

ВИЗУАЛЬНАЯ СОЦИОЛОГИЯ

О.В. Сергеева

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЕ ПОЛЕ ВИЗУАЛЬНОЙ СОЦИОЛОГИИ

Визуальная социология использует изображения и другие зрелищные объекты, чтобы анализировать общество и культуру. Как новое направление исследований, она исходит из трех интеллектуальных импульсов, которые отражают возросшую озабоченность визуальным. Первый импульс связан с осмыслением визуальных репрезентаций культуры и имеет глубокие корни в западной интеллектуальной традиции. Второй импульс соотносится с расширением методического инструментария для исследования социальной деятельности. Третий связан с эпистемологическим поворотом в социальной теории XX в. Опираясь на анализ развития визуальных исследований и легитимации этого теоретического проекта в западной социологии, статья знакомит читателя с принципами визуальной социологии как новым исследовательским направлением.

Ключевые слова: визуальная социология, визуальная культура, фотография, визуальные методы в социальном исследовании.

Keywords: visual sociology, visual culture, photography, visual methods in social research.

Среди исследователей сегодня все чаще поднимается вопрос о возможных аналитических и гуманитарных эффектах от использования фотографий, фильмов и других визуальных материалов в социологии. Одна из таких надежд состоит в том, что изображения дают иное по сравнению со словом качество эмпатии. Фотографии, например, могут помочь подойти к опыту или пониманию объектов, которые находятся вне биографической ситуации исследователя, эти источники данных создают визуальную модель ситуации, недоступной для прямого наблюдения.

Цель настоящей статьи — обобщить ключевые идеи сторонников развития визуальных исследований в социологии. Привлекаемые для обзора источники представляют собой работы западных авторов, причем причина

этого не в том, что у нас нет интересных проектов (см., например: Визуальная антропология... 2007; Визуальные аспекты... 2006), а в том, что в России институционализация визуальных исследований началась позже, следовательно, актуально было бы рассмотреть, что освоено в этом направлении нашими западными коллегами.

На первый взгляд кажется довольно абсурдным говорить о «визуальной социологии». Это обозначение так или иначе подразумевает, что есть «устная социология» и «визуальная социология». Однако мы никогда не говорим об «устных социологах», мы знаем, что профессия социолога институционализировалась в условиях приоритета печатного слова, поэтому социологи обычно доказывают свои идеи при помощи слов и чисел. Все же это не всегда было столь тотальным (Henny 1986: 1). Визуальная социология использует изображения и другие зрелищные объекты, чтобы анализировать общество и культуру. Как новое направление исследований она исходит из нескольких интеллектуальных импульсов, которые отражают возросшую озабоченность визуальным, а также эпистемологические искания постклассической науки.

Первый импульс связан с осмыслением визуальных репрезентаций культуры и имеет глубокие корни в западной интеллектуальной истории. Второй импульс развивается из практики совершенствования методики и техники социологического исследования. Лидерскую позицию в генерировании и освоении визуальных методов как способов эмпирической работы с новой техникой фиксации данных занимает американская социология, где институционализация практики визуальной социологии начинается примерно с того времени, когда в США произошло становление Ph. D. программы в социологии. И, наконец, третий импульс инспирирован культурным поворотом в социальной теории, который в том числе поддержал статус наблюдения повседневных действий людей в противовес социологической работе с абстрактными схемами общественного организма в целом.

Итак, первым импульсом в развитии интереса к визуальным репрезентациям и интерпретации изображений было устойчивое внимание к этому феномену западных интеллектуалов начиная с Ренессанса. Художественная история и критика не только определяли каноны культурно-значимых образов в живописи и пластических искусствах, но также лелеяли многочисленные интерпретативные методологии, продолжающие влиять на всех заинтересованных в осмыслении зрительно воздействующих произведений искусства.

Социологический интерес в интерпретации изображений, произведенных культурой, обосновывался, помимо прочего, растущим влиянием средств массовой информации на популярную культуру начиная с технических революций XX столетия. Присутствие средств массовой информации в повседневной жизни устойчиво возрастало хотя бы потому что с каждым новшеством увеличивалось количество времени, которое тратилось людьми на потребление медиапродуктов.

Начиная с работ неомарксистов 1930-х гг. социология находилась под влиянием волн критической теории, идеи которой затем нашли отражение

и в интеллектуальном течении постмодернизма. Вальтер Беньямин (Беньямин 1996) и Франкфуртская школа, Раймонд Уильямс (Williams 1981) и Стюарт Холл (Hall 1973), Ролан Барт (Барт 1997) заложили основы изучения визуальных явлений культуры. Благодаря текстам этих авторов стало возможно интерпретировать изображения как значимые аспекты культуры без оглядки на методологические ограничения эмпирической социальной науки. Результат проявился в виде всплеска идей по широкому диапазону тем. Фокусируется ли работа на содержании образов или на том, как они воздействуют на реципиентов, — все эти исследования фильмов, популярных телевизионных программ, открыток, игрушек, одежды, художественного оформления тела, домашних интерьеров и несметного числа других репрезентаций популярной культуры стали прочным интересом для многих современных визуальных социологов.

Рассматривая второй импульс — импульс расширения горизонта эмпирических методов, — можно сказать, что интерес к развитию визуальных методов в научном исследовании имеет столь же длительную историю, как и сам фотоаппарат. В конце XIX и начале XX столетия антропологи, физиологи, криминологи и представители других дисциплин формировали исследовательские повестки дня, включавшие фотографию — и в некоторых случаях, кино съемку, — чтобы получить свидетельства, необходимые для аргументирования своей точки зрения. Социологи, однако, имели тенденцию использовать фотографии и другие визуальные материалы менее смело. Иллюстрация аргументов, ориентирующих читателя в теме обсуждения, находила отражение у социологов прежде всего в концептуальных диаграммах: «Например, в XIX столетии в первых выпусках “Американского журнала социологии” было много фотографий, сделанных социологами и, так называемыми в исследовательской традиции США социальными фотографиями. В течение первых пятнадцати лет существования «Американского журнала социологии» фотографии публиковались в качестве иллюстрации в статьях о социальных реформах, показывая, что было и что стало после проведения реформ. Ряд снимков имел высокую документальную ценность, как, например, фотографии по условиям жилья в Чикаго. Визуальные материалы усиливали воздействие излагаемых идей о жилищных проблемах Чикаго в 1910–1915 гг.

Около 1914 г. произошло очевидное изменение в политике по отношению к публикациям фотографий в “Американском журнале социологии”. Когда Альбион Смолл стал редактором журнала, лидерскую позицию занял бихевиористский подход. Новый редактор полагал, что визуальный язык поддерживает образ дилетантизма, который социология должна отбросить, если хочет стать точной наукой, способной соответствовать биологии и физике. После 1915 г. документальная фотография исчезла из журнала, открывая дорогу статьям с широкой демонстрацией статистических данных. В те времена фотографии на глянцевой бумаге печатались только тогда, когда необходимо было почтить память известных социологов, ушедших из жизни» (Henny 1986: 1–2).

Для всех своих намерений и целей социологи серьезно не ставили вопрос об использовании фотографий и других изображений в социальном исследовании до пионерской публикации Говарда Беккера 1974 г. «Фотография и социология» (Becker 1974). Эта работа интересна тем, что автор сопоставляет проекты фотографов и проекты социологов как две линии профессиональных усилий, движимых интересом к социальным фактам. Г. Беккер выстраивает свои идеи таким образом, что речь не идет о фотографии как инструменте в руках социолога, он, скорее, обсуждает те вклады и те проблемы, которые есть у каждой группы профессионалов, фиксирующих жизнь общества при помощи камеры или интервью, тем самым, подводя к мысли о продуктивности объединения усилий: «Фотография и социология имеют приблизительно одну и ту же дату рождения, если вести отсчет развития социологии от публикации работы Конта и считать рождением фотографии 1839 г., когда Дагер обнародовал свой метод фиксации изображения на металлической пластине. Проекты обеих дисциплин были направлены на исследование общества.

Отталкиваясь от границ морали и метафизики, социологи всегда хотели понять, как общество работает, составить карту его больших секторов и разломов. Они обычно стремились дать строгое знание об объектах и развить универсальные теории. Но некоторые социологи делали своим главным делом описание того, что еще не было описано, в стиле этнографии либо сообщение важных новостей в стиле журналистики, комбинируя эти действия более или менее с канонами строгости научной теории. <...>

Социологи часто выбирают методы исследования, которые задействованы в естествознании, они останавливаются на темах исследования, которые являются актуальными социальными проблемами, тем более что этот интерес поддержан исследовательскими фондами: бедность, наркотики, эмиграция, конфликты в университетском кампусе или гетто и так далее.

Усилия и проекты фотографов гораздо более разнообразны. Фотографы работают над созданием рекламы, делают портреты богатых и известных, но также и обычных людей, создают иллюстрации для газет и журналов, для галерей, коллекционеров и музеев. Цели создания фотографий накладывают ограничения, воздействуя на привычки наблюдения, на направление взгляда, на способ представления результатов.

С момента возникновения фотография использовалась как инструмент для исследования общества, и фотографы приняли это как одну из своих задач. Сначала некоторые фотографы использовали камеру, чтобы делать запись географически удаленных обществ, которые их современники никогда не могли бы иначе увидеть, позже — картины их собственного общества, которые их современники не имели никакого желания видеть. Иногда они даже действовали вполне как социологи, особенно в переходный период на рубеже столетий, когда социологи и фотографы согласовали потребность демонстрации общественных язв с помощью слов и образов. <...>

Другой вид социальных изысканий фотографов развивался как использование фотографий для сообщения о новостях и для записи важных об-

щественных событий. <...> С 1920-х гг. развитие иллюстрированных еженедельников в Европе сформировало группу фотографов, сделавших фоторепортаж или фотоочерк инструментом социального анализа. <...>

Вовлечение в политику способствовало развитию фотографии в качестве направления, вскрывающего проблемы общества. Фотографы активно участвовали в движении за гражданские права в 1960-х и обнародовали фотографии, которые произвели сенсацию... Они тогда использовали навыки в создании оперативных политических репортажей, исследующих сообщества, профессиональные группы, субкультуры, институции — все то, на что направлено и социологическое внимание. Эти очерки соединяют стиль журналиста и стиль этнографа с сознательной и обдуманной позицией художника.

Появившись, фотография боролась и за статус быть искусством, и за статус быть социальным исследованием. <...>

Фотография, таким образом, подобно социологии, показала изменяющееся разнообразие контуров в зависимости от текущих интересов в сферах искусства, коммерции и журналистики, в которые она была вовлечена. При этом постоянное внимание уделялось наблюдению общества способами, более или менее связанными с подобными исследованиями, которые предпринимались и в среде социологов. Поскольку социология стала академической наукой, менее открыто, косвенно связанной с политикой, фотография стала творчеством, основанным на личном вкладе художника, но также продолжала участвовать в политике. Не удивительно тогда, что два способа социального исследования прекратили делать что-то совместно друг с другом» (Becker 1974: 3–6).

Далее в статье Г. Беккер обсуждает положительные эффекты знания теоретических идей для человека, нажимающего на кнопку фотокамеры, привлекает внимание к значительным репрезентативным возможностям выражения социальных идей на языке образов, отмечает общие проблемы работы «в поле», т.е. формирует соединительный фундамент для синтетического направления. Его работа — индикатор возрождения среди социологов интереса к функциям визуальных образов общества, которое началось с середины 1970-х годов. Было написано множество книг и брошюр об этом предмете (Barndt 1974; Henny 1978; Rosenblum 1978; Images... 1979), стали проходить ежегодные встречи, начал издаваться с 1972 г. журнал «Видеосоциология», который редактировали Александр Блюменстайл и Кларисса Стац-Штоль в Бостонском университете. Сессии по визуальной социологии проводились почти ежегодно на базе Американской социологической ассоциации с 1974 (Монреаль) до настоящего времени. Кроме того, сессии имели место на региональных социологических конференциях и на всемирных конгрессах социологов. Центром этой деятельности следует считать Соединенные Штаты, однако это движение развивается также и в Европе, где используются различные названия, например, «sociologie de l'image» во Франции или «Medienwirkungsforschung» в Германии, но в центре внимания находится один и тот же предмет (Henny 1986: 3–4).

С 1970-х годов как поворотного момента для визуальных исследований социология начала привлекать богатый материал, существующий в более ран-

них работах по антропологии, психологии, проксемике, документальной фотографии и кино. Особенно важное влияние на развитие эмпирической визуальной социологии оказали проекты Маргарет Мид и Грегори Бэйтсона, реализовавших съемку этнографического кино на Бали (Mead, Bateson 1942; Mead, Macgregor 1951), разработки Джона Коллиера и Малкольма Коллиера (Collier 1967; Collier, Collier 1986). Фотография и фильм усиливают полевой проект, замораживая моменты восприятия, захватывая то, что наблюдалось, для последующей рефлексии. Диапазон видения видео- или фотокамеры гораздо более широк и включает гораздо большее количество деталей, чем может воспринимать даже тренированный взгляд человека. Эти ученые были первыми, кто указал, как полезна камера в обеспечении исследовательской работы и в документировании социальных взаимодействий.

Важной предпосылкой развития визуальной социологии является, помимо рассмотренного, оформление теоретических концепций, которые Петр Штомпка, обосновывая сотрудничество фотографии и социологии, называет «второй социологией». Он пишет по поводу теоретических истоков этого направления: «Какими чертами должна обладать социологическая теория, чтобы использование фотографии стало правомочным?... Среди социологических теорий те, которые могут быть использованы визуальной социологией и одновременно сами использовать эвристически либо доказательно фотографические снимки, должны выполнять условия: а) принадлежать ко второй социологии, а значит, социологии действий; б) принадлежать к социологии повседневной жизни; в) размещаться в рамках микросоциологии. Из социологических теорий три наиболее полно выполняют эти условия: феноменологическая социология Альфреда Шютца, этнометодология Гарольда Гарфинкеля и драматургическая социология Ирвинга Гофмана» (Штомпка 2007: 106–107). Следовательно, визуальное «становится видимым» для социологов только по мере расширения эпистемологических рамок социальной теории в середине XX в.

С течением времени оформились некоторые профессиональные пристрастия: визуальные социологи, заинтересованные улучшением визуальных методов исследования и расширением их использования в эмпирической социальной науке, это: Маркус Бэнкс (Banks 2001), Ричард Чалфен (Chalfen 1987), Джон Грэйди (Grady 1996), Дуг Харпер (Harper 2000), Люк Паульс (Pauwels 2000), Джон Проссер (Prosser 1998), Джон Ригер (Rieger 1996) и Джон Вагнер (Images... 1979); те, кто главным образом интерпретируют визуальные репрезентации и связаны с постмодернистской теорией в гуманитарных науках, литературе, искусстве и исследованиях культуры, это: Элизабет Чаплин (Chaplin 1994) и Сара Пинк (Pink 2001). Каждая группа поэтому имеет в значительной степени отличающиеся представления о том, где располагается предмет визуальной социологии: или в повторно подкрепленной социальной науке, или в новом виде исследований культуры, свободных от дисциплинарных границ. Важно подтвердить, однако, что оба эти конкурирующие видения визуальной социологии определяют образы как концепты или, как формулирует Говард Беккер: «наблюдая любое изобра-

жение, спрашивайте себя, на какой вопрос или вопросы оно могло бы отвечать?» (Becker 1974: 12).

В течение последних пятнадцати лет были сделаны многочисленные попытки определения концептуальной структуры и дисциплинарных границ визуальной социологии. Майкл Эммисон и Филипп Смит (Emmison, Smith 2000), например, доказывают, что визуальные исследователи должны фокусироваться на совершенствовании навыков наблюдения. Поэтому для них внимание к особенностям конструкции изображений является слабой заменой культивирования искусства наблюдения. Большинство визуальных социологов, однако, рассматривают работу с изображениями как необходимый шаг к улучшению ремесла наблюдения. Некоторые визуальные социологи полагают, что область данного направления является изобретение визуальных исследовательских техник (Images... 1979), в то время как другие утверждают, что визуальная социология включает прежде всего семиотический интерпретативный анализ визуальных продуктов культуры и общества (Harper 2000).

Джон Грэйди размышляет о том, что социальное и культурное исследование с визуальными материалами должно состоять из многих отличных аналитических методов, но только некоторые из них адекватно изложены на сегодняшний день (Grady 1996). Наиболее явное упущение в современной визуальной социологии, например, связано с недостатком внимания к визуальной демонстрации количественной социальной информации типа карт, графов, диаграмм и других форм визуализации. По его мнению, в визуальной социологии есть так же много количественного, как и качественного (Там же).

Наконец, Люк Паульс утверждает, что визуальные социологи должны развивать «визуальную научную грамотность», чтобы полностью эксплуатировать возможности этого вида исследований (Pauwels 2000). Работа с визуальными материалами требует нескольких компетентностей, она включает детальное знание того, как материалы были произведены, знание того, к чему эти материалы обращаются (с чем соотносятся), знание эффектов коммуникации при помощи визуальных материалов.

Есть ряд способов, которыми изображения используются в прикладном исследовании. Во-первых, развивается использование изображений, для того чтобы получить информацию от участников исследования. В этом случае изображения применяют, чтобы побудить информантов говорить по какой-либо теме, которая может смущать человека из-за того, что является очень личной. Есть также примеры использования визуальных материалов в проектах с людьми, имеющими затруднения в речи (Williams, Robinson 2000). Есть примеры исследований, в ходе которых берутся некоторые фотографии и затем обсуждаются их значения. Например, проект, привлекающий детей для оценки их школы: детей просят выбрать фотографии вещей, которые им нравятся, и тех вещей, которые не нравятся, затем проходит обсуждение в группах причин и возможных решений идентифицированных таким способом проблем (Schratz, Steiner-Löffler 1998).

Широкое представление о визуальной социологии излагает американский исследователь Майкл Хилл. Он подчеркивает отношения между социологами и визуальными явлениями, определяя область как «исследование рефлексивных отношений между социальными структурами, с одной стороны, и восприятием, выбором, познанием и созданием визуальных образов, с другой». Хилл очерчивает пять проблемных исследовательских ареалов (Hill 1984: 6–7):

Определение предмета. Каковы социальные факторы, которые влияют на видение? Что определяет способ видения вещи и способ придания значения тому, что мы видим? Каков характер, роль и институциональная организация визуальной символики в социальном конструировании реальности? Какие идеи в понимании характера и организации общества могут быть отчетливо показаны через анализ изображений?

Социальные образы в средствах информации. Определенное внимание должно быть направлено на фотографии, телевидение и кинофильмы. Должны быть рассмотрены содержание образов в развлекательных программах, информационных программах и рекламе. Важны для исследования контроль и управление образами в СМИ, осуществляемые корпорациями и социальными институтами в целом. Визуальные образы в СМИ инициируют социальные изменения или просто отражают происходящие изменения?

Визуальные измерения социального взаимодействия. Внимание здесь может быть сосредоточено на невербальной коммуникации и создании имиджа тела. Какими способами одежда и мода проявляются как символы статуса и власти? Какие имиджи тела используются в художественной среде, а какие — в повседневных невербальных коммуникациях? Каким образом ландшафты предстают как средства передачи смысла в различных типах социального взаимодействия?

Социология визуального искусства. Другое направление связано с исследованием социального содержания искусства и как художественного мира, и как институциональной сферы. Кто приходит в художественные музеи и почему? В какой степени искусство является автономным от других институтов? Какова степень связи искусства с другими институтами? Каковы отличительные характеристики символического языка в визуальных искусствах? Какие социальные значения накладываются как культурный багаж на символы в визуальных искусствах?

Визуальные технологии и социальная организация. Каковы последствия главных событий в развитии визуальных технологий — фотографии, кинематографа, телевидения, цветной печати, копировальной техники, компьютерных программ и т. д. — для семьи, образования, политики, бизнеса и других сфер? Какую роль семейные фотографии играют в структурировании личной истории? В какой степени основные социальные институты управляют развитием и использованием визуальных технологий? Каковы наилучшие способы применения визуальных технологий в изучении общества, в образовании, в целом в создании «человека понимающего»?

Нет сомнения, что многие другие определения и описания могут быть сформулированы и будут сформулированы в будущем. Однако определе-

ния, будучи инструментальными в отношениях между учеными, могут иметь и не очень позитивный эффект. Определения имеют тенденцию к кристаллизации: люди вынуждены ограничивать свои действия рамками того, что предписывает им определение, вместо того чтобы задавать исследовательские вопросы, которые простираются вне заданных границ.

Поэтому сегодняшнюю ситуацию, в которой визуальная социология скорее представлена через описание поля исследований, чем точно определена в научных дефинициях, можно рассматривать и как трудности роста, и как очень продуктивное, потенциально творческое состояние. Визуальная социология — это широкий континуум интересов и проектов, соотносящихся с разнообразными теоретическими основами, это множество программ исследования с разными вариантами ссылок на социологию как на дисциплину. Несмотря на эти различия, есть единое мнение по поводу трех основных суждений.

Во-первых, *образы являются конструкцией*. Это означает, что они неизменно созданы для репрезентации какого-либо значения, что их кто-то создал для некоторой цели в определенный исторический момент времени. Таким образом, мало того что изображения имеют историю и политику, но также они часто имеют опыт путешествия от одного контекста к другому, с драматично различающимися значениями и оценками, которые они приобретают на своем пути.

Во-вторых, *изображения содержат и символическую информацию, и документальную информацию о действиях*. Принимая во внимание, что все изображения произведены как действия человека для целей, которые не лежат на поверхности и неочевидны, их физическая природа тем не менее гарантирует, что представленное есть объективный продукт конкретного акта репрезентации. Все фотографии, например, представляют более или менее ясно, что некоторая часть реальности была взята в рамки камеры, они также идентифицируют точку преимущества камеры и, возможно, фотографа. В то время как аналитики могут интересоваться или символической, или поведенческой информацией в изображении, акт, в соответствии с которым изображение создано, является неотъемлемо и символическим и поведенческим. Действительно, изображения часто смешают, добавляют, удаляют или увеличивают информацию в рамке, которую можно хвалить как искусство или сожалеть о ней как о дезинформации. Однако аберрации этого вида являются доказательством того, что символическое связано с физическим основанием изображения.

Наконец, *изображения — часть коммуникативных стратегий*, они обычно используются, чтобы рассказать или сообщить какую-либо историю. В дополнение к информации, которую эти истории передают, изображения также имеют риторическую функцию, которая неотделима от их ценности в качестве данных.

Таким образом, все социологи, ориентированные на визуальные проекты, соглашаются, что изображения составляют богатые источники информации о различных аспектах социальной и культурной жизни и их исполь-

зование предъявляет комплекс методологических и интерпретативных вызовов исследователю. Этот в общем-то неустойчивый консенсус сопровождается оживленными дебатами о развитии инновационных визуальных методов, интерпретативных процедур и других применений, которые извлекают значение из визуальных данных. Если подытожить, то в течение последней четверти XX столетия визуальная социология: 1) внесла важный вклад в полевые исследования; 2) открыла новые источники первичных данных для социального и культурного анализа; 3) поставила вопрос о легитимности визуального отчета как средства изложения академических результатов; 4) продемонстрировала, что новые цифровые средства информации обеспечивают неочевидные возможности для исследования, обучения и коммуникации; 5) открыла, каким образом исследование, задействующее визуальные материалы, может усилить прикладные инициативы в социальных науках (Grady Электронный документ).

Предмет любой науки характеризуется динамикой, исследовательские вопросы, способы ответа на них определяются и уже имеющимся опытом, и социальным запросом, и научным воображением авторов. Работы западных социологов демонстрируют, как возможно развитие предмета социологии в направлении визуальных исследований, тем более что цифровая видео- и фототехника, компьютерные программы делают работу с визуальными материалами все более привлекательной и актуальной для социологов.

Литература

- Барт Р. *Camera lucida: Комментарий к фотографии*. М.: Ad Marginem, 1997.
- Беньямин В. *Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости: Избранные эссе*. М.: Медиум, 1996.
- Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность: Сб. науч. статей / Под ред. Е.Р. Ярской-Смирновой, П.В. Романова, В.Л. Круткина*. Саратов: Научная книга, 2007.
- Визуальные аспекты культуры-2006: Сб. науч. статей / Под ред. В.Л. Круткина, Т.А. Влаковой*. Ижевск: ГОУ ВПО «Удмуртский государственный университет», 2006.
- Штомпка П. *Визуальная социология: Фотография как метод исследования: Учебник*. М.: Логос, 2007.
- Banks M. *Visual Methods in Social Research*. Thousand Oaks, CA: Sage, 2001.
- Barndt D. *Toward a visual study of society*. East Lansing: College of Social Sciences; Michigan State University, 1974.
- Becker H. *Photography and Sociology // Studies in the Anthropology of Visual Communication*. 1974. Vol. 11. N 1.
- Chalfen R. *Snapshots Versions of Life*. Bowling Green, OH: Bowling Green State University Popular Press, 1987.
- Chaplin E. *Sociology and Visual Representation*. London: Routledge, 1994.
- Collier J., Collier M. *Visual Anthropology*. Albuquerque: University of New Mexico Press, 1986.
- Collier J. *Visual anthropology: photography as a research method*. New York: Holt Rinehart and Winston, 1967.
- Emmison M., Smith Ph. *Researching the Visual*. Thousand Oaks, CA: Sage, 2000.
- Grady J. *Visual Sociology // 21st Century Sociology: A Reference Handbook*. [Электронный документ]. — www.sage-e-reference.com/sociology/ReadersGuide

- Grady J. Edward Tufte and the Promise of a Visual Social Science // *Visual Cultures of Science* / Ed. by L. Pauwels. Hanover, NH: University Press of New England, 2006.
- Grady J. The Scope of Visual Sociology // *Visual Sociology*. 1996. Vol. 11. N 2.
- Hall S. Encoding and Decoding in the Television Discourse. Univ. B'ham., Centre for Contemporary Cultural Studies, 1973.
- Harper D. Reimagining Visual Methods // *Handbook of Qualitative Research*. 2d ed. / Ed. by N. K. Denzin, Y. S. Lincoln. Thousand Oaks, CA: Sage, 2000.
- Henny L. M. A Short History of Visual Sociology // *Current Sociology*. 1986. Vol. 34.
- Henny L. M. Film and video in sociology. Utrecht: University of Utrecht, 1978.
- Hill M. R. Exploring visual sociology and the sociology of the visual arts. Monticelli: Vance Bibliographies, 1984.
- Images of information: still photography in the social sciences / Ed. J. Wagner. Beverly Hills: Sage Publications, 1979.
- Mead M., Macgregor F. Growth and culture: a photographic study of Balinese childhood. New York: Putnam, 1951.
- Mead M., Bateson G. Balinese character: a photographic analysis. New York: Academy of Sciences, 1942.
- Pauwels L. Taking the Visual Turn in Research in Scholarly Communication // *Visual Sociology*. 2000. Vol. 15. N 1–2.
- Pink S. Doing Visual Ethnography. Thousand Oaks, CA: Sage, 2001.
- Prosser J. The Status of Image-Based Research // *Image-Based Research: A Sourcebook for Qualitative Researchers* / Ed. by J. Prosser. London, England: Falmer Press, 1998.
- Rieger J. Photographing Social Change // *Visual Sociology*. 1996. Vol. 11. N 1.
- Rosenblum B. Photographers at work. New York: Holmes and Meyer, 1978.
- Schratz M., Steiner-Löffler U. Pupils Using Photographs in School Self-evaluation // *Image-based Research: A Handbook for Qualitative Researchers* / Ed. J. Prosser. London: Falmer Press, 1998.
- Williams R. Culture. London, England: Fontana, 1981.
- Williams V., Robinson C. In their Own Right: The Cares Act and Cares of People with Learning Disabilities. Bristol: Policy Press, 2000.