы на следующие вопросы: как респондент чувствует себя в своем теле, как воспринимает свой телесный образ, как видят его окружающие? Телесный опыт, как и эмоциональный, относится к трудновербализуемым. Выражая свои переживания в словах, человек часто руководствуется существующими штампами и стереотипами, в то время как использование визуальных данных позволяет получить менее стереотипные и культурально нагруженные репрезентации телесного опыта человека.

Темой, наиболее часто встречающейся в современных визуальных исследованиях, является тема идентичности. Для изучения различных аспектов идентичности, например особенностей маскулинной идентичности [9], изображения активно используются в нарративных интервью. Багноли [7] в своих исследованиях становления идентичности детей активно использует рисуночные про-

ективные методики, такие как портрет себя, карта отношений, линия жизни.

Наиболее очевидное преимущество использования визуальных методов заключается в том, что они способствуют полному и разностороннему раскрытию отношения к обсуждаемым событиям или явлениям. Изображения — это очень важная подсказка для памяти. Но изображения не только помогают человеку вспомнить сами события, они помогают представить эмоции и телесные ощущения, испытываемые им в тот момент.

Использование визуальных данных также становится все более популярным в исследованиях общения и взаимодействия [17]. Дискурсивный подход в психологии переместил внимание исследователей с того, что говорят люди, на то, какие социальные действия они осуществляют своими высказываниями (что они делают, что хотят изменить, когда говорят ту или эту фразу), какие версии социального мира, какой социальный порядок конструируют своими высказываниями. Однако, признавая важность анализа различных форм дискурса, нельзя недооценивать роль невербальных данных в регуляции процесса дискурсивного обмена. Фото- и видеотехнологии становятся незаменимыми в схватывании паттернов невербальной составляющей событий и явлений.

Часто упоминаемой в литературе областью приложения визуальных методов являются критические исследования в психологии и социальных науках [18]. Фотографии и другого рода изображения (в частности, представленные в средствах

массовой информации) становятся в данном случае объектом анализа и критики как инструменты поддержания, пропаганды и навязывания определенного социального порядка, системы властных отношений, одобряемых идентичностей, норм поведения и т. д. Изображения не только показывают то, что было и есть, но и демонстрируют то, как должно быть, что значит красиво, правильно и уместно, — конструируют наши желания, способы поведения и видения мира.

Социальные науки и психология не могут игнорировать факт вездесущности изображений. Одним из вызовов современных исследований является необходимость понять поведение и сознание индивидов и групп в обществе, пронизанном визуальным.

В статье представлена попытка дать краткий обзор основных идей и ключевых направлений визуальных исследований. На данный момент существуют определенные методические сложности, связанные с использованием визуальных методов в психологии, тем не менее эти методы открывают новые возможности понимания человеческого опыта. Визуальные данные могут быть методом анализа, стимулом к продуцированию ответов, средством выражения личного опыта, способом фиксации данных и представления результатов. Несмотря на преобладание вербальных методов исследования, человеческие представления о мире мультимодальны, поэтому использование мультимодальной стратегии исследования призвано обогатить знания о человеке и его месте в социальном мире.

Финансирование

Работа выполнена при поддержке гранта РФФИ № 17-06-00980 «Историко-политические факторы трансформации коллективной памяти и идентичности российского общества».

ЛИТЕРАТУРА

1. Бусыгина Н.П. «Дискурсивный поворот» в психологических исследованиях сознания // Консультативная психология и психотерапия. 2010. № 1. С. 55–82.
2. Мельникова О.Т., Кричевец А.Н., Хорошилов Д.А. Историко-эпистемологический контекст развития качественных исследований в психологии. Часть 1 // Психологические исследования. 2013. Т. 6. № 32, 1. URL: <http://psystudy.ru/index.php/num/2013v6n32/903-melnikova32.html> (дата обращения: 16.05.2015).
3. Мельникова О.Т., Кричевец А.Н., Хорошилов Д.А. Историко-эпистемологический контекст развития качественных исследований в психологии. Часть 2 // Психологические исследования. 2014. Т. 7. № 33, 4. URL: <http://psystudy.ru/index.php/num/2014v7n33/930-melnikova33.html> (дата обращения: 16.05.2015).
4. Мельникова О.Т. Фокус-группы: Методы, методология, модерирование. М., 2007. 320 с.
5. Штомпка П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования: учебник / Пер. с польск. Н.В. Морозовой. М.: Логос, 2007. 168 с.
6. Anthamatten P., Wee B., Korris E. Exploring children's perceptions of play using visual methodologies // Health Education Journal. 2012. Vol. 72. № 3. P. 309–318.
7. Bagnoli A. Beyond the standard interview: the use of graphic elicitation and arts-based methods // Qualitative Research. 2009. Vol. 9. № 5. P. 547–570.
8. Banks M. Using Visual Data in Qualitative Research. London: Sage, 2008. 152 p.
9. Blackbeard D., Lindegger G. The Value of Participatory Visual Methods in Young Masculinity Research // Procedia – Social and Behavioral Sciences. 2015. Vol. 165. P. 85–93.
10. Del Busso L., Reavey P. Moving beyond the surface: a poststructuralist phenomenology of young women's embodied experiences in everyday life // Psychology and Sexuality. 2013. Vol. 4. № 1. P. 46–61.
11. Goodwin C. Action and embodiment within situated human interaction // Journal of Pragmatics. 2000. Vol. 32. № 10. P. 1489–1522. doi: 10.1016/S0378-2166(99)00096-X
12. Harper D. Talking about pictures: a case for photo elicitation // Visual Studies. 2002. Vol. 17. № 1. P. 13–26.
13. Hepburn A. An Introduction to Critical Social Psychology. London: Sage Publications, 2003. 304 p.
14. Kunimoto N. Intimate Archives: Japanese-Canadian family photography, 1939–1949 // Art History. 2004. Vol. 27. № 1. P. 129–155.
15. Mirzoeff N. An Introduction to Visual Culture. London: Routledge, 1999. 292 p.
16. Orr N., Phoenix C. Photographing physical activity: using visual methods to 'grasp at' the sensual experiences of the ageing body // Qualitative Research. Published online 24 July 2014. P. 1–19.
17. Reavey P. Visual Research in Psychology // APA handbook of research methods in psychology. Washington, DC, US, 2011. Vol. 2. P. 185–207.
18. Rose G. Visual Methodologies. An Introduction to Researching with Visual Materials. London: Sage, 2007. 240 p.
19. Visual Psychologies: Using and Interpreting Images in Qualitative Research / P. Reavey (ed). London: Routledge, 2010. 416 p.

Visual methods in socio-psychological research

O.T. MEL'NIKOVA*,

*Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia,
melnikova-o@yandex.ru*

A.S. MEZENTSEVA**,

*Laboratory "Humanitarian Technologies", Moscow, Russia,
alyona.mezentseva@yandex.ru*

The methodological and historical background of the use of visual methods in social and psychological research is considered. The advantages of a multimodal approach to the analysis of social phenomena are discussed; the main ways of including visual data in qualitative research are systematized. The key areas and directions of research using the visual approach are outlined. An attempt is made to organize all the variety of visual studies, from the use of visual data as an aid to the analysis of visual data as such. The main groups of visual studies use images 1) as a means of visualizing the results; 2) as an incentive to initiate discussion; 3) as an addition to verbal information that helps self-disclosure; 4) as a way to Express their views or relationships; 5) as an independent goal of the study. Despite the prevalence of verbal research methods in psychology, human ideas about the world are multimodal, so the use of a multimodal research strategy is designed to enrich knowledge about the person and his place in the social world.

Keywords: *visual data, visual methods, qualitative research, interpretive approach, multimodal and monomodal approaches, visual culture.*

Funding

The study was supported by the Russian Foundation for Fundamental Research, project 17-06-00980 «Historical and political factors of transformation of collective memory and identity in Russian society».

REFERENCES

1. Busygina N.P. «Diskursivnyj povorot» v psihologicheskikh issledovaniyah soznaniya. [The “discursive turn” in psychological studies of consciousness]. *Konsul'tacionaya psihologiya i psihoterapiya [Counseling psychology and psychotherapy]*, 2010, no 1, pp. 55–82.
2. Mel'nikova O.T., Krichevec A.N., Horoshilov D.A. Istoriko-ehpistemologicheskij kontekst razvitiya kachestvennyh issledovanij v psihologii. CHast' 1. [Historical and

For citation:

Mel'nikova O.T., Mezentseva A.S. Visual methods in socio-psychological research. *Sotsial'naiia psikhologiya i obshchestvo [Social Psychology and Society]*, 2018. Vol. 9, no. 3, pp. 42–52. doi:10.17759/sps.2018090305 (In Russ., abstr. in Engl.).

* *Mel'nikova Olga T.* — PhD in Psychology, Professor, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia, melnikova-o@yandex.ru

** *Mezentseva Aena S.* — head of research and development Department of the laboratory «Humanitarian Technologies», Moscow, Russia, alyona.mezentseva@yandex.ru

- epistemological context of development of qualitative research in psychology. Part 1]. *Psihologicheskie issledovaniya. Psychological research*, 2013. Vol. 6, no. 32, p. 1. URL: <http://psystudy.ru> (data obrashcheniya: 16.05.2015).
3. Mel'nikova O.T., Krichevec A.N., Horoshilov D.A. Istoriko-ehpistemologicheskij kontekst razvitiya kachestvennyh issledovanij v psihologii. CHast' 2. [Historical and epistemological context of development of qualitative research in psychology. Part 2] *Psihologicheskie issledovaniya [Psychological research]*, 2014. Vol. 7, no. 33, pp. 4. URL: <http://psystudy.ru> (data obrashcheniya: 16.05.2015).
4. Mel'nikova O.T. Fokus-gruppy: Metody, metodologiya, moderirovanie [Focus groups: Methods, methodology, moderation]. Moscow, 2007. 320 p.
5. SHtompka P. Vizual'naya sociologiya. Fotografiiya kak metod issledovaniya: uchebnik [Photography as a research method: textbook]. Per. s pol'sk. N.V. Morozovoj, Moscow: Logos, 2007. 168 p.
6. Anthamatten P., Wee B., Korris E. Exploring children's perceptions of play using visual methodologies. *Health Education Journal*, 2012. Vol. 72, no. 3, pp. 309–318.
7. Bagnoli A. Beyond the standard interview: the use of graphic elicitation and arts-based methods. *Qualitative Research*, 2009. Vol. 9, no. 5, pp. 547–570.
8. Banks M. Using Visual Data in Qualitative Research. London: Sage, 2008. 152 p.
9. Blackbeard D., Lindegger G. The Value of Participatory Visual Methods in Young Masculinity Research. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 2015. Vol. 165, pp. 85–93.
10. Del Busso L., Reavey P. Moving beyond the surface: a poststructuralist phenomenology of young women's embodied experiences in everyday life. *Psychology and Sexuality*, 2013. Vol. 4, no. 1, pp. 46–61.
11. Goodwin C. Action and embodiment within situated human interaction. *Journal of Pragmatics*, 2000. Vol. 32, pp. 1489–1522. doi: 10.1016/S0378-2166(99)00096-X
12. Harper D. Talking about pictures: a case for photo elicitation. *Visual Studies*, 2002. Vol. 17, no. 1, pp. 13–26.
13. Hepburn A. An Introduction to Critical Social Psychology. London: Sage Publications, 2003. 304 p.
14. Kunimoto N. Intimate Archives: Japanese-Canadian family photography, 1939–1949. *Art History*, 2004. Vol. 27, no. 1, pp. 129–155.
15. Mirzoeff N. An Introduction to Visual Culture. London: Routledge, 1999. 292 p.
16. Orr N., Phoenix C. Photographing physical activity: using visual methods to 'grasp at' the sensual experiences of the ageing body. *Qualitative Research*. Published online 24 July 2014. pp. 1–19.
17. Reavey P. Visual Research in Psychology. *APA handbook of research methods in psychology*. Washington, DC, US, 2011. Vol. 2. pp. 185–207.
18. Rose G. Visual Methodologies. An Introduction to Researching with Visual Materials. London: Sage, 2007. 240 p.
19. Visual Psychologies: Using and Interpreting Images in Qualitative Research. In P. Reavey (eds). London: Routledge, 2010.