

А.Б. Запольская  
(Москва)

## МЕТОД ФОТОИНТЕРВЬЮ В СОЦИАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ: АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР

Статья посвящена методу фотоинтервью – интервьюированию, когда вопросами и стимулами для ответов респондента служат фотографии. Представлен анализ истории развития этого метода и современные тенденции его применения. На основе материалов зарубежных и российских публикаций характеризуются методологические аспекты включения фотографий в качественное исследование. Основная задача статьи – обозначить потенциал метода и проблемы, связанные с его использованием.

*Ключевые слова:* глубинное интервью, фотоинтервью, визуальные методы, методика качественного исследования, визуальная культура.

### *Введение*

Фотографии обладают удивительной возможностью детально репрезентировать жизненный опыт. Однако их визуальная и смысловая насыщенность никогда не воспринималась социальными аналитиками однозначно, выступая то мощным стимулом, то не менее значимым препятствием в их работе. История сомнений и смелых попыток задействовать фотографии в исследованиях общества напрямую связана с преодолением (хотя и не всегда успешным) скепсиса, с которым текстовая культура относится к визуальным образам.

---

**Александра Борисовна Запольская** – аспирант кафедры анализа социальных институтов НИУ ВШЭ. E-mail: [ajmulder@yandex.ru](mailto:ajmulder@yandex.ru).

Головокружительная «карьера» метода фотоинтервью<sup>1</sup>, может служить удачным примером легитимации визуальных методов в социальных науках. Основная идея метода состоит во включении фотографий в ситуацию исследовательского интервью: респондента просят прокомментировать или как-то отреагировать на демонстрируемые изображения. Такие интервью продуцируют два типа анализа: прямой, связанный с содержанием или контекстом снимка, и проективный, обращенный на чувства и воспоминания, которые вызывает фотография.

Судьбу метода фотоинтервью можно сравнить с развитием модного городского района, бывшего когда-то окраиной. В обоих случаях мы имеем дело с внутренним прогрессом и одновременно с меняющимся контекстом. Так, заброшенный завод становится музеем современного искусства, тогда как его местоположение перестает быть периферийным в результате роста мегаполиса.

Метод фотоинтервью был впервые описан Дж. Кольером в 1957 г. в статье журнала «Американский антрополог» и, спустя 10 лет, с подробными методическими рекомендациями, – в его книге о визуальной антропологии [1; 2]. Появление метода не вызвало энтузиазма: он практически не упоминался в публикациях до 1980-х гг. Интерес к нему возник в связи с исследованиями Д. Харпера, теоретически осмыслившего потенциал метода в рамках визуальной социологии, и работами К. Ванг, включившей интервью по фотографиям, сделанным респондентами, в авторскую программу исследования местных сообществ [3; 4]. Последние 15 лет вокруг метода наблюдается взрывная публикационная активность: он представляется как творческий и потенциально продуктивный для самых разных исследовательских сюжетов [5; 6; 7].

---

<sup>1</sup> Термин «фотоинтервью» в данном случае является прямым переводом термина *photo-interview*, которым Дж. Кольер назвал интервьюирование с фотографиями [1]. В современных публикациях намного чаще встречается другое название метода – *photo elicitation*, – т.е. «вызывание реакции на фотографии». Далее в статье я отдельно обращусь к проблеме перевода этого нового популярного термина.

В статье предпринята попытка проанализировать факторы, которые способствовали распространению фотоинтервью в социальных исследованиях. Кроме того, я остановлюсь на проблеме названия метода и его перевода на русский язык. Затем представлю вариации процедур фотоинтервью и ключевые направления современных исследований. В заключение я охарактеризую основные проблемы и перспективы метода.

### *Развитие метода в движущихся контекстах*

Рост популярности интервью с фотографиями тесно связан с меняющимися интеллектуальными контекстами социальных наук. Отложенное, но состоявшееся признание метода определили три фактора: эпистемологический сдвиг в социальных науках 1960-х гг., визуальный поворот в 1970-х и расцвет партисипаторных методик в 1990-х гг.

Несмотря на энтузиазм, возникший на рубеже XIX–XX вв., по поводу использования фотографии в исследованиях общества, большую часть XX столетия фотография не признавалась инструментом социолога<sup>1</sup>. П. Штомпка связывает это с доминировавшей до 1960-х гг. тенденцией изучать общественные системы, их функционирование и развитие. В рамках анализа «абстрактных конструкций», которые невозможно запечатлеть на фотографии, визуальным методам практически не было места [10]. Развитие в 60-х гг. XX в. социологии действия и повседневности вызвало появление проблематик, потенциально совместимых с визуальными методами. Возникли мощные программы исследования феноменов, имеющих визуальное воплощение (действующих субъектов,

---

<sup>1</sup> О первоначальном оптимизме социологии по отношению к фотографиям и о последующем отказе от них свидетельствует динамика публикаций статей с фотографиями в «Американском социологическом журнале»: с 1896 по 1916 г. – 31 статья, а к 1920-м гг. они практически исчезают. (Это отмечает Д. Харпер, и более подробно прослеживают М. Эммисон, Ф. Смит и М. Майол [8; 9].)

их окружающей среды, рутинных практик) [10]<sup>1</sup>. Важным аспектом описываемого сдвига стало утверждение в 1970-х гг. качественной методологии исследования социальных явлений, которая обрела статус полноправной. Таким образом, в социологии сложилась методологическая традиция, чья теоретическая и эмпирическая основа оставляла место фотографии как инструменту исследователя.

Другим фактором развития визуальных методов стало внимание ведущих философов и представителей социальных наук (В. Беньямин, Ж. Деррида, М. Фуко, П. Бурдьё и др.) к разным аспектам визуального в современном обществе. Необратимо возросшая значимость визуального и принципиальная необходимость выхода его интерпретаций за узкие рамки искусствоведческого анализа утверждается в работе Дж. Берджера 1972 г. «Способы видения» [11]. Индустрии, связанные с производством изображений (реклама, кино, новости), все заметнее проникают в повседневный опыт человека. Этот феномен получает схожие названия по обе стороны Атлантики в начале 1990-х гг.: Т. Митчелл пишет о «пикториальном», а Г. Бём – об «иконическом» повороте [12; 13]. Фактически специалисты констатируют становление визуальной модели мира, бросая вызов представлению о мире как о написанном тексте. Как резюмирует один из ведущих исследователей визуальной культуры Н. Мирзоефф, глобализация визуального требует новых способов интерпретации современности [14]. В социологии таким «новым способом» становится включение фотографий (в меньшей степени – видео) в процесс сбора и анализа данных. Как подчеркивает О. Запорожец, появление в 1970-е гг. визуальных методов в социологии было не «очередным экспериментаторским порывом», а проявлением «визуализирующейся культуры и новых направлений в гуманитарных науках» [15].

Визуальный поворот в социологии был связан не только с появлением более простой и недорогой фототехники, но и с осоз-

---

<sup>1</sup> П. Штомпка упоминает феноменологическую и драматургическую социологию, а также этнометодологию [10].

нанной невозможностью исследовать феномены пронизанного технологией общества в отрыве от их визуальных репрезентаций. Как считает Д. Харпер, на многих социологов, которые начали отходить от доминировавших парадигм и искали новые способы изучения общества, огромное влияние оказали публиковавшиеся в 1970-х гг. фотографические исследования публичной и внутренней жизни общественных движений и субкультур<sup>1</sup> [8]. Важным свидетельством постепенной легитимации фотографии в статусе инструмента описания и анализа общества может послужить внимание некоторых социологических журналов, которые начали выказывать заинтересованность в публикациях, сделанных на основе визуальных методов<sup>2</sup> [8]. В 1974 г. Г. Бекер призвал социологов изучать социальную документальную фотографию, техники и способы смотрения для создания «фотографических исследований общества», а в последующие годы опубликовал собственные примеры такой работы [16; 17]. Своеобразным подведением первых итогов этого движения выступила книга Дж. Вагнера 1979 г., демонстрировавшая на конкретных кейсах применение разных визуальных методов, в том числе фото-интервью [18]. В 1970–1980-е гг. визуальная социология стала сюжетом серьезных научных публикаций и прошла первые этапы институционализации (в 1983 г. состоялась международная конференция, посвященная визуальной социологии, а с 1986 г. начал выходить тематический журнал) [17].

---

<sup>1</sup> Д. Харпер упоминает фотохроники борьбы за расовое равенство Д. Лайона, опубликованные в сборнике статей *The Movement*; работу Б. Дэвидсона о жизни черного гетто, в которой он представил портреты его обитателей; фоторепортажи П. Саймона о демонстрациях, хиппи и контркультурных движениях (собранные в совместную с Р. Мунго книгу) [8].

<sup>2</sup> Д. Харпер отмечает социально-политический журнал *Transaction* (позднее переименованный в *Society*), который первым начал публиковать фото эссе. Позже, в 80-е гг., редакторы нескольких научных журналов, таких как *Symbolic Interaction*, *Qualitative Sociology* и *Contemporary Ethnography* выразили заинтересованность в публикации исследований, опирающихся на визуальные методы [8, p. 67].

Наконец, нужно сказать и о третьем факторе, повлиявшем на «карьеру» метода фото-интервью: распространение партисипаторного подхода, предполагающего активное участие исследуемых в процессе исследования. Он применялся в проектировании поселений и при обращении к проблемам образования и здравоохранения в США в последние десятилетия XX в., а в 1990-х гг. приобрел официальный статус в университетских научных центрах<sup>1</sup> [19]. Вместе с тем формировался дискурс, подчеркивающий субъектность исследуемых, за которыми ранее не признавалась компетентность в вопросах, касающихся их самих. В частности, как отмечается в анализе методик исследований детей, распространению партисипаторных техник в этой области способствовала Конвенция ООН о правах ребенка [20; 21]. Кроме того, под влиянием гендерной теории и критической педагогики социологи все чаще стали рассматривать респондентов как сотрудничающих с ними в поисках решений проблем сообщества.

Таким образом, к концу XX в. сформировался своего рода запрос на партисипаторные методики. Фотографирование и обсуждение изображений представляли собой удобный инструмент для совместной рефлексии исследователя и исследуемого. Использование визуальных образов могло также служить терапевтическим целям или открывать перед изучаемым сообществом перспективу коллективного действия. Новые задачи, раскрывшие потенциал фотоинтервью, обеспечили ему прочное место в исследовательских практиках.

### *Название и перевод как способы присвоения и интерпретации*

В 2002 г. Д. Харпер написал статью о методе интервьюирования с фотографиями, закрепив за ним ёмкое название *photo-elicitation*

---

<sup>1</sup> В частности, в 1998 г. было зафиксировано 40 центров, ведущих партисипаторные исследования [19].

(буквально «вызывание реакции на фотографии») [3]. Первоначальное название *photo-interview* продолжает встречаться в статьях как указание на общую идею метода (без доработок Харпера) и как синоним термина *photo-elicitation*, получающего всё более широкое распространение не только в англоязычных, но и (без перевода) в немецко-, франко- и русскоязычных публикациях [22; 23; 24].

Задача адекватного перевода на русский заключается не в калькировании иностранных слов, не в продвижении «самобытных» понятий, а в стремлении, чтобы используемый термин имел бы такое же, интуитивно понятное, значение для российского социолога, какое он имеет для его западных коллег.

Понятие *elicitation* проблематично для перевода на русский язык, так как в русском отсутствует слово, значение которого варьируется от *вызывания* какой-либо реакции собеседника («шутка *вызывает* смех») до *извлечения* интересующей информации («выведение на чистую воду»). Возможно, из-за этого в отечественной лингвистике используется калькированное слово «элицитация» для названия метода *elicitation* (расспрашивание носителя изучаемого языка) [25].

В русскоязычных социологических текстах, можно встретить различные варианты перевода термина *elicitation*: «интервью с интерпретацией фотографий», «провоцирующее интервью» [10]; «фотоиллюстрация» [26]; «фотографическое стимулирование» [27], «фотовыявление» [28]. Такое разнообразие отражает не только трудность перевода, но и колебания по поводу интерпретации метода и его потенциала как проективного инструмента. Например, Н. Богданова, которая называет метод «фотовыявление», использует фотографии для того, чтобы *выявить* знание, которое *уже есть* у респондентов<sup>1</sup> [28; 29]. Иной перевод возможен, если исследователь задается вопросом, в какой мере фотографии способны *проявлять* особый вид воспоминаний, которые не подкрепляются

---

<sup>1</sup> Опрос с фотографиями, отобранными из СМИ, проводился с целью установить обыденные представления о самопрезентации [29].

официальным дискурсом (подобную проблематику можно найти в работе О. Саркисовой и О. Шевченко [30]). В этом случае слово «*проявлять*» есть творческий перевод глагола *to elicit*, синонимом которого здесь выступает *пробудить*, но никак не *выявить*. Кроме того, возможен взгляд на фотографию как проявляющую субъективный опыт и тонкие переживания. Например, О. Запорожец и Е. Лавринец анализируют, как в уличной фотографии проявляется восприятие города «человеком с фотоаппаратом» [31]. При таком подходе едва ли можно назвать интервью «фотовыявление» или «фотографическое стимулирование».

Проблема перевода перекликается с проблемой названия метода: в обоих случаях речь идет об одной из интерпретаций его смысла. Метод был разработан во времена доминирования «позитивистских» техник получения информации, однако применяется в период господства представления о конструируемом характере знания и ориентации на сотрудничество с респондентами. С. Пинк поставила под сомнение адекватность термина *photo elicitation*, за которым, по ее мнению, стоит идея извлечения из исследуемого содержащегося в нем знания, тогда как в процессе интервью знание вырабатывается совместно интервьюером и респондентом [5].

Отсылку к «позитивистской» интерпретации можно смягчить, отказавшись от слов «выявление» и «извлечение» и используя слова, которые не столь очевидно указывают на властную позицию социолога. Кроме того, важно, чтобы термин подразумевал, что ответы респондентов суть реакция на фотографии или комментарии к ним. Эту, общую для метода идею, резюмируют слова «фото-вопрос» («фото-вопросы») и «фотоинтервью» (в данном случае оно уже выступает не как перевод предложенного Кольером термина *photo-interview*, а именно как вариант перевода термина *photo-elicitation*). Слово «фото-вопрос» может использоваться для замены длинного выражения «вопрос, включающий в себя фотографию». В этом смысле можно говорить о фото-вопросах в интервью или анкетах. При этом необходимо отметить, что



широкораспространенное применение фото-вопросов в количественных исследованиях имеет свою специфику, освещение которой не входит здесь в задачи автора<sup>1</sup>. Термин «фотоинтервью» послужит указанием на привлечение фото-вопросов в интервью и фокус-группах.

Эти названия выбраны как вполне нейтральные к современным дебатам об интерпретации метода. Другие варианты приемы, но нуждаются в рефлексивном использовании, так как могут указывать на модус применения метода и тип властных отношений в исследовании.

### *Метод фото-вопроса: процедуры*

Как часть полевого этапа антропологического исследования, метод фото-вопроса использовался с конца XIX в. (известно, например, что Ф. Боас просил аборигенов комментировать фотографии масок и ритуалов [33]). Однако основоположником метода принято считать антрополога Дж. Кольера, который в 1957 г. показал его преимущества, сравнив с результатами традиционных интервью [1]. Группа ученых, в которую входил Кольер, изучала самоощущение и психическое здоровье жителей канадской морской провинции, вынужденных совмещать индустриальный и деревенский образы жизни. Работавшие на фабриках в англоязычном Бристоле, но проживавшие в приморских деревнях французской Канады респонденты охотно комментировали фотографии, снятые Кольером в обоих регионах. По просьбе интервьюера респонденты называли места и людей, описывали отношение к ним, частоту встреч – так антропологи получали детальное представление о характере их включенности в сообщества, а также восприятия города и фермы. Основным преимуществом фото-вопросов

---

<sup>1</sup> В частности, об особенностях использования фотографий в онлайн-опросах см.: [32].

Кольер считал их способность обострить память респондента и спровоцировать длинные описания. Вторым значимым результатом было изменение ситуации интервью: человек чувствовал себя увереннее, отвечая на вопросы, обращенные к фотографии, а не лично к нему.

Популяризацией фото-интервью в среде социальных исследователей и его «переизобретением» в 1980–2000-х гг. занялся визуальный социолог Д. Харпер, значительно расширивший представление об эвристическом потенциале метода [3; 34; 35]. Харпер обратил внимание, что не любая фотография может служить ключом к жизненному миру исследуемого: на это способна лишь фотография, пробивающая брешь в опыте респондента. Так, работник автомастерской Вилли, увидев крупные планы своих рук, занятых работой с инструментами или деталями, начал подробно описывать суть своих действий [32]. Для того чтобы создать эффект разрыва ожиданий у фермеров, Харпер показывал им архивные аэрофото-съемки фермерских хозяйств, тем самым провоцируя размышления об исторических изменениях в сельском хозяйстве [3]. Можно предположить, что фотографии канадского приморья, снятые Кольером, были столь же неожиданны для жителей провинции в 1950-е гг. Вероятно, именно поздний период исследований Харпера, когда визуальные образы получили большее распространение, обуславливал необходимость дополнительных «уловок». Это означает, что в эпоху цифровых технологий, когда не только сами изображения, но и их производство и распространение становятся частью повседневности, социологи будут вынуждены изобретать новые способы для достижения тех же эффектов (например, использовать в фото-интервью черно-белые фотокарточки).

Принципиально новое развитие метод получил благодаря работам К. Ванг, где она соединила его с автофотографией – приемом антропологов, предлагавших исследуемым снимать фото- или видеоматериалы [36; 37]. В отличие от Кольера и Харпера, Ванг выносила на обсуждение респондентов фотографии, сделанные

ими самими по её просьбе. Таким образом, она поставила в центр методологии способность фотографии стать «мостом» между мирами интервьюера и респондента [4; 38].

Исследовательская программа Ванг (впервые примененная в работе о жизни женщин китайской провинции) включала несколько этапов: фотографирование респондентами условий своей жизни; обсуждение фотографий в группах вместе с исследователями; формулирование основных проблем сообщества и представление чиновникам выводов о необходимых изменениях. Ванг назвала используемый ею метод *PhotoVoice* – «выражение наших индивидуальных и коллективных переживаний» с помощью фотографий<sup>1</sup> [38, р. 381]. Идеологически такой подход тесно связан с практикой расширения возможностей человека (во многом за счет осознания и поиска решения своих проблем), разработанной психологом-педагогом П. Фрейре<sup>2</sup> [39].

Термин *PhotoVoice* не всегда применяется рефлексивно и часто лишь указывает, что для фото-вопросов используются фотографии, сделанные членами исследуемого сообщества. Именно эта версия метода фото-вопроса считается сегодня мейнстримом.

### *Картография современных исследований, применяющих фото-вопрос*

После того как были опубликованы работы, продемонстрировавшие основные преимущества и вариации метода фото-вопроса,

---

<sup>1</sup> Расшифровка аббревиатуры *voice* – «voicing our individual and collective experience» – часто игнорируется. *PhotoVoice* переводят как фото-голос, фото-отклик. Мне представляется логичным оставить в русскоязычной социологии термин *PhotoVoice* без перевода, так как освоение этого метода обязывает ознакомиться с расшифровкой названия.

<sup>2</sup> Термин «расширение возможностей» является устойчивым переводом слова *empowerment*, однако встречается и калькированный перевод – *эмптауэрмент*.

он стал активно применяться в самых разнообразных социальных исследованиях. Работы последних 15 лет сформировали крайне мозаичное поле, описать которое можно, задав несколько основных векторов: исследовательские темы, субъекты наррации, разновидности самого метода фотоинтервью. Дальнейшее описание покажет, как складываются «традиционные» и «экзотические» исследовательские проблематики и соответствующие им разновидности метода фото-вопроса.

Первая попытка ревизии публикаций о фото-интервью была предпринята Д. Харпером в 2002 г. Он проанализировал сюжеты практически всех имевшихся на то время исследований, использовавших фото-интервью (всего 40). Спустя 10 лет, М. Эммисон, Ф. Смит и М. Майол отметили, что распространение метода более не позволяет подобного предприятия: авторы публикации о фото-интервью описывают лишь самые интересные, с их точки зрения, исследования [40]. В новый обзор Харпер включил наиболее заметные работы, опубликованные к 2011–2012 гг. (около 80, не считая работ по *PhotoVoice*, рассмотренных отдельно) [41]. Важен не только количественный рост, но и трансформация классификации Харпера. В 2002 г. он выделил основные области исследования (из них 4 крупных: социальный класс/социальная организация/семья; сообщество и историческая этнография; идентичность; культура). Спустя десятилетие Харпер провел разделение уже в два этапа: сначала выделил теоретические и прикладные исследования, затем в каждой группе рассмотрел тематические блоки. При этом группы исследований, посвященных разным аспектам культуры, заметно вырастают, но группа работ по исторической этнографии, ранее отмеченная как наиболее перспективная, пропадает. В целом такая группировка по сюжетам неизбежно получается несколько произвольной: одно исследование охватывает, как правило, несколько тем (например, детства, иммиграции и школы).

Тем не менее, сам по себе вопрос, какие темы исследуются с помощью фото-интервью, не лишен смысла: «карта тем» позволя-

ет сориентироваться и произвести новую рефлексию перспектив метода. Анализ публикаций показывает, что к магистральным темам относятся среда обитания, здоровье, повседневные практики, идентичность человека, а к периферийным – политика и религия. Часто субъектами наррации выступают дети и подростки, люди, оказавшиеся в подчиненном или ущемленном положении, реже – люди, имеющие опыт в определенных видах деятельности, или свидетели интересующих исследователя событий.

Можно предположить, что основной причиной обращения к фото-вопросам стала возможность более деликатного, по сравнению с интервью и дневником, доступа к опыту страдания другого. Так как совместное обсуждение фотографий частично снимает напряжение, связанное с дисбалансом властных отношений, метод часто применяют, интервьюируя бездомных [42; 43; 44], представителей этнических меньшинств и иммигрантов [45; 46]. Аналогично автофотография и фото-вопросы оказываются востребованными в исследованиях болезни и здоровья, так как болезнь может поставить в ущемленное положение даже представителей такой «благополучной» группы, как мужчины среднего возраста. Так, предложив мужчинам, больным раком предстательной железы, визуализировать свой опыт болезни в фотоснимках (представив себя кураторами тематической фотовыставки), можно не только получить визуальный материал, но и передать контроль над интервью своим респондентам. Не переживая, что предстают в беседе уязвимыми, респонденты готовы были отстраненно комментировать собственные фотографии [47].

Растущее количество исследований детей и подростков при помощи фото-вопросов связано со взглядом ученых на эту категорию респондентов. Дети и подростки нередко воспринимаются как представители иного, частично закрытого для взрослых мира, поэтому успешную коммуникацию с ними нельзя построить на исключительно вербальной основе. В частности, констатируется наличие у детей установок на общение с взрослыми [48]. Чтобы

дистанцироваться от роли учителя или родителя, социологу необходимо выбрать для фото-интервью нейтральное место (если таковое нельзя отыскать вне школы, то лучше найти наименее «нагруженное» властными отношениями помещение, например, класс для творческих занятий). В случае если самим детям предлагается создать визуальные материалы, рекомендуется предоставить им право первыми увидеть результаты своего творчества и решить, что именно они готовы обсуждать<sup>1</sup>. Как правило, исследования детей при помощи фото-вопросов касаются аспектов повседневности, имеющих визуальные измерения. При этом в фокус попадают самые разные темы: адаптация к новым местам после иммиграции [46], роль визуальных репрезентаций в построении идентичности [49], восприятие специализированного лагеря для онкологических больных [50]. Кроме того, получив в руки фотокамеру, юные респонденты становятся «этнографами» с преимуществом доступа в скрытые от глаз постороннего места. Это, например, необходимо в исследованиях как закрытого от чужаков мира (скажем, субкультуры подростков, живущих на улицах Кампалы [51]), так и мест, где локализуется интересующий социальный феномен (например, в поисках ответа на вопрос, где в городе, помимо официальных площадок, играют дети [52]).

Кроме популярных предметов исследований, можно выделить повторяющиеся мотивы, с разной интенсивностью и вариациями «звучащие» во многих работах. Это – мотивы пространства и исторического времени (воспоминаний и памяти). Например, непосредственно работают с проблемой восприятия пространства города, а когда в фокусе процесс выздоровления пациентов, тема пространства больницы возникает как эпифеномен [53; 43]. Способность фотографии выступать якорем воспоминаний можно задействовать также для изучения прошедших событий – прошлой недели или прошлого десятилетия, – соответственно, варьируется

---

<sup>1</sup> Подробнее о визуальных исследованиях с участием детей см.: [48].

и значимость темы времени. Так, ученые могут обсуждать с жителями бывших колоний архивные фотографии в надежде получить альтернативное знание об истории колониализма [54]. Иначе время «работает» при обращении к личным историям, когда фотографии могут способствовать критической рефлексии респондента при взгляде на свое прошлое. Например, англичане, участвовавшие в военных действиях, во время интервью спонтанно сопоставляли свои фотографии (и свой опыт) со стереотипными репрезентациями войны [55].

Если же говорить о методологических различиях существующих работ, то важным принципом здесь выступают задачи, которые можно решить с помощью фото-вопросов. Выделим три большие группы задач:

- повлиять на исследуемую реальность (как правило, предполагается расширение возможностей респондентов);
- исследовать аспекты визуальной культуры (скажем, восприятие изображений, практики, связанные с их хранением);
- решить ту или иную проблему полевого исследования (например, респонденты затрудняются выражать свои мысли вербально).

Первую группу задач решают исследователи, вслед за Ванг применяющие *PhotoVoice*. Это считается возможным даже в случае, если не удастся добиться диалога с чиновниками: учитывая уровень развития медиакommunikаций, сама публичная артикуляция проблем обретает значение. В такой логике рассуждали исследователи трущоб на окраинах Найроби, предложив живущим там подросткам принять участие в фотографическом изучении района [56]. Фотографии молодых людей иллюстрировали сильные стороны жителей (трудолюбие, способность выживать в тяжелых условиях, вера в свое особое предназначение), затем проходили групповые обсуждения. Так, с помощью автофотографии и фото-вопросов удалось увидеть трущобы глазами их обитателей и получить доступ к субъективному опыту подростков. Однако главной

целью было расширение возможностей участников (для этого, например, организовывались фотовыставки и публикации в СМИ). Ученые, уже покинув район трущоб, продолжали справляться о судьбе подростков: известно, что все они успешно окончили школу (в отличие от большинства своих сверстников).

Ко второй группе относятся задачи, связанные с исследованием непосредственно визуальных аспектов культуры: понять, как воспринимается пространство, описать практики обращения с семейными альбомами, установить, как интерпретируются изображения в СМИ [53; 30; 29]. Применение фото-вопросов для решения таких задач часто кажется логичным, однако не всегда дает ожидаемый результат. Например, при исследовании городского пространства существует риск упустить из внимания такие важные аспекты взаимодействия с окружающей средой, как звуки и запахи [53].

Третья группа включает в себя задачи, которые появляются в процессе полевого исследования: чаще всего именно для их решения привлекается метод фото-вопроса. Не исключены ситуации, когда применение метода не планировалось изначально, а оказалось выходом из возникшего затруднения. Так, использование фотографий решает задачи, призванные облегчить интервьюирование людей с ограниченными возможностями вербального самовыражения, наладить доверительные отношения, привлечь интерес респондентов. Фото-вопросы используются в интервью с людьми, чей родной язык отличается от языка исследователя [57], и детьми младших возрастов [48; 50]. Кроме того, фото-вопросы незаменимы для активации памяти респондента (особенно, если требуется детализация) [30; 55]. Использование фотографий в исследованиях, тема которых непосредственно не предполагает присутствия визуального измерения, выступает отличительной чертой этого визуального метода.

В зависимости от задачи, которую решают, используя метод фото-вопроса, варьируются различные аспекты этого метода. В частности, именно задачи определяют, какие (кем и когда сделаны) фотографии используются в интервью. В наши дни используют



один из четырех типов фотографий (табл. 1), каждый из которых предназначен только для определенных задач и тем исследований.

Промежуточные варианты (использование в интервью нескольких типов фотографий, совместная съемка и отбор фотографий исследователем и респондентом) пока крайне редки.

### *Метод фото-вопроса в исследованиях российских социологов*

Последнее десятилетие визуальные методы играют важную роль в российской социологии. К сожалению, нельзя говорить о постоянно действующих лабораториях или исследовательских центрах, однако можно смело констатировать наличие значимых событий: летние школы, конференции, тематические сборники, аккумулирующие вокруг себя всех интересующихся (например, сборники саратовского Центра социальной политики и гендерных исследований [58; 59]). Визуальное рефлексирование в работах Е. Ярской-Смирновой, Л. Воронковой, О. Паченкова, О. Запорожец, О. Бредниковой, О. Бойцовой, В. Круткина и др. Однако непосредственно фото-интервью применяется редко (либо в силу каких-то причин эти исследования не публикуются).

Отечественные социологи, которые всё же обращаются к обсуждению фотографий, выбирают примерно те же сюжеты, что и их западные коллеги. Работы российских авторов посвящены проблемам восприятия детьми пространства, освоения городского района местным сообществом, саморепрезентациям подростков [60; 25; 61]. Однако в этих работах не используются снятые по заданию автора фотографии. Социологи скорее работают «с тем, что есть», отталкиваясь не от метода, а от собственного видения (а иногда и переживания) сюжета. Так, Т. Шманкевич, изучающая различные практики фотографирования у школьников, отмечает элемент случайности в процессе своего исследования («у меня оказалась фотография, сделанная восьмиклассницей в школьном автобусе»), после чего сравнивает

Таблица 1

ТИПЫ ФОТОГРАФИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ДЛЯ ФОТО-ВОПРОСОВ

	Фотографии сняты в процессе исследования?	
	Да	Нет
Фотографии, которые обсуждаются в интервью Сделал или представил Респондент	Расширение возможностей человека Получение опосредованного доступа в закрытые места (исследования сообществ)	Активация памяти и воспоминаний Получение информации о визуализации жизненных опытов (изучение любительских фотоархивов)
Исследователь	Прояснение этнографических наблюдений (исследования незнакомых исследователю видов деятельности)	Активация воспоминаний респондента Получение информации о восприятии изображений (исследование восприятия визуальных репрезентаций СМИ)

разные интерпретации изображения на этой фотографии ученицей и учительницей [61, с. 95]. П. Романов и Е. Ярская-Смирнова, работая с фотоальбомами детских домов, также упоминают обсуждение фотографий с бывшей воспитанницей, однако фото-интервью не стало основой их анализа [60].

Работы, основанные на целенаправленном использовании метода фото-вопроса, редко, но встречаются. Так, М. Закирова, обратившаяся к теме самопрезентаций общественного движения, основывается на фотографиях, сделанных жителями, которые сопротивлялись застройке своего двора [25]. Закирова – одна из немногих, кто ориентирован на получение от респондентов нарративных описаний, связанных с исследуемой проблемой. Другой полюс представлен Н. Богдановой, использовавшей фото-вопросы, чтобы узнать, как интерпретируются фотографии советского и современного периода [29]. Примечательно, что Богданова сравнивает восприятие не просто двух возрастных групп, а фактически представителей разных эпох – тех, кто жил в советское время и тех, кто его практически не застал.

Особая черта отечественных социологов – внимание к документальным фотографиям. Так, потенциал фото-вопросов для исторической этнографии был ярко продемонстрирован О. Саркисовой и О. Шевченко, обратившимся к семейным фотоальбомам. Комментарии и рассказы владельцев о судьбе своих фотографий позволяют увидеть связь между архивом и памятью. Саркисова и Шевченко приходят к выводу: фотографии, воспринимаемые как хранилища воспоминаний, «на практике нередко оказываются чем-то вроде инструмента забвения и переосмысления прошлого» [62]. И далее указывают на возможности фото-вопросов для выявления и анализа соотношений семейной и официальной («большой») истории, что отчетливо видно из комментариев к фотографиям [62].

Российские социологи проблематизируют метод фото-вопроса в специфических культурных и исторических контекстах, уделяя

особое внимание возможности доступа к противоречивому восприятию прошлого, к культуре закрытых институтов и анализу проблем властных отношений.

### *Заклочение: проблемы и перспективы фотоинтервью*

Метод фотоинтервью, несмотря на разнообразие версий его применения, представляется достаточно целостным, чтобы говорить о его истории и перспективах. Я постаралась показать, что набор процедур, который сегодня ассоциируется с термином *photo elicitation interview*, получил распространение в результате череды пересмотров границ пригодных тем и техник исследования. История развития этого метода позволяет шире взглянуть на процесс проникновения визуальных методов в социальные науки: обратить внимание на такие факторы, как распространение партисипаторных исследований, гендерной теории и критической педагогики. Кроме того, разные варианты применения и интерпретации метода воплощают в себе существующие различия в социальных науках, в частности, между активистскими и сугубо академическими исследованиями.

В завершение назовем основные проблемы и перспективы метода. Во-первых, представляется утопичным поиск универсального алгоритма применения метода, отстаивание одной из его версий как идеальной. Как замечает С. Пинк, «конкретные методы возникают из взаимоотношений, которые ученый выстраивает с участниками исследования» [63, с. 76]. Скорее всего степень и форма такого участия останутся в ближайшее время в ряду основных тем дискуссий о методе.

Во-вторых, любая версия метода (фотографирует ли респондент/исследователь или речь идет об отборе имеющихся фотографий) трудоемка и требует существенных временных, а иногда и финансовых затрат. Дополнительным затруднением могут стать

связанные с возможностью применения метода публикационные ограничения. Зачастую встает небезобидный вопрос о праве «цитирования» фотографий в научном тексте, особенно если речь идет о снимках, которые не принадлежат участникам исследования. К тому же обнаружение даже снятого самими участниками материала, может затруднить анонимизацию респондентов.

Наконец, третьим «блоком» проблем использования метода выступает целая серия сложностей, связанных с проблематичностью фотографии как особого медиума. По наблюдению Сьюзан Зонтаг, фотография фиксирует «красивое» и неизбежно тем самым эстетизирует сюжет [64]. Кроме того, существуют некие устоявшиеся представления, стереотипы, диктующие, что должно и может быть сфотографировано в рамках того или иного жанра. Социолог не всегда способен оценить склонность респондентов подтверждать визуальные стереотипы СМИ или, наоборот, стремление им противостоять. Поэтому, считая фотографии окнами, сквозь стекло которых можно заглянуть в жизнь респондента, исследователь рискует увидеть неполную картину. Решением здесь, возможно, окажется контекстуализация снимка: при обсуждении изображения крайне важно обращать внимание на само событие фотографирования. Кроме того, вовсе не бессмыслен здесь вопрос об отсутствующих фотографиях, которые респондент хотел бы сделать сам или обсудить.

Несмотря на все трудности, фото-вопрос признается самым популярным визуальным методом в социальных науках [7, р. 306]. Однако возможности его использования во многих областях социологического исследования пока неизвестны. Парадоксально, но наименее изученным остается потенциально самое значимое свойство фото-вопросов – способность влиять на баланс властных отношений в ситуации интервью. Социологи с разной степенью успеха задействуют фото-вопрос для расширения возможностей отдельных категорий респондентов. Однако существует и обратная сторона дисбаланса власти: исследователь может занимать под-

чиненное положение по отношению к респонденту. Замечу, что описываемая ситуация не столь экзотична, как может показаться на первый взгляд: элита [65], чиновники, руководители предприятий и известные ученые суть проблематичные для социолога интеракции. «Опрокидывание» структуры интервью (когда социолог отвечает на вопросы чаще, чем респондент), уход от конкретики, использование клише, выработанных ранее при ответе на вопросы журналистов и др. – проблемы, которые рефлексировались социологами, но остаются пока нерешенными [66]. Способность лежащей на столе фотографии фиксировать тему обсуждения и разрывать паттерн журналистского интервью могла бы здесь пригодиться. Потенциал фото-вопросов в работе с доминирующими группами остается открытым для новых теоретических и эмпирических исследований.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Collier J. Photography in Anthropology: a Report on Two Experiments // *American Anthropologist*. 1957. Vol. 59. P. 843–859.
2. Collier J. Visual Anthropology: Photography as a Research Method. N.Y.: Holt, Rinehart and Winston, 1967.
3. Harper D. Talking about Pictures: A Case for Photo Elicitation // *Visual Studies*. 2002. Vol. 17. No. 1. P.13–26.
4. Wang C. Photovoice: A Participatory Research Strategy Applied to Women's Health // *Journal of Women's Health*. 1999. Vol. 8. No. 2. P. 185–192.
5. Pink S. Doing Visual Ethnography. L.: Sage, 2001.
6. Denzin N., Lincoln Y. The SAGE Handbook of Qualitative Research. L.: Sage, 2011.
7. Rose G. Visual Methodologies. L.: Sage, 2011.
8. Harper D. Visual Sociology: Expanding Sociological Vision // *The American Sociologist*. 1988. Vol. 19. No. 1. P. 54–70.
9. Emmison M., Smith P., Mayall M. Researching the Visual. L.: Sage, 2012.
10. Штомпка П. Визуальная социология: фотография как метод исследования: учебник. М.: Логос, 2007.
11. Berger J. Ways of Seeing. L.: Penguin Books, 1972.
12. Mitchell W.J.T. Picture Theory. Essays on Verbal and Visual Representation. Chicago: The Univ. of Chicago Press, 1994.
13. Boehm G. Was ist ein Bild. Munchen: W. Fink Verlag, 1994.
14. The Visual Culture Reader / Ed. N. Mirzoeff. L.: Routledge, 1998.

15. *Запорожец О.* Визуальная социология: контуры подхода // ИНТЕР: интеракция, интервью, интерпретация. 2007. № 4. С. 15–28.
16. *Becker H.* Photography and Sociology // *Studies in the Anthropology of Visual Communication*. 1974. Vol. 1. P. 3–26.
17. *Heisley D.D., Levy S.J.* Autodriving: a Photoelicitation Technique // *Journal of Consumer Research*. 1991. No. 18. P. 257–272.
18. *Images of Information: Still Photography in the Social Sciences* / Ed. J. Wagner. Beverly Hills: Sage, 1979.
19. *Wilmsen C.* Partnership for Empowerment: Participatory Research for Community-based Natural Resource Management. Sterling, VA: Earthscan, 2008.
20. *Fargas-Malet M., McSherry D., Larkin E., Robinson C.* Research with Children: Methodological Issues and Innovative Techniques // *Journal of Early Childhood Research*. 2010. Vol. 8. No. 2. P. 175–192.
21. United Nations Convention on the Rights of the Child. Geneva: UN, 1989.
22. *Holzwarth P., Niesyto H.* Präsentativer und diskursiver Selbstausdruck junger Migranten und Migrantinnen im Kontext verschiedener (medien-) kultureller Ressourcen. // *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*. 2008. Vol. 9. No. 3. URL: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0803101> (date of access: 30.10.2014).
23. *Bigando E.* De l'usage de la 'photo elicitation interview' pour appréhender les paysages du quotidien : retour sur une méthode productrice d'une réflexivité habitante // *Cybergeo : European Journal of Geography*. Politique, Culture, Représentations. 2013. URL: <http://cybergeo.revues.org/25919> (date of access: 30.10.2014).
24. *Круткин В.Л.* Фотография в социологическом исследовании: деревенская свадьба на форуме в интернете // *Вестник Удмуртского университета. Сер.: Философия. Психология. Педагогика*. 2010. № 2. С. 88–96.
25. *Кибрик А.Е.* Методика полевых исследований: к постановке проблемы. М.: Изд-во МГУ, 1972.
26. *Закирова М.* «Вот здесь видно все!»: самопрезентация городского общественного движения // *Журнал исследований социальной политики*. 2008. № 6 (2). С. 217–240.
27. *Химич В.Ю.* Методологические особенности использования метода «фотографической стимуляции» (photo elicitation). URL: [http://conf.msu.ru/archive/Lomonosov\\_2011/1413/30832\\_fc8a.pdf](http://conf.msu.ru/archive/Lomonosov_2011/1413/30832_fc8a.pdf) (дата обращения: 30.10.2014).
28. *Богданова Н.М.* Вступительное слово [к статье Д. Харпера «Фотовыявление: истоки, развитие, темы и формы»] // *Социологический журнал*. 2013. № 2. С. 16–42.
29. *Богданова Н.М.* Фотография как инструмент социологического анализа практик конструирования визуальной самопрезентации // *Журнал исследований социальной политики*. 2012. № 15 (2). С. 98–113.

30. Саркисова О., Шевченко О. «Приехали, расстреляли, и все»: семейные фотографии, память места и опыт государственного насилия в Новочеркасске // Неприкосновенный запас. 2013. № 87.

31. Запорожец О.Н., Лавринец Е. Потеряться, чтобы увидеть: опыты фотографического восприятия города // Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность / Под ред. Е.Р. Ярской-Смирновой, П.В. Романова, В.Л. Круткина. Саратов: Научная книга. 2007. С. 61–77.

32. Couper M.P., Tourangeau R., Kenyon K. Picture This! Exploring Visual Effects in Web Surveys // Public Opinion Quarterly. 2004. Vol. 68. No. 2. P. 255–266.

33. Hurworth R. Photo-interviewing // Qualitative Research Journal. 2004. Vol. 4. No. 1. P. 73–79.

34. Harper D. Meaning and Work: A Study in Photo Elicitation // Current Sociology. 1986. Vol. 34. No. 3. P. 24–46.

35. Harper D. Changing Works: Visions of a Lost Agriculture. Chicago: Univ. of Chicago Press, 2001.

36. Worth S., Adair J. Through Navajo Eyes. Bloomington: Indiana Univ. Press, 1972.

37. Chalfen R., Haley J. Reaction to Socio-Documentary Film Research in a Mental Health Clinic // American Journal of Orthopsychiatry. 1971. Vol. 41. No. 1. P. 91–100.

38. Wang C., Burris M. Photovoice: Concept, Methodology, and Use for Participatory Needs Assessment // Health Education & Behavior. 1997. Vol. 24. No. 3. P. 369–387.

39. Freire P. Pedagogy of the Oppressed. N.Y.; L.: Continuum, 2000.

40. Emmison M., Smith P., Mayall M. Researching the Visual. L.: Sage, 2012.

41. Harper D. Visual Sociology. L.: Routledge, 2012.

42. Hodgetts D., Chamberlain K., Radley A. Considering Photographs Never Taken During Photo-production Projects // Qualitative Research in Psychology. 2007. Vol. 4. P. 263–80.

43. Radley A. What People Do with Pictures // Visual Sociology. 2010. Vol. 25. No. 3. P. 268–279.

44. Packard J. ‘I’m Gonna Show You What It’s Really Like Out Here’: the Power and Limitation of Participatory Visual Methods // Visual studies. 2008. Vol. 23. No. 1. P. 63–77.

45. Noland C. M. Auto-photography as Research Practice: Identity and Self-esteem Research // Journal of Research Practice. 2006. Vol. 2. No. 1. P. 1–19.

46. Clark-Ibáñez M. Framing the Social World with Photo-Elicitation Interviews // American Behavioral Scientist. 2004. Vol. 47. P. 1507–1527.

47. Oliffe J., Bottorff J. Further Than the Eye Can See? Photo Elicitation and Research with Men // Qualitative Health Research. 2007. Vol. 17. No. 6. P. 850–858.



48. *Cappello M.* Photo Interviews: Eliciting Data through Conversations with Children // *Field Methods*. Vol. 17. No. 2. 2005. P. 170–182.
49. *Croghan R., Griffin C., Hunter J., Phoenix A.* Young People's Constructions of Self: Notes on the Use and Analysis of the Photo-Elicitation Methods // *International Journal of Social Research Methodology*. 2008. Vol. 11. No. 4. P. 345–356.
50. *Epstein I., Stevens B., McKeever P., Baruchel S.* Photo-elicitation Interview (PEI): Using Photos to Elicit Children's Perspectives // *International Journal of Qualitative Methods*. 2006. Vol. 5. No. 3. P. 1–11.
51. *Young L., Barrett H.* Adapting Visual Methods: Action Research with Kampala Street Children // *Area*. 2001. Vol. 33. No. 2. P.141–152.
52. *Rasmussen K.* Places for Children – Children's Places // *Childhood*. 2004. Vol. 11. No. 2. P. 155–173.
53. *Moore G., Croxford B., Adams M., Refae M., Cox T., Sharples S.* The Photo-survey Research Method: Capturing Life in the City // *Visual Studies*. 2008. Vol. 23. No. 1. P. 50–62.
54. *Buckley L.* Photography and Photo-Elicitation after Colonialism // *Cultural Anthropology* 2014. Vol. 29. No. 4. P. 720–743.
55. *Jenkings N. K., Woodward R., Winter T.* The Emergent Production of Analysis in Photo Elicitation: Pictures of Military Identity // *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*. 2008. Vol. 9. No. 3.
56. *Dakin E., Parker S.N., Amell J.W., Rogers B.S.* Seeing with Our Own Eyes: Youth in Mathare, Kenya Use Photovoice to Examine Individual and Community Strengths // *Qualitative Social Work*. 2014. Vol. 14 (2). P. 1–23.
57. *Bignante E.* The Use of Photo-elicitation in Field Research. Exploring Maasai Representations and Use of Natural Resources // *EchoGéo*. 2010. Vol. 11. P. 1–18.
58. Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность / Под ред. Е. Ярской-Смирновой, П. Романова, В. Круткина. Саратов: Научная книга, 2007.
59. Визуальная антропология: настройки оптики / Под ред. Е. Ярской-Смирновой, П. Романова. М.: Вариант; ЦСПГИ, 2009.
60. *Романов П., Ярская-Смирнова Е.* Ландшафты памяти: опыт прочтения фотоальбомов // *Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность* / Под ред. Е. Ярской-Смирновой, П. Романова, В. Круткина. Саратов: Научная книга, 2007. С. 146–168
61. *Шманкевич Т.Ю.* О потенциале фотографии для социологического исследования: сюжет школьного гламура // *Журнал социологии и социальной антропологии*. 2009. № 12 (3). С. 94–105.
62. *Шевченко О., Саркисова О.* Советское прошлое в любительской фотографии: работа памяти и забвения // *Отечественные записки*. 2008. № 43 (4). С. 205–217.
63. *Пинк С.* Визуальная антропология в XXI в. (Форум: Визуальная антропология) // *Антропологический форум* 2007. № 7. С. 68–78.

64. Зонтаг С. О фотографии. М.: Ad Marginem, 2012.

65. Пэнсон М., Пэнсон-Шарло М. Социальная дистанция и специфические условия полупоформализованного интервью. Практика исследования аристократии и крупной буржуазии // Социология: методология, методы, математические модели. 1995. № 5-6. С. 190–213.

66. Chamboredon H., Pavis F., Surdez M, Willemez L. S'imposer aux imposants: A propos de quelques obstacles rencontrés par des sociologues débutants dans la pratique et l'usage de l'entretien // Genèses. 1994. Vol. 16. No. 1. P. 114–132.

### **Zapolskaya Alexandra**

*National Research University Higher School of Economics (NRU HSE),  
Moscow, ajmulder@yandex.ru*

#### **Photo-Interview in Social Research: Analytical Overview of the Method**

This paper examines photo-interview (photo elicitation), the method that uses photos to elicit respondent's answers and reactions. It reconstructs the history of the development of the method in the changing intellectual contexts of social sciences. The author indicates three main turns that promoted the method: the epistemological shift in the 1960s, the visual turn in 1970s and the growth of participatory research in 1990s. Based on classic and contemporary publications the paper works out methodological aspects of inserting photos into a qualitative interview. The typology of the photo elicitation applications according to a researcher's specific objectives is suggested in order to outline less developed subfields or even gaps. The author pays special attention to inclusion of the method in Russian-language research: she reviews the existing research with photography as an instrument and analyses the current problematic translations of the term "photo elicitation". Finally, the article outlines the potential of the method and the problems it involves. Particularly, regarding the ability of the method to change the power balance in the interview, the author suggests that it should be used both in situations when the interviewer is dominant or dominated.

*Keywords:* in-depth interview, photo-interview, photo elicitation, visual methods, qualitative research methods, visual culture.

## References

1. Collier J. "Photography in anthropology: a report on two experiments", *American Anthropologist*, 1957, 59, 843–859.
2. Collier J. *Visual anthropology: photography as a research method*. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1967.
3. Harper D. "Talking about pictures: A case for photo elicitation", *Visual Studies*, 2002, 17 (1), 13–26.
4. Wang C. "Photovoice : A participatory research strategy applied to women's health", *Journal of Women's Health*, 1999, 8 (2), 185–192.
5. Pink S. *Doing visual ethnography*. London: Sage, 2001.
6. Denzin N., Lincoln Y. *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. London: Sage, 2011.
7. Rose G. *Visual methodologies*. London: Sage, 2011.
8. Harper D. "Visual Sociology: Expanding Sociological Vision", *The American Sociologist*. 1988, 19 (1), 54–70.
9. Emmison M., Smith P., Mayall M. *Researching the visual*. London: Sage, 2012.
10. Sztompka P. *Vizual'naja sociologija. Fotografija kak metod issledovanija: uchebnik* (in Russian). M.: Logos, 2007.
11. Berger J. *Ways of seeing*. London: Penguin Books, 1972.
12. Mitchell W.J.T. *Picture theory. Essays on Verbal and Visual Representation*. Chicago: The University of Chicago Press, 1994.
13. Boehm G. *Was ist ein Bild*. Munchen: W. Fink Verlag, 1994.
14. Mirzoeff N. (ed.) *The Visual Culture Reader*. London: Routledge, 1998.
15. Zaporozhets O. "Vizual'naja sociologija: kontury podhoda" (in Russian), INTER. Interakcija. Interv'ju. Interpretacija, 2007, 4, 15–28.
16. Becker H. "Photography and Sociology", *Studies in the Anthropology of Visual Communication*, 1974, 1, 3–26.
17. Heisley D.D., Levy S.J. "Autodriving: a photoelicitation technique", *Journal of Consumer Research*, 1991, 18, 257–272.
18. Wagner J. (ed.) *Images of information: Still photography in the social sciences*. Beverly Hills: Sage, 1979.
19. Wilmsen C. *Partnership for empowerment: Participatory Research for Community-based Natural Resource Management*. Sterling, VA: Earthscan, 2008.
20. Fargas-Malet M., McSherry D., Larkin E., Robinson C. "Research with children: methodological issues and innovative techniques", *Journal of Early Childhood Research*, 2010, 8 (2), 175–192.
21. *United Nations Convention on the Rights of the Child*. Geneva: UN, 1989.
22. Holzwarth P., Niesyto H. "Präsentativer und diskursiver Selbstaussdruck junger Migranten und Migrantinnen im Kontext verschiedener (medien-) kultureller Ressourcen", *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative*

- Social Research*, 2008, 9 (3). URL: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0803101> (date of access: 30.10.2014)
23. Bigando E. “De l’usage de la *photo elicitation interview* pour appréhender les paysages du quotidien: retour sur une méthode productrice d’une réflexivité habitante”, *Cybergeog: European Journal of Geography*. Politique, Culture, Représentations, 2013. URL: <http://cybergeog.revues.org/25919> (date of access: 30.10.2014)
  24. Krutkin V.L. “Fotografija v sociologičeskom issledovanii: derevenskaja svad’ba na forumе v internete” (in Russian), *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Ser. Filosofija. Psihologija. Pedagogika*, 2010, 2, 88–96.
  25. Kibrik A.E. *Metodika polevyh issledovanij: k postanovke problem* (in Russian). M.: Izd. MGU, 1972.
  26. Zakirova M. “Vot zdes’ vidno vse!”: samoprezentacija gorodskogo obshhestvennogo dvizhenija” (in Russian), *Zhurnal issledovanij social’noj politiki (Journal of Social Policy Studies)*, 2008, 6 (2), 217–240.
  27. Himich V.Ju. *Metodologičeskie osobennosti ispol’zovanija metoda “fotografičeskoj stimuljacii” (photo elicitation)* (in Russian). URL: [http://conf.msu.ru/archive/Lomonosov\\_2011/1413/30832\\_fe8a.pdf](http://conf.msu.ru/archive/Lomonosov_2011/1413/30832_fe8a.pdf) (date of access: 30.10.2014)
  28. Bogdanova N.M. Vstupitel’noe slovo k perevodu i perevod s angl. stat’i: D. Harper “Fotovyyjavlenie: istoki, razvitie, temy i formy” (in Russian), *Sotsiologičeskij Zhurnal (Sociological Journal)*, 2013, 2, 16–42.
  29. Bogdanova N.M. “Fotografija kak instrument sociologičeskogo analiza praktik konstruirovaniya vizual’noj samoprezentacii” (in Russian), *Zhurnal issledovanij social’noj politiki (Journal of Social Policy Studies)*, 2012, 15 (2), 98–113.
  30. Sarkisova O., Shevchenko O. “Priehali, rasstreljali, i vse”: semejnye fotografii, pamjat’ mesta i opyt gosudarstvennogo nasilija v Novočerkaške” (in Russian), *Neprikosnovennyj zapas*, 2013, 87.
  31. Zaporozhets O.N., Lavrinets E. “Poterjat’sja, chtoby uvidet’: opyty fotografičeskogo vosprijatija goroda”, in: *Vizual’naja antropologija: novye vzgljady na social’nuju real’nost’*. Saratov: Nauchnaja kniga, 2007. P. 61–77.
  32. Couper M.P., Tourangeau R., Kenyon K. “Picture this! Exploring visual effects in web surveys”, *Public Opinion Quarterly*, 2004, 68 (2), 255–266.
  33. Hurworth R. “Photo-interviewing”, *Qualitative research journal*, 2004, 4 (1), 73–79.
  34. Harper D. “Meaning and work: A study in photo elicitation”, *Current Sociology*, 1986, 34 (3), 24–46.
  35. Harper D. *Changing Works: Visions of a Lost Agriculture*. Chicago: University of Chicago Press, 2001.
  36. Worth S., Adair J. *Through Navajo Eyes*. Bloomington: Indiana University Press, 1972.
  37. Chalfen R., Haley J. “Reaction to Socio-Documentary Film Research in a Mental Health Clinic”, *American Journal of Orthopsychiatry*, 1971, 41 (1), 91–100.

38. Wang C., Burris M. "Photovoice: Concept, methodology, and use for participatory needs assessment", *Health education & behavior*, 1997, 24 (3), 369–387.
39. Freire P. *Pedagogy of the oppressed*. New York, London: Continuum, 2000.
40. Emmison M., Smith P., Mayall M. *Researching the visual*. London: Sage, 2012.
41. Harper D. *Visual sociology*. London : Routledge, 2012.
42. Hodgetts D., Chamberlain K., Radley A. "Considering photographs never taken during photo-production projects.", *Qualitative Research in Psychology*, 2007, 4, 263–80.
43. Radley A. "What people do with pictures", *Visual Sociology*, 2010, 25 (3), 268–279.
44. Packard J. 'I'm gonna show you what it's really like out here': the power and limitation of participatory visual methods, *Visual studies*, 2008, 23 (1), 63–77.
45. Noland C.M. "Auto-photography as research practice: Identity and self-esteem research", *Journal of Research Practice*, 2006, 2 (1), 1–19.
46. Clark-Ibáñez M. "Framing the Social World with Photo-Elicitation Interviews", *American Behavioral Scientist*, 2004, 47, 1507–1527.
47. Oliffe J., Bottorff J. "Further than the eye can see? Photo elicitation and research with men.", *Qualitative Health Research*, 2007, 17 (6), 850–858.
48. Cappello M. "Photo interviews: Eliciting data through conversations with children", *Field Methods*, 17 (2), 2005, 170–182.
49. Croghan R., Griffin C., Hunter J., Phoenix A. "Young People's Constructions of Self: Notes on the Use and Analysis of the Photo-Elicitation Methods", *International Journal of Social Research Methodology*, 2008, 11 (4), 345–356.
50. Epstein I., Stevens B., McKeever P., Baruchel S. "Photo-elicitation interview (PEI): Using photos to elicit children's perspectives", *International Journal of Qualitative Methods*, 2006, 5 (3), 1–11.
51. Young L., Barrett H. "Adapting visual methods: action research with Kampala street children", *Area*, 2001, 33 (2), 141–152.
52. Rasmussen K. "Places for children—children's places", *Childhood*, 2004, 11 (2), 155–173.
53. Moore G., Croxford B., Adams M., Refaee M., Cox T., Sharples S. "The photo-survey research method: capturing life in the city", *Visual Studies*, 2008, 23 (1), 50–62.
54. Buckley L. "Photography and Photo-Elicitation after Colonialism", *Cultural Anthropology*, 2014, 29 (4), 720-743.
55. Jenkins N.K., Woodward R., Winter T. "The emergent production of analysis in photo elicitation: pictures of military identity", *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 2008, 9 (3).
56. Dakin E., Parker S.N., Amell J.W., Rogers B.S. "Seeing with our own eyes: Youth in Mathare, Kenya use photovoice to examine individual and community strengths", *Qualitative Social Work*, 2014, 14 (2), 1–23.
57. Bignante E. "The use of photo-elicitation in field research. Exploring Maasai representations and use of natural resources", *EchoGéo*, 2010, 11, 1–18.

58. *Vizual'naja antropologija: novye vzglyady na social'nuju real'nost'* (in Russian). Saratov: Nauchnaja kniga, 2007.
59. *Vizual'naja antropologija: nastrojki optiki* (in Russian). M.: Variant, CSPGI, 2009.
60. Romanov P., Iarskaia-Smirnova E. "Landshafty pamjati: opyt prochtenija fotoal'bomov", *Vizual'naja antropologija: novye vzglyady na social'nuju real'nost'* (in Russian). Saratov: Nauchnaja kniga, 2007. P. 146–168.
61. Shmankevich T.Ju. "O potencie fotografii dlja sociologicheskogo issledovanija. Sjuzhet shkol'nogo glamura" (in Russian), *Zhurnal sociologii i social'noj antropologii (The Journal of Sociology and Social Anthropology)*, 2009, 12 (3), 94–105.
62. Shevchenko O., Sarkisova O. "Sovetskoe proshloe v ljubitel'skoj fotografii: rabota pamjati i zabvenija" (in Russian), *Otechestvennye zapiski*, 2008, 43 (4), 205–217.
63. Pink S. "Vizual'naja antropologija v XXI v. (Forum: Vizual'naja antropologija)" (in Russian), *Antropologicheskij forum*, 2007, 7, 68–78.
64. Sontag S. *On photography* (transl., in Russian). M.: Ad Marginem, 2012.
65. Pincon M., Pincon-Charlot M. "Social'naja distancija i specificheskie uslovija poluformalizovannogo interv'ju. Praktika issledovanija aristokratii i krupnoj burzhuzii" (transl., in Russian), *Sotsiologiya 4M (Sociology: methodology, methods, mathematical modeling)*, 1995, 5–6, 190–213.
66. Chamboredon H., Pavis F., Surdez M., Willemez L. «S'imposer aux imposants. A propos de quelques obstacles rencontrés par des sociologues débutants dans la pratique et l'usage de l'entretien», *Genèses*, 1994, 16 (1), 114–132.