

УДК 159.99
doi: 10.11621/vsp.2022.03.05

Научная статья

МУЛЬТИМОДАЛЬНЫЙ ПОДХОД К ИССЛЕДОВАНИЮ ГОРОДСКОГО ПРОСТРАНСТВА

О.Т. Мельникова¹, С.А. Избасарова*²

^{1,2} Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,
Москва, Россия

¹ melnikova-o@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-0048-4917>

² sonya.th@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3658-6042>

* Автор, ответственный за переписку: sonya.th@yandex.ru

Актуальность. В контексте развития современного общества визуальная информация является одним из способов коммуникации, что формирует для социальных психологов исследовательский запрос на включение зрительной модальности в анализ для выявления способов и содержания интерпретаций фактов повседневной реальности, которые свойственны людям.

Цель. Основная цель работы — раскрыть исследовательский потенциал качественной стратегии исследования, где за счет использования вербальной и визуальной модальностей представляется возможным получить содержательные фактурные данные и описать процесс трансформации представлений о Москве, а также показать глубинные переживания, которые его могут сопровождать. Эмпирической целью исследования является описание содержания представлений о Москве и их трансформации. Эмпирическим объектом исследования являются представления о Москве. Эмпирический предмет исследования — трансформация представлений о городском пространстве Москвы.

Методы. Для выполнения поставленных задач был разработан дизайн исследования, где фотографии являлись как средством выражения представлений о городе, так и стимульным материалом для формирования нарративов, в которых была отражена и проанализирована динамика представлений жителей о своем городе.

Выборка. В выборку вошли две группы респондентов: 12 коренных москвичей и 13 приезжих, проживающих в городе не менее пяти лет. Возраст испытуемых составил от 24 до 30 лет.

Результаты. Благодаря реализованному дизайну исследования, где за счет фотоснимков в качестве стимульного материала получились детальные по содержанию и эмоционально насыщенные с точки зрения переживаний

нарративы, было выявлено наличие двух линий дискурса в представлениях о Москве: Москва-отдыхающая и Москва-рабочая. Проанализирован механизм персонификации города жителями как эффект восприятия городского пространства.

Выводы. Использование мультимодальной формы исследования позволило на основе анализа фотографий и нарративов описать содержание и трансформации представлений о Москве, а также обозначить перспективы выполненной работы.

Ключевые слова: мультимодальный подход, качественные методы, анализ нарративов, городское пространство, представления о Москве, визуальные данные, визуальный анализ, фоторепортаж.

Для цитирования: Мельникова О.Т., Избасарова С.А. Мультимодальный подход к исследованию городского пространства // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. 2022. № 3. С. 65–84.
doi: 10.11621/vsp.2022.03.05

doi: 10.11621/vsp.2022.03.05

Scientific Article

MULTIMODAL APPROACH TO THE RESEARCH OF URBAN SPACE

Ol'ga T. Mel'nikova¹, Sofia A. Izbasarova*²

^{1,2} Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

¹ melnikova-o@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-0048-4917>

² sonya.th@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3658-6042>

* Corresponding author: sonya.th@yandex.ru

Background. In the context of the development of modern society visual information is one of the ways of communication, which forms for social psychologists a research request to include visual modality in the analysis to identify the ways and content of interpretations of the facts of everyday reality, which are peculiar to people.

Objective. The work presents the research potential of a multimodal approach to the analysis of representations of urban space. These representations are transformed as a result of transformations in the city itself and are reflected in the mental picture of its inhabitants. Thus, the main aim of the work is to reveal the advantages of a qualitative research strategy, where, through the use of verbal and visual modalities, it is possible to obtain meaningful textural data and describe the process of transformation of representations of Moscow, as well as to show the deep experiences that can accompany it. The empirical aim of the study is to describe

the content of representations of Moscow and their transformation. The empirical object of the study is representations of Moscow. The empirical subject of the study is the transformation of representations about the urban space of Moscow.

Methods. In order to fulfill aim, the research design was formed, where the photos were both: a means of reflecting of representations of the city and the stimulus material for the formation of narratives, which reflected and analyzed the dynamics of the residents' representations of their city.

Sample. The sample included two groups of respondents: 12 native residents of Moscow and 13 residents who moved to Moscow and lived for the last 5 years. The age of the subjects ranged from 24 to 30 years.

Results. Thanks to the implemented design of the study, where, due to photographs as a stimulus material, narratives turned out to be detailed in content and emotionally saturated with experiences, the presence of two lines of discourse in the representations of Moscow was revealed: Moscow-resting and Moscow-working. The mechanism of the personification of the city by residents is analyzed as an effect of the perception of urban space.

Conclusion. The use of a multimodal form of research made it possible, based on the analysis of photographs and narratives, to describe the content and transformations of representations of Moscow, as well as the outline of the perspective of the work performed.

Keywords: multimodal approach, qualitative methods, narrative analysis, urban space, representations of Moscow, visual data, visual analysis, photo essay.

For citation: Mel'nikova, O.T., Izbasarova, S.A. (2022). Multimodal Approach to the Research of Urban Space. Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 14. Psikhologiya (Moscow University Psychology Bulletin), 3, 65–84. doi: 10.11621/vsp.2022.03.05

Введение

До второй половины XX века качественная психология была преимущественно сконцентрирована на разговорных, письменных практиках, развитии техник их анализа и интерпретации. Был поставлен акцент на анализе вербальной информации, что является мономодальной формой исследования. Поскольку одной из задач качественной методологии является раскрытие способов формирования и интерпретации фактов повседневной реальности, необходимо отметить, что подобное сведение материала к единой модальности является серьезным ограничением (Мельникова, Мезенцева, 2018).

В процессе социального познания при взаимодействии с объектом у человека меняется образ этого объекта. Из отдельных элементов социальной реальности, где каждому из них соответствует свой

конструкт, состоит целостная картина мира, которая подвержена динамике на протяжении всей жизни человека. Эти трансформации отражают опыт взаимодействия с меняющимися объектами и привносят новое знание в имеющуюся целостность. С точки зрения результата социального познания можно обозначить перестройку внутренней картины мира, которая соответствует изменениям в образах, являющихся составными элементами качественно иной реальности (Андреева, 2005; Липатов, 2020). В этой связи качественные методы обладают определенным преимуществом перед иными исследовательскими подходами. При анализе вербальных данных можно зафиксировать отдельные элементы изучаемого конструкта и изменения в нем, а при рассмотрении визуальной информации о социальном объекте представляется возможным отразить образ феномена и его взаимосвязи (Мельникова, Хорошилов, 2020), имеющие два аспекта: микроуровень, где анализируются отдельные элементы в конструкте, и макроуровень, отражающий связь с другими объектами в целостной картине мира.

Вместе с тем уместно принять во внимание и развитие информационных технологий, где коммуникация посредством визуальных образов представлена в качестве основной в современной реальности (Banks, 2018). Описанная тенденция формирует запрос для социальных психологов, где визуальные данные представляют исследовательский интерес к пониманию того, как человек взаимодействует с социумом. Количество пользователей различных социальных сетей увеличивается с каждым годом, о чем свидетельствуют статистические данные (Аудитория социальных сетей и мессенджеров в 2021 году, 2022). Репрезентация себя в социальных сетях становится ежедневной практикой для многих людей, особенно среди молодежи. Фотография стала наиболее распространенным способом фиксации человеческого опыта и вместе с тем одним из наиболее наглядных и убедительных каналов коммуникации. Современный мир наполнен визуальными образами. Зрительный канал является ключевым с точки зрения конструирования окружающей действительности. Это подчеркивают многие исследователи визуальной культуры (Штомпка, 2007; Banks, 2018; Reavey, Prosser, 2012; Rose, 2016; Silverman, 2020; Willig 2021). В связи с этим при планировании качественного исследования представляется перспективным рассмотрение визуальной модальности как в качестве стимульного материала, так и в качестве предмета анализа (Flick, 2018).

Исследователи подчеркивают, что явления современной реальности представлены визуально, в связи с чем их репрезентации могут стать предметом исследовательского интереса, а городское пространство является одним из них (Reavey, Prosser, 2012).

Методы

Большинство исследований восприятия города выполнены в рамках статистического анализа, однако нужно отметить, что методический инструментарий в обозначенной предметной области развивается. В последние десятилетия все чаще применяются «качественные» техники: метод когнитивных карт, проективная методика «гербы города» (Воробьева, Кружкова, 2012). В одной из недавних работ с помощью метода интервью предпринята попытка выявить индикаторы, содержание которых отражало бы восприятие городского пространства. Представленные критерии емко описывают городское пространство и имеющиеся возможности для проживания. Одним из индикаторов, отражающих восприятие городского пространства, является «количество фотографий в социальных сетях, сделанных на примечательных для граждан территориях» (Соловей, Ковалева, Доронина, 2018, с. 71). Его содержание показывает разнообразие и идентичность города, степень привлекательности имеющихся объектов. Однако, процесс формирования критериев в статье не отражен, содержание опросного листа описано в общих чертах, возрастной диапазон выборки слишком широк. Вместе с тем в последние годы появляется все больше исследований, которые включают анализ визуального аспекта городского пространства. В одном из них произведен обзор нового развивающегося направления «видеоэкологии», где оцениваются объекты городского ландшафта с точки зрения их привлекательности для граждан. В этой работе анализ визуальной среды выполнен графоаналитическим методом, в котором оценивались угловые размеры объектов как комфортные или некомфортные для наблюдателя внешнего ландшафта города. Безусловно, результаты приведенной работы имеют ценность с точки зрения градостроительства и архитектуры, показывают важность визуальной составляющей городского пространства, при этом психологический аспект изучаемого феномена не был отражен в связи с особенностями использованного инструментария исследования, для которого характерен дедуктивный характер сбора данных, где содержание реакций респондентов исключено из анализа, а полученные результаты имеют вид инструкций в рамках «научного»

дискурса, который несвойственен жителям города в обыденной жизни (Шаймарданова, 2020). В другой работе методом свободных ассоциаций были получены и с помощью тематического анализа проанализированы комментарии к снимкам города Волгограда. Благодаря выбранной стратегии сбора данных была зафиксирована эмоциональная сторона восприятия городского пространства, где обнаружилось преобладание негативных эмоций, что является интересным эмпирическим фактом, который стоит подвергнуть проверке в будущих исследованиях (Озерина, Тимофеев, 2020). Однако связь эмоционального состояния с определенными аспектами городского пространства не была включена в анализ, и это можно рассматривать в качестве перспективного направления подобных исследований.

При обсуждении методологической основы исследования городского пространства, уместно рассмотреть теорию социального пространства французского социолога Пьера Бурдьё. Он рассуждал о совмещении двух определенных подходов при исследовании социальных объектов: структурализма, поскольку в реальности существуют объективные структуры, и конструктивизма, так как индивид является познающим субъектом, в восприятии которого конструируется социальное пространство. Тем самым Бурдьё предложил интегральную методологию, характеризующуюся междисциплинарностью и плюрализмом методологических стратегий, поскольку процесс социального познания является результатом двойного структурирования: объективного и субъективного (Бурдьё, 2005).

В нашей работе с позиции мультимодального подхода предпринята попытка изучения представлений жителей о Москве, а именно: их трансформации, которая является неотъемлемой частью существования изучаемого феномена. В этом городе ежедневно происходят определенные преобразования. Можно предположить, что обозначенные перестройки будут происходить и во внутренней картине жителей города, так как их представления находятся в непрерывном взаимодействии, реагируя на изменения в реальности, и эти преобразования являются результатом процесса развития представлений о городском пространстве (Салмина, Звонова, Цукарзи, 2019). Трансформации представлений можно отразить и проанализировать за счет использования снимков как средства выражения представлений о городе, а также как стимульного материала для формирования нарративов о нем. Поставленная задача реализована за счет использования качественной стратегии исследования, которая предполагает описательное насыщение данных и обладает методическим арсена-

лом, способным зафиксировать результат двойного структурирования городского пространства у субъектов социального познания. Выбор традиции обоснован и формой исследовательского вопроса, который заключается в изучении и анализе процесса трансформации представлений жителей о городском пространстве. Необходимо подчеркнуть, что для обозначенного подхода характерен индуктивный характер сбора данных, в результате которого формируется целостное концептуальное описание изучаемого феномена (Бусыгина, 2021; Flick, 2018; Silverman, 2020; Willig, 2021).

Выборка

Основными критериями отбора для целевой выборки носителей представлений о Москве были следующие характеристики респондентов: одна группа состояла из 12 коренных москвичей, другая — из 13 приезжих, проживающих в городе не менее пяти лет. Все респонденты были приблизительно равны по социальному и материальному статусу, а также уровню образования и входили в достаточно узкий возрастной диапазон от 24 до 30 лет. Сбор данных проводился индивидуально. Данные были собраны в середине 2020 года. Наш собственный многолетний опыт качественных исследований подтверждает, что для выявления устойчивых тенденций при однородной выборке (в индивидуальном опросе) бывает достаточно 10–15 респондентов; при увеличении числа респондентов ничего принципиально нового в полученном эмпирическом материале обнаружить обычно не удастся. Такой точки зрения придерживаются и другие исследователи-качественники (Квале, 2009; Бусыгина, 2021).

Обозначенная предметная область является малоизученной, в связи с чем был выбран поисковый план исследования. Тем не менее мы исходили из предположения о наличии различий в представлениях коренных жителей и приезжих о городе как в эмоциональном, так и в содержательном аспектах.

В настоящей работе эмпирическим объектом исследования являются представления о Москве у жителей города. Предмет исследования — трансформация представлений о городском пространстве Москвы.

Цель работы

Раскрыть преимущества мультимодального подхода, а также индуктивной стратегии сбора данных и анализа материала с помощью

которых представляется возможным описать как содержание представлений о городе, так и детализировать процесс их трансформации.

Описание хода исследования

Для решения поставленной цели был выбран дизайн исследования, включающий в себя несколько этапов.

На первом этапе испытуемым было предложено, используя собственные фотоархивы, в течение месяца сформировать фоторепортаж из пяти-семи снимков на тему «Настроение Москвы» для фиксации визуального аспекта исследуемого представления и его эмоциональной составляющей. Единственным условием для отбора фотографий было то, что они должны были быть сделаны самим респондентом.

На втором этапе выбранные фотографии являлись стимульным материалом, к которому предлагалась следующая инструкция для конструирования нарративов: «Представьте, что Вас пригласили в московскую газету и просят рассказать о том, что такое город Москва, какие изменения в Ваших представлениях об этом городе произошли по мере знакомства с ним. Оформите свой рассказ для газеты по следующей структуре:

1. Расположите фотографии в рамках условного отрезка времени (отрезок может быть субъективный, реальная хронология сделанных снимков не имеет значения), в котором можно проследить, как менялись Ваши представления о Москве.

2. Назовите фотографии и составьте последовательный рассказ, отражающий процесс изменений Ваших впечатлений о Москве, начиная с самых ранних к самым поздним. При повествовании опирайтесь на свой фоторепортаж, описывая его».

Инструкция, с одной стороны, соответствует исследовательскому вопросу о трансформации представлений, с другой стороны, задает творческую канву повествования, где есть пространство для формирования полноценного нарратива. Снимки являлись эффективным стимулом для написания детальных, насыщенных эмоциональными переживаниями текстов.

На третьем этапе проводилась аналитическая работа с полученными материалами. Был произведен визуальный анализ снимков в рамках семиотической интерпретации в категориях денотации и коннотации, предложенные Р. Бартом, где денотации — это объекты,

изображенные на снимке, а коннотации — это ассоциации, мысли и чувства, которые вызывает образ (Барт, 2019). Вместе с тем сам Р. Барт отмечал вспомогательную функцию текста от автора фото при интерпретации снимков, которая заключается в фиксации субъективных смыслов фотографа и в раскрытии их значений для него (Барт, 1997). Полученные вербальные данные являются инструментом раскрытия субъективных смыслов изображенных объектов, а также техникой верификации данных. Собранные тексты анализировались методом качественного контент-анализа, который, помимо индуктивного характера формирования категорий и анализа их содержания, предполагает и работу с контекстом: интерпретация данных произведена в соответствии с их местом в каждом отдельном рассказе для отражения динамики описанных представлений (Бусыгина, 2021).

Таким образом, в качестве предмета анализа нами рассмотрены две модальности: визуальная, с точки зрения представленных фотографий, и вербальная. В работе реализованы следующие стратегии валидации качественных данных: раскрытие перспективы, заключающееся в описании методических приемов и способов анализа; стратегия, предполагающая подтверждение собственных научных выводов полученными данными; а также структурированность дизайна исследования и полученных результатов (Мельникова, Хорошилов, 2020; Бусыгина, 2021). В рамках обсуждения результатов приводятся данные, иллюстрирующие содержание изучаемого феномена.

В качестве примеров полученного визуального материала можно представить два фоторепортажа, выполненных респондентами разных групп, где снимки расположены в соответствии с инструкцией, за счет которой возможно отразить динамику субъективного восприятия города (рис. 1, 2).

При сравнении визуальных данных двух групп респондентов были выявлены заметные различия как в цветовой гамме снимков, так и в количестве объектов на фото.

В качестве дополнительной техники, конденсирующей смысл снимков, респондентам было предложено назвать фотографии. В первом «репортаже» изображения названы следующим образом: первое фото — «Мой район», второе — «Солнечный ГЗ», третье — «Гнетущий ГЗ», четвертое — «Плывущий дом», пятое — «Красный дом», шестое — «Последний свет рекламы». Рассматривая второй и третий снимок, можно заметить, что представленные объекты идентичны, однако на третьем фото они находятся за дождливым окном. Данное обстоятельство отражает изменения восприятия



Рис. 1. Фоторепортаж 1. Настроение Москвы (фоторепортаж москвича)
Fig. 1. Photo essay 1. Moscow mood (photo essay of resident who were born and live in Moscow)



Рис. 2. Фоторепортаж 2. Настроение Москвы (фоторепортаж приезжего)
Fig. 2. Photo essay 2. Moscow mood (photo essay of resident who moved to Moscow)

изображенных объектов в негативную сторону, вызванные опытом взаимодействия с ними: главное здание и лес теряют свою четкость, что может символизировать обесценивание значимых ранее статусов и ресурсов; капли дождя это подкрепляют и свидетельствуют о переживании грусти, разочарования; окно может означать наличие барьера между респондентом и Москвой в связи с трансформацией представлений. Четвертый и пятый снимок отражают изменения в акцентах восприятия города у респондента: иллюминация и яркие объекты формируют гедонистическое настроение и отражают положительные эмоции. В рамках интерпретации динамики фоторепортажа можно сказать, что представления о городе как о собственном комфортном месте жительства трансформировались в восприятие Москвы в качестве «коммерческой площадки», что вызывает негативные чувства, зафиксированные и в темной цветовой гамме, занимающей большую часть пространства на последнем снимке, и в названии фото, и в изображенных объектах, и в тексте к нему (цитата из нарратива: *«Но сейчас этот город для меня выглядит больше каким-то хабом для коммерсов и работяг, куда приезжают отовсюду и все подряд, и едут только за деньгами, и совсем не ценят места и людей, к которым они приехали»*).

Анализируя трансформацию представлений о городе по цветовой гамме во втором фоторепортаже, можно заметить, что на первых двух снимках она нейтральных тонов, на третьем снимке красный шрифт на темном фоне создает ощущение напряженности, а последние два фото выполнены в светлой цветовой гамме, которая формирует ощущение радости и легкости. Данная палитра отражает субъективные изменения в эмоциональной составляющей жителя по отношению к объекту социального познания. Вместе с тем примечателен факт изображения людей на нескольких снимках у приезжего, что отражает их важную роль в формировании настроения Москвы для респондента. У москвича можно рассмотреть лишь один силуэт, сфотографированный со спины на пятой фотографии. Данный факт можно связать с отстраненностью первого респондента от эмоциональной связи с людьми в представлениях о городе. В качестве примера текстов, полученных по изображениям, можно привести описание последнего снимка в «репортаже» приезжего, иллюстрирующее значимость наличия людей в представлении о городском пространстве для него:

Москва — это не улицы, дома и парки, Москва — это миллионы людей, это целая вселенная галактик, не хуже, чем в описаниях Хокинга.

Пожалуй, в московском разнообразии всего и вся есть особый смысл. Не только широкий выбор, но и богатый опыт столкновения с огромным количеством ситуаций, способов мышления. Рядом с ними ты яснее понимаешь что-то про себя и других, ты учишься лучше взаимодействовать с этим миром.

В Москве ты всегда на орбите многих событий, но ты в нем — не дрейфующий заброшенный корабль. Ты — космонавт с собственной волей. Прокладывая свой путь к счастью, ты постоянно открываешь что-то неожиданное, попадаешь в новую систему координат с новыми полями. Ты в ней заново самоопределяешься и корректируешь свой маршрут.

А знаете, что самое интересное? Даже у тех космических пилотов, которые жутко за годы жизни в столице устали от перемен и бесконечного движения вперед, я всегда легко считываю один и тот же позывной: я люблю Москву.

Именно за счет использования фотоснимков в качестве стимульного материала удалось получить объемные, детальные, красочные нарративы, отражающие как смысловое значение объектов на изображениях, так и раскрывающие отношение респондентов к ним.

Обсуждение результатов

Было получено 128 снимков и проанализировано 25 текстов. С помощью качественного контент-анализа в нарративах были выделены следующие категории:

- метафоры о Москве;
- образы людей;
- нормы поведения;
- образ Москвы и отношения с ним;
- внутренние переживания;
- контрасты;
- локации;
- элементы городского пространства.

Благодаря выбранному методу анализа текстов удалось зафиксировать отношения с городом в текущий момент, за счет анализа описания последнего снимка в каждом фоторепортаже, данные представлены в таблице.

Таблица

Распределение респондентов в соответствии с характером отношений с городом на момент исследования (2020)

| Отношение к Москве | Москвичи | Приезжие |
|-----------------------|----------|----------|
| Конфликт с городом | 9 | 2 |
| Преодоление конфликта | 3 | 11 |

Table

Distribution of respondents according to the nature of relations with the city at the current moment of the study (2020)

| Attitude to Moscow | Residents who were born and live in Moscow | Residents who moved to Moscow |
|-------------------------------------|--|-------------------------------|
| In the conflict with the city | 9 | 2 |
| Overcame the conflict with the city | 3 | 11 |

Были выявлены следующие тенденции в содержании нарративов у двух групп испытуемых. Описаны конфликтные отношения с городом в текущий временной срез на момент исследования у 9 москвичей и 2 приезжих. Способам формирования комфортных отношений с городом были посвящены 3 нарратива коренных жителей и 11 рассказов иногородних жителей. Данный факт может быть связан с тем опытом, который проживали респонденты во взаимоотношениях с городским пространством.

У группы приезжих Москва является их собственным выбором места жительства, в связи с чем есть понимание процесса адаптации к городу и, следовательно, отношения выстраиваются на тех аспектах, которые этому способствуют.

Группа москвичей наблюдает развитие города на протяжении всего своего жизненного пути, в соответствии с чем более ярко реагирует на многие изменения, которые в нем происходят, что формирует более личностное переживание происходящих трансформаций в городском пространстве.

Были обозначены следующие источники конфликтов у обеих групп:

- 1) постоянное включение в событийность;
- 2) быстрый темп города;
- 3) темп увеличения масштабов города;

4) кардинальные социальные изменения в жизни города (пандемия).

Вместе с тем в представлениях были выделены аспекты, которые используются для выстраивания комфортных отношений с Москвой:

А) знание о разноплановом и уникальном «бэкграунде» жителей Москвы;

Б) личностный рост;

В) нахождение оптимального климатического периода пребывания в Москве;

Г) разделение и построение отношений с двумя разными идентичностями города: Москва-отдыхающая и Москва-рабочая;

Д) нахождение себя в городском пространстве и своего пристанища, поиск новых мест и открытий;

Е) сравнение Москвы с другими городами России;

Д) нахождение поддержки и вдохновения в окружающих людях.

Отдельного внимания заслуживает описательное насыщение отдельных категорий.

В рассказах удалось выявить метафоры, отражающие повседневный темп города (далее при перечислениях будут использованы цитаты из текстов респондентов с целью верификации данных):

— *череда сменяющихся картинок, похожих на клавиши пианино;*

— *калейдоскоп;*

— *огромный город, где людей еще больше, чем зданий;*

— *бессонная ночная; быстрая река; узел многих экономических цепочек;*

— *целая вселенная галактик.*

Эти метафоры отражают привычный темп жизни города, показывают его масштаб и скорость. Некоторые из них характеризуют Москву в негативном оценочном ключе, отражая его суровость и бездушие:

— *красивая обертка, за которой скрывается очень много неприглядных и неприятных качеств, которые тщательно маскируются;*

— *манипулятор-соблазнитель;*

— *суровый учитель и жесткий тренер;*

— *каменные джунгли;*

— *большая казарма;*

— *хаб для коммерсов и работяг.*

Примечательно, что большинство негативных коннотаций представлены в текстах москвичей. Помимо этого, были озвучены метафоры, характеризующие Москву в «ином» свете:

- *новый мир;*
- *город-музей;*
- *город-праздник;*
- *величественная, масштабная, необъятная, главная;*
- *атмосфера праздника и свободы;*
- *волшебные виды;*
- *бесконечно прекрасная, манящая и аутентичная, ни на кого не похожая;*
- *город предвкушений, надежд, стремлений и первых влюбленностей;*
- *красота цветов и света;*
- *расцветающий бутон.*

Данная линия метафор пропитана любовью к городу, восхищением его величием и индивидуальностью. Исследователи отмечают, что такое риторическое средство дискурса как метафора отражает смысловое содержание интерпретативных репертуаров социальных объектов, которые можно обозначить как в качестве определенных способов описания социального явления (Кутковой, 2016). В соответствии с этим можно констатировать две разные линии дискурса в нарративах о Москве, частных его проявлениях, которые также отражены в одной из стратегий респондентов по выстраиванию комфортных отношений с городом: Москва-отдыхающая и Москва-рабочая.

В рамках описательного насыщения категории «образ Москвы и отношения с ним» был выявлен механизм персонификации исследуемого города, в котором подчеркнута его активность в отношениях с жителями:

- *не ты в ней, а она вокруг тебя;*
- *помогает тебе видеть новые грани;*
- *город теряет свое лицо;*
- *всеми силами пытается завладеть твоим расположением, а потом превращает твой внутренний мир в хаос и исчезает, оставив тебя одного собирать по крупицам свою собственную личность, превратившуюся в руины после нашествия;*
- *город позволяет мне меняться;*
- *Москва отдалилась от меня, смотрела с материнской тоской;*
- *Москва, серьезная и деловая, смотрит на меня с одобрением;*
- *стальная рука будто сжала мое горло, и перестало хватать воздуха;*
- *Москва оставалась такой же кипящей и свободной, правда немного более тревожной и недоверчивой;*

— *не тяготеет к порядку;*
— *Москва умеет скалиться совсем не по-отечески, если в твоём кармане пусто.*

В результате механизма персонификации города могут возникать такие эффекты восприятия как иллюзия деперсонализации жителя, обесценивание его активности в одних случаях, так и иллюзия предвзятого или благосклонного отношения Москвы к тебе — в других. Зафиксированные следствия социальной перцепции могут быть рассмотрены в качестве ценного теоретического конструкта, описывающего определенные тенденции в выстраиваемых с городом отношениях. Наличие обозначенного аспекта восприятия городского пространства требует дальнейшей проверки как на других объемах выборки в рамках статистического анализа, так и при исследовании иных городских пространств.

При описании образов людей в городе получились две кардинально противоположные картины: с точки зрения москвичей и приезжих. Первые описывают жителей в следующих терминах:

- *недовольные люди;*
- *приезжают отовсюду и все подряд;*
- *дети богатых родителей;*
- *чужие новые люди;*
- *вечно спешащие;*
- *навязчивые маргиналы, которые не дают расслабиться.*

Приезжие же рисуют, в целом, положительно окрашенный образ людей в Москве:

- *свободные и стильные люди, делящиеся улыбками и хорошим настроением;*
- *более воспитанные и разносторонние;*
- *отзывчивые;*
- *покорители столицы;*
- *уютные и красивые;*
- *честные и молодые.*

Однако есть и исключения в наблюдаемом эмпирическом факте. Присутствует такая характеристика как «волчий взгляд» у респондента-приезжего, состоящего в конфликте с городом, и описание людей как «имеющих разный культурный бэкграунд» у москвича, который преодолел усталость от города за счет нахождения поддержки и вдохновения в его жителях и открытия новых мест.

Выводы

Подводя итог, хотелось бы отметить, что мультимодальная форма исследования городского пространства показала свою эффективность. Благодаря предложенному дизайну исследования удалось выявить наличие двух линий дискурса в представлении о городском пространстве Москвы: Москва-отдыхающая и Москва-рабочая. Москва как истинный город контрастов содержит в себе два противоположных содержания с кардинально отличающимися наполнением, в противостоянии которых происходит развитие города, с чем и связаны описанные трансформации представлений, нередко сопровождающиеся внутрилличностными конфликтами. Были обозначены источники конфликтов и способы их преодоления. Механизм персонификации города также является любопытным эффектом восприятия городского пространства, который обладает теоретической и прагматической ценностью, с одной стороны, и требует будущей эмпирической проверки, с другой. Отдельного внимания заслуживает анализ фотографий, которые были сделаны респондентами, отражали трансформацию их представлений о городе и использовались в качестве стимульного материала для конструирования нарративов.

Ограничения исследования

Необходимо отметить, что представленное исследование имеет ряд ограничений с точки зрения экстраполяции результатов на другие социальные и возрастные категории. Однако есть основания предполагать, что полученные результаты могут выступать основой для формирования гипотез с точки зрения их проверки на статистических объемах данных.

Литература

- Андреева Г.М. Психология социального познания: учеб. пособие. М.: Аспект-пресс, 2005.
- Аудитория социальных сетей и мессенджеров в 2021 году // SkillFactory. Блог. Москва, 2022. [Электронный ресурс] // URL: <https://blog.skillfactory.ru/auditoriya-soczialnyh-setej-i-messendzherov-v-2021-godu/> (дата обращения: 12.02.22).
- Барт Р. Camera lucida. Комментарий к фотографии. М.: Ад Маргинем Пресс, 1997.
- Барт Р. Мифологии. М.: Академический проект, 2019.
- Бурдые П. Социальное пространство: поля и практики. СПб.: Алетейя, 2005.
- Бусыгина Н.П. Методология качественных исследований в психологии: учеб. пособие. М.: Инфра-М, 2021.

Воробьева И.В., Кружкова О.В. Психология городской среды. Екатеринбург: Изд-во РГППУ, 2012.

Квале С. Исследовательское интервью. М.: Смысл, 2009.

Кутковой Н.А. Социально-психологические особенности эмоции удивления: автореф. дисс. ... канд. психол. наук. Москва, 2016.

Липатов С.А. Проблемы концептуализации социальных эмоций... к 70-летнему юбилею Т.Г. Стефаненко // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. 2020. № 1. С. 143–160.

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

Мельникова О.Т., Хорошилов Д.А. Методологические проблемы качественных исследований. М.: Акрополь, 2020.

Озерина А.А., Тимофеев Н.Е. Визуальный образ города в представлении студентов (на примере города Волгограда) // Герценовские чтения: психологические исследования в образовании. 2020. № 3. С. 516–521.

Салмина Н.Г., Звонова Е.В., Цукарзи А.Э. Символическая функция в структуре сознания // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. 2019. № 3. С. 124–140.

Соловей Л.В., Ковалева М.И., Доронина И.В. Ментальное пространство мегаполиса: эмпирический поиск определения // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2018. № 10. С. 69–73.

Шаймарданова К.А. Влияние визуальной среды города на психологическое состояние и здоровье человека: особенности восприятия пространства // Актуальные проблемы дизайна и дизайн образования. 2020. [Электронный ресурс] // URL: <https://elibrary.bsu.by/handle/123456789/257412> (дата обращения: 20.04.22).

Штомпка П. Визуальная социология. М.: Логос, 2007.

Banks, M. (2018). Using visual data in qualitative research. L.: Sage.

Flick, U. (2018). Managing quality in qualitative research (qualitative research kit) (2nd ed.). L.: Sage.

Reavey, P., Prosser, J. (2012). Visual Research in Psychology. In H. Cooper, P.M. Camic, D.L. Long, A.T. Panter, D. Rindskopf, K.J. Sher (Eds.), *APA handbook of research methods in psychology, Vol. 2. Research designs: Quantitative, qualitative, neuropsychological, and biological* (pp. 185–207). Washington: American Psychology Association.

Rose, G. (2016). *Visual Methodologies. An Introduction to Researching with Visual Materials* (4th ed.). L.: Sage.

Silverman, D. (2020). *Qualitative research* (5th ed.). L.: Sage.

Willig, C. (2021). *Introducing qualitative research in psychology* (4th ed.). U.K.: McGraw-Hill Education.

References

- Andreeva, G.M. (2005). Psychology of social cognition: A textbook. Moscow: Aspekt-press. (In Russ.).
- Audience of social networks and messengers in 2021. (2022). SkillFactory. Blog. Moscow. (Retrieved from <https://blog.skillfactory.ru/auditoriya-soczialnyh-setej-i-messendzherov-v-2021-godu/>) (review date: 12.02.22). (In Russ.).
- Banks, M. (2018). Using visual data in qualitative research. L.: Sage.
- Bart, R. (1997). Camera lucida. Comment on the photo. Moscow: Ad Marginem Press. (In Russ.).
- Bart, R. (2019). Mythology. Moscow: Akademicheskij proekt. (In Russ.).
- Burde, P. (2005). Social space: fields and practices. SPb.: Aletejya. (In Russ.).
- Busygina, N.P. (2021). Methodology of qualitative research in psychology: A textbook. Moscow: Infra-M. (In Russ.).
- Flick, U. (2018). Managing quality in qualitative research (qualitative research kit) (2nd ed.). L.: Sage.
- Kvale, S. (2009). Research interview. Moscow: Smysl. (In Russ.).
- Kutkovej, N.A. (2016). Social'no-psihologicheskie osobennosti emocii udivleniya: Avtoref. diss. ... kand. psihol. nauk. (Socio-psychological features of the emotion of surprise: dissertation). Ph.D. (Psychology). Moscow. (In Russ.).
- Lipatov, S.A. (2020). Problems of conceptualization of social emotions... to the 70th anniversary of T.G. Stefanenko. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 14. Psikhologiya (Moscow University Psychology Bulletin)*, 1, 143–160. (In Russ.).
- Meľnikova, O.T., Mezenceva, A.S. (2018). Visual methods in socio-psychological research. *Social'naja psikhologija i obshhestvo (Social psychology and society)*, 9 (3), 42–52. (In Russ.).
- Meľnikova, O.T., Khoroshilov, D.A. (2020). Methodological problems of qualitative research. Moscow: Akropol'. (In Russ.).
- Ozerina, A.A., Timofeev, N.E. (2020). The visual image of the city in the representation of students (on the example of the city of Volgograd). *Gercenovskie chtenija: psikhologicheskie issledovanija v obrazovanii (Herzen readings: psychological research in education)*, 3, 516–521. (In Russ.).
- Reavey, P., Prosser, J. (2012). Visual Research in Psychology. In H. Cooper, P.M. Camic, D.L. Long, A.T. Panter, D. Rindskopf, K.J. Sher (Eds.), *APA handbook of research methods in psychology, Vol. 2. Research designs: Quantitative, qualitative, neuropsychological, and biological* (pp. 185–207). Washington: American Psychology Association.
- Rose, G. (2016). Visual Methodologies. An Introduction to Researching with Visual Materials (4th ed.). L.: Sage.
- Salmina, N.G., Zvonova, E.V., Cukarzi, A.E. (2019). Symbolic function in the structure consciousness. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 14. Psikhologiya (Moscow University Psychology Bulletin. Series 14. Psychology)*, 3, 124–140. (In Russ.).
- Shajmardanova, C.A. (2020). The influence of the visual environment of the city on the psychological state and human health: features of the perception of space.

Aktual'nye problemy dizajna i dizajn obrazovaniya (Actual problems of design and design education). (Retrieved from <https://elib.bsu.by/handle/123456789/257412>) (review date: 20.04.22). (In Russ.).

Shtompka, P. (2007). Visual sociology. M.: Logos. (In Russ.).

Silverman, D. (2020). Qualitative research (5th ed.). L.: Sage.

Solovej, L.V., Kovaleva, M.I., Doronina, I.V. (2018). Mental space of a megapolis: empirical search for definition. *Gumanitarnye, social'no-ekonomicheskie i obshchestvennyye nauki (Humanities, Socio-economic and social sciences)*, 10, 69–73. (In Russ.).

Vorobèva, I.V., Kruzhkova, O.V. (2012). Psychology of the urban environment. Yekaterinburg: Izd-vo RGPU. (In Russ.).

Willig, C. (2021). Introducing qualitative research in psychology (4th ed.). U.K.: McGraw-Hill Education.

Статья получена: 15.04.2022;

принята: 02.06.2022;

отредактирована: 20.07.2022.

Received: 15.04.2022;

accepted: 02.06.2022;

revised: 20.07.2022.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Мельникова Ольга Тимофеевна — доктор психологический наук, профессор кафедры социальной психологии факультета психологии Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, melnikova-o@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-0048-4917>

Избасарова Софья Алишеровна — психолог кафедры социальной психологии факультета психологии Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, sonya.th@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3658-6042>

ABOUT AUTHORS

Ol'ga T. Mel'nikova — Doctor in Psychology, Professor, the Department of Social Psychology, Faculty of Psychology, Lomonosov Moscow State University, melnikova-o@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-0048-4917>

Sofia A. Izbasarova — Psychologist, the Department of Social Psychology, Faculty of Psychology, Lomonosov Moscow State University, sonya.th@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3658-6042>