

Оригинальная статья

УДК 159.9.07, 159.923
doi: 10.11621/npj.2021.0105

Вербальные и невербальные методы в исследовании социальных представлений о счастье

С.А. Избасарова, МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия

ORCID: 0000-0003-3658-6042

Для контактов. E-mail: sonya.th@yandex.ru

Актуальность (контекст) тематики статьи. Феномен «счастья» обладает семантической неопределенностью и рассматривается преимущественно в рамках корреляционных исследований. Мультимодальный подход к анализу многоуровневых социально-психологических феноменов, в том числе феномена «счастье», весьма актуален и обладает значительным потенциалом.

Целью работы являлось проведение исследования социальных представлений о счастье.

Процедура исследования. Нами было проведено исследование социальных представлений о счастье с помощью визуального анализа фотографий как одного из инструментов качественной методологии. Вторым способом сбора эмпирического материала являлись полуструктурированные интервью. Выборку составили две группы студентов от 21 до 24 лет. Группы были согласованы по составу и социально-экономическому положению. На первом этапе исследования испытуемым было предложено в течение месяца сделать фоторепортаж, состоящий из пяти — семи фотографий, на тему «счастье». Данные были проанализированы с точки зрения комплексной стратегии интерпретации визуальных данных, включающей герменевтический, семиотический, структурный и дискурсивный анализы. На втором этапе с другой группой испытуемых были проведены полуструктурированные интервью, которые впоследствии анализировались в рамках тематического подхода. Было проведено сопоставление данных, полученных разными методами исследования, проанализированы потенциал и ограничения вербальных и визуальных методических подходов.

Результаты. Выявлены ядро и периферия социальных представлений о счастье, структура и содержание презентованы графически. Результаты, полученные путем качественного анализа фотографии, отразили те факторы в содержании социального представления о счастье, которые были незначимы в количественных исследованиях. Была выявлена эмоциональная вариативность исследуемого понятия, благодаря его визуальной презентации.

Заключение. Представленный в работе дизайн исследования с использованием анализа визуальных данных и метода интервью показал свою эффективность в исследовании комплексных социально-психологических феноменов. Возможны несколько направлений дальнейших исследований: содержательный анализ изучаемого феномена иных возрастных групп, вариативность дизайна исследования с использованием других вербальных методов либо подходов к анализу дискурса, модификация стратегии интерпретации визуальных данных при изучении иных мультимодальных феноменов.

Ключевые слова: визуальный анализ, анализ фотографии, социальные представления о счастье, счастье, мультимодальная стратегия исследования, качественные исследования.

Для цитирования: Избасарова С.А. Вербальные и невербальные методы в исследовании социальных представлений о счастье // Национальный психологический журнал. 2021. № 1 (41). С. 53–62. doi: 10.11621/npj.2020.0205

Поступила 24 февраля 2021 / Принята к публикации 18 марта 2021

Verbal and non-verbal methods in studying social representations of happiness

Sofia A. Izbasarova, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0003-3658-6042

Corresponding author. E-mail: sonya.th@yandex.ru

Background. The phenomenon of “happiness” is characterized by semantic indeterminacy and is mainly considered from the correlative viewpoint. The present study proceeds from the idea of relevance and potential of multimodal approach to the analysis of multilevel socio-psychological phenomena. With this perspective in mind, social representations of happiness were researched with the use of visual analysis of photographs as one of the qualitative methodology tools. The second method of collecting empirical material consisted in semi-structured interviews.

Objective. The aim of the study was to describe social representations of happiness. The procedure was as follows: the sample consisted of two groups of students from 21 to 24 years old. The groups were coordinated as to their composition and socio-economic status. At the first stage of the study test subjects were asked to make a photo report consisting of five to seven photos on the topic “happiness” within a month. The data were analyzed in the light of comprehensive strategy for interpreting visual data, including hermeneutical, semiotic, structural, and discursive analyses. The scheme of photo processing and examples of empirical material are presented below. At the second stage semi-structured interviews were conducted with another group of test subjects and subsequently analyzed in the framework of thematic approach. The data obtained by different research methods were compared and subject to analysis with respect to the potential and limitations of verbal and visual methodological approaches.

Results. The study revealed the core and periphery of social representations of happiness, and the corresponding structure and content were presented graphically. The results obtained by qualitative analysis of the photo material reflected those factors in the content of social representations of happiness that were considered insignificant in quantitative studies. The emotional variability of the concept under study was revealed due to its visual presentation.

Conclusion. The study design presented in the paper implies both the analysis of visual data and the interview method. It has proved effective for studying complex socio-psychological phenomena. Further research could be conducted in several directions: content analysis of the phenomenon under study for other age groups; variation of study design by using other verbal methods or approaches to discourse analysis; modifying the visual data interpretation strategy for studying other multimodal phenomena.

Keywords: visual analysis, analysis of photograph, representations of happiness, happiness, multimodal strategy of research, qualitative research.

For citation: Izbasarova S.A. (2021). Verbal and non-verbal methods in studying social representations of happiness. National Psychological Journal [Natsional'nyy psikhologicheskii zhurnal], 14 (1), 53–62. doi: 10.11621/npj.2020.0405

Received February 24, 2020 / Accepted for publication March 18, 2020

Введение

Значимость в жизни того, что люди называют словом «счастье», вряд ли можно ставить под сомнение. Большое количество исследований посвящено пониманию данного феномена и выявлению значимых факторов его переживания.

М. Аргайл, английский специалист в области социальной психологии, обобщил разрозненные исследования счастья того времени, собрав их воедино под одним названием «Психология счастья» (Аргайл, 2003). Данная монография содержит в себе обшир-

Обобщая результаты различных исследований, можно выделить ряд факторов, корреляция (или ее отсутствие) которых с феноменом счастья доказана. Их можно разделить на две группы: значимо коррелирующие со счастьем и не имеющие с ним значимой корреляции.

ные материалы западноевропейских и американских исследований счастья. В частности, обзор Аргайла включает перечисление факторов счастья. Причем, факторы выступают и как источники, и как условия, и как области удовлетворенности жизнью, а иногда и как характеристики самого субъекта — совокупность личностных черт жизни индивида, которые поддаются определению, замеру и обнаруживают статистически значимую связь с удовлетворенностью жизнью. Обобщая результаты различных исследований, можно выделить ряд факторов, корреляция (или ее отсутствие) которых с феноменом счастья доказана. Их можно разделить на две группы: значимо коррелирующие со счастьем и не имеющие с ним значимой корреляции. К первой группе относятся: оптимизм, социальные связи, брак, наличие интересной работы, религия, духовность, свободное время, хороший сон, физические упражнения, социальное положение, субъективное здоровье. Факторы, не коррелирующие со счастьем: возраст, физическая привлекательность, деньги, пол, уровень образования, наличие детей, уровень безопасности в обществе, качество жилья, объективное здоровье (Аргайл, 2003). Результаты данных исследований по-прежнему актуальны. В связи с этим нам представляется необходимым детальное рассмотрение доказанных корреляций.

В ответе на вопрос: «Что такое счастье?», человек опирается на знания, функции и воспроизводство которых социально обусловлены и широко представлены в массовом сознании. Следовательно, будет уместным рассмотреть понятие «счастье» в рамках концепции социальных представлений. Наряду с С. Московичи, теорию социальных представлений разрабатывали Д. Жоделе, Р. Фарр, В. Дуаз, Ж.-К. Абрик и другие. Структурными элементами социального представления, по Ж.-К. Абрику, являются ядро и периферия (Abrig, 2001). Ядро представления характеризуется стабильностью, устойчивостью к изменениям, тесно связано с коллективной памятью

и историей социальной группы, ее ценностями и нормами. Ядро определяет структуру всего представления, придает ему смысл. Выделение центрального ядра представления основывается на следующих коли-

чественных критериях: 1) уровне согласия мнений членов группы о важности данной характеристики объекта представления; 2) оценке необходимости характеристик для определения объекта. Периферическая система связана с индивидуальным опытом и памятью, она динамична и изменчива, за счет чего способна адаптироваться к конкретной реальности, выполняя защитную функцию ядра и перестраиваясь при наличии расхождения между наличными элементами представления и новыми компонентами, отражающими меняющуюся реальность (Бовина и др.,

В нашей работе проведено исследование социальных представлений о счастье с помощью визуального анализа фотографий как одного из инструментов качественной методологии. Термин «визуальная культура» в последнее время достаточно часто используется как одна из характеристик современного общества.

2009). Данная модель способна наиболее полно описать социальное представление о счастье и показать взаимосвязь его структурных элементов.

В нашей работе проведено исследование социальных представлений о счастье с помощью визуального анализа фотографий как одного из инструментов качественной методологии. Термин «визуальная культура» в последнее время достаточно часто используется как одна из характеристик современного общества. Взаимодействие человека с миром опосредованно ви-



Софья Алишеровна Избасарова — психолог кафедры социальной психологии факультета психологии МГУ имени М.В. Ломоносова
ORCID: 0000-0003-3658-6042
<https://istina.msu.ru/profile/adamchuck/>

Sofia A. Izbasarova — Psychologist, Department of social psychology Lomonosov Moscow State University
ORCID: 0000-0003-3658-6042

зуальной информацией. В связи с этим, визуальные данные и их исследование занимают особое место в психологии (Штомпка, 2007). Визуальные образы в значительной степени вплетены в повседневность. Восприятие окружающего мира становится все более опосредованным изображениями. Образы конструируют и формируют наше постижение мира (Мельникова, Мезенцева; 2018).

Использование фотографии как исследовательского приема для качественного анализа поможет нам приблизиться к расшифровке сложных социально-психологических феноменов, ведь любой опыт может быть подвержен визуальной регистрации.

В качестве аргументации к использованию визуальных методов в научных работах современными исследователями приводятся следующие положения: эмоциональная насыщенность данных, факт участия респондентов в формировании контекста собственного опыта способствует их рефлексии, актуальность метода в рамках рассмотрения многоуровневых и многомодальных явлений (Шильманская, 2020).

Петр Штомпка, один из крупнейших социологов современности, разработал концепцию, согласно которой, фотография — всегда есть снимок чего-то, и это что-то отражает какие-то общественные закономерности, явления, события. Фотографии конструируют человека, общество, они репрезентируют некую информацию о своих создателях (Штомпка, 2007). Фотография создана людьми, представляет социальную жизнь и является предметом общественного восприятия. Все эти аспекты предполагают детальный анализ в исследовательском проекте.

Визуальная фиксация данных распространена в повседневной жизни людей. В последнее время люди все чаще позиционируют себя через фотографические образы, появляются специализированные социальные сети. Использование фотографии как исследовательского приема для качественного анализа поможет нам приблизиться к расшифровке сложных социально-психологических феноменов, ведь любой опыт может быть подвержен визуальной регистрации (Flick, 2009).

Проведение исследования

В данной работе объектом исследования являются социальные представления о счастье. Предмет исследования — содержание социальных представлений о счастье. Цель исследования — описание содержания социальных представлений о счастье.

Нами был выбран поисковый план исследования, который не предполагает выдвижения гипотез. Тем не менее, в нашем исследовании мы исходили из следующего предположения. Благодаря отсутствию жесткой схемы исследования и использованию фотографии как исследовательского инструмента, мы можем выявить визуальную составляющую социального пред-

ставления о счастье. Помимо этого, снимок будет являться стимульным материалом для дальнейшего получения комментариев к фотографиям. С помощью данного вербального сопровождения визуального ряда можно «заякорить» определенные субъективные значения, вкладываемые автором в снимок, и проанализировать возможные невербализуемые моменты в рамках социальных представлений о счастье (Барт, 1997).

Визуальный анализ, как правило, часто подвергается критике за неадекватность масштаба интерпретаций и субъективность полученных результатов. Здесь возникает вопрос о валидности подобных работ, что подразумевает оценку проведенного эмпирического исследования с точки зрения «правильности» его организации и возможности считать полученные результаты и сделанные выводы достоверными.

Триангуляция — это вспомогательная стратегия качественного исследования, позволяющая рассмотреть изучаемый предмет с нескольких точек зрения. Это возможно за счет обращения к новым методам сбора и анализа информации (Мельникова, Хорошилова, 2020). Данная стратегия поможет нам, с одной стороны, показать потенциал использования качественного анализа фотографии как исследовательского приема, где будет сделан акцент на невербальной информации, а с другой, при комбинации с иным качественным методом, позволит с разных ракурсов рассмотреть изучаемое явление и исключить угрозы валидности исследования. В настоящей работе был выбран метод полуструктурированного интервью.

На первом этапе исследования носителями социальных представлений счастья в нашей работе являются студенты МГУ имени М.В. Ломоносова. Были собраны и получены фоторепортажи и комментарии к ним

Визуальный анализ, как правило, часто подвергается критике за неадекватность масштаба интерпретаций и субъективность полученных результатов. Здесь возникает вопрос о валидности подобных работ, что подразумевает оценку проведенного эмпирического исследования с точки зрения «правильности» его организации и возможности считать полученные результаты и сделанные выводы достоверными.

у семи человек в возрасте от 21 до 24 лет. Все они являются неработающими студентами МГУ имени М.В. Ломоносова, то есть занимают одинаковое социально-экономическое положение. Количество студентов обусловлено спецификой проведения качественного исследования, которая подразумевает описательное насыщение данных, что возможно при размере выборки от 6 до 8 человек (Бусыгина, 2019).

Триангуляция как стратегия валидации предполагает сопоставление данных, полученных разными методами. Для этой цели на втором этапе исследования были проведены полуструктурированных интервью со второй группой испытуемых в возрасте от 21 до 24 лет. Социально-экономическое положение респондентов то же, что и на первом этапе, группы согласованы по составу.

На первом этапе исследования испытуемым было предложено в течение месяца сделать фоторепортаж, состоящий из пяти — семи фотографий, на тему «счастье». Единственным условием было требование, чтобы фотографии были сделаны самим респондентом. Далее проводилась встреча с каждым участником лично для уточнения информации о снимках — респонденты давали названия своим фотографиям и приводили аргументы, почему снимки были включены в их фоторепортаж. Далее был проведен первичный анализ фоторепортажей, а затем они анализировались в рамках стратегии обработки, предложенной П. Штомпка. Она включала в себя четыре вида анализа: герменевтический, семиотический, структурный и дискурсивный (Штомпка, 2007). Герменевтическая интерпретация включает в себя анализ намерений фотографа: что он хотел рассказать, какое знание репрезентирует, какие разделяет предубеждения и стереотипы, какой личный опыт задействован, какие эмоции передаются. На этапе семиотической интерпретации проводилось противопоставление денотации и коннотации образов. Денотация — все то, что образ наглядно представляет, или к чему знак непосредственно относится. Коннотация — это более сложные ассоциации, мысли, чувства, которые вызывает образ (знак). В качестве структурной интерпретации использовалась схема INIS для выявления декларируемых общественных отношений, включающая следующие параметры анализа:

- 1) формы взаимодействия в обществе (I — интеракции);
- 2) общественные правила, описывающие желаемый способ или стиль поведения (N — нормы);
- 3) идеи, распространенные в обществе, взгляды, предубеждения (I — совокупность идей);
- 4) жизненные возможности доступа к общественно ценным благам, то есть к богатству, престижу, образованию, здоровью (S — шанс) (Штомпка, 2007).

Дискурсивная интерпретация подразумевает анализ аудитории, которой предназначен снимок: ценности целевой аудитории, ее потребности и интересы.

При рассмотрении фоторепортажей был сделан акцент на нескольких моментах.

Во-первых, при анализе данных была соблюдена четкая ориентация на раскрытие содержания социальных представлений о счастье. Во-вторых, для контроля субъективности был выбран метод экспертных оценок, где несколько исследователей независимо друг от друга проводили анализ данных и в рамках последующей дискуссии приходили к определенным результатам. (Мельникова, Хорошилов; 2020).

В рамках триангуляции как стратегии валидации на втором этапе исследования были проведены серии из семи полуструктурированных интервью, которые записывались на диктофон. После приветствия, разъяснений сути исследования, гарантий анонимности и конфиденциальности респондентам задавался основной вопрос в форме предложения рассказать о том, что такое «счастье» («Мне хотелось бы, чтобы Вы мне рассказали, что такое “счастье”, как Вы это понимаете,

что Вас делает счастливым, может быть вспомнить случай из своей жизни, когда Вы были счастливы»). После этого шла стадия слушания — респондентам предлагалось ответить на уточняющие вопросы, направленные на осмысление рассматриваемого понятия (с чем ассоциируется у Вас счастье? Можете дать определение счастья? Как бы Вы описали свою счастливую жизнь?). Первичный анализ стенограмм интервью проводился с целью выявления основных акцентов в рассказе, определения основной темы повествования и позиции рассказчика.

Текст каждого интервью был проинтерпретирован с позиций тематического подхода. Тематический анализ материалов интервью проводился в несколько этапов: составление системы тематических категорий на основе эмпирических задач исследования и первичного анализа материалов интервью, разбиение текстов на смысловые блоки и их резюмирование, соотнесение смысловых блоков текста с тематическими категориями, анализ содержания системы тематических категорий (Esin et al., 2013).

Далее был проведен сравнительный анализ данных, полученных разными методами исследования и их результатов.

Результаты

На основе первичного анализа фоторепортажей и полученных к ним комментариев была проведена интерпретация фотографий. Для иллюстрации техники извлечения содержания фотографий приводим таблицу первичного анализа одной из фотографий (табл. 1).

Результаты интерпретации затрагивают разные грани жизни авторов. По цветовой гамме фотографии варьируются от светлых спокойных тонов до ярких и красочных всплесков. И те и другие выполнены в теплой цветовой гамме. Данные свойства фоторепортажей свидетельствуют о двух гранях переживания ощущения счастья: от гармонии и безмятежности до бури положительных эмоций.

Если говорить о факторах, значимых для переживания счастья, то ключевыми являются значимые другие: семья, друзья, молодой человек или девушка, дети, домашние животные. Данное содержание можно назвать ядром социального представления о счастье, так как оно находит в том или ином виде отражение в каждом фоторепортаже, а в некоторых упоминается неоднократно. Причем данная категория на уровне общественной жизни рассматривается в качестве функционирования как единого целого — подчеркивается целостность семьи, возлюбленных, друзей, ценность совместного времяпрепровождения, переживания одних и тех же эмоций, почитание семейных традиций. В качестве примера можно привести следующие фотографии:

На периферии социального представления о счастье находятся путешествия, имеющие две грани: эстетическое удовольствие и саморазвитие. Зачастую путешествия совершаются совместно со значимыми

Таблица 1. Первичный анализ фотографий

Название снимка	Семioticическая интерпретация			Структурная интерпретация		Дискурсивная интерпретация	
	Денотация	Коннотация	На уровне интеракции	На уровне норм	На уровне идей		
Друзья	<p>Респонденту важно его окружение, совместное времяпрепровождение с людьми, разделяющими его ценности. Это интересует его из факторов счастья</p>	<p>Камера расположена сверху. За столом на разноцветных диванах сидят четыре девушки и два парня, которые общаются, не замечая камеры. На лицах заметны улыбки. Одежда молодых людей согласована по цветовой гамме, а у девушек одинаковые прически. В центре кадра стол, на котором расположены напитки и гаджеты участников группы. На заднем фоне дверь и сумки</p>	<p>Стол символизирует совместную деятельность для сидящих за ним людей, он — связующее звено. Ребята поглощены общением друг с другом, ничто не может их отвлечь, все гаджеты безучастно лежат на столе. Цветовая гамма интерьера яркая, красочная, что отражает их эмоционально насыщенные положительные переживания от взаимодействия друг с другом. Состояние дружелюбности во внешнем виде участников символизирует их единомыслие</p>	<p>Дружеское общение</p>	<p>Совместное времяпрепровождение со значимыми другими</p>	<p>Значимость личности близкого окружения.</p>	<p>Фото рассчитано на широкую публику, так как идеи и эмоции, отраженные на фото, понятны, и они могут найти отклик у разных социальных групп</p>

Table 1. Primary analysis of photos

Title of the photo	Semiotic interpretation			Structural interpretation		On the level of possibilities
	Denotation	Connotation	On the level of interaction	On the level of norm	On the level of idea	
Friends	<p>The camera looks from above. A table is surrounded by multicoloured sofas occupied by four young girls and two boys who talk without noticing the camera. Their faces are smiling. The young people's clothes are balanced as to colour range, and the girls' hairstyles are identical. The central part of the photo shows the table with drinks and the gadgets of the group members. In the background one can see the door and bags.</p>	<p>The table is a kind of linking element that symbolizes common activity of the people gathered around it. The young people are absorbed in communication, nothing can detract them, all the gadgets are on the table, and no one pays attention to them. The furnishings are colourful, which represents the intense and positive emotional experience of having good time together. The balanced, coherent looks of the participants symbolize their unanimity.</p>	<p>Friendly communication.</p>	<p>Having good time together with people who mean much to us.</p>	<p>The importance of having close friends.</p>	<p>One can trace the idea of social conformity on various attributes of prestige (iPhones, watches, cocktails, laptop PC), which highlights the people's common social-economical background.</p>



Фото 1. Друзья
Photo 1. Friends



Фото 2. Новогодняя сказка
Photo 2. Christmas Fairy Tale

другими. Следующее содержание — это духовное развитие как саморазвитие и знакомство с новыми интересными людьми. При получении знаний значимой является поддержка близкого окружения. Творческая самореализация также важна для респондентов для ощущения счастья.

В каждом фоторепортаже на большинстве фотографий, какую бы сферу они ни затрагивали, присутствуют атрибуты престижа. Это касается даже друзей и возлюбленных, которые на фотографиях представлены равными по статусу и материальному положению. В двух фоторепортажах представлены фотографии «Материальные ценности» и «Зарабатывай»:

Эти факты свидетельствуют о прямой зависимости счастья от материальной составляющей. Но деньги не являются ключевым содержанием социального

представления о счастье. Проводя интерпретацию фотографии «зарабатывай», можно сказать, что деньги являются таким же ресурсом для счастья, как для человека — еда. Они представлены в фоторепортажах в качестве фактора, влияющего на полноценное функционирование других содержаний. Но без других содержаний деньги приносить счастье не будут.

На основе первичного анализа материалов интервью нами были выделены следующие тематические категории, позволяющие анализировать феномен счастья:

- факторы, влияющие на ощущение счастья;
- раскрытие самого понятия «счастье»;
- черты, характеризующие счастливого человека;
- условия, при которых человек чувствует себя счастливым.



Фото 3. Любите друг друга непринужденно
Photo 3. Love each other at ease



Фото 4. Зарабатывай
Photo 4. Earn money



Фото 5. Материальные ценности

Photo 5. Material values

Категории охватывают достаточно широкое содержание, за счет чего можно раскрыть содержание социальных представлений о счастье.

На основе содержания категории «факторы, влияющие на ощущение счастья» мы смогли выявить источники данного переживания. Это присутствие и поддержка семьи и близких людей, материальное обеспечение и успех в значимой деятельности.

На основе содержания категории «раскрытие самого понятия» мы можем обозначить счастье как сочетание умиротворенного спокойного расположения духа с яркими положительными эмоциями, вызванные значимыми событиями. Данные ощущения находят свое отражение в воспоминаниях. Одна из испытуемых привела аналогию счастья с «бездонным сосудом, детали которого могут меняться, но

основной пазл остается неизменным на определенном этапе жизни человека. Естественно, его нерушимость может пошатнуться, все зависит от формы и веса деталей».

На основе содержания категории «черты, характеризующие счастливого человека» мы выделили следующие характеристики: целеустремленность, успешность в значимой деятельности, компетентность в различных сферах жизни, самореализация, беспечность в хорошем смысле этого слова. Он ценит то, что у него есть, но при этом не останавливается на достигнутом.

Категория «условия, при которых человек чувствует себя счастливым» включает в себя отдых в теплое время года, в солнечную погоду, при отсутствии какого-либо контроля, совместно с близкими тебе людьми. Если речь идет о работе, то она должна быть творческой, интересной и захватывающей.

Таким образом, можно описать содержание социальных представлений о счастье и выявить его структуру. Эмоциональная составляющая включает в себя две вариации: спокойное, безмятежное настроение и яркие положительные эмоции.

Ядро содержит абсолютные предписания, а периферия — относительные предписания. Ядро можно противопоставить периферии в том смысле, что ядро образовано элементами, отражающими коллективный опыт и ценности, коренящиеся в культуре, а периферия — элементами, нацеленными на адаптацию к каждодневной жизни. Очевидно, что ядро и периферия находятся в иерархических отношениях, где ядру подчинена периферическая система. В качестве критериев, позволяющих различать ядро и перифе-

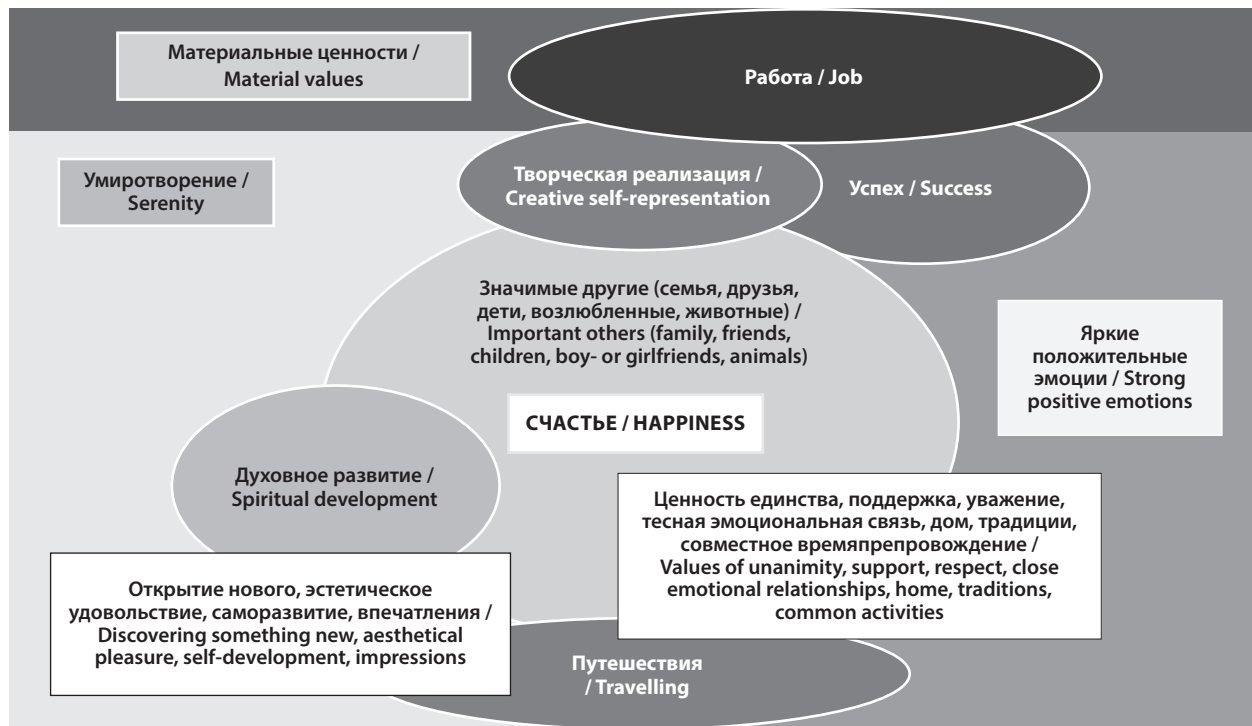


Рис. 1. Содержание социального представления о счастье / Figure 1. Content of the social representations of happiness

Figure 1. Content of the social representations of happiness

рию, можно использовать следующие: выпуклость элементов ядра, условность-безусловность (элементы ядра безусловны), символическая ценность (элементы ядра придают смысл всему представлению), ассоциативная сила (элементы ядра определяют отношения между элементами представления) (Бовина и др., 2009). Эти критерии, по сути, вытекают из определения ядра и периферической системы представлений.

Ядром социального представления о счастье являются значимые другие: семья, друзья, возлюбленные, дети, домашние животные. Периферией представления являются путешествия, духовное развитие, твор-

Ядром социального представления о счастье являются значимые другие: семья, друзья, возлюбленные, дети, домашние животные. Периферией представления являются путешествия, духовное развитие, творческая самореализация, успех в значимой деятельности. «Фундаментом» социального представления о счастье, которое напрямую связано с содержанием, является материальное обеспечение человека.

ческая самореализация, успех в значимой деятельности. «Фундаментом» социального представления о счастье, которое напрямую связано с содержанием, является материальное обеспечение человека.

Социальное представление о счастье можно представить следующим образом (рис. 1).

Выводы

Проанализированы невербализованные элементы социальных представлений о счастье с точки зрения наличия взаимосвязей между различными содержаниями исследуемого феномена, которые прослеживались в рамках каждого отдельного фоторепортажа. По цветовой гамме можно проследить эмоциональную составляющую представления, которая имеет яркую и положительную окраску. По качеству изображенных объектов и их взаимосвязи можно посмотреть, в каких субъективных координатах функционирует человек, какие существуют общественные отношения. Снимки ярко и детализировано раскрывают компоненты счастья, факторы, влияющие на ощущение данного переживания. За каждым снимком читается своя история, свой глубокий смысл. Несмотря на это, нам удалось выявить общие аспекты социального представления о счастье, выделить ядро, периферию и показать, в каких отношениях они находятся.

На втором этапе исследования при анализе вербальной информации нам удалось выделить тематические категории, в соответствии с которыми испытуемые описывали счастье, и соотнести их с содержанием повествования респондентов. Благодаря применению триангуляции как стратегии валидации, удалось проследить совпадение компонентов данного социального представления, как в фоторепортаже, так и в интервью. Однако данные, полученные в результате интервью, оказались менее информативны-

ми, взаимосвязь содержаний проследить не удалось. Респонденты ограничивались сухим перечислением компонентов счастья. Причиной этого может быть ограниченность метода, который рассматривает изучаемое социально-психологическое явление без наличия определенного образа. Можно предположить, что социальное представление о счастье достаточно трудно описать словами, легче зафиксировать, показать, особенно в связи с распространением таких социальных сетей, где визуальные образы являются основным контентом: Instagram, TikTok.

В рассмотренных нами количественных исследованиях были выделены факторы, не коррелирующие со счастьем: деньги, уровень образования, наличие детей, уровень безопасности в обществе, качество жилья (Аргайл, 2003). Результаты, полученные путем качественного анализа фотографии, напротив, выявили влияние данных факторов на социальное представление о счастье. Причинами могут быть способности визуального образа выявлять неосознаваемые моменты в представлениях о счастье, так как фотография, по Маркусу Бэнксу, является социологическим инсайтом (Banks, 2018). Стоит также отметить, что исследование проведено на определенной гомогенной выборке, что накладывает ограничения на распространение полученных результатов на другие социально-демографические группы. Вместе с тем, нельзя не принимать во внимание социальную природу исследуемого представления, которое претерпевает существенные изменения за счет стремительного развития цифрового общества. Представляется возможным рассмотрение исследуемого феномена в рамках других социально-демографических групп с помощью вербальных и невербальных методов с целью соотнесения результатов.

Предлагаемый способ фиксации данных понятен респондентам, вызывает у них интерес. Применение визуальных методов, нацеленных на изучение не статистических, а содержательных взаимосвязей помогло выявить ядро и периферию социальных представле-

Нельзя не принимать во внимание социальную природу исследуемого представления, которое претерпевает существенные изменения за счет стремительного развития цифрового общества. Представляется возможным рассмотрение исследуемого феномена в рамках других социально-демографических групп с помощью вербальных и невербальных методов с целью соотнесения результатов.

ний о счастье. Таким образом фиксируется ценность иконической составляющей знака при изучении социальных явлений в современном обществе. При реализации предлагаемого дизайна качественного исследования с использованием анализа визуальных данных и метода интервью как способа валидации можно рассмотреть изучаемое явление с двух принципиально разных точек зрения. Рассмотренный дизайн показал свою эффективность в исследовании комплексных социально-психологических феноменов.

Литература

- Аргайл М. Психология счастья. Санкт-Петербург : Питер, 2003. 271 с.
- Барт Р. Мифологии. Москва : Академический проект, 2008. 351 с.
- Барт Р. Camera lucida. Комментарии к фотографии. Москва : Ad Marginem, 1997. 87 с.
- Бовина И.Б., Стефаненко Т.Г., Тихомандрицкая О.А., Малышева Н.Г., Голыничик Е.О. Россия в современном мире: подход теории социальных представлений [Электронный ресурс] // Знание. Понимание. Умение : [сайт]. URL: <http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2009/2/Bovina&Stefanenko&Tikhomandritskaya&Malysheva&Golynchik/> — (дата обращения 12.02.21).
- Бусыгина Н.П. Качественные и количественные методы исследования в психологии. Москва : Юрайт, 2019. 423 с.
- Мельникова О.Т., Мезенцева А.С. Визуальные методы в социально-психологическом исследовании [Электронный ресурс] // Социальная психология и общество. 2018. Т. 9. № 3. С. 42–52. [сайт]. URL: https://psyjournals.ru/files/95698/sps_2018_n3_Melnikova_Mezentseva.pdf — (дата обращения 17.02.21). doi: 10.17759/sps.2018090305
- Мельникова О.Т., Хорошилов Д.А. Методологические проблемы качественных исследований в психологии. Москва : Акрополь, 2020. 236 с.
- Шильманская А.Е. Возможности визуальных методов в качественных психологических исследованиях личности // Культурно-историческая психология. 2020. Т. 16. № 4. С. 49–55. DOI: <https://doi.org/10.17759/chp.202016040>
- Штомпка П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования. — Москва : Логос, 2007. 200 с.
- Abric, J.-C. A structural approach to social representations. In K. Deaux & G. Philogène (Eds.). *Representations of the social: Bridging theoretical traditions*. (2001). — Oxford: Blackwell. — p. 42–47.
- Banks M. Using visual data in qualitative research. (2018). — L: Sage. — 152 p. doi: 10.4135/9781526445933
- Cox L. The ultimate list of Instagram stats. (2019). *HUBSPOT*. Retrieved from: <https://blog.hubspot.com/marketing/instagram-stats> (accessed 18.02.2020) (In Eng.).
- Esin, C., M. Fathi, C. Squire. *Narrative Analysis: The Constructionist Approach*. (2013). — L: Sage. Available at: https://repository.uel.ac.uk/download/64882ecb0528c9defd8ac52934476e22278210e623c5bec58b29805021eeb14b/91351/2013_Esin_et_al_Narrative_analysis.pdf (accessed 12.02.2021) (In Eng.)
- Flick U. *An introduction to qualitative research*. (2009). — University of East London: Sage. — CHAP. xviii.

References:

- Abric, J.-C. (2001). A structural approach to social representations. In K. Deaux & G. Philogène (Eds.). *Representations of the social: Bridging theoretical traditions*. Oxford: Blackwell, p. 42–47.
- Argajl M. (2003). *Psychology of happiness*. Saint Petersburg: Piter, 271 p. (In Russ.).
- Banks M. (2018). Using visual data in qualitative research. L: Sage, 152 p. doi: 10.4135/9781526445933
- Bart R. (1997). *Camera lucida. Comments on photography*. Moscow: Ad Marginem, 87 p. (In Russ.).
- Bart R. (2008). *Mythologies*. Moscow: Akademicheskij proekt, 351 p. (In Russ.).
- Bovina I.B., Stefanenko T.G., Tikhomandritskaja O.A., Malysheva N.G., Golynchik E.O. (2009). Russia in modern world: an approach to the theory of social representations. [Electronic resource]. Knowledge. Understanding. Skill. [humanities information portal] URL: <http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2009/2/Bovina&Stefanenko&Tikhomandritskaya&Malysheva&Golynchik/> (accessed: 12.02.21). (In Russ.).
- Busygina N.P. (2019). *Qualitative and quantitative methods of study in psychology*. Moscow: Izdatel'stvo Jurajt, 423 p. (In Russ.).
- Cox L. (2019). The ultimate list of Instagram stats. *HUBSPOT*. Retrieved from: <https://blog.hubspot.com/marketing/instagram-stats> (accessed 18.02.2020).
- Esin, C., M. Fathi, C. Squire. *Narrative Analysis: The Constructionist Approach*. (2013). — L: Sage. Available at: https://repository.uel.ac.uk/download/64882ecb0528c9defd8ac52934476e22278210e623c5bec58b29805021eeb14b/91351/2013_Esin_et_al_Narrative_analysis.pdf (accessed 12.02.2021).
- Flick U. (2009). *An introduction to qualitative research*. University of East London: Sage. CHAP, xviii.
- Mel'nikova O.T., Horoshilov D.A. (2020). *Methodological problems of qualitative studies in psychology*. Moscow: Akropol', 236 p. (In Russ.).
- Mel'nikova O.T., Mezenceva A.S. (2018). Visual methods in social-psychological studies. *Social psychology and society. [Social'naja psihologija i obshhestvo]*, 9 (3), 42–52. URL: https://psyjournals.ru/files/95698/sps_2018_n3_Melnikova_Mezentseva.pdf (accessed: 17.02.21). (In Russ.). doi: 10.17759/sps.2018090305
- Shil'manskaja A.E. (2020). Possibilities of visual methods in qualitative psychological studies of personality. *Cultural-historical psychology. [Kul'turno-istoricheskaja psihologija]*, 16 (4), 49–55. doi: 10.17759/chp.202016040/ (In Russ.).
- Shtompka P. (2007). *Visual sociology. Photography as study method*. Moscow: Logos, 200 p. (In Russ.).