

В.Ю.Солдатова,
аспірантка Інституту соціології НАН України

ВІЗУАЛЬНІ ПІДХОДИ У ВИВЧЕННІ НЕРАЦІОНАЛЬНИХ СКЛАДОВИХ ЛЮДСЬКОЇ ПОВЕДІНКИ. МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ

Соціологічне дослідження як комплексний інструмент здобуття нового соціологічного знання, як правило, має декілька складових: теоретико-методологічну (теорія чи теорії, які задають ракурс концептуального бачення реальності), метод емпіричного дослідження, який значною мірою впливає з обраного концептуального підґрунтя, та методики збору емпіричної інформації. Ці частини між собою тісно пов'язані.

Завдання статті полягає в тому, щоб показати, як звернення до концептуальних аспектів таких соціологічних напрямків, як етно-методологія та драматургічна соціологія, методологічно обґрунтують доцільність використання візуальних методів дослідження у вирішенні *проблеми* вивчення нераціональної, неусвідомленої поведінки соціальних акторів.

Ця проблема, пов'язана з питанням дослідження людської поведінки, є наслідком певної девальвації теоретико-методологічних установок, що ґрунтувалися на впевненості в тому, що людина є переважно раціональною у своїх вчинках і діях. Втім, виявилось, що в більшості випадків людина не може пояснити навіть власну поведінку. Про це пише В.Ядов: «Крім того, вчинки людини не завжди раціональні і в тому сенсі, що не адекватно усвідомлюються нею самою. Щоб усвідомити їх глибинний сенс, треба докласти чимало зусиль для розшифровки зовні спостережуваних дій і висловлювань.» [8, 16]. Отже, перед соціологами постає виклик: зрозуміти людину, яка не розуміє сама себе, і пояснити суспільні процеси з урахуванням нераціональності людської поведінки. Як наслідок – зростаюча *актуальність* методів збору соціологічної інформації та теоретичних соціологічних моделей, які враховують нераціональну складову соціальної дії. Для візуальних методів, які лише починають

утверджуватися в методичному просторі соціології, актуальним є питання методологічного обґрунтування доцільності їх використання.

На рівні конкретного емпіричного соціологічного дослідження та його прогностичного потенціалу зазначена проблема набуває вигляду невідповідності декларованої поведінки респондента його реальним поведінковим проявам. В предметній площині це ставить завдання дослідження витоків цієї невідповідності, що призводить до появи широкого кола інтерпретативних, феноменологічних соціологічних теорій, а в арсеналі методів емпіричних досліджень – якісних дослідницьких засобів, які доповнюють кількісні.

Кількісні дослідження оперують кількісними характеристиками, тим часом як якісні методи сягають глибше, у смислові підвалини, на яких ґрунтуються характеристики та динаміка соціальних феноменів. Перехід від цифр як одиниці аналізу кількісного дослідження до смислу як одиниць аналізу якісного дослідження розширив можливості емпіричної соціології. Однак це поставило перед соціологами складні питання, які необхідно вирішувати. Наприклад, який конкретний дослідницький інструментарій (метод збору та опрацювання соціологічної інформації) може бути використаний в дослідженні смислу [3]. Адже, смисл і образ характеризуються не тільки великою кількістю тлумачень, а й подвійною природою, на яку звертає увагу Н.Костенко: «...Смисли виникають не тільки як пред-дані або пред-за-дані, не тільки як модуси досвіду – вони не позбавлені спонтанності і можуть породжуватися подією» [5, 22]. Тобто смисли не піддаються цілком нормативному контролю, крім норми, смисл залежить від конкретного контексту і тому його тлумачення значно варіюється.

Особливе місце серед методів збору соціологічної інформації посідають методи візуальні, котрі останнім часом набирають все більшої методичної ваги. В українській соціології питанню візуальних методів дослідження приділено поки що не дуже багато уваги. Однак варто згадати праці А.Рябчук, І.Чудовської-Кандиби, Л.Малес, С.Котової-Оліник, О.Даніленко, В.Бондар та Я.Одинак. Класичними є праці в галузі візуальних досліджень, що належать Р.Барту [9], П.Бурдьє, Ж.Бодрійяру, С.Зонтаг. Розробкою візуальних методів соціологічного дослідження займалися П.Штомпка, Д.Харпер (D.Harper), Ч.Сачер (Charles S.Suchar), Г.Беккер (H.Becker), Дж.Грейді (J.Grady) [10].

Використання візуальних даних в соціологічному дослідженні дає можливість наочно побачити подвійну природу смислу. Візуальний образ, як носій смислу, поділяється на денотативну частину, або буквальну частину, яку можна співвідносити з нормативною частиною соціальної дії, та конотативну частину, яка поєднує глибинний смисл та асоціації, тлумачення залежно від ситуації, соціального та історичного контекстів. Прояви візуального світу, які викликають візуальні образи, звертаються до більш глибокої частини людської свідомості, яка відповідає за асоціативну складову, на відміну від раціонально-логічної, яка оперує словами та поняттями. Дуглас Харпер, автор статей, які стали класикою візуальної соціології, пояснює це тим, що історично частини мозку, які обробляють візуальну інформацію, виникли та розвинулися раніше, ніж частини, які відповідають за опрацювання вербальної інформації, тому візуальна інформація легше «обходить» вимоги раціонального [13, 13].

Отже, щодо невідповідності поведінки реальної та декларованої, то можна зробити висновок, що причина цієї невідповідності полягає в тому, що смисл залежить не лише від жорстко визначених соціальних норм, а й від певної свободи смислу від норм. І тут є два важливі аспекти. По-перше, декларативно людина схильна більш жорстко притримуватися норми в змодельованій ситуації (наприклад, запропонованій соціологічним опитувальником), ніж в реальній ситуації, коли необхідно узгоджувати дію з великою кількістю контекстів. По-друге, соціальна норма є занадто загальною для повсякденної взаємодії, тому в межах конкретних ситуацій у соціальних акторів виникає певна свобода в тлумаченні соціальної норми, або інтервал можливих варіацій в межах того, що розуміється під нормальною поведінкою. Отже, варіативність смислу значною мірою пов'язана з контекстом, в якому смисл функціонує як фактор впливу на соціальну поведінку.

В процесі конкретного емпіричного дослідження необхідно визначитися з теоретичними підходами, які дали б можливість пов'язати актуальний смисл з контекстом його виникнення, а також з методом емпіричного проникнення в смислову сферу, тобто її дослідженням. В якості відповідних теоретичних підходів в межах цієї праці використовуються драматургічна соціологія та етнометодологія. Концептуальні рамки саме цих теорій обґрунтовують доцільність звернення до візуальної інформації як матеріалу, що

активно впливає на перебіг та результат емпіричного етапу дослідження (хоча й по-різному).

В контексті *драматургічного підходу* зазначена проблема не-прогнозованості людської поведінки набуває форми нездійсненності такого прогнозу з врахуванням лише існуючих нормативних очікувань. Намагання виокремити соціальну норму з контекстних варіацій було здійснено засновником драматургічного підходу І.Гофманом. Народження драматургічного підходу тісно пов'язано з розумінням людини як істоти активної, а не повністю підкореної раціоналізованим соціальним нормам. І якщо за початкову концептуальну ідею брати соціальну реальність, як продукт неперервних буденних взаємодій та смислових інтерпретацій, то візуальні методи є релевантними методами дослідження. Візуалізується переважно буденність, а буденні практики завжди є процесом і ніколи – сталим станом [4].

Візуальність повсякденного світу задовольняє потребу учасників соціальної взаємодії в інформації для відповідних адекватних дій. В поведінці кожного вони ідентифікують вказівники, котрі дають можливість оцінити поведінку інших щодо себе, щоб якнайкраще відповідати створеним умовам та загальним очікуванням. Зазвичай, такої інформації невістачає, і в якості інформаційних маркерів, за якими можна побудувати припущення щодо намірів інших учасників, виступають випадкові репліки, обмовки, однак, насамперед, ці візуальні прояви взаємодії: жести, міміка, пози, стиль одягу, статусні символи тощо. І.Гофман виділяє два різних види комунікацій: контрольовану та неконтрольовану невідповідність реальної поведінки декларованій. При контрольованій комунікації знаки та символи, які використовуються акторами у спілкуванні, раціонально контролюються; до неконтрольованої комунікації належить довільна поведінка, яку складно контролювати, – обмовки, жести, вирази обличчя, постава тощо. Між контрольованою та неконтрольованою комунікаціями може виникати симетрія, тобто неконтрольовані прояви комунікації відповідають контрольованим, а може виникати асиметрія, коли між цими двома інформаційними потоками виникає суперечність. Тому при дослідженні реальної поведінки варто звертати особливу увагу на неконтрольовані прояви, які переважно є візуальними.

І.Гофман включає концепцію соціальної особистості американського психолога В.Джеймса в драматургічну соціологію з метою дослідити «маски» соціальних акторів, які людина змінює залежно

від ситуації та які стають невід'ємною частиною особистості і значною мірою визначають поведінку людини. Зазвичай людина належить кільком соціальним групам, відповідно має декілька різних соціальних облич. І в кожній із соціальних груп вона використовує різні соціальні обличчя – соціальні ролі-маски. Таким чином, взаємодія відбувається не між цілісними особами, а між цими ролями, які є різними сторонами цілісної особи. Ця теорія пояснює причини невідповідності реальної та декларованої поведінки. Згідно з вимогами «маски» людина начебто повинна діяти одним чином, однак великий набір масок-ролей, які застосовує соціальний актор в «порядку взаємодій», за Гофманом, інколи призводить до дисгармонії суспільного «Я» та природного «Я», що є наслідком різних вимог, які висувають перед особистістю різні соціальні групи [11, 163].

Гофман звертає увагу на здатність «порядку взаємодій» та «масок», які актори використовують, відобразити панівні в суспільстві цінності. Досліджуючи соціальні маски – гендерні стереотипи, – Гофман досліджував панівні цінності. І висновок П.Штомпки про драматургічний підхід як про найвізуальнішу теорію [7] підтверджується й тим, що її засновник здійснює дослідження, яке стало класичним прикладом *візуального контент-аналізу*, *Gender Advertisements* (1979). Гофман використав рекламні зображення як дані для вивчення того, як візуальна реклама ретранслює гендерні стереотипи, тобто ті «маски», які особистість приміряє на себе, враховуючи власну гендерну ідентифікацію. Він виділив шість категорій, котрі дають можливість проаналізувати символічну інфантилізацію та підпорядкування жінок у візуальній рекламі:

- 1) Розмір: жінка зображується, як правило, меншого розміру (нижче зростом, менше вага, принаймні, візуально), ніж чоловік.
- 2) Дотик: жінка не маніпулює об'єктами, вона до них лише торкається, тим часом як чоловік міцно тримає в руках предмети.
- 3) Функція: коли жінка робить щось разом з чоловіком, вона грає переважно другорядну роль. Хоча як виняток, чоловік зображується незграбним та смішним, коли виконує традиційно жіночу роботу.
- 4) Сімейні ролі: жінки зображуються більш близькими з дочками, ніж чоловіки з синами. Батько (або, за його відсутності, син) зображується на відстані від інших членів сім'ї, щоб показати його керівну роль в сім'ї та те, що він несе відповідальність за інших.

5) Ритуалізація підпорядкування: підпорядкування жінок чоловікам часто проявляється в позі. Жінка схиляє голову до чоловіка, вона сидить або лежить, тим часом як чоловік стоїть. Часто чоловік підтримує жінку, захищає її.

6) Присутність в кадрі: жінки, як правило, зображуються такими, що виходять з кадру або тільки-но з'являються, вони закривають частину тіла або обличчя рукою чи якимись предметами [12, 60–61].

Невипадково Гофман аналізував саме рекламні зображення, адже реклама ретранслює ідеальні типи, які приймаються переважно більшістю її споживачів. Гофман використав рекламу як дзеркало суспільства для дослідження гендерних ролей, які дійсно практикуються в сучасному для нього суспільстві, а не той бажаний стан рівноправ'я, який активно декларується на законодавчому рівні. Таким чином, у символічному світі реклами простежується відхилення від теоретично сконструйованої норми (гендерної рівності). У візуальному світі яскравіше, ніж у вербальному, спростовується декларована та соціально гарантована гендерна рівність. Це доводить дослідження Гофмана.

Щодо іншої теорії – *етнометодології*, – яка дає можливість осягнути нераціональну поведінку людини, то її засновник Г. Гарфінкель наголошує на тому, що людина досить рідко усвідомлює неписані, очевидні правила, які, однак, використовує щодня [2]. Тому для виявлення цих правил, Гарфінкель пропонує зламати логіку повсякденної реальності для подальшого розуміння правил, що керують повсякденними взаємодіями.

Гарольд Гарфінкель, засновник етнометодології, є учнем Т. Парсонса. Хоча складно назвати Гарфінкеля послідовником Парсонса. Етнометодологія є певною мірою реакцією та альтернативною теорією до теорії Парсонса та інших подібних дещо загальних теорій, які працюють на рівні реальних практичних дій, а не дій ідеально-раціональних. В теорії дії Парсонса дії класифікуються як раціональні та нераціональні. Відповідно до раціональних дій можна знайти пояснення, а до нераціональних – ні, тому нераціональні дії Парсонс виключає з наукового аналізу. З точки зору Г. Гарфінкеля, теорія дії Парсонса залишає поза полем зору більшість дій, адже людські дії є переважно нераціональними. Головна різниця між тим, як аналізує соціальну дію Парсонс, і тим, як досліджує її Гарфінкель, полягає в тому, що Парсонс визначає набір дискретних ситуацій, в

яких дія вибудовується з норм, Гарфінкель кожен дію розглядає як унікальну. Відповідно, не існує жодних загальних норм, які могли б повністю регулювати соціальну дію актора [6, 67].

Етнометодологічний підхід Г.Гарфінкеля ґрунтується на тому що соціальна дія та її соціальний контекст мають взаємний вплив та визначають один одного. Цей взаємозв'язок перевіряється Гарфінкелем за допомогою етнометодологічних експериментів руйнування звичного контексту, з метою зрозуміти методи, якими конструюється «звичний» загальний порядок повсякденних взаємодій. Центральне місце в етнометодологічних дослідженнях займає вивчення повсякденної взаємодії між людьми, однак акцент уваги зміщений на методи взаємодії, а не на її зміст.

Як соціологи, досліджуючи світ іншої людини, відкидають стереотипне спрощене сприйняття людини, спираючись на відмову від оціночних суджень, так і етнометодологи намагаються уникнути загальноприйнятого бачення «порядку взаємодії» в кризових (або етнометодологічних) експериментах. У випадку кризових експериментів виявляється доцільним використовувати методику візуальних стимулів, які здатні змішувати і руйнувати усталені стереотипи сприйняття ситуації. За допомогою технічних можливостей камери етнометодологи використовують здатність подивитися на соціальні взаємодії з іншого ракурсу: зверху, на відстані чи зблизька тощо. Незвичний кут зору під час етнометодологічних експериментів може стати одним із способів руйнування звичного контексту. Ідея порушити кадр полягає в тому, що фотографії можуть привести індивіда до нового погляду на його соціальне буття. Крім того, використовувати зображення можна в якості мостів між культурно-різними світами – поєднати, таким чином, світ інтерв'юера та респондента, хоча б на короткий час інтерв'ю.

Емпіричним підтвердженням цієї думки є дослідження *методом фотовиявлення (photoelicitation)* Дугласа Харпера [13] фермерських господарств. Він досліджував питання, як фермери обробляють землю, як приймають рішення щодо тварин, яких вирощують, як змінюється сільськогосподарська техніка, як складаються сусідські стосунки між фермерами, їх самоусвідомлення та ідентичність тощо. Однак фотографії, які Д. Харпер приготував для інтерв'ю, не підштовхнули фермерів до роздумів на ці питання. Перші фото мали дуже звичний вигляд, такі фото зустрічаються в кожному журналі,

який спеціалізується на веденні господарства. Проблему вирішили аерофотознімки та історичні фотографії. Аерофотознімки ферм призвели до розповіді фермерів про сільськогосподарські стратегії, структурні відмінності ферм та про закономірності змін у структурі господарства, а історичні фото дали можливість простежити непомітні раніше зміни в повсякденному житті.

Дієвість незвичних ракурсів для соціологічних фото Харпер доводить і в іншому дослідженні, присвяченому вивченню майстерності та соціальному існуванню робітника механічного цеху. Фотографії, що показували світ звично (на рівні людського погляду загальним планом) не призвели до результативних інтерв'ю. Однак, коли до інтерв'ю були залучені такі фото, як, наприклад, руки механіка під час виконання операції великим планом, або звичні сцени повсякденності, але під незвичним ракурсом, досліджуваний «... побачив свій світ з нової точки зору, він усвідомив, як мало про нього я розумів. Згодом Віллі вітав роль, в якій він використовував фотографії, щоб навчити мене його нормальній рутині та знанням.» [13, 21].

Таким чином, етнометодологія з її теоретичним апаратом та понятійним рядом «підказує» ще один спосіб використання візуальних методів в соціології. Фотографії, зроблені з незвичного ракурсу, допомагають зламати звичний погляд на буденність, і тому є одним з можливих інструментів для етнометодологічних експериментів, за Гарфінкелем, в дослідженні дій, які є рутинними та не усвідомлюються акторами.

Отже, візуальні методи соціологічного дослідження стають все більш затребувані завдяки тим викликам проблемного поля соціології, які все більше актуалізуються. Однією з таких проблем є проблема нераціональної складової в людській поведінці, яка особливо впадає в очі в ситуації динамічності, плинності сучасних суспільств [1].

Ця проблема може бути рельєфно представлена через теоретичні рамки двох інтерпретативних теорій – етнометодології та драматургічної соціології. Загальна ідея, що в них міститься, може бути сформульована так: соціальний порядок, котрий задається загальними нормативними приписами, руйнується і заново ситуативно конструюється (з певними відхиленнями) в процесі соціальної взаємодії, в якій дієво відтворюються смислові значення соціальної ситуації. Понятійні уявлення зазначених теорій і відповідні їм

стратегії емпіричних досліджень роблять візуальні методи релевантними ситуації дослідження.

В дослідженні нерациональної та неусвідомленої поведінки обрані теорії диктують власну концептуальну рамку. Драматургічна соціологія забезпечує тезаурус визначеної проблемної ситуації: Гофман пропонує поняття «ситуація взаємодії», «контрольована\ неконтрольована поведінка», «соціальна маска» та ін. Відповідно в контексті драматургічної соціології доцільно досліджувати соціальні маски як прояви норм та відхилення від чіткого виконання соціальних ролей, що яскравіше показують візуальні методи, завдяки тому, що більшість проявів неконтрольованої поведінки є візуальними. Етнометодологія, в свою чергу, показує, що людина в повсякденних ситуаціях діє, як правило, неусвідомлено, і тому Гарфінкель пропонує зламати звичне сприйняття «порядку взаємодії», щоб проаналізувати повсякденні дії, які становлять більшість дій нашого життя. В цьому разі візуальні методи стають одним з ефективних інструментів такого зламу, інструментом, який пропонує подивитись на буденність з іншого ракурсу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бауман З. Текущая современность. – СПб.: Питер, 2008. – 240 с.
2. Гарфинкель Г. Что такое этнометодология? / Гарольд Гарфинкель // Социологическое обозрение. – Том 3. – №.4. – 2003. – С.3–25
3. Заславская М.И. О проблеме достоверности знания в социологии / М.И.Заславская // Мат. IV ВСК. – М., РОС, 2012. – С.7157–7166 [Электронный ресурс] // <http://www.ssa-rss.ru/files/File/congress2012/part50.pdf>
4. Ковалев А.Д. Социальная драматургия Ирвинга Гофмана в контексте истории социологической мысли / А.Д. Ковалев // Новое и старое в теоретической социологии. Кн. 2. М.: ИС РосАН, 2001. [Электронный ресурс] // http://www.isras.ru/files/File/publ/Novoe_i_staroe/Kovalev.pdf
5. Костенко Н. Знание о смысле: методологии глубины и поверхности / Наталия Костенко // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2011. – №.4. – С.3–31.
6. Чернова И. Этнометодология в контексте становления / Ирина Чернова // Социология: теория, методы, маркетинг. – 1994. – №.4. – С.62–69.
7. Штомпка П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования. – М.: Логос, 2007. – С.200.

8. Ядов В.А. Стратегии и методы качественного анализа данных / В.А.Ядов // Социология: 4М. – 1991. – №.1. – С.14–31.
9. Barthes R. A Barthes Reader / Edited and with an introduction by Susan Sontag. – Hill and Wang, New York. – 1982. [Електронний ресурс] // http://www.ninalp.com/bfarts/Media/Barthes_Photosgraphic_Message.pdf
10. Grady J. Visual Research at the Crossroads / John Grady // Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research. Volume 9,3. – 2008 [Електронний ресурс] // <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1173/2618>
11. Goffman E. The Presentation of Self in Everyday Life / New York: Doubleday. – 1956. [Електронний ресурс] // http://monoskop.org/images/1/19/Goffman_Erving_The_Presentation_of_Self_in_Everyday_Life.pdf
12. Kordjazi Z. Positioning in contemporary English-learning software applications / Zahra Kordjazi // Novitas-ROYAL (Research on Youth and Language). – 2012. – №.6 (1). – pp.59–80 [Електронний ресурс] // http://www.novitasroyal.org/Vol_6_1/Kordjazi.pdf
13. Harper D. Talking about pictures: a case for photo elicitation / Douglas Harper // Visual Studies. – 2002. – Vol.17. – №.1. [Електронний ресурс] // <http://www.nyu.edu/pages/bkg/methods/harper.pdf>

Солдатова В.Ю. Візуальні підходи у вивченні нерациональних складових людської поведінки. Методологічні аспекти.

Візуальні методи соціологічного дослідження стають все більш затребувані завдяки новим викликам проблемного поля соціології. Одним з таких викликів є проблема дослідження нерациональної складової в людській поведінці. В статті розглянуто шляхи дослідження нерациональних складових поведінки за допомогою таких інтерпретативних теорій, як етнометодологія та драматургічна соціологія в якості теоретико-методологічної основи, та візуальні методи дослідження (візуальний контент-аналіз та фото виявлення) в якості емпіричної складової. Показано, яким чином звернення до концептуальних аспектів етнометодології та драматургічної соціології методологічно обґрунтовують доцільність використання візуальних досліджень у вирішенні проблеми вивчення нерациональної, неусвідомленої поведінки соціальних акторів.

Ключові слова: візуальна соціологія, візуальні методи, візуальний контент-аналіз, фотовиявлення, драматургічна соціологія, етнометодологія.

Солдатова В.Ю. Визуальные подходы к исследованию нерациональных составляющих человеческого поведения. Методологические аспекты.

Визуальные методы социологического исследования становятся все более востребованы благодаря новым вызовам проблемного поля социоло-

логии. Одним из таких вызовов является проблема исследования нерациональной составляющей в человеческом поведении. В статье рассмотрены пути анализа нерациональных составляющих поведения с помощью таких интерпретативных теорий, как этнометодология и драматургическая социология в качестве теоретико-методологической основы, и визуальные методы исследования (визуальный контент-анализ и фото выявление) в качестве эмпирической части исследования. Показано, каким образом обращение к концептуальным аспектам этнометодологии и драматургической социологии методологически обосновывает целесообразность использования визуальных исследований в решении проблемы изучения нерационального, неосознанного поведения социальных актеров.

Ключевые слова: визуальная социология, визуальные методы, визуальный контент-анализ, фотовыявление, драматургическая социология, этнометодология.

Soldatova V. Visual approaches in the study of irrational components of human behavior. Methodological aspects.

Visual methods of sociological research are becoming increasingly popular due to the new challenges of the problem field of sociology. One of these challenges is the problem of irrational component in the study of human behavior. The article discusses ways of analyzing the components of irrational behavior by means of interpretive theories such as ethnomethodology and dramaturgical sociology as a theoretical and methodological framework, and visual research methods (visual content-analysis and photo elicitation) as the empirical part of the study. It is shown how the reference to the conceptual contours of ethnomethodology and dramaturgical sociology justifies methodologically the appropriateness of using imaging studies in solving problems in the study of irrational, unconscious behavior of social actors.

Key words: visual sociology, visual methods, the visual content-analysis, photo elicitation, dramaturgical sociology, ethnomethodology.